



ROKASGRĀMATA SOCIĀLĀS IETEKMES PĀRVALDĪBAI

JAUNATNES ORGANIZĀCIJĀM UN SOCIĀLAJIEM UZŅĒMUMIEM



Co-funded by
the European Union



Agency for International
Programs for Youth
Republic of Latvia

SOCIAL
ENTREPRENEURSHIP
ASSOCIATION OF LATVIA



EESTI NOORTE-
ÜHENDUSTE LIIT



Satura rādītājs

levads

1. metode: Problēmas koks

2. metode: Risinājuma koks

3. metode: leinteresēto pušu karte

4. metode: Lietotāja pieredzes izpēte

5. metode: Pārmaiņu teorija

6. metode: Ietekmes indikatoru saraksts

7. metode: Pētniecības metožu saraksts

8. metode: Sociālās ietekmes pārvaldības plāns

9. metode: Organizācijas modeļa audekls



levads



Šī rokasgrāmata palīdzēs plānot,
īstenot un aprakstīt pozitīvās
pārmaiņas, ko jūs vēlaties radīt ar
savas organizācijas darbību.

KAS TAS IR? Deviņu metožu apkopojums, kas palīdzēs plānot, mērīt un palielināt organizācijas pozitīvo sociālo ietekmi un samazināt aktivitāšu iespējamās negatīvās sekas.

KAM TAS IR PAREDZĒTS? Jums. Ja esat aktīva organizācija, kas darbojas ar jauniešiem vai to interesēs - piemēram, jaunatnes organizācija, kas vēlas veicināt savu biedru attīstību, vai sociālais uzņēmums, kuru galvenā mērķa grupa ir jaunieši.

VAI JŪSU MĒRĶA GRUPA NAV JAUNIEŠI? Šīs deviņas metodes ir piemērotas jebkuras organizācijas ietekmes mērīšanai. Tomēr rokasgrāmatā sniegtie piemēri ir par organizācijām, kuru galvenā mērķa grupa ir jaunieši.

AUTORI? Organizācijas, kas attīsta sociālās ietekmes pārvaldi, jaunatnes jomu un sociālo uzņēmējdarbību Baltijas valstīs. Uzziniet vairāk par autoriem zemāk!

FINANSĒJUMS? Projekts "BALTIC: YOUTH: IMPACT" tiek finansēts ar Eiropas Komisijas "Erasmus+ Jaunatne darbībā" atbalstu, ko Latvijā administrē Jaunatnes starptautisko programmu aģentūra.

Šī rokasgrāmata jums ļaus sasniegt vēl lielāku ietekmi!

Iespējams, jūs darbojaties organizācijā, kuras mērķis ir **pozitīvi ietekmēt jauniešu dzīvi**? Varbūt jūs vēlaties atklāt jauniešu radošo potenciālu vai palīdzēt tiem jauniešiem, kuriem ir mazākas iespējas nekā viņu vienaudžiem, vai sniegt jaunas zināšanas un prasmes jauniešu organizāciju biedriem?

Šī rokasgrāmata ir izveidota, lai palīdzētu plānot, ieviest, izmērīt un uzlabot jūsu organizācijas darbību. Citiem vārdiem sakot, jūs iemācīsieties mērķtiecīgi radīt plānotu pozitīvo ietekmi. Jūs spēsiet **vieglāk pieņemt lēmumus** par savu darbību un **varēsiet sasniegt vēlamo virzienu**. Turklāt jūs veiksmīgāk **spēsiet iesaistīt savu komandu un stāstīt par savu darbu plašākai sabiedrībai**. Visbeidzot, izprotot un apkopojot savu ietekmi, jums radīsies lielāks gandarījums un motivācija turpināt strādāt ar jauniešiem.

Izmēģiniet vienu, vairākas vai pat visas metodes, kas pieejamas šajā rokasgrāmatā!

Jūs **labāk iepazīsiet savas organizācijas darbu, aizpildot visus rīkus** - sākot ar pirmo metodi Problēmas koks un pakāpeniski virzoties cauri rokasgrāmatai, līdz nonāksiet pie Organizācijas modeļa audekla.

Taču jūs **varat arī izvēlēties metodi, kas vislabāk atbilst jūsu šī brīža vajadzībām.** Piemēram, ja vēlaties labāk saprast, kā piesaistīt jauniešus un veicināt viņu iesaisti dažādās organizācijas aktivitātēs, jums jāsāk ar Lietotāju pieredzes izpētes aizpildīšanu.

Īsus aprakstus par katru no metodēm var lasīt šeit.

PROBLĒMAS KOKS

palīdzēs izprast problēmu, kuru vēlaties risināt, analizējot tās cēloņus un sekas.

ORGANIZĀCIJAS MODEĻA AUDEKLS

palīdzēs izprast, izstrādāt un aprakstīt veidu, kā jūsu organizācija radīs pienenumu sabiedrībai un piesaistīs nepieciešamos finanšu un cilvēkresursus, lai sekmīgi turpinātu darbu.

SOCIĀLĀS IETEKMES PĀRVALDĪBAS PLĀNS

palīdzēs izstrādāt plānu un sekot līdzi tam, kas un kā apkopos informāciju atbilstoši jūsu ietekmes indikatoru sarakstam (izmantojot atbilstošākās pētniecības metodes).

RISINĀJUMA KOKS

palīdzēs izprast un definēt iespējamās problēmas risinājumus un identificēt, analizēt jūsu panākumu priekšnoteikumus.

PĀRMAIŅU TEORIJA

palīdzēs plānot un aprakstīt savas organizācijas darbību, sākot ar ieinteresēto pušu vajadzību/problēmu apzināšanu līdz pat savas organizācijas aktivitāšu pozitīvās ietekmes novērtēšanai.

PĒTNIECĪBAS METOŽU SARAKSTS

iepazīstinās ar veidiem, kā apkopot informāciju, lai izvērtētu, vai sasniegāt savus izvirzītos mērķus saskaņā ar jūsu ietekmes indikatoru sarakstu.

IEINTERESĒTO PUŠU KARTE

palīdzēs izprast un analizēt jūsu sadarbību ar citām personām un organizācijām, ar kurām jūs ikdienā mijiedarbojaties.

LIETOTĀJA PIEREDZES IZPĒTE

palīdzēs izprast jūsu organizācijas aktivitātēs iesaistīto cilvēku pieredzi, lai turpmāk to veidotu pēc iespējas pozitīvāku.

IETEKMES INDIKATORU SARAKSTS

palīdzēs saprast, izvēlēties un izveidot atbilstošus indikatorus, kas vēstīs par to, ka jūsu darbs ar jauniešiem tiešām sniedz pozitīvu ietekmi.

Rokasgrāmatas tapšana

Šī rokasgrāmata tika veidota, balstoties uz autoru pieredzi tajā, kā palielināt jaunatnes organizāciju un sociālo uzņēmumu, kuru galvenā mērķa grupa ir jaunieši, pozitīvo ietekmi.

Erasmus+ projekts "BALTIC: YOUTH: IMPACT" apvieno organizācijas no trīs Baltijas valstīm, kas darbojas sociālās ietekmes pārvaldes, jaunatnes un sociālās uzņēmējdarbības jomās. Vadošais partneris sociālās ietekmes pārvaldē un rokasgrāmatas metožu izstrādē ir "Stories For Impact" (EST), pārējie partneri dalījās ar savām idejām, pieredzi, novērojumiem, kā arī piedalījās metožu testēšanā.

Mēs ņēmām vērā:

- citu ekspertu iepriekš veidotos materiālus,
- projekta partneru pieredzi apmācībās, konsultācijās un darbā ar jauniešiem un jaunatnes organizācijām.

Rokasgrāmata tika veidota projekta "BALTIC: YOUTH: IMPACT" ietvaros, testējot, pielāgojot un vienkāršojot jau iepriekš izveidotas metodes.

Rokasgrāmatā izmantotie avoti un atsauces

Daudzas no šajā rokasgrāmatā iekļautajām metodēm tiek lietotas jau gadu desmitiem. Piemēram, ANO Attīstības programmas publikācija "[Handbook on Planning, Monitoring and Evaluating for Development Results](#)" ([Rokasgrāmata par attīstības rezultātu plānošanu, uzraudzību un novērtēšanu](#)) 2009. gadā iepazīstināja vispasaules auditoriju ar "problēmas koku" - pirmo metodi šajā rokasgrāmatā.

Rokasgrāmatā iekļautās metodes ir kļuvušas par vispārzināmiem ietekmes pārvaldības un analīzes rīkiem, un, ņemot vērā to popularitāti arī profesionāļu vidū, īpašas atsauces uz citiem avotiem šajā rokasgrāmatā nav norādītas.

Mēs esam apvienojuši dažādas metožu versijas un uzlabojuši aprakstu formātu, lai tās būtu ērti lietojamas un noderīgas. Aicinām jūs izmantot šos rīkus, turpināt tos pilnveidot un dalīties ar rezultātiem.

Pakalpojuma dizaina metožu avoti

Pakalpojuma dizains ir tāds organizācijas pakalpojumu un risinājumu izstrādes process, kas ir ērtāks un efektīvāks klientam un citiem iesaistītajiem.

Pakalpojumu dizains centrā izvirza cilvēku un tā galvenais mērķis ir pēc iespējas efektīvāk un precīzākā veidā atbilst lietotāja vajadzībām, paturot prātā arī kopējo kontekstu. "[This is Service Design Thinking](#)" autori ir apkopājuši piecus galvenos aspektus, kas nosaka labu pakalpojuma dizainu: uz lietotāju vērsts, kopīgi radoši veidots, secīgs, uz pierādījumiem balstīts un visaptverošs.

Ir izstrādātas daudzas metodes, lai praktiski ieviestu pakalpojuma dizaina ideju realitātē. Gadu gaitā tās tiek pilnveidotas un pielāgotas, tāpēc katrai no šīm metodēm ir grūti norādīt vienu autoru un ir pieņemts to nedarīt.

Daudzas pakalpojuma dizaina metodes ir pieejamas [šajā mājas lapā](#), tomēr tās var būt pārāk vispārīgas jūsu specifiskajiem mērķiem. Tāpēc mēs izvēlējamies **leinteresēto pušu karti** un **Lietotāja pieredzes izpēti** un pielāgojam tās jauniesu organizāciju vajadzībām. Pakalpojuma dizaina metodes sākotnēji tika izstrādātas uzņēmumiem, tomēr jāatceras, ka tās var bieži vien atšķirties no tām, kas ir veidotas nevalstiskajām organizācijām.

Metodes Organizācijas modeļa audekls avoti

Vēl viena izplatīta metode, kuru esam pielāgojuši jauniešu organizāciju vajadzībām ir [Biznesa modeļa audekls](#) - oriģinālā tā sastāv no deviņiem laukiem, lai izveidotu jaunus un analizētu esošos uzņēmējdarbības modeļus.

[Alexander Osterwalder](#) izveidoja šo metodi 2005.gadā un 2008.gadā publicēja to grāmatā, kopš tā laika vairāki autori ir pielāgojuši un pārveidojušie šo metodi.

Mēs esam pārveidojuši šo metodi un nosaukuši par **Organizācijas modeļa audeklu**, lai jauniešu organizācijas un sociālie uzņēmumi varētu to veiksmīgi lietot savām vajadzībām.

Sociālās ietekmes pārvaldības rokasgrāmatu ir sagatavojuši un testējuši



Stories for Impact
(Jaan Aps, Richard Annilo and Carmen Akkermann)



Social Entrepreneurship Association of Latvia
(Regita Zeiļa and Līva Švarce)



The National Youth Council of Latvia
(Marija Cīrule and Dāniels Liecis)



Geri Norai
(Jurgita Ribinskaitė-Glatzer and Rūta Žulpaitė)



The Estonian National Youth Council
(Triin Roos)



Projekts "BALTIC: YOUTH: IMPACT" tiek finansēts ar Eiropas Komisijas "Erasmus+ Jaunatne darbībā", kuru Latvijā administrē Jaunatnes starptautisko programmu aģentūra, atbalstu.



Eiropas Komisijas atbalsts šīs publikācijas sagatavošanai nav uzskatāms par satura apstiprinājumu. Publikācijas saturs atspoguļo tikai autoru viedokļus, un Komisija nevar būt atbildīga par tajā ietvertās informācijas jebkādu izmantošanu.



1. metode:

Problēmas koks



Problēmas koks palīdzēs
izprast problēmu, kuru vēlaties
risināt, analizējot tās cēloņus
un sekas.



Solveiga Skaisgirytė

([Global Citizens Academy](#))

"Mums bija noderīgi aizpildīt Problēmas koku, lai analizētu iemeslus komandas komunikācijas un produktivitātes problēmām un kāpēc mūsu starpā rodas atkārtotas nesaskaņas. Šī metode ir noderīga arī skatoties plašāk un analizējot tās problēmas kopienās/sabiedrībā, kuras tiek risinātas ar sociālās uzņēmējdarbības palīdzību."





Jānis Broks

(SIA "Dzīves oāze")

"Problēmas koks ļauj man labāk saprast situāciju, ko varu sasniegt ar savu darbu. Ar šīs metodes palīdzību varu iedziļināties un ieraudzīt manas darbības dažādos aspektus - kāda būtu situācija mērķa grupai bez mana pakalpojuma. Tā palīdz pamatot mana pakalpojuma cenu, jo Problēmas koks parāda ietekmi, kas var tikt sasniegta ar manām aktivitātēm."



Kas ir Problēmas koks?

Organizācijas pastāv, lai risinātu vienu vai vairākas problēmas kopienā un sabiedrībā kopumā. **Problēmas koks palīdzēs sistemātiski analizēt to problēmu cēloņus un sekas**, ko vēlaties risināt kā daļu no savas organizācijas misijas.

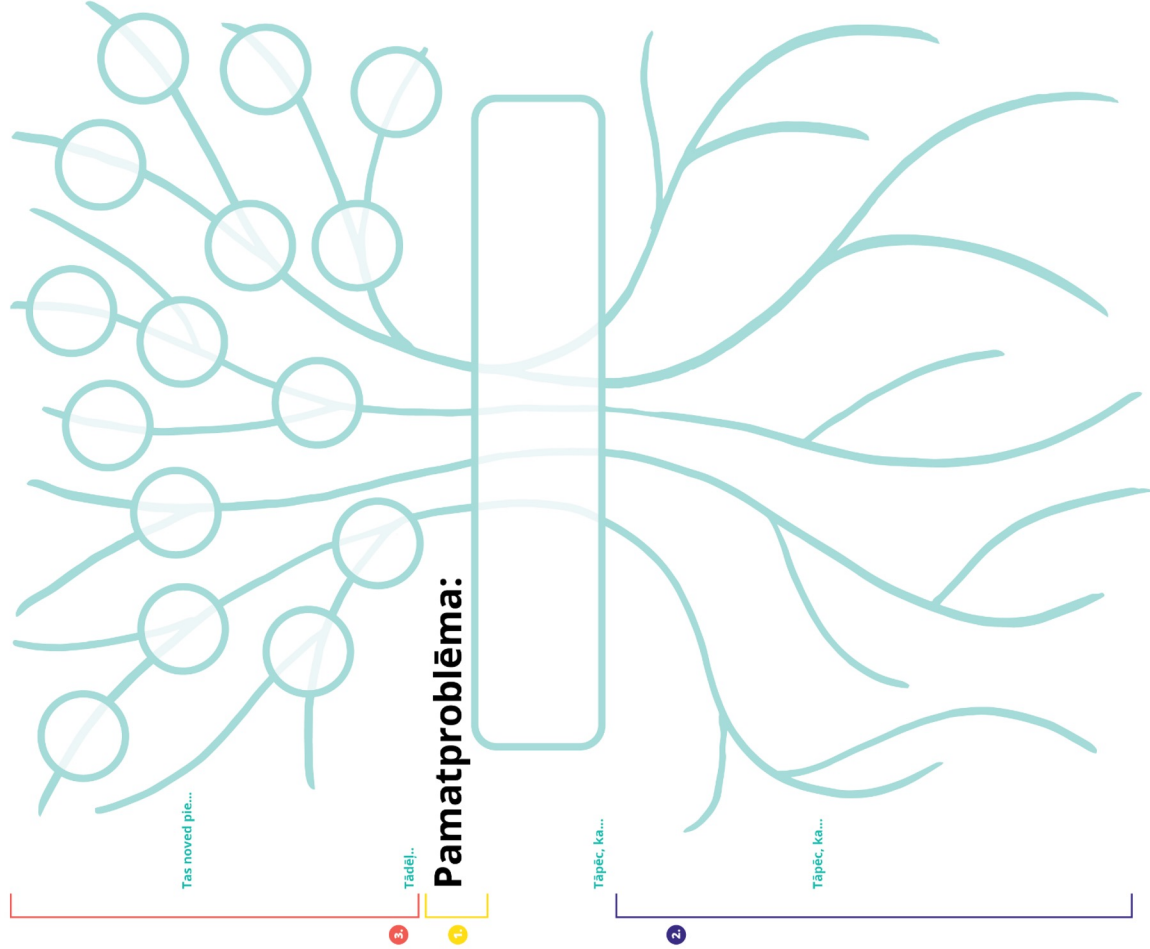
Iesakām izmantot šo ērti lietojamo rīku plānošanas un/vai aktivitāšu un projektu izstrādes procesā, kā arī jebkurā laikā, kad nepieciešams (atkārtoti) identificēt vai noskaidrot galvenos iemeslus kādai problēmai.

Iespējams, jūs esat no cilvēkiem, kam nepatīk lietot vārdu *problēma*. Tādā gadījumā varat to pārdēvēt par *Izaicinājumu* vai *Vajadzību* koku. Rīka lietderību nosaukums neietekmē.

Kā izskatās šī metode?

Problēmas koks

- 1.** **Kādu problēmu vēlaties risināt?**
Izvēlieties VIENU problēmu, kuru vēlaties risināt jūsu organizācijā vai ārpus tās.
- 2.** **Cēloņi**
Kāpēc šī problēma ir jārisina?
- 3.** **Sekas**
Kādas negatīvas sekas rada šī problēma?
- 4.** **Pēc cēloņu noteikšanas**
Izvēlieties cēloņus, kurus organizācija vēlas pieņemt.
- 5.** **Pēc seku noteikšanas:**
Izvēlieties sekas, kurās jūsu organizācija var ietekmēt, lai tās mainītu.



1

2

3

**Kas jāzina pirms šīs metodes
izmantošanas?**

Šis rīks palīdzēs saprast,

a) kāpēc problēma vispār pastāv (*problēmas cēloņi*),

b) kas notiek problēmas rezultātā (*problēmas sekas*).

Problēmas cēloņu izpēte var palīdzēt saprast, kas jādara, lai problēmu risinātu. **Problēmas seku** apzināšana var palīdzēt saprast, kāds būtu rezultāts, ja problēma tiktu mazināta vai novērsta.

Pirmais solis ir nodefinēt pamatproblēmu, kura ir tieši saistīta ar jūsu organizācijas misiju. Tātad izvēlēties tādu problēmu, kuru risinot jūs pietuvotos savas organizācijas misijas sasniegšanai.

Zem pamatproblēmas uzrakstiet galvenos problēmas cēloņus un galveno cēloņu iemeslus utt., līdz pietiekami labi var izprast problēmas cēloņus.

Virs pamatproblēmas uzrakstiet problēmas galvenās sekas un to iespējamo rezultātu utt., līdz pietiekami labi var izprast problēmas radīto negatīvo ietekmi.

Galvenie soļi

1. Sāciet ar pamatproblēmas noteikšanu un ierakstiet to centrālajā laukā.

2. Uzrakstiet problēmas galvenos cēloņus, vairākkārt uzdodot jautājumu "kāpēc" - jo padziļinātāk mēģināsiet saprast problēmas cēloņus un to iemeslus, jo labāk.

Pamatproblēma ir P.

Kāpēc pastāv P?

Tāpēc, ka = A.

Un kāpēc pastāv A?

Tāpēc, ka = B.

Un kāpēc pastāv B?

Tāpēc, ka = C

Un tā tālāk.

3. Uzrakstiet šīs problēmas sekas.

Pamatproblēma ir P.

Tādēļ, ka= S.

Pie kā noved S?

Tas noved pie = T.

Un tā tālāk.

4. Kad pamatproblēmas sekas un cēloņi ir apzināti un uzrakstīti, analizējiet Problēmas koku un izvērtējiet savas aktivitātes un misiju:

- Vai jūsu organizācija vēlas koncentrēties uz pamatproblēmas risināšanu? Iespējams, jums ir jārisina kāds no problēmas cēloņiem?
- Kādus cēloņus/sekas jūsu organizācija var novērst saviem spēkiem? Kādas sadarbības jums būtu nepieciešams veidot, lai novērstu vairākus problēmas cēloņus vai sekas?

Izvēlieties savai organizācijai piemērotāko variantu:

Pamata: Ierakstiet atslēgvārdus, pamatojoties uz savu (komandas) pieredzi, viedokli un intuīciju.

Vidēji sarežģīts: Iesaistiet citas organizācijas, lūdziet ekspertu viedokļus, tostarp to ieinteresēto pušu viedokļus, kam ir atšķirīga pieredze un vērtības nekā jūsu komandai.

Datos balstīts: Iekļaujiet tikai tos cēloņus un sekas, kas ir zinātniski pierādīti sistemātiskos pētījumos un ar metaanalīzes palīdzību.

Piemērs - kibermobinga novēršanas programma

Kad un kāpēc izmantot šo metodi?

Kāpēc izmantot šo metodi?

- ☑ Lai labāk izprastu, kas ir tās problēmas, kas jums kā organizācijai ir jārisina, lai pietuvotos savas misijas sasniegšanai.
- ☑ Lai pieņemtu pamatotus un informētus lēmumus par to, kuriem problēmas aspektiem jūsu organizācija var un vēlas pievērsties.
- ☑ Lai labāk izskaidrotu problēmu un tās cēloņus/sekas un informētu par to ieinteresētās personas. Jūs varat izmantot aizpildītu Problēmas koku, lai sagatavotu argumentus prezentācijām vai diskusijām.

Kad izmantot šo metodi?

- ✓ Izstrādājot vai pārskatot savu misiju un vīziju vai precizējot stratēģiskās izvēles.
- ✓ Kad organizācija vēlas labāk izprast un spēt informēt citus par konkrētas problēmas iemesliem.
- ✓ Ja vēlaties mainīt vai paplašināt savu darbību.
- ✓ Lai saprastu, ar kurām organizācijām vai personām nepieciešams sadarboties, lai veiksmīgāk risinātu konkrētās problēmas cēloņus un/vai sekas, kuras jūs paši nevarat vai nevēlaties risināt.



2. metode:

Risinājuma koks



Risinājuma koks palīdzēs
izprast un definēt iespējamās
problēmas risinājumus un
identificēt, analizēt jūsu
panākumu priekšnoteikumus.



Tadas Bartasevicius

([MB Spanguolės dirbtuvėlės](#))

"Es uzskatu, ka šī metode ir ļoti noderīga, gan iesaistot komandu lēmumu pieņemšanā, gan ideju ģenerēšanas procesos. Izmantojot šo metodi, mēs piedāvājam savas idejas kā risinājumus problēmām, ko risina mūsu sociālais uzņēmums."





Erik Mikkus

(Estonian National Youth Council)

"Es biju viesis radio raidījumā un runāju par to, kāpēc jaunie kandidāti bieži vien nav populāri pašvaldību vēlēšanās. Risinājuma koks man sniedza sistemātisku pieeju un skaidru struktūru domājot par šo jautājumu, tas palīdzēja sagatavoties sarunai."



Kas ir Risinājuma koks?

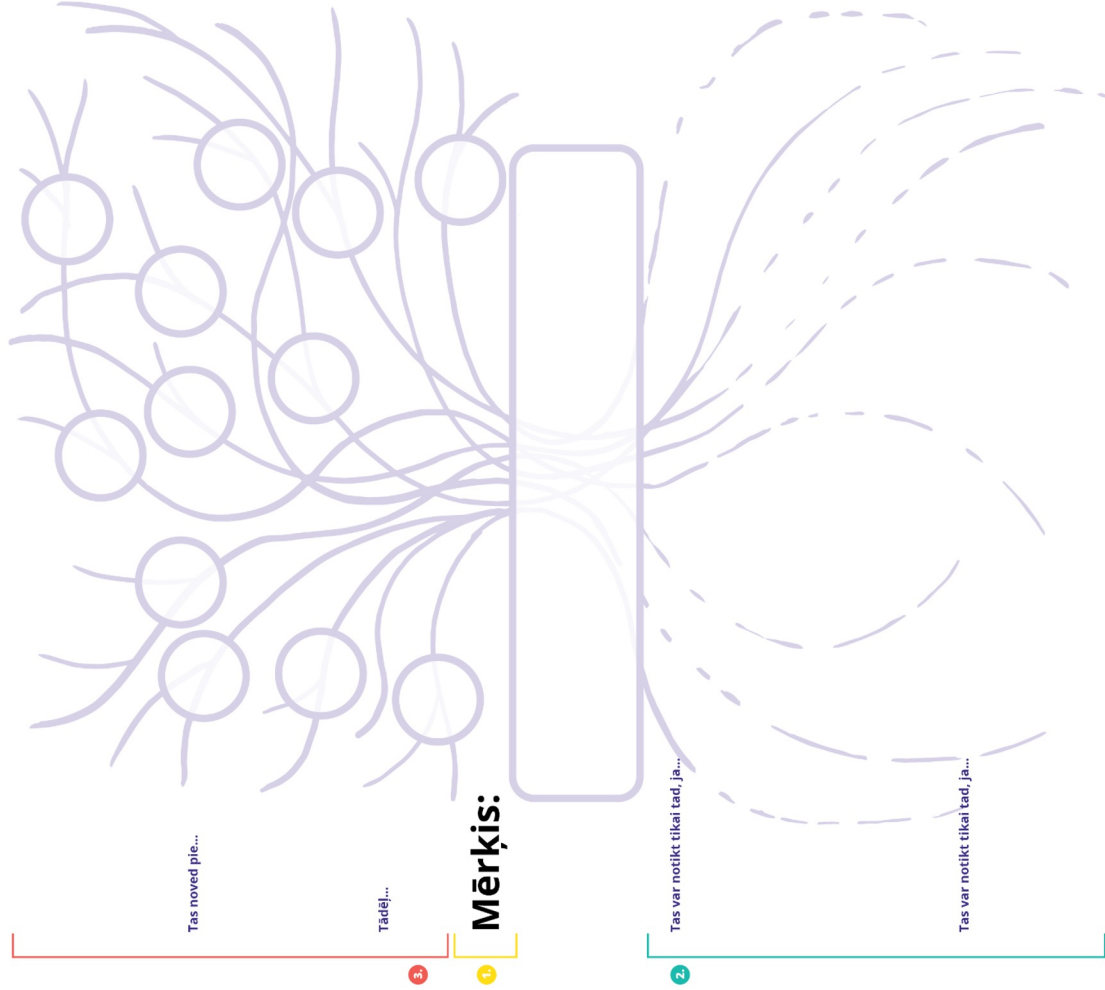
Risinājuma koks ir līdzīgs Problēmas kokam.

Tas ir viegli lietojams rīks, lai **noteiktu darbības, kas palīdzēs sasniegt organizācijas mērķus**, un saprastu, kāda būs jūsu plānoto aktivitāšu ietekme.

Kā izskatās šī metode?

Risinājuma koks

- 1.** Kāds ir jūsu organizācijā mērķis?
Izvēlieties VIENU mērķi, lai sāktu risinājumu organizācijā vai ārpus tās.
- 2.** Priekšnosacījumi
Kam ir jānotiek vai kas ir nepieciešams, lai šis risinājums būtu iespējams?
- 3.** Rezultāti un ietekme
Kādus rezultātus un ietekmi jūs sagaidāt pēc šīs problēmas atrisināšanas?
- 4.** Pēc priekšnosacījumu noteikšanas
Atrunējiet tos priekšnosacījumus, pie kuriem nodrošināšanas jūs aktīvi strādāsi.
- 5.** Pēc rezultātu un ietekmes noteikšanas
Atrunējiet, kurus no rezultātiem jūs mērķējat, lai nodrošinātu, ka jūsu risinājums ir veiksmīgi ieviests un cik lielu ietekmi tas radīs.



**Kas jāzina pirms šīs metodes
izmantošanas?**

Šis rīks palīdzēs saprast:

- kas ir nepieciešams, lai jūsu izvēlētais risinājums patiesi būtu efektīvs un jūs sasniegtu savu mērķi.

Jūs varēsiet saprast un savlaicīgi **identificēt iespējamus šķēršļus, kas var traucēt jums sasniegt mērķi.**

- kādas pozitīvas pārmaiņas notiks pateicoties veiktajām aktivitātēm.

Jūs varēsiet ieraudzīt, **kādi ir rezultāti un ietekme, ko jūs varat panākt, ja jums izdosies sasniegt jūsu mērķi.** Jūs varēsiet arī vieglāk pastāstīt par savu radīto ietekmi, jo redzēsiet izvēlēta risinājuma efektivitāti.

Galvenie soļi

1. **Uzrakstiet jūsu organizācijas mērķi**, lai risinātu kādu problēmu. Ja esat izveidojis Problēmas koku, varat no tā izvēlēties pamatproblēmu vai kādu no cēloņiem / sekām un pārvērst to par mērķi pozitīvam risinājumam.

2. **Saprotiet, kas ir priekšnosacījumi** sabiedrībā, jūsu organizācijā un citur, lai jūs varētu veiksmīgi realizēt šo risinājumu. Kas ir nepieciešams, lai jūsu plāns izdotos? Vai ir kaut kas, ko jūs esat pieņēmuši par patiesu, taču šis pieņēmums varētu izrādīties maldīgs?

Piemēram, cenšoties nodrošināt risinājuma priekšnosacījumus (piemēram, veidot jaunu partnerību, lai iegūtu papildu zināšanas konkrētajā jomā), jūs paralēli risināt dažādus jūsu iepriekš definētās pamatproblēmas cēloņus.

3. **Uzrakstiet visus iespējamus veiksmīgas risinājuma ieviešanas rezultātus** (pozitīvo ietekmi). Saprotiet, kādi varētu būt jūsu aktivitāšu pirmie redzami īstermiņa rezultāti. Pēc tam apsveriet, kādi varētu būt risinājuma ilgtermiņa rezultāti (pozitīvā ietekme), ko varēs novērot sabiedrībā, mērķa grupā, organizācijā u.c.

4. **Pārrunājiet Risinājuma koku komandā un turpiniet pie tā atgriezties, plānojot projektus un aktivitātes**, kā arī pārskatot savas organizācijas misiju.

- Vai ir vēl kāds svarīgs priekšnosacījums, kura nodrošināšana varētu palīdzēt ar risinājuma ieviešanu?

Atcerieties, ka koka augšējā daļā pierakstītie rezultāti ir lietas, kas jums jāmēra, jo tā jūs varēsiet saprast savu radīto ietekmi.

Vai ir kādi svarīgi priekšnosacījumi, kurus vēl neesat apzinājis? Vai jūs mērāt svarīgākos ar Risinājuma koku identificētos rezultātus?

Izvēlieties savai organizācijai piemērotu variantu:

Pamata: Ierakstiet atslēgvārdus, pamatojoties uz savu (komandas) pieredzi, viedokli un intuīciju.

Vidēji sarežģīts: Iesaistiet citas organizācijas, lūdziet ekspertu viedokļus, tostarp to ieinteresēto pušu viedokļus, kam ir atšķirīga pieredze un vērtības nekā jūsu komandai.

Datos balstīts: Iekļaujiet tikai tos cēloņus un sekas, kas ir zinātniski pierādīti sistemātiskos pētījumos un ar metaanalīzes palīdzību. Piemēram, jūs, iespējams, domājat, ka ar savām darbībām varat sasniegt noteiktu rezultātu vai vēlamu ietekmi, tomēr, ja nav pētījumu, kas to pierāda, tad jūs nevarat to iekļaut Risinājuma kokā.

Piemērs- kibermobinga novēršanas programma

Kad un kāpēc izmantot šo metodi?

Kāpēc izmantot šo metodi?

- ✓ **Tā palīdz jums izmantot informāciju, ko ieguvāt, aizpildot Problēmas koku.** Risinājuma koks ir kā nākamais solis, lai jūs varētu risināt iepriekš definēto pamatproblēmu vai kādu no tās cēloņiem vai sekām.
- ✓ Tā palīdzēs jums saprast, **kam ir jānotiek un kas jums ir jādara, lai piedāvātais risinājums būtu iespējams**, citiem vārdiem sakot - kādi priekšnosacījumi ir jānodrošina. Ar šīs metodes palīdzību jūs uzzināsiet, kas tieši jums ir jādara, lai risinājums būtu iespējams, taču, ja redzat, ka lielāko daļu no priekšnosacījumiem dažādu iemeslu dēļ jūs nevarat nodrošināt, tad aicinām izvēlēties citu risinājumu, ko jūsu organizācija ar savu darbību var ietekmēt.
- ✓ Apzinoties rezultātus un ietekmi, ko radīs jūsu aktivitātes un projekti, **jūs varēsiet pārliecinātāk pastāstīt plašākai sabiedrībai un finansētājiem par jūsu organizācijas sniegto labumu.** Tāpat jūs varat izvēlēties vienu vai vairākus aizpildītos laukus no koka augšējās daļas "rezultāti un ietekme" un tos mērīt savu aktivitāšu un projektu laikā, lai pārliecinātos, ka šis risinājums patiešām ir bijis vērtīgs mērķa grupai un plašākai sabiedrībai.

Kad izmantot šo metodi?

- ✓ Kad ir izvēlēts **risinājums - ietekmes mērķis**, ko gribat sasniegt, tad šis rīks palīdzēs saprast, kādas aktivitātes jums tieši ir jāveic, kā arī liks apzināties jūsu mērķa iespējamo ietekmi.
- ✓ Kad ir jāsaprot, kas tieši jums ir jā dara, **lai veicinātu izvirzītā ietekmes mērķa sasniegšanu**. Jo vairāk priekšnosacījumu jūs varēsiet nodrošināt, jo lielāka iespējamība, ka mērķis tiks sasniegts.
- ✓ **Analizējot, vai jūsu ietekmes mērķis ir sasniedzams**. Ja vairākus no galvenajiem priekšnosacījumiem nav iespējams nodrošināt, iespējams, jums jāmaina ietekmes mērķis uz tādu, kura priekšnosacījumi ir reālistiskāk nodrošināmi.
- ✓ **Nosakot indikatorus**, kurus izmantosiet, lai izvērtētu rezultātus un mērītu ietekmi. Indikatorus jūs varēsiet noteikt, ja iepriekš noteicāt visas pozitīvās pārmaiņas - rezultātus un ietekmi, kas notiek, ieviešot risinājumu.
- ✓ **Skaidrojot un stāstot par savas organizācijas darbību** biedriem, brīvprātīgajiem un plašākai sabiedrībai (piemēram, kāpēc jūs veicat kādu aktivitāti? → lai nodrošinātu nepieciešamos priekšnoteikumus panākumiem - vai kāda ir jūsu organizācijas darba vērtība? → tā ir pozitīvā ietekme, ko jūs radāt ar savu darbību).



3. metode:

leinteresēto pušu karte



leinteresēto pušu karte

palīdzēs izprast un analizēt
jūsu sadarbību ar citām
personām un organizācijām, ar
kurām jūs ikdienā
mijiedarbojaties.

Kas ir leinteresēto pušu karte?

Ieinteresēto pušu karte palīdzēs jūsu organizācijai noskaidrot, kas ir tās organizācijas, iestādes un cilvēki - ieinteresētās puses -, kurām jums būtu jāpievērš lielāka uzmanība, lai sasniegtu savas organizācijas mērķus.

Ieinteresētās puses var būt cilvēku grupas (piemēram, jaunieši, ar kuriem strādājat, vai brīvprātīgie, kas palīdz organizēt jūsu pasākumus) vai organizācijas (piemēram, skolas, ar kurām sadarbojaties, lai sasniegtu jauniešu auditoriju, vai atbalstītāji, kas jums piešķir finansējumu) utt.

Šī metode jums palīdzēs identificēt, analizēt un veiksmīgāk mijiedarboties ar ieinteresētajām personām, ar kurām jums ir nepieciešams sadarboties, lai sasniegtu savu ietekmes mērķi un nepieļaut viņu negatīvo ietekmi uz jūsu darbībām.

Aizpildot Risinājuma koku Jūs sapratīsiet, kas ir jūsu ieinteresētās personas, uz kurām fokusēt savu darbību:

- **lai sasniegtu savu ietekmes mērķi.** Bieži vien ietekmes mērķa sasniegšanai jums būs nepieciešams veidot veiksmīgas sadarbības, iegūt finansējumu vai iesaistīt jūsu iesaistītās personas citās aktivitātēs.
- **nodrošinot visus nepieciešamos priekšnosacījumus,** lai jūsu aktivitātes būtu veiksmīgas. Bieži rodas situācijas, kurās priekšnoteikumi būs atkarīgi no jūsu ieinteresētajām personām un to rīcībām.

Kā izskatās šī metode?

Leinteresēto pušu karte

Kurā no sadaļām atrodas katra ieinteresētā puse?



<p>Kam ir LIELA ietekme jūsu organizācijas mērķa sasniegšanā?</p> <p><i>Darbojieties tā, lai šī puse būtu apmierināta.</i></p>	<p>Kam ir ZEMA interese jūsu organizācijas mērķa sasniegšanā?</p> <p><i>Darbojieties tā, lai šī puse būtu apmierināta.</i></p>	<p>Kam ir LIELA interese jūsu organizācijas mērķa sasniegšanā?</p> <p><i>Šai pusei jābūt jūsu galvenajai prioritātei.</i></p>
<p>Kam ir LIELA interese jūsu organizācijas mērķa sasniegšanā?</p> <p><i>Saglabājiet labas attiecības, tomēr atcerieties, ka šī puse nav jūsu prioritāte.</i></p>	<p>Kam ir ZEMA interese jūsu organizācijas mērķa sasniegšanā?</p> <p><i>Darbojieties tā, lai šī puse būtu apmierināta.</i></p>	<p>Kam ir LIELA interese jūsu organizācijas mērķa sasniegšanā?</p> <p><i>Šai pusei jābūt jūsu galvenajai prioritātei.</i></p>

Vai, pamatojoties uz iegūto informāciju, jūs varat noteikt, kas ir jūsu nozīmīgākās ieinteresētās puses? Ko jūs varat praktiski darīt, lai palielinātu viņu pozitīvo ietekmi uz jūsu mērķa sasniegšanu un samazinātu negatīvo?

- 1.
- 2.
- 3.
- ...

Kā aizpildīt šo metodi?

1. **Koncentrējieties uz darbībām, kas jāveic, lai sasniegtu jūsu ietekmes mērķi.** Apdomājiet, kas jums ir nepieciešams (kādi priekšnosacījumi) veiksmīgai mērķa sasniegšanai. Lai definētu priekšnosacījumus, jūs varat izmantot Risinājuma koku.

2. **Pierakstiet visas jūsu ietekmes mērķa sasniegšanai svarīgās vai potenciāli svarīgās ieinteresētās puses.** Kas ir tās organizācijas, iestādes, personas vai citas ieinteresētās puses, kuras var ietekmēt to, vai un cik kvalitatīvi jūs sasniedzat savu uzstādīto mērķi? Tāpat apsveriet, ko jūs ietekmēsiet ar savām plānotajām aktivitātēm.

Ieinteresētās puses var būt cilvēku grupas (piemēram, jaunieši, ar kuriem strādājat, vai brīvprātīgie, kas palīdz organizēt jūsu pasākumus), **vai organizācijas** (piemēram, skolas, ar kurām sadarbojaties, lai sasniegtu jauniešu auditoriju, **vai atbalstītāji**, kas jums piešķir finansējumu).

3. Jūs jau iepriekšējā solī esat identificējuši vairākas **ieinteresētās puses**. Tagad ir laiks saprast, **kurā no sadaļām katra no tām ir ievietojama**. Vislabāk šim solim noderēs (virtuālas vai fiziskas) līmlapiņas: viena lapiņa katrai ieinteresētajai pusei.

Lai saprastu, kā katra ieinteresētā puse ietekmē jūsu mērķa sasniegšanu, jums ir jāskatās, kurai no tām ir viszemākā **interese** un vislielākā **ietekme** attiecībā uz mērķa sasniegšanu (piemēram, potenciālie dalībnieki, kuriem pašlaik ir negatīvs priekšstats par jūsu organizāciju), un šī puse jānovieto tabulas augšējā kreisajā sadaļā. Šādā veidā turpiniet izvērtēt katru ieinteresēto pusi, līdz visām esat atraduši piemērotāko sadaļu.

Lai to izdarītu, var būt nepieciešams laiks un diskusijas ar jūsu komandu, jo **komandā var būt atšķirīgi viedokļi par ieinteresēto pušu nozīmi un ietekmi** jūsu mērķa sasniegšanā.

4. Apskatieties un analizējiet izveidoto ieinteresēto pušu karti, lai saprastu, kādi ir nākamie veicamie soļi, lai uzlabotu attiecības ar nozīmīgākajām ieinteresētajām pusēm, un kā šie soļi var palīdzēt palielināt jūsu radīto ietekmi.

Jums palīdzēs šie divi jautājumi:

- Kuras no ieinteresētajām pusēm šobrīd ir nozīmīgākās jūsu darbībai - jeb kurām ir vislielākā ietekme uz jūsu plānoto ietekmes mērķi?
- Ko jūs varat praktiski darīt, lai palielinātu viņu pozitīvo ietekmi uz jūsu mērķa sasniegšanu un samazinātu negatīvo?

Galvenie soļi

Izlemiet, ko vēlaties sasniegt, izmantojot Problēmas koku un Risinājuma koku. Tad saprotiet ieinteresētās puses, kas var jums palīdzēt vai traucēt šī ietekmes mērķa sasniegšanai.

Ieinteresētās puses var būt cilvēki vai organizācijas, ar ko jūs strādājat, sadarbojaties vai tikai vēlaties sadarboties.

Izveidojiet sarakstu ar visām ieinteresētajām pusēm. Pēc tam **sadaliet tās četrās kategorijās un uzrakstiet konkrētas darbības**, kas jāveic, lai nepieciešamības gadījumā stiprinātu jūsu sadarbību.

1. Kura no ieinteresētajām pusēm VAR JUMS GAN PALĪDZĒT (vai traucēt) sasniegt jūsu mērķi, GAN IR PATIEŠĀM IEINTERESĒTA jūsu darbībā? Izdomājiet, kā jūs vēl vairāk varat viņus iesaistīt un uzlabot jūsu attiecības. Ja šī puse var arī traucēt jūsu mērķa sasniegšanu, apziniet riskus un iepļānojiet darbības, lai tos laikus novērstu.

2. Kura puse VAR JUMS PALĪDZĒT (vai traucēt) sasniegt mērķi, taču NAV IEINTERESĒTA jūsu darbībā? Jums ir jāpārliciecinās, ka šie cilvēki vai organizācijas ir apmierināti ar jūsu darbu, taču neieguldiet pārāk daudz pūļu - galu galā viņi nav īsti ieinteresēti jūsu mērķa sasniegšanā.

3. Kura ieinteresētā puse NEVAR JUMS PALĪDZĒT (vai traucēt), taču IR IEINTERESĒTA jūsu darbībā? Tā kā viņi ir ieinteresēti, informējiet viņus, bet neieguldiet pārāk daudz pūļu, jo viņi nevar jums palīdzēt.

4. Kura ieinteresētā puse NEVAR JUMS PALĪDZĒT (vai traucēt) un NAV IEINTERESĒTA jūsu darbībā? Paturiet viņus prātā, bet neieguldiet daudz pūļu attiecību veidošanā.

Izvēlieties savai organizācijai piemērotu variantu:

Pamata: Ierakstiet atslēgvārdus, pamatojoties uz savu (komandas) pieredzi, viedokli un intuīciju.

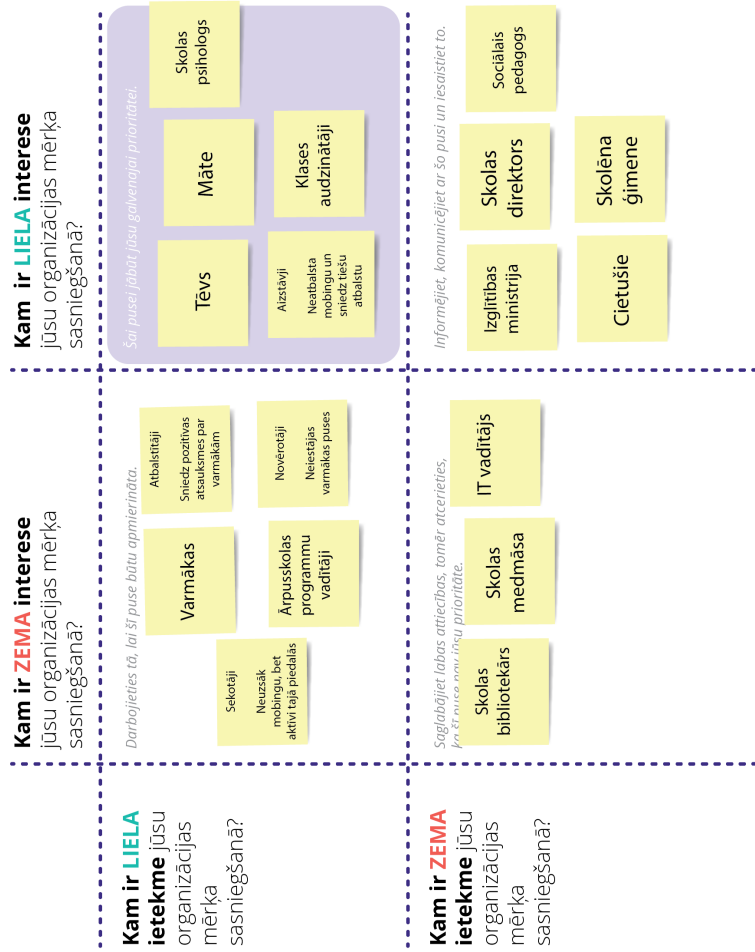
Vidēji sarežģīts: Iesaistiet citas organizācijas, lūdziet ekspertu viedokļus, tostarp to ieinteresēto pušu viedokļus, kam ir atšķirīga pieredze un vērtības nekā jūsu komandai.

Datos balstīts: Veiciet izpēti, lai labāk izprastu savas ieinteresētās puses, un sadaliet tās pēc to "ietekmes" un "intereses" pakāpes. To var veikt kā pētījumu, kurā var ietvert intervijas, fokusgrupu un ekspertu viedokļus.

Piemērs- kibermobinga novēršanas programma

Leinteresēto pušu karte

Kurā no sadaļām atrodas katra ieinteresētā puse?



Vai, pamatojoties uz iegūto informāciju, jūs varat noteikt, kas ir jūsu nozīmīgākās ieinteresētās puses? Ko jūs varat praktiski darīt, lai palielinātu viņu pozitīvo ietekmi uz jūsu mērķa sasniegšanu un samazinātu negatīvo?

1. Varmākas
2. Novērotāji
Neiesaistās varmākas puses
3. Klases audzinātāji
- ...

Kad un kāpēc izmantot šo metodi?

Kāpēc izmantot šo metodi?

- ✓ **Lai saprastu, kuras tieši cilvēku grupas un organizācijas jums ir jāiesaista un ar kurām jāsadarbojas, lai sasniegtu jūsu ietekmes mērķus.** Piemēram, ja jūs vēlaties strādāt ar jauniešiem, tad viena no ieinteresētajām pusēm, kas var ietekmēt jūsu darbu, ir pieaugušie (skolotāji, vecāki u.c.), kuriem ir ietekme uz jauniešiem, kuriem jūs vēlaties palīdzēt.
- ✓ Izmantojot šo rīku, **jūs varēsiet sagrupēt jūsu ieinteresētās puses pēc to ietekmes un ieinteresētības pakāpes** jūsu ietekmes mērķa sasniegšanā. Šo rīku varat izmantot, lai saprastu, kādas attiecības veidot ar katru no ieinteresētajām pusēm, un cik daudz laika un pūļu ieguldīt šajās attiecībās.
- ✓ **Lai uzņemtos atbildību par organizācijas darbībām, kuras var atstāt negatīvu ietekmi.** Tas īpaši attiecas uz tām ieinteresētajām pusēm, kuras uz jūsu ietekmes mērķi atstāj tikai nelielu iespaidu (piemēram, jaunieši, kuriem apmeklēt jūsu aktivitātes ir likuši vecāki vai sociālie darbinieki, vai jaunieši, kuri iegūtu lielāku labumu no citas organizācijas aktivitātāšu apmeklēšanas). Šādā veidā iespējams apzināt potenciālo negatīvo ietekmi un mazināt to.

Kad izmantot šo rīku?

- ✔ Pirms īstermiņa mērķu un aktivitāšu izstrādes un plānošanas (piemēram, izmantojiet to tad, kad esat uzstādījuši savu ietekmes mērķi un aizpildījuši risinājuma koku).
- ✔ Ja vēlaties pārliecināties, ka tiešām esat identificējuši visus riskus un iespējas, kas saistītas ar cilvēku un organizāciju grupām, kas ir ieinteresētas un/vai var ietekmēt jūsu mērķa sasniegšanu.



4. metode:

Lietotāju pieredzes izpēte



Lietotāju pieredzes izpēte - šī metode palīdzēs izprast jūsu organizācijas aktivitātēs iesaistīto cilvēku pieredzi, lai turpmāk to veidotu pēc iespējas pozitīvāku.



Rūta Žulpaitē

([Geri Norai](#))

"Lietotāja pieredzes izpēte ir metode, ko vajadzētu lietot regulāri, lai saprastu savu mērķa auditoriju, kā arī veidojot jaunas aktivitātes un projektus. Lielākoties katrā projektā vai aktivitātē lietotāju pieredzes specifika atšķiras, tāpēc ir būtiski to izvērtēt, lai varētu attiecīgi uzlabot. Šo metodi var lietot kā neformālu aktivitāti arī komandas sapulcēs."



Kas ir Lietotāju pieredzes izpēte?

Ir svarīgi izprast mērķa grupas vajadzības un pieredzi saskarsmē ar jūsu organizāciju, lai varētu izveidot jēgpilnas aktivitātes.

Lietotāji jeb labuma guvēji ir cilvēki, kuri gūst labumu (tiešu vai netiešu) no jūsu organizācijas darbības. Savu aktivitāšu rezultātā jūs sasniegsiet savu ietekmes mērķi un palīdzēsiet radīt pozitīvas pārmaiņas lietotāju dzīvē.

Šī metode ir **lietotāja pieredzes vizuāls atspoguļojums**, vienuviet parādot organizācijas un auditorijas mijiedarbības veidus un kvalitāti un iedvesmojot uzlabot savu darbību.

Šis rīks ir noderīgs:

- kad organizācija plāno savas aktivitātes un izstrādā jaunus projektus sava mērķa sasniegšanai,
- kad nepieciešams izvērtēt un uzlabot organizācijas darbu, ņemot vērā lietotāju pieredzi un sajūtas aktivitāšu laikā.

Kā izskatās šī metode?

Lietotāja pieredzes izpēte

Lietotājs - no kuras ieinteresētās personas perspektīvas jūs aprakstīsiet šo mijiedarbību?

	1. POSMS	2. POSMS	3. POSMS	4. POSMS	5. POSMS
Kuros jūsu darbības posmos lietotājs mijiedarbojas ar jūsu organizāciju?					
Ideālais scenārijs: ko lietotājs piedzīvo katrā no posmiem?					
Reālistiskais scenārijs: ko lietotājs piedzīvo katrā no posmiem?					
Negatīvais scenārijs: ko lietotājs piedzīvo katrā no posmiem?					
Ko jūs varat darīt katrā no posmiem, lai izvairītos no negatīvā scenārija riska un nodrošinātu reālistisku vai pat ideālu scenāriju?					

**Kas jāzina pirms šīs metodes
izmantošanas?**

Iedomājieties jūsu mērķa grupu un tipiskāko šīs grupas pārstāvi. Kāda ir viņa pieredze saskarsmē ar jūsu organizāciju no pirmās satikšanās līdz preces/pakalpojuma saņemšanas beigām? Kādam, jūsuprāt, jāizskatās ideālajam scenārijam, kāds ir sliktākais un kāds - reālistiskais scenārijs?

Ko jūs vēlētos mainīt personas pieredzē? Ko jūs varat mainīt savās aktivitātēs, lai sasniegtu ietekmes mērķi?

Galvenie soļi

1. Izvēlieties lietotāju grupu, kuriem ir vairākas līdzīgas iezīmes, piemēram, vecums, dzimums, intereses vai sociālekonomiskais stāvoklis. Pēc tam definējiet vienu tipisku šīs grupas pārstāvi, mēģiniet būt pēc iespējas konkrētāki. Pakalpojuma dizaina procesā šādu tipisku pārstāvi sauc par personu. Vairāk par personu veidošanu varat izlasīt šeit.

2. Aprakstiet visu lietotāja un jūsu organizācijas mijiedarbības procesu (preces/pakalpojuma saņemšanas pieredzi), sadalot to pa posmiem. Sākot ar brīdi, kad lietotājs pirmoreiz par jums uzzina, līdz pat mirklim, kad lietotājs domā par jums pēc preces/pakalpojuma saņemšanas! Ņemiet vērā arī posmus, kas notiek pirms/pēc jūsu aktivitātēm un var būtiski ietekmēt lietotāja pieredzi, piemēram, kā lietotājs par jums uzzina. Posmu skaits ir atkarīgs no jūsu organizācijas darbības veida un izvēlētās ieinteresētās personas - jo sīkāk sadalīsiet savu darbību pa posmiem, jo vairāk informācijas būs iespējams iegūt.

3. Katram posmam uzrakstiet **ideālo situāciju**, kas balstās labākajā pieredzē, ko lietotājs var gūt, saņemot preci/pakalpojumu, **sliktāko scenāriju**, kas raksturo tipiskākās negatīvās situācijas, un **reālistisko - visticamāko - scenāriju**, kas raksturo pieredzi, ko gūst lielākā daļa jūsu organizācijas mērķa grupas. Visos posmos atzīmējiet domas, sajūtas, emocijas utt., ko vēlaties, lai ieinteresētā persona piedzīvo saskarmē ar jūsu organizāciju.

4. Salīdziniet, kur jūsu ideālais scenārijs atšķiras no realitātes. **Nosakiet veicamos uzlabojumus jūsu organizācijas darbībā, lai virzītos uz ideālo variantu**, izmantojot jautājumu: "Ko mēs varam darīt katrā no posmiem, lai izvairītos no sliktākā scenārija un nodrošinātu reālistisku un pat ideālu pieredzi?".

Izvēlēties savai organizācijai piemērotu variantu:

Pamata: Ierakstiet atslēgvārdus, pamatojoties uz savu (komandas) pieredzi, viedokli un intuīciju.

Vidēji sarežģīts: Iesaistiet Lietotāju pieredzes izpētes izveidē lietotāju pārstāvjus un/vai novērojiet lietotāja mijiedarbību ar organizāciju no malas (piemēram, jūsu pasākumu laikā vai pirmajā tikšanās reizē).

Datos balstīts: Veiciet padziļinātu izpēti, lai izprastu dažādu auditorijas segmentu iesaistes procesu un pieredzi, piemēram, veiciet aptaujas, intervijas, fokusgrupu aptaujas un novērojumus.

Piemērs- kibermobinga novēršanas programma

Lietotāja pieredzes izpēte

leinteresēto
personu grupa:
Kibermobinga
veicēji



Populārs
Pauls

Pauls iesaistās
mobingā reālajā dzīvē,
gan kibermobingā, lai
saņemtu vienaudžu
atzinību

aktīvas

Viņš ir
populārs
savā klasē

**Kuros jūsu darbības
posmos lietotājs
mijiedarbojas ar jūsu
organizāciju?**

Ideālais scenārijs:

ko lietotājs piedzīvo katrā
no posmiem?

Reālistiskais scenārijs:

ko lietotājs piedzīvo
katrā no posmiem?

Negatīvais scenārijs:

ko lietotājs piedzīvo katrā
no posmiem?

**Ko jūs varat darīt katrā
no posmiem,** lai izvairītos
no negatīvā scenārija riska
un nodrošinātu reālistisku
vai pat ideālu scenāriju?

	1. POSMS	2. POSMS	3. POSMS	4. POSMS	5. POSMS
	Iepazīšanās ar klasi (15 min)	Pirmā spēles sesija	Otrā spēles sesija	Iesaistīšanās spēles mācībā	Noslēguma tikšanās
Ideālais scenārijs: ko lietotājs piedzīvo katrā no posmiem?	Skolēni ar sajūsmu sāk spēlēt spēli Skolēni jūtas tā, it kā tā būtu atpūta no garlaicīgiem mācību uzdevumiem	"Kā es varu to paveikt?"	Vairāku spēlētāju turnīri, tāpēc ikvienam ir jāpiedalās Dažādas stratēģijas, misijas un uzdevumi	"Vai tiešām mobinga upuri jūtas sādi?" "Es nekad vairs nedarišu pāri"	"Man vajadzētu vairāk ņemt vērā citu cilvēku jūtas. Mobings nav pieņemams"
Reālistiskais scenārijs: ko lietotājs piedzīvo katrā no posmiem?	Spēle notiks mācību stundu laikā (nevis pēc mācību stundām)	Lai veicinātu konkurenci, tiks izveidots publisks lideru tablo Spēles grafika un spēle būs līdzīga šī brīža populārām spēlēm	Nelineāri stāsta elementi spēlētājam sniedz lielāku autonomiju	Spēles mācība nav pasniegta tieši. Tā vietā spēle ļauj spēlētājam pašam izdarīt secinājumus	Dalībnieki pierakstās uz turpmākām tikšanās reizēm, lai noskaidrotu, vai spēles ietekme ir ilgstoša
Negatīvais scenārijs: ko lietotājs piedzīvo katrā no posmiem?	"Kas viņi ir, lai man norādītu, ko darīt?" "Vai tas nozīmē, ka būs vairāk mājasdarbu?" "Man ir vienalga"	"Grafiskais dizains citās spēlēs ir daudz labāks" "Šis ir garlaicīgi!"	"Viens un tas pats" "Es ieeišu 'Tik Tokā' kamēr neviens neredz."	"Man nepatīk, kad kads man liek kaut ko darīt" "Esmu pārāk foršs šai spēlei."	"Es uz mirkli nedarišu pāri, bet apmēram divu nedēļu laikā es savu solījumu aizmirsišu" "Tā bija laika izšķiešana"
Ko jūs varat darīt katrā no posmiem, lai izvairītos no negatīvā scenārija riska un nodrošinātu reālistisku vai pat ideālu scenāriju?	Plānot nodarbības tā, lai skolēni spēlētu spēli mācību stundu laikā, nevis pēc tām	Atrast spēli ar labu grafiku Ja veido savu spēli, atrast labu grafikas dizaineri	Izvēlēties/izveidot spēli, kas neatkārtojas un ir pietiekami izaicinoša mērķauditorijai	Skaidri nenorādiet spēlētājam, kāda ir pareizā rīcība. Ļaujiet viņiem pašiem nonākt pie secinājuma vai palīdziet viņiem to izdarīt sesijas beigās	Iespēja piedalīties turpmākajā tikšanās reizēs, lai saprastu spēles ilgtermiņa ietekmi

Kad un kāpēc izmantot šo metodi?

Lietotāju pieredzes izpēte palīdzēs izprast **cilvēkus**, kuri iesaistās un kurus ietekmē jūsu organizācijas aktivitātes, **vajadzības un pieredzi**.

Tā kā rīks vizuāli parāda katru lietotāja iesaistes procesa posmu, **tas ļauj praktiski pārdomāt savu piedāvājumu**: kas izdodas, ko jāmaina un jāuzlabo. Apkopojiet lietotāju atsauksmes, lai pārlicinātos, ka patiesi novērtējat viņu pieredzi, domas, sajūtas preces/pakalpojuma saņemšanas procesā.

Lietotāju pieredzes izpēte palīdzēs visu veidu organizācijām analizēt, **kā palielināt savu darbību ietekmi praktiski, piemēram**, kā novērst dalībnieku skaita samazināšos. Šis rīks ir noderīgs pakalpojuma izstrādes procesa sākumā, kā arī ikreiz, kad ir nepieciešams novērtēt un uzlabot organizācijā notiekošās aktivitātes.

Kāpēc izmantot šo metodi?

✔ Tā palīdz **noteikt, kādi pasākumi jāveic, lai uzlabotu lietotāja pieredzi** (piemēram, kā uzrunāt dalībniekus, samazināt izstājušos dalībnieku skaitu, piedāvāt atbilstošākas turpmākās aktivitātes).

Saprotot lietotāja mijiedarbības procesu, jūs redzēsiet:

- 1) Kuri procesa posmi aizkavē vēlamu rezultātu un ietekmes sasniegšanu. Tas jums palīdzēs izprast, kā novērst šos šķēršļus. Tās var būt arī ar jūsu darbību neaistītas aktivitātes, kas tomēr ietekmē, vai jūs sasniegsiet cerēto ietekmi.
- 2) Kādi šī procesa aspekti var būt lietotājam pozitīvi vai negatīvi. Tas palīdzēs novērst nepatīkamas situācijas un veicināt pozitīvo pieredzi.

Kad izmantot šo metodi?

- Tad, kad plānojat savas aktivitātes** un apsverat, kādu pieredzi jūs vēlaties sniegt saviem lietotājiem katrā no posmiem,
 - lai veicinātu pozitīvo pieredzi,
 - lai samazinātu iespēju gūt negatīvu pieredzi.
- Ikreiz, kad vēlaties **analizēt un uzlabot savas aktivitātes**, saprotot lietotāja pieredzi un izjūtas, lai panāktu lielāku ietekmi.



5. metode:
Pārmaiņu teorija



Pārmaiņu teorija palīdzēs plānot un aprakstīt jūsu organizācijas darbību, sākot ar ieinteresēto pušu vajadzību/problēmu apzināšanu līdz pat organizācijas aktivitāšu pozitīvās ietekmes novērtēšanai.

NB! Šīs metodes aizpildīšanai noderēs iepriekš minētie rīki, jo īpaši Problēmas koks, Risinājuma koks un Lietotāja pieredzes izpēte.



Laura Sukaruka

([Kanepes Kultūras centrs](#))

"Pārmaiņu teorija ļauj ieraudzīt pilno bildi, kādi ir darāmie darbi un ko nav nepieciešams darīt. Bieži mēs izdarām kaut ko un tikai vēlāk domājam, kā tas ietilpst mūsu aktivitāšu ietvarā. Komunikācija mums ir ļoti svarīga, tāpēc Pārmaiņu teorija parāda, vai mūsu aktivitātes un rezultāti atbilst mūsu vīzijai."



Kas ir Pārmaiņu teorija?

Kā noskaidrot, vai jūsu ietekmes mērķa sasniegšanas plāns patiešām darbosies? Izmantojiet **Pārmaiņu teoriju**, lai izprastu saikni starp **risināmo problēmu** un **jūsu ietekmes mērķi**, kā arī nepieciešamos soļus mērķa sasniegšanai.

Pārmaiņu teoriju var izmantot jebkura organizācija dažādos attīstības posmos, taču visnoderīgāk to ir izmantot, plānojot organizācijas aktivitātes. Šis rīks būs noderīgs arī tad, kad vēlaties īsi, bet visaptveroši prezentēt savas organizācijas darbību.

Metodes nosaukums ir Pārmaiņu teorija, jo ar tās palīdzību var izveidot teoriju, kā organizācijas veiktās aktivitātes rada pozitīvas pārmaiņas. Tāpat kā jebkura cita teorija arī jūsu organizācijas Pārmaiņu teorija ir jāpārbauda praksē.

Kā izskatās šī metode?

Pirmā versija

Pārmaiņu teorija

1.

leinteresētās puses

Kas ir jūsu leinteresētās personas?

2.

Vajadzības

Kādas ir leinteresēto pušu vajadzības?

5.

Aktivitātes

Kāds ir jūsu organizācijas darbības modelis, kādas ir jūsu aktivitātes?

6.

Priekšnosacījumi

Kas ir jāievieš, lai nodrošinātu jūsu aktivitāšu panākumus?

4.

Aktivitāšu rādītāji un īstermiņa pārmaiņas

Kādas īstermiņa pārmaiņas ir jāsasniedz, lai atstātu vēlamo ietekmi?

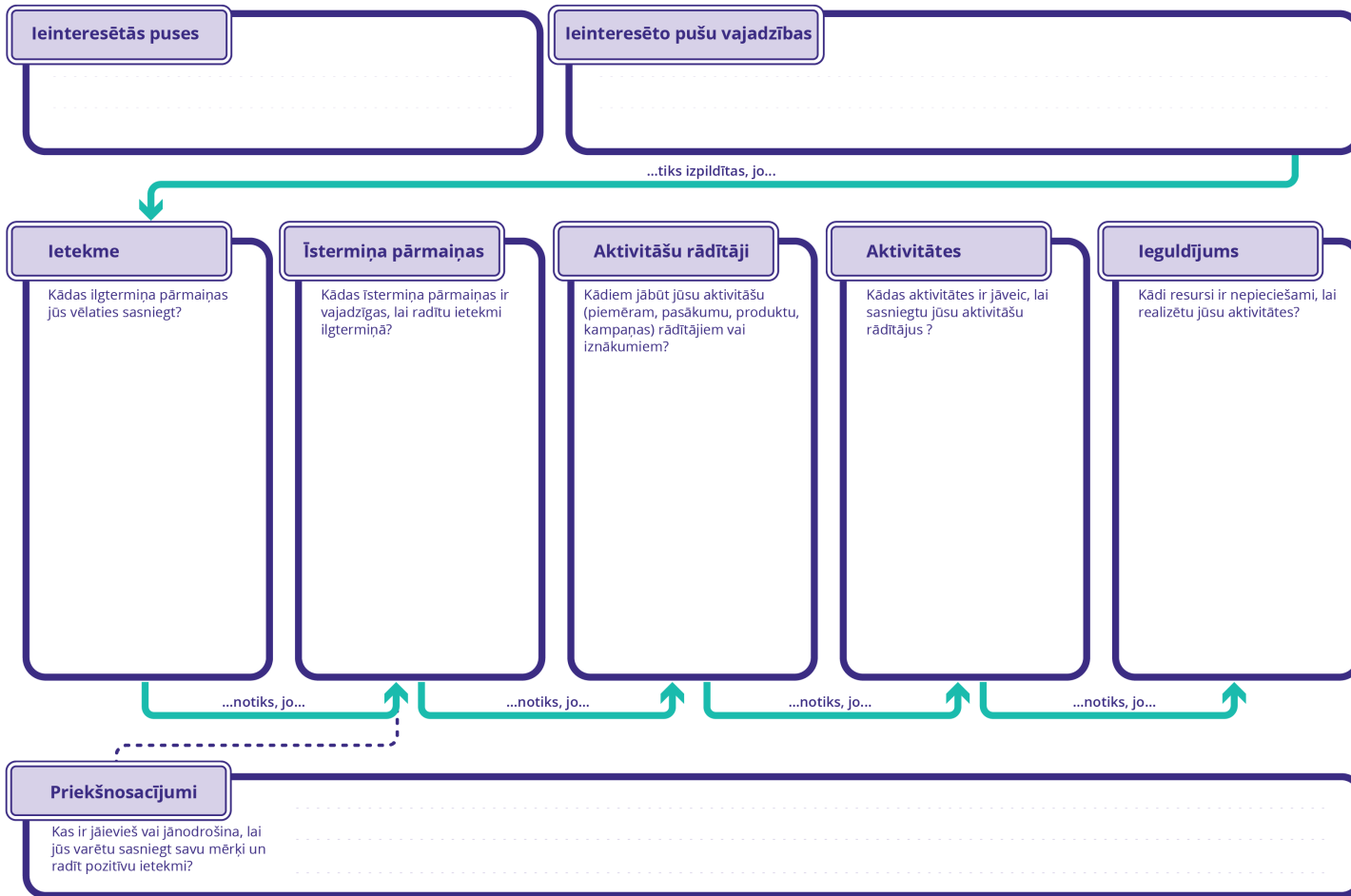
3.

Ietekme

Kādas ilgtermiņa pozitīvas pārmaiņas jūs plānojat sasniegt?

Otrā versija

Pārmaiņu teorija



**Kas jāzina pirms šīs metodes
izmantošanas?**

Apdomājiet savas aktivitātes.

Tagad iedomājaties to vēlamo ietekmi.

Kādi var būt jūsu aktivitāšu iznākumi, un kā tie var radīt vēlamo ietekmi?

Kādi soļi ir jāveic, lai aktivitāšu rezultātā tiktu sasniegta plānotā ietekme?

Uzrakstiet šos soļus, sekojiet metodes norādēm.

Tā būs jūsu Pārmaiņu teorija.

Kāda ir atšķirība starp abām metodes versijām?

Pirmā (ar sešiem laukiem) ir vienkāršāka versija. To var izmantot, ja jums nav daudz laika vai jūs vēlaties prezentēt savas organizācijas darbību. Tā ir viegli saprotama arī tiem, kas nepazīst jūsu organizāciju un tās darbību.

Otrā (ar septiņiem laukiem) ir visaptverošāka versija. To ir vērts izmantot, ja jums ir nepieciešams plānot vai analizēt organizācijas darbību.

Ņemot vērā jūsu organizācijas vajadzības, izvēlieties piemērotāko metodes variantu. Jo detalizētāk un precīzāk jūs aizpildīsiet rīku, jo labāk sapratīsiet kā varat veidot ilgtermiņa ietekmi.

Jūs varat **izveidot vienu Pārmaiņu teoriju par visu organizācijas darbību vai arī veidot atsevišķu Pārmaiņu teoriju par katru ieinteresēto personu grupu.** Parasti jaunatnes organizācijas darbojas ar 1-3 dažādām ieinteresēto personu grupām.

Galvenie soļi

1. Aizpildiet metodē norādītos laukus:

- sekojiet katra lauka augšējā labajā stūrī norādītajai numerācijai (6 lauku versijā);
- sekojiet norādēm un bultām virzienā no kreisās uz labo pusi (7 lauku versijā).

Pārmaiņu teorijas aizpildīšanā varat izmantot informāciju, ko ieguvāt no iepriekš aizpildītājām metodēm.

2. Pārliecinieties, ka saprotat atšķirību starp aktivitāšu rādītājiem un īstermiņa pārmaiņām. Aktivitāšu rādītāji ir tie, kas noved pie īstermiņa pārmaiņām. Piemēram, izveidota 1 ērti lietojama un pievilcīga mājaslapa ir aktivitātes rādītājs, kas savukārt palielina mājaslapas apmeklējumu - un tās ir īstermiņa pārmaiņas. Īstermiņa pārmaiņas apraksta jūsu radītās izmaiņas (nevis jūsu veiktās darbības, bet gan to sekas).



AIZPILDIET

Pārmaiņu teoriju šādā secībā:

Ieinteresētās puses:

Kam jūs cenšaties palīdzēt?

Ieinteresēto pušu vajadzības:

Kāda palīdzība ir jāsniedz?

Ietekme:

Kādas ilgtermiņa pārmaiņas jūs vēlaties sasniegt?

Īstermiņa pārmaiņas:

Īstermiņa pārmaiņas ir jāsasniedz, lai atstātu ilgtermiņa ietekmi?

Aktivitāšu rādītāji:

Kā jūs vislabāk varat panākt pārmaiņas?

Aktivitātes:

Ko konkrēti jūs varat darīt, lai sasniegtu pārmaiņas?

Priekšnosacījumi:

Kas varētu traucēt jūsu izvēlētajām aktivitātēm radīt īstermiņa pārmaiņas?



Bet LASIET un

lietojiet to šādā secībā:

Ieinteresēto pušu vajadzības

(kā arī jūsu vēlme radīt pozitīvu ietekmi) ir galvenais jūsu darbības iemesls un pamats.

Pirms darbības uzsākšanas ir

jāizpilda **priekšnosacījumi**. Pretējā gadījumā jums neizdosies sasniegt rezultātus.

Jūs veiksiat **aktivitātes**, kas palīdzēs sasniegt aktivitāšu rādītājus.

Aktivitāšu rādītāji

(cerams) novedīs pie īstermiņa pārmaiņām.

Īstermiņa pārmaiņas

(cerams) atstās ilgtermiņa ietekmi.

Ilgtermiņa ietekme

(cerams) apmierinās ieinteresēto pušu vajadzības.



Piemērs- kibermobinga novēršanas programma

Pārmaiņu teorija

Skolēni no 4. līdz 6. klasei

Mācās skolās, kurās vairāk nekā 41% skolēnu cieš no kibermobinga (vidējais rādītājs valstī)

Skolēni, kuri neiejaucas mobingā, lai gan paši nav pāri darītāji

1.

leinteresētās puses

Kas ir jūsu leinteresētās personas?

2.

Vajadzības

Kādas ir leinteresēto pušu vajadzības?

(Daudzi) skolēni, kuri ierasti neiejaucas konfliktos, vēlētos vērsties pret mobingu, bet viņiem nav drosmes vai prasmju to darīt

Skolēni, kuri neiejaucas mobingā, vēlas iekļauties un būt populāri vienaudžu vidū

izskaidro kibermobingu, tā ietekmi un biežumu

Izveidot spēli, kas

palīdz iejusties upuru lomā

māca dalībniekiem, kā novērst un apturēt mobingu

5.

Aktivitātes

Kāds ir jūsu organizācijas darbības modelis, kādas

Izglītojošas datorspēles (nopiētņās spēles) spēlēšana 3 sesijas pa 45 minūtēm ar pamācību spēles sākumā un diskusiju beigās

Uzzināt skolēnu atsauksmes pēc spēles, mērīt ietekmi un attiecīgi uzlabot spēles sesijas

6.

Priekšnosacījumi

Kas ir jāievieš, lai nodrošinātu jūsu aktivitāšu panākumus?

Resursi spēles izveidei (ieguldījumi programmatūrā)

Resursi, lai iesaistītu skolas un skolēnus (atalgojums koordinatoram, spēļu vadītājiem)

Skolēni vēlas spēlēt spēli (tā ir aizraujoša)

Programma sasniedz pietiekami daudz skolēnu, lai mainītu situāciju

Kibermobings notiek publiskā tiešsaistes vidē, kur citi var iejaukties, lai to apturētu

Pēc datorspēles beigām skolēni ATCERAS informāciju un IEVIES to reālajā dzīvē

Kibermobinga gadījumi ir retāki

Paaugstinās skolu apmeklētība

Viktimizācijas gadījumi (cik bieži cilvēki ziņo par mobingu) ir retāki

Paaugstinās apmierinātības līmenis ar skolas dzīvi

3.

Ietekme

Kādas ilgtermiņa pozitīvas pārmaiņas jūs plānojat sasniegt?

4.

Aktivitāšu rādītāji un īstermiņa pārmaiņas

Kādas īstermiņa pārmaiņas

Pirmajā gadā sasniegtas 10 skolas

Programma sasniedz 60% skolas skolēnu

Skolēniem ir lielākas zināšanas par to, kā apturēt kibermobingu

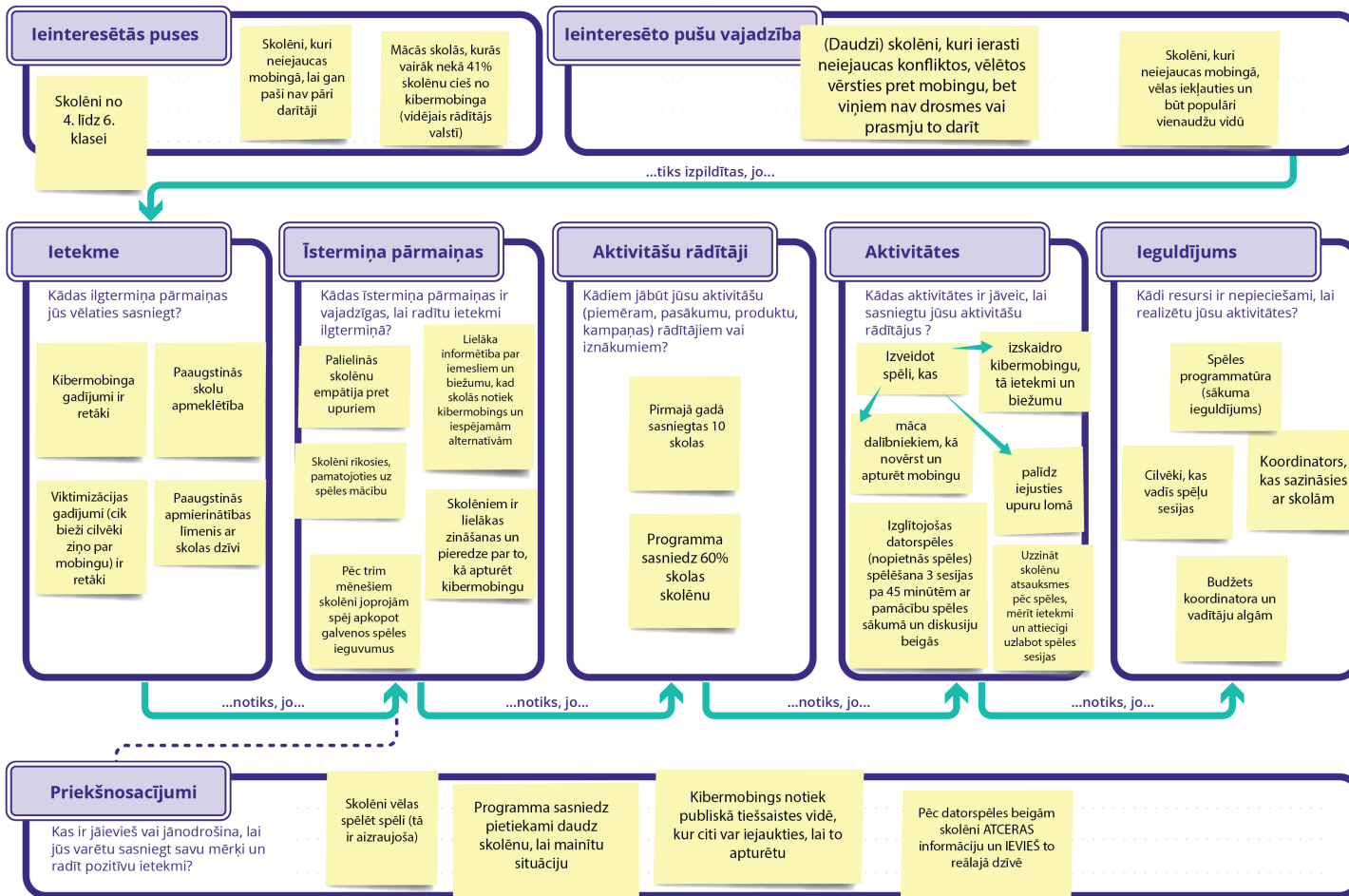
Pēc trim mēnešiem skolēni joprojām spēj apkopot galvenos spēles ieguvumus

Lielāka informētība par iemesliem un biežumu, kad skolās notiek kibermobings un iespējamām alternatīvām

Palielinās skolēnu empātija pret upuriem

Skolēni rīkosies, pamatojoties uz spēles mācību

Pārmaiņu teorija



Kad un kāpēc izmantot šo metodi?

Kāpēc izmantot šo metodi?

Šī ir vienīgā metode, kas aptver visus svarīgākos ietekmes plānošanas un pārvaldības aspektus.

Tā identificē, kurām jūsu organizācijas darbībām nepieciešams pievērst lielāku uzmanību, lai atstātu vēlamu ietekmi. Piemēram:

- Cik skaidri esat definējuši savas iesaistītās puses?
- Cik labi izprotat iesaistīto pušu vajadzības?
- Cik precīzi jūs zināt, īstermiņa pārmaiņas un ietekmi, ko vēlaties sasniegt?
- Kuras aktivitātes jums palīdzēs apmierināt ieinteresēto pušu vajadzības un radīt pozitīvas pārmaiņas nākotnē?

Kādi priekšnoteikumi ir jāizpilda, lai jūsu aktivitātes būtu veiksmīgas un sasniegtu mērķi?

Pirmā - vienkāršākā - metodes versija palīdzēs paskaidrot jūsu organizācijas mērķus, aktivitātes un ietekmi.

Kad izmantot šo metodi?

- ✓ Lai vienuviet apkoptu ar citām metodēm (piemēram, Problēmas koku, Risinājuma koku, leinteresēto pušu karti) iegūto informāciju.
- ✓ Ja jūsu komandai pievienojas jauni darbinieki, varat metodi izmantot, lai pastāstītu par savu organizāciju un pārliecinātos, ka viņi ir sapratuši organizācijas darbības virzienus un mērķi.
- ✓ Metodi var izmantot arī ārējai komunikācijai, piemēram, veidojot projektu pieteikumus.
- ✓ Kopā ar komandu varat pārskatīt Pārmaiņu teoriju, lai pārliecinātos, ka sekojat organizācijas stratēģijai. Tā parādīs, vai jūsu darbībā ir nepieciešamas izmaiņas.



6. metode:

letekmes indikatoru saraksts



Ietekmes indikatoru saraksts -

palīdzēs jums saprast, izvēlēties vai izveidot atbilstošus indikatorus, kas vēstīs par to, ka jūsu darbs ar jauniešiem tiešām sniedz pozitīvu ietekmi, ko vēlaties panākt darbā ar jauniešiem un jauniešu interesēs.

Kas ir letekmes indikatoru saraksts?

Indikatori parāda, vai jūsu darbības palīdz radīt pozitīvas pārmaiņas jauniešu dzīvē. Citiem vārdiem sakot - vai organizācijas darbības virziens, īstenojot aktivitātes ar mērķi atstāt pozitīvu ietekmi, ir pareizs.

Lai noteiktu jūsu organizācijas ietekmi un apkopotu nepieciešamos datus, ir svarīgi izveidot un regulāri izmantot indikatoru sarakstu. Indikatoru saraksts ir jāizveido, pirms organizācija sāk mērīt tās ietekmi, jo tā var labāk saprast, kāda informācija jums būs jāapkopo.

Apkopotais indikatoru saraksts ir domāts organizācijām, kas darbojas ar jauniešiem. Ja jūsu organizācija darbojas citā jomā, izveidojiet savu indikatoru sarakstu, kas atbilstu jūsu darbības virzienam, izmantojot šo sarakstu kā paraugu un iedvesmas avotu.

Kā izskatās šī metode?

Ietekmes indikatoru saraksts

Kādas pārmaiņas jauniešu dzīvē jūs vēlaties veicināt?

1. Jūsu organizācijas darbību īstermiņa ietekmes piemēri:

1.1. Īstermiņa pārmaiņas jauniešos:

- laika un enerģijas patēriņš
- sociālo kontaktu skaits un veids
- piederības sajūta
- zināšanas
- prasmes / pieredze
- attieksme un vērtības
- uzvedība -
 - vairāk vēlama
 - mazāk nevēlama
- mobilitāte (vietējā un starptautiskā mērogā)
- garīgā veselība
- fiziskā veselība
- jauniešu atrašanās fiziskajā un digitālajā vidē

1.2. Pozitīvas pārmaiņas, kas uzreiz neietekmē pašus jauniešus (piemēram, jaunatnes jomas pārmaiņas un uzlabojumi, kas nākotnē ietekmēs jauniešu dzīves).

1.3 Negatīvas izmaiņas jauniešos, piemēram:

Negatīva pieredze aktivitātēs vai pasākumā

Jaunieša iesaiste mazāk kvalitatīvā un iedarbīgā programmā, salīdzinot ar alternatīvām aktivitātēm

2. Iespējamā ilgtermiņa ietekme, ko jūsu organizācija var radīt:

2.1. Pārmaiņas, ko var novērot jauniešos ilgākā laika periodā:

- kompetences un kvalifikācijas celšana
- ienākumu pieaugums
- formālās izglītības iegūšana
- nodarbinātības statuss
- pilsoniskā līdzdalība (piem., brīvprātīgais darbs)

3. Citi:

Viena citiem indikatoriem atkarība no jūsu plānotās aktivitātes un tās mērķa.

**Kas jāzina pirms šīs metodes
izmantošanas?**

Izmantojiet šo sarakstu, lai izvēlētos indikatorus, kas vislabāt atspoguļo izmaiņas, ko vēlaties radīt jauniešu dzīvē. Pielāgojiet, papildiniet un precīzi formulējiet indikatoru sarakstu un sāciet apkopot informāciju un datus, balstoties uz šiem indikatoriem.

Izvēlieties savai organizācijai piemērotāko variantu:

Informāciju par izmaiņām jauniešu dzīvē un uzvedībā nebūs iespējams apkopot uzreiz. Sāciet ar tiem datiem, ko varat apkopot uzreiz pēc aktivitātes īstenošanas (piemēram, dalībnieku viedokli par to, vai šī aktivitāte, programma, projekts uzlabos viņu iespējas, motivāciju utt.), pēc tam turpiniet izvēlēties arvien specifiskākus indikatorus un pētniecības metodes, lai saprastu jūsu organizācijas ietekmi.

Galvenie soļi

1. No saraksta izvēlieties atbilstošākos indikatorus, kas vislabāk parāda pozitīvās izmaiņas, ko jūs vēlaties sasniegt, vai negatīvās pārmaiņas, no kurām jūs vēlaties izvairīties.
2. Pielāgojiet katru indikatoru, lai tas precīzāk atbilstu izmaiņām, ko vēlaties sasniegt un izmērīt. Definējot indikatorus, izmantojiet terminus un informāciju no Pārmaiņu teorijas laukiem "Īstermiņa pārmaiņas" un "Ietekme".
3. Izvirziet izmērāmus mērķus katram no indikatoriem - piemēram, ko jūs vēlaties sasniegt un kādā laika posmā.
4. Plānojiet, kā jūs apkoposiet informāciju par organizācijas darbības progresu un rezultātiem katrā no indikatoriem.

Izveidojiet savu Ietekmes indikatoru sarakstu ar specifiskiem, jūsu organizācijai atbilstošiem indikatoriem.

Kā izveidot savu indikatoru sarakstu?

Izmantojiet citas šajā rokasgrāmatā apskatītās metodes, lai izveidotu savu specifisko indikatoru sarakstu:



Risinājuma koka
augšējo daļu



Lauku "Ietekme"
Pārmaiņu teorijā



Lauku "Istermīna
pārmaiņas"
Pārmaiņu teorijā

Kā pārliecināties, vai izvēlētais indikators ir atbilstošs?

Kāds ir piemērots indikators?

Ko tas nozīmē?

**PRECĪZĀKS NEKĀ
ALTERNĀTĪVAS**

Indikatoram ir labāk jāatspoguļo pozitīvo pārmaiņu būtība nekā citiem līdzīgiem indikatoriem.

ATBILSTOŠS

Indikatoram ir jāspēj mērīt aspektus, kurus organizācija ar savu darbību varētu būtiski ietekmēt.

SKAIDRS

Rādītājam jābūt nepārprotamam.

IZMĒRĀMS

Ir jābūt pieejamiem vai ar kādu pētniecības metodi iegūstamiem datiem, kas mēra indikatoru.

Piemērs- kibermobinga novēršanas programma

Ietekmes indikatoru saraksts

Kādas pārmaiņas jauniešu dzīvē jūs vēlaties veicināt?

1. Jūsu organizācijas darbību īstermiņa ietekmes piemēri:

1.1. Īstermiņa pārmaiņas jauniešos:

- laika un enerģijas patēriņš
- sociālo kontaktu skaits un veids
- piederības sajūta
- zināšanas
- prasmes / pieredze
- attieksme un vērtības
- uzvedība -
 - vairāk vēlama
 - mazāk nevēlama

- mobilitāte (vietējā un starptautiskā mērogā)
- garīgā veselība
- fiziskā veselība
- jauniešu atrašanās fiziskajā un digitālajā vidē

1.2. Pozitīvas pārmaiņas, kas uzreiz neietekmē pašus jauniešus (piemēram, jaunatnes jomas pārmaiņas un uzlabojumi, kas nākotnē ietekmēs jauniešu dzīves).

1.3 Negatīvas izmaiņas jauniešos, piemēram:

Negatīva pieredze aktivitātēs vai pasākumā

Jaunieša iesaiste mazāk kvalitatīvā un iedarbīgā programmā, salīdzinot ar alternatīvām aktivitātēm

2. Iespējamā ilgtermiņa ietekme, ko jūsu organizācija var radīt:

2.1. Pārmaiņas, ko var novērot jauniešos ilgākā laika periodā:

- kompetences un kvalifikācijas celšana
- formālās izglītības iegūšana
- nodarbinātības statuss

- ienākumu pieaugums

- pilsoniskā līdzdalība (piem., brīvprātīgais darbs)

3. Citi:

Vieto citiem indikatoriem atkarībā no jūsu plānotās aktivitātes un tās mērķa.

AKTIVITĀŠU RĀDĪTĀJI

Indikatoru saraksts

Skolēnu skaits, kas
uzsāka dalību
programmā

Skolēnu skaits, kas
pabeidza programmu, bet
nepiedalījās visās sesijās

Iesaistīto skolu
skaits

Programmas
sesiju skaits

Skolēnu skaits, kas
pabeidza programmu, bet
nepiedalījās visās sesijās

ĪSTERMĪNA PĀRMAIŅAS

Izpratne par
kibermobingu un
tā biežums skolā

Izpratne par
kibermobinga
sekām uz
upuriem

Zināšanas kā
iejaucies
kibermobinga
gadījumos

Iejutība pret
kibermobinga
upuriem

Atrieksme pret
kibermobingu

Vērtības
saistītas ar
kibermobingu

Komunikācijas
un uzvedības
maiņa

Izpratne par
kibermobingu
un tā ietekmi

Kibermobinga
gadījumu
biežums

To gadījumu
biežums, kad
skolēni iesaistās
kibermobinga
apturēšana

Skolēnu skaits, kas
regulārī iesaistās
kibermobinga

Skolēnu skaits, kas
regulārī cieš no
kibermobinga

Negatīvo pieredžu,
kas saistās ar
kibermobingu,
intensitāte

IETEKME

Dienu skaits,
kad skola
netika
apmeklēta

Skolēnu mācību
rezultāti

Skolēnu
mentālās
veselības
problēmas

Labklājība
skolā

Skolēnu fiziskās
veselības
problēmas

Kad un kāpēc izmantot šo metodi?

Kāpēc izmantot šo metodi?

✓ Lai saprastu, vai projekts virzās, kā plānots, un vai tas rada vēlamu ietekmi. Salīdzinot indikatoru rezultātus ar iepriekš noteiktajiem aktivitātes, projekta vai organizācijas mērķiem, ir vieglāk saprast, kas ir jāmaina, lai veiksmīgāk atstātu vēlamu ietekmi.

Kad izmantot šo metodi?

✓ Šo metodi vislabāk izmantot, kad esat sapratis, kādas problēmas jūs vēlaties risināt, kādas pozitīvās pārmaiņas vēlaties veikt un kas ir jūsu ieinteresētās puses, ko ar savu darbu vēlaties ietekmēt.

✓ Pirms izlemjat, kāda informācija un dati jums ir nepieciešami ietekmes mērīšanai.



7. metode:

Pētniecības metožu saraksts



Pētniecības metožu saraksts

iepazīstinās ar veidiem, kā apkopot informāciju, lai izvērtētu, vai sasniedzat savus izvirzītos mērķus saskaņā ar jūsu letekmes indikatoru sarakstu.

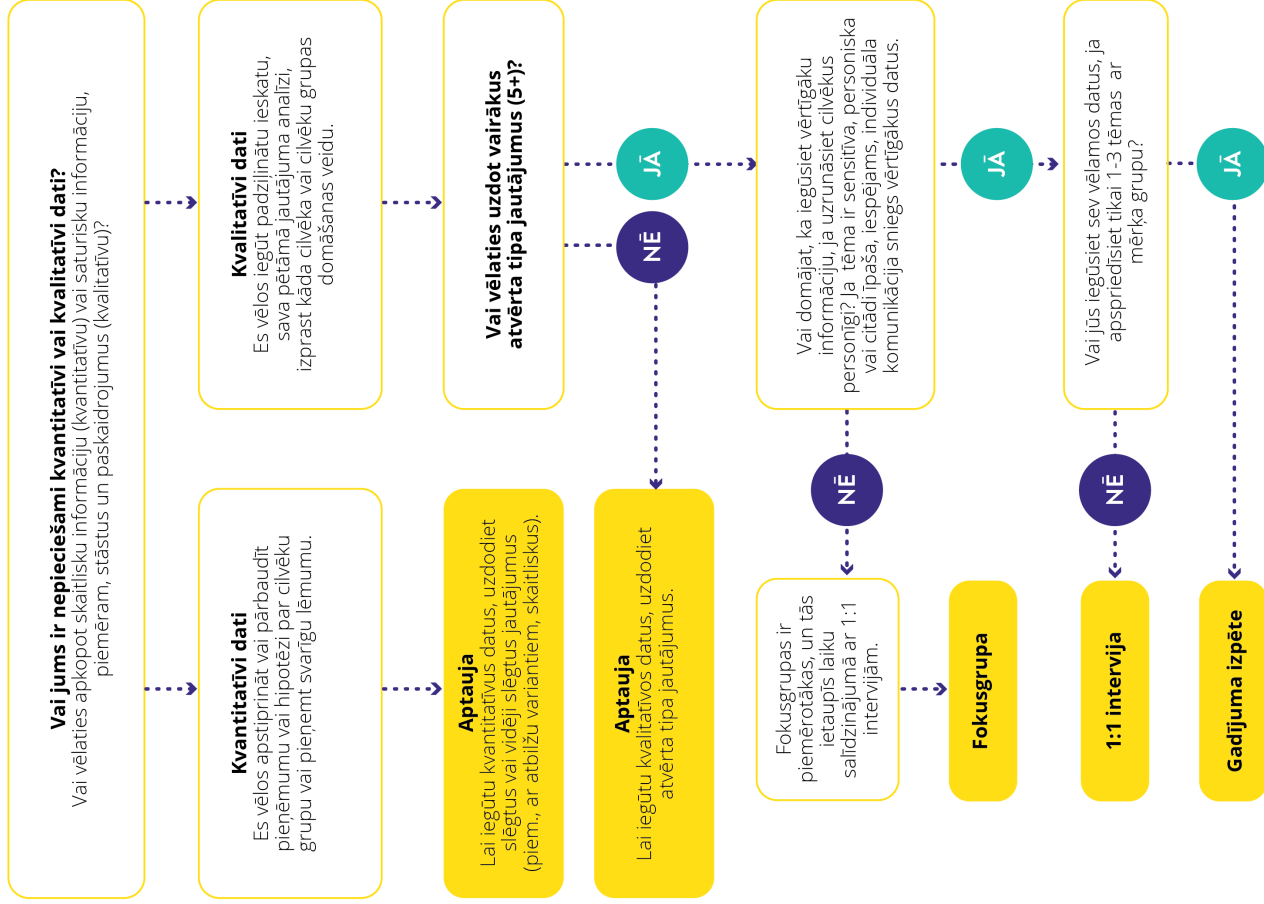
Kas ir Pētniecības metožu saraksts?

Šeit ir apkopotas dažādas jau pazīstamas pētniecības metodes, kas palīdzēs izvērtēt un analizēt jūsu organizācijas ietekmi.

Šo sarakstu varat izmantot pēc tam, kad esat izvēlējušies ietekmes indikatorus (6. metode). Varat arī vispirms veikt pētījumu, lai labāk saprastu, kurus indikatorus izvēlēties, un tikai pēc tam izlemt, kādas būs piemērotākās metodes informācijas apkopošanai atbilstoši indikatoriem.

Kā izskatās šī metode?

Pētniecības metožu saraksts



Kas jāņem vērā, izmantojot šo metodi?

Galvenie soļi

1. Sekojot līdzi diagrammas jautājumiem, izvēlieties vienu vai vairākas izpētes metodes, lai izvērtētu jūsu aktivitātes
2. Izpildiet norādījumus pie katras no metodēm, lai efektīvi izvērtētu savu ietekmi.

Ja jums nepieciešama papildu informācija par kādu no metodēm, iesakām to meklēt tiešsaistē! Katrai no metodēm ir savas īpatnības, kuras jāzina - piemēram, fokusgrupas vadīšanai nepieciešams ļoti prasmīgs moderators.

Izvēlieties savai organizācijai piemērotu variantu:

Varat sākt ar dažu interviju vai aptaujas veikšanu.

Ja jums ir pieejami papildu resursi (laiks, finansējums, cilvēkresursi), izmēģiniet sarežģītākas metodes (piemēram, izstrādājipt aptauju, par pamatu ņemot ekspertu ieteiktus jautājumus).

Galveno metožu apraksti

1:1 intervija

Tā ir ideāla metode jebkurā jūsu darbības posmā. Piemēram, varat intervēt jauniešus, lai iegūtu informāciju:

- par viņu vajadzībām un izaicinājumiem (lai izveidotu Problēmas koku (1. metode));
- par viņu dalību jūsu aktivitātēs un tajās gūto pieredzi (lai veiktu Lietotāja pieredzes izpēti (4. metode));
- vai jūsu aktivitātes ir palīdzējušas jauniešiem piedzīvot pozitīvas pārmaiņas viņu dzīvē (lai saprastu jūsu ietekmi).

Svarīgi atcerēties: intervija vienmēr atspoguļo tikai viena indivīda viedokli. Iespējams, citiem dalībniekiem bijusi pavisam cita pieredze. Lai gan arī no vienas intervijas var daudz mācīties, jūs nevarat veikt pieņēmumus par savu ietekmi, balstoties tikai uz vienas personas viedokli.

Fokusgrupa

Tas ir ideāls veids, kā iegūt vērtīgu informāciju diskusijas un pieredzes apmaiņas laikā.

Piemēram, jūs esat apzinājuši savas mērķauditorijas problēmas, taču jums būtu nepieciešama lielāka izpratne par šo problēmu cēloņiem. Tādā gadījumā fokusgrupa būtu lielisks formāts problēmu cēloņu apspriešanai ar jauniešiem vai ekspertiem. Tāpat iesakām uzaicināt lietotāju grupu pārrunāt ietekmi, ko uz viņiem ir atstājusi dalība jūsu organizācijas aktivitātēs.

Svarīgi atcerēties: fokusgrupas ir jāvada ļoti prasmīgam moderatoram, kurš spēj ar laipnību, bet noteiktību vadīt diskusiju, novēršot jebkādus konfliktus fokusgrupas vidū. Tāpat fokusgrupas dalībnieki var nebūt gatavi runāt par personīgās dzīves detaļām. Daudz piemērotāka metode, lai jautātu personiskākus jautājumus, ir individuāla intervija.

Gadījuma izpēte

Tā ir lieliska metode, ja nepieciešams padziļināti izprast indivīda vai personu grupas pieredzi vai kādu notikumu.

Lai veiktu gadījuma izpēti, ir jāievāc informācija no dažādiem avotiem, tai skaitā elektroniskiem, jāveic intervijas vai pat novērojumi uz vietas. Gadījuma izpētes galvenā priekšrocība ir spēja padziļināti izprast un/vai aprakstīt vienu tipisku vai tieši pretēji - neparastu aspektu. Gadījumu izpēti var veidot gan ar “labajiem”, gan “sliktajiem” piemēriem.

Svarīgi atcerēties: aprakstot gadījuma izpēti, vienmēr ir svarīgi uzsvērt, vai tas ir tipisks jūsu ietekmes piemērs, vai tomēr nē. Iespējams, jums ir bijis tikai viens sekmīgs gadījums, bet pārējās reizēs sasniegt cerēto nav izdevies. Ja tā, esiet par to godīgi.

Aptaujas

Tā ir lieliska metode, ja jāapkopo informācija no lielāka cilvēku skaita, nekā iespējams intervēt vai uzaicināt piedalīties fokusgrupās. Aptauja ir īpaši noderīga, ja plānojat uzdot tā sauktos slēgtos jautājumus (piemēram, ar atbilžu variantiem "jā"/"nē" vai lūgumu norādīt skaitli skalā no 1 līdz 10).

Svarīgi atcerēties: jebkura aptauja vispirms jāpārbauda, lai pārliecinātos, ka respondenti jautājumus saprot tā, kā bija plānots. Parasti arī aptaujas sniedz tikai virspusēju ieskatu jautājumā "Kāpēc?", jo no īsajām atbildēm nevar iegūt informāciju par dziļākajiem iemesliem. Lai iegūtu vairāk informācijas, varat organizēt individuālas intervijas vai fokusgrupas.

Piemērs- kibermobinga novēršanas programma

Mērījumu plānošana saskaņā ar izvēlētajām pētniecības metodēm

Papildus pētniecības metodēm šajā mērījumu plānā ir norādīti indikatori, ko mērīt.

**Atsauksmju
aptauja**

**1 pret 1
intervija**

Lai iegūtu skaitliskus
datus par dažādiem
indikatoriem

Izprast skaitlisko
datu kontekstu

KĀPĒC?

Intervijas ir labākas
nekā fokusa grupas, jo
vēlamies uzdot
personiskus jautājumus

10 minūšu ilga
tiešsaistes aptauja

30 min gara intervija

KAS?

Pirms
programmas

Pēc
programmas

KAD?

3 mēnešus
pēc

6 mēnešus
pēc

3 mēnešus
pēc

Pēc
programmas

6 mēnešus
pēc

Programmas dalībnieki
un mobinga upuri

**KAS MUMS
SNIEGS
DATUS?**

20% skolēnu, kuri
atbildeja uz aptauju

Salīdziniet
rezultātus
pirms un pēc
programmas

Identificēt
programmas
uzlabošanas
veidus

**Apkopojiet
rezultātus**

Noskaidrojiet
skaitlisko
rezultātu
iemeslus

Apkopot
rezultātus
iekšējai un ārējai
komunikācijai

Ja iespējams -
salīdziniet
rezultātus ar
citām līdzīgām
programmām

Atrodiet 3-5
gadījumus vai
cītātus, ko
izmantot ietekmes
komunikācijā

Atrodiet lietas,
ko programma
var mainīt

Pētījuma metožu izvēle un mērījumu plānošana

Papildus pētniecības metodēm šajā mērījumu plānā ir norādīti indikatori, ko mērīt.

**Atsauksmju
aptauja**

**1 pret 1
intervija**

Lai iegūtu skaitliskus datus par dažādiem indikatoriem

10 minūšu ilga tiešsaistes aptauja

KĀPĒC?

Izpraust skaitlisko datu kontekstu

Intervijas ir labākas nekā fokusa grupas, jo veļamies uzdot personiskus jautājumus

KAS?

30 min gara intervija

Pirms programmas

Pēc programmas

KAD?

3 mēnešus pēc

6 mēnešus pēc

3 mēnešus pēc

Pēc programmas

6 mēnešus pēc

Programmas dalībnieki un mobinga upuri

**KAS MUMS
SNIEGS
DATUS?**

20% skolēnu, kuri atbildēja uz aptauju

Salīdziniet rezultātus pirms un pēc programmas

Identificēt programmas uzlabošanas veidus

**Apkopojiet
rezultātus**

Noskaidrojiet skaitlisko rezultātu iemeslus

Apkopot rezultātus iekšējai un ārējai komunikācijai

Ja iespējams - salīdziniet rezultātus ar citām līdzīgām programmām

Atrodiet 3-5 gadījumus vai citātus, ko izmantot ietekmes komunikācijā

Atrodiet lietas, ko programma var mainīt

Kad un kāpēc izmantot šo metodi?

Kāpēc izmantot šīs metodes?

- Lai iegūtie dati sniegtu ieskatu jūsu ietekmē.
- Lai apzinātu veidus, kā mērīt aktivitāšu ietekmi.

Kad to izmantot?

- Kad esat izlēmuši, ar kādu indikatoru palīdzību novērtēsiet savu ietekmi.
- Pirms sākat apkopot datus par savu ietekmi.



8. metode:

Sociālās ietekmes pārvaldības plāns



Sociālās ietekmes pārvaldības plāns palīdzēs izplānot un sekot līdzi tam, kas un kādā veidā ievāks informāciju atbilstoši jūsu ietekmes indikatoru sarakstam (izmantojot atbilstošākās pētniecības metodes).

Kas ir Sociālās ietekmes pārvaldības plāns?

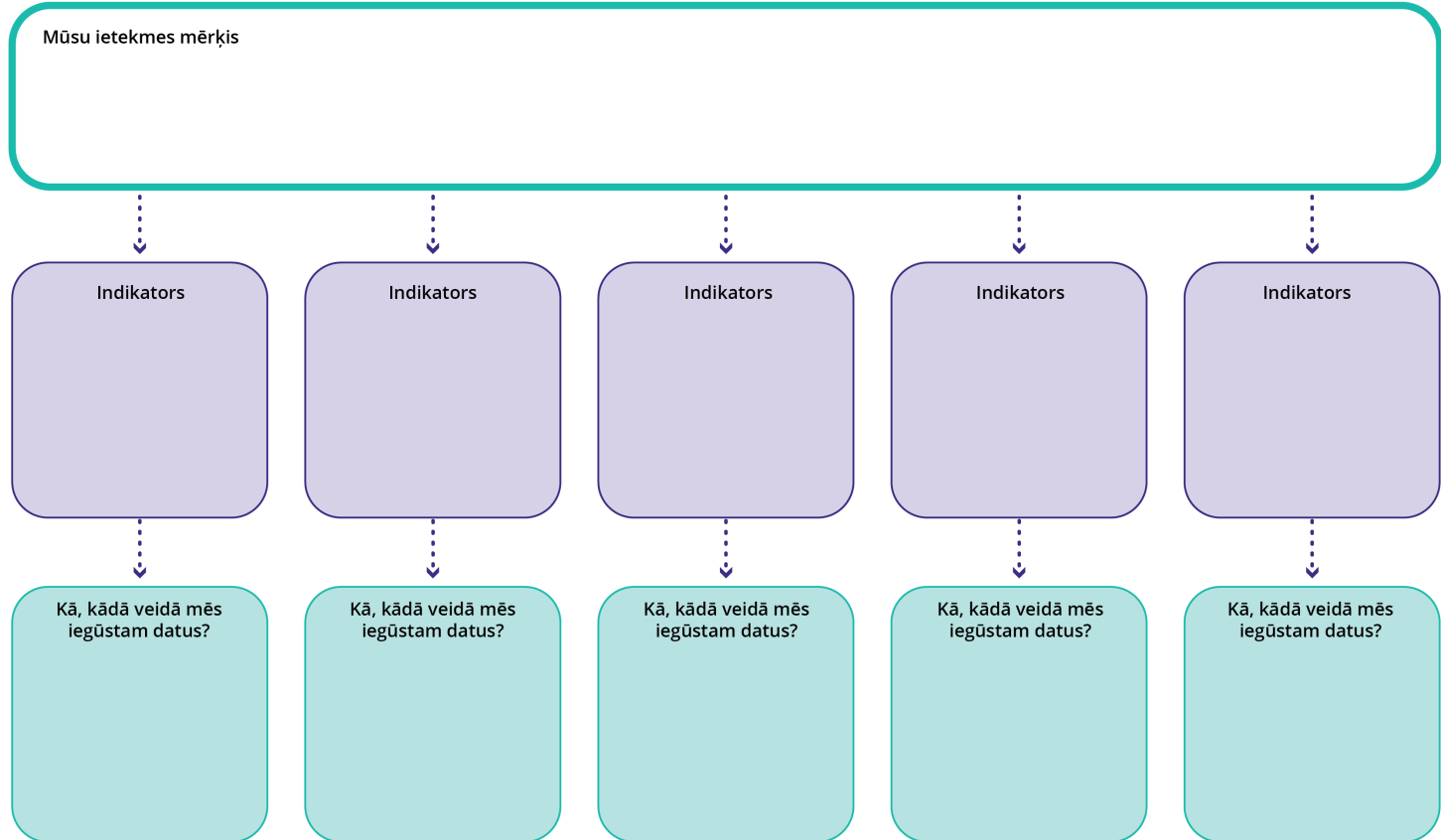
Sociālās ietekmes pārvaldības plāns ir noderīgs, lai sekotu līdzi ietekmes mērīšanas un izvērtēšanas aktivitātēm. Pārvaldības plāns palīdz organizēt, mainīt, atbilstoši pielāgot un sekot līdzi veicamajiem uzdevumiem, lai mērītu un izvērtētu savu ietekmi.

Plānu vēlams izstrādāt, pirms veicat jebkādas ietekmes mērīšanas aktivitātes, un tas regulāri ir pēc nepieciešamības jāpapildina.

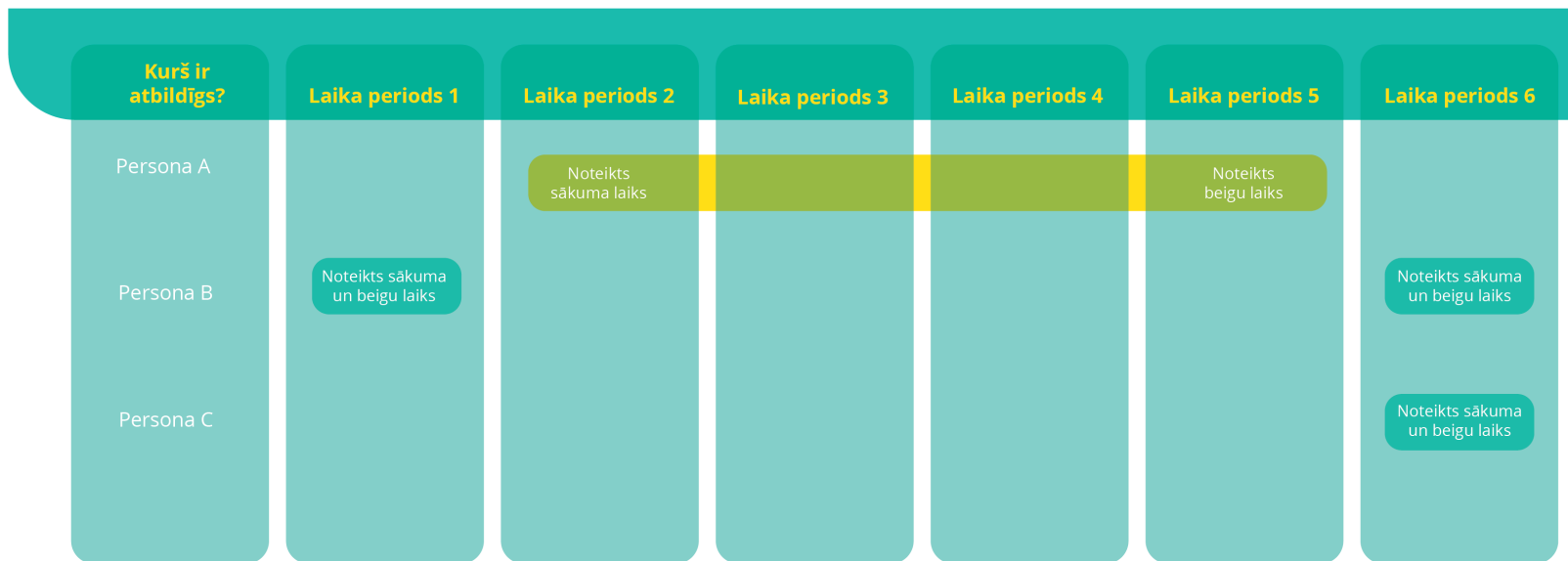
Kā izskatās šī metode?

*Ir divas savstarpēji papildinošas metodes:
kontrolpanelis un Excel piemērs.*

Kontrolpanelis / sociālās ietekmes pārvaldības plāns



Excel piemērs



Kādas ir šo metožu atšķirības, un kā tās ir savstarpēji saistītas?

Lai sāktu plānot savas ietekmes pārvaldību, labāk izmantot kontrolpaneli. Tas palīdzēs izlemt, kādu metodi jums lietot un cik bieži to izmantot.

Excel piemērs papildus ļaus izveidot konkrētus plāna soļus, pamatojoties uz to, ko vēlaties izmērīt. Jūs varat noteikt konkrētus uzdevumus un par tiem atbildīgās personas, kā arī izpildes laiku, kas palīdzēs iekļauties vajadzīgajos termiņos.

Kā šīs metodes ir saistītas?

Ja jums vēl nav skaidrs, kurš un kad jūsu komandā veiks ietekmes izvērtēšanu, sāciet ar kontrolpaneļa aizpildīšanu. Pēc tam, izmantojot kontrolpanelī iegūto informāciju, izveidojiet *Excel* tabulu un sekojiet līdzi ietekmes mērīšanas aktivitāšu izpildes progresam.

Izvēlieties, kurš no ietekmes pārvaldības plāna veidiem (kontrolpanelis vai *Excel* tabula) šobrīd ir jums piemērotāks (ja iespējams, izmantojiet abu kombināciju).

Kā izmantot šo metodi?

Galvenie soļi

1. Uzrakstiet savas organizācijas sociālās ietekmes mērķi. Jums var būt vairāki mērķi, tomēr sākumā būs vieglāk, ja izvēlēsieties vienu un koncentrēsieties uz to (katram nākamajam mērķim ir jāizveido jauns kontrolpanelis).
2. Padomājiet, kādus šī mērķa aspektus jūs varat (un vēlaties) izmērīt. Izmantojiet ietekmes indikatoru sarakstu (6. metode), lai pilnvērtīgi aizpildītu rīku. Ierakstiet ietekmes mērīšanas indikatorus kontrolpanelī.
3. Katram indikatoram aprakstiet veidu, kā jūs vāksiet datus. Šeit noderēs Pētniecības metožu saraksts (7. metode).

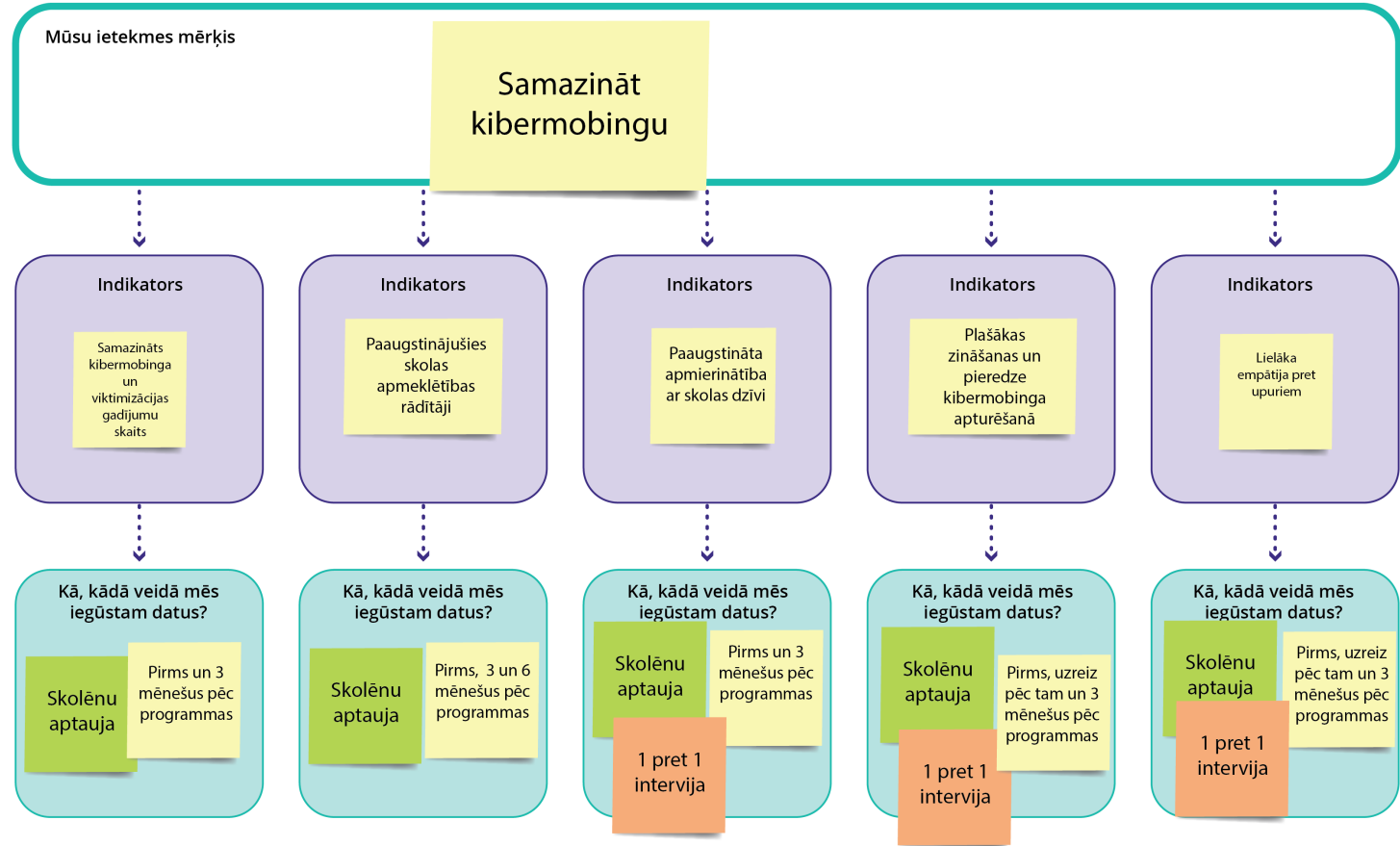
Pēc tam aizpildiet Excel piemēru.

1. Ierakstiet informāciju no kontrolpaneļa, atbilstošās pētniecības metodes (izmantojiet 7. metodi Pētniecības metožu saraksts) un laika plānu.
2. Papildus izmantojiet jebkuru laika plānošanas rīku, kas jums vislabāk palīdz laikus paveikt plānoto (Piemēram, plānotājs vai kalendārs). Tas ļaus vienkopus pārraudzīt visas veicamās darbības. Iesakām pārrunāt plānus un aktivitātes ar komandu un iekļaut tās kopējā kalendārā, ko jūs un jūsu kolēģi ikdienā izmanto laika un darbu plānošanai.
3. Sekojiet plānam, vajadzības gadījumā to regulāri atjaunojot (piemēram, datumus) vai izmainot (piemēram, metodes).

Paturiet prātā, ka šo piemēru varat pielāgot savas organizācijas vajadzībām.

Piemērs- kibermobinga novēršanas programma

Kontrolpanelis / sociālās ietekmes pārvaldības plāns



Excel piemērs

Kurš ir
atbildīgs?

Programmas
izveidotājs

Ietekmes
izvērtēšanas
eksperts
(mentors)

Persona C

Septembra
otrā nedēļa

Skola nr.1:
skolēnu
aptauja
pirms
programmas

Oktobra
trešā nedēļa

Skola nr.1:
skolēnu
atsauksmju
aptauja
uzreiz pēc
programmas

Janvāra trešā
nedēļa

Skola nr.1:
aptauja pēc
programmas
(3 mēnešus
pēc)

Janvāra ceturta
nedēļa

Skola nr.1:
intervijas pēc
programmas
(3 mēnešus
pēc)

Aprīļa trešā
nedēļa

Skola nr.1:
aptauja pēc
programmas
(6 mēnešus
pēc)

Aprīļa ceturta
nedēļa

Skola nr.1:
aptauja pēc
programmas
(6 mēnešus
pēc)

Noteikts sākuma
un beigu laiks

Kad un kāpēc izmantot šo metodi?

Kāpēc izmantot šo metodi?

- ✓ Lai veiksmīgāk plānotu datu ievākšanu, apkopošanu un analīzi.
- ✓ Lai saprastu, vai projekts noris, kā plānots.
- ✓ Lai pieņemtu lēmumu par to, vai kaut kas ir jāmaina plānotajās aktivitātēs vai organizācijas darbībā.
- ✓ Lai plānotu citas aktivitātes atbilstoši jūsu ietekmes mērīšanas, izpētes un novērtēšanas rezultātiem.

Kad to izmantot?

- Kad plānojat savas ikdienas aktivitātes un vēlaties tās sasaistīt ar ietekmes pārvaldību.
- Kad vēlaties turpināt regulāru ietekmes mērīšanu un izvērtēšanu aktivitātēs, projektos vai organizācijas darbībā.



9. metode:

Organizācijas modeļa audekls



Organizācijas modeļa audekls palīdzēs izprast, izstrādāt un aprakstīt, kādu ieguldījumu jūsu organizācija sniegs sabiedrībai un kā tā piesaistīs nepieciešamos finanšu un cilvēkresursus, lai sekmīgi turpinātu darbu.

NB! Šī metode daļēji balstās uz visām iepriekšējām.

Šī metode - Organizācijas modeļa audekls - ir veidota, izmantojot labāko no Biznesa modeļa audekla un to papildinot ar sociālās ietekmes dimensiju.

Biznesa modeļa audekls ir plaši izmantots stratēģiskās vadības rīks. Tā galvenais mērķis ir palīdzēt izstrādāt jaunus uzņēmējdarbības modeļus, kā arī dokumentēt esošos.

Ir izstrādātas daudzas līdzīga veida metodes, bet visizplatītākā ir Aleksandra Ostervaldera veidotā - tā ir diagramma, kas sastāv no deviņiem savstarpēji saistītiem laukiem un palīdz izprast saikni starp dažādiem uzņēmējdarbības aspektiem: partneriem, darbībām, resursiem, piedāvāto ieguldījumu, attiecībām ar klientiem, kanāliem, klientu segmentiem, izmaksu struktūru un ieņēmumu plūsmām.

Metode palīdz uzņēmumam vizualizēt un aprakstīt savu biznesa modeli, kā arī meklēt jaunus attīstības veidus.

Vai Biznesa modeļa audeklu var izmantot, lai pārvaldītu savu sociālo ietekmi?

Biznesa modeļa audekls ir izplatīts uzņēmumu rīks. Tomēr tas nav sevišķi piemērots (jauniešu) organizācijām vai citām NVO. Tas saistīts ar to, ka uzņēmuma galvenais mērķis ir pelnīt naudu - tā uzņēmēji mēra savus panākumus. Un Biznesa modeļa audekls palīdz plānot, kā labāk rīkoties, lai gūtu lielākus ieņēmumus.

No otras puses - ja domājam par organizācijām, to svarīgākais mērķis ir panākt pārmaiņas. Tās var būt vērstas uz organizācijas biedriem vai plašāku sabiedrību, bet nauda lielākoties tiek uzskatīta par līdzekli, nevis pašmērķi. Turklāt organizāciju un uzņēmumu iespējas, mērķi utt. var būt diezgan atšķirīgi, tāpēc vērtīgāk katram gadījumam izmantot pielāgotu pieeju.

Kā izskatās šī metode?











Organizācijas audekls ir **kodolīgs organizācijas modelis jeb apraksts**. Tas palīdz gan ieraudzīt pašiem, gan parādīt citiem, kā jūs vēlaties sasniegt savas organizācijas mērķus. Tajā ir apkopota informācija no visiem iepriekšējiem rīkiem, kā arī fakti par jūsu organizācijas finansēm un partnerībām.

Svarīgi, lai Organizācijas modeļa audekls jums palīdzētu atsevišķi analizēt gan jūsu lietotājus un labuma guvējus, gan arī ieinteresētās puses, kas nodrošina resursus jūsu ietekmes mērķu sasniegšanai. Pēc audekla aizpildīšanas jūs skaidri saskatīsiet savas stiprās un vājās puses kā organizācijas vadībā, tā īstenoto aktivitāšu un projektu saturā.

Kā izskatās šī metode?

Organizācijas modeļa audekls

KOPAINA: Kāds ir mūsu organizācijas modelis, lai radītu pozitīvas pārmaiņas?

1. Ieinteresētās puses	2. Vajadzības/problēmas	3. Risinājums	4. Ceļš pie mērķa grupām
 	 	 	 
5. Panākumu indikatori	6. Partneri un resursi	7. Izmaksas	8. Ieņēmumu avoti
 			

Ko nozīmē “sirds” un “darbarīku” ikonas?

Organizācijas modeļa audekls



Ja kvadrantā ir sirds ikona, ierakstiet tajā informāciju par labuma guvējiem.

Jūsu labuma guvēji ir cilvēki, kuri gūst labumu no jūsu darbības. Piemēram, jaunieši, kas piedalās jūsu organizētajās programmās, vai jūsu organizācijas biedri.



Ja kvadrantā ir darbarīku ikona, ierakstiet tajā informāciju par resursu nodrošinātājiem.

Resursu nodrošinātāji ir cilvēki, kas jums atvēl naudu, laiku vai materiālās vērtības, lai jūs varētu īstenot aktivitātes savu labuma guvēju interesēs. Piemēram, finansētāji, sponsori vai brīvprātīgie, kas palīdz īstenot jūsu pamatdarbību.

Kā lietot metodi?



Organizācijas modeļa audekls

KOPAINA: Kāds ir mūsu organizācijas modelis, lai radītu pozitīvas pārmaiņas?

1. Ieinteresētās puses	2. Vajadzības/problēmas	3. Risinājums	4. Ceļš pie mērķa grupām
<p>Kā vajadzības jūs apmierināt? Kas ir labuma guvēji no jūsu aktivitātēm?</p>	<p>No labuma guvēju perspektīvas: kādas vajadzības jūsu risinājums apmierina? Kāpēc labuma guvēji vēlas piedalīties?</p>	<p>Aprakstiet risinājuma konceptu labuma guvējiem. Kādus galvenos elementus un aktivitātes ietver risinājums?</p>	<p>Kādus iesaistes veidus un kanālus izmantojat, lai sasniegtu labuma guvējus?</p>
<p>Kas nodrošina resursus jūsu risinājumu īstenošanai?</p>	<p>No resursu nodrošinātāju viedokļa: kādas vajadzības jūsu risinājums apmierina? Kāpēc resursu nodrošinātāji ir gatavi jūs atbalstīt un sniegt savu ieguldījumu?</p>	<p>Aprakstiet, kā jūs iesaistāt resursu nodrošinātājus un mijiedarbojaties ar tiem. Piemēram, projektu pieteikumu rakstīšana, brīvprātīgo programmas vadība, pakalpojumu pārdošana.</p>	<p>Kādus komunikācijas veidus un kanālus izmantojat, lai sasniegtu resursu nodrošinātājus?</p>











Organizācijas modeļa audekls

KOPAINA: Kāds ir mūsu organizācijas modelis, lai radītu pozitīvas pārmaiņas?

5. Panākumu indikatori	6. Partneri un resursi	7. Izmaksas	8. Ienākumu avoti
<p>Kuri indikatori palīdzēs saprast, ka jūsu risinājumam ir vēlamā pozitīvā ietekme uz labuma guvējiem?</p> <hr/> <p>Kuri indikatori palīdzēs saprast, ka jūsu attiecības ar resursu nodrošinātājiem ir veiksmīgas?</p>  	<p>Kādas partnerības un resursi (finanses, prasmes) ir nepieciešami, lai jūs varētu piedāvāt savu risinājumu labuma guvējiem?</p>	<p>Kādas ir galvenās izmaksas turpmākai izvēlētais problēmas risināšanai?</p>	<p>Kādi ir ienākumu avoti, lai segtu ar risinājuma ieviešanu saistītās izmaksas?</p>

Organizācijas modeļa audekls

KOPAINA: Kāds ir mūsu organizācijas modelis, lai radītu pozitīvas pārmaiņas?

1. Ieinteresētās puses	2. Vajadzības/problēmas	3. Risinājums	4. Ceļš pie mērķa grupām
 	 	 	 
5. Panākumu indikatori	6. Partneri un resursi	7. Izmaksas	8. Ienākumu avoti
 			

 Ierakstiet informāciju par labuma guvējiem

 Ierakstiet informāciju par resursu nodrošinātājiem

Kā izmantot šo metodi?

Galvenie soļi

1. Aizpildiet informāciju par jūsu organizāciju (ja jūsu organizācija jau pastāv) vai to, kā jūs iztēlojaties savas organizācijas darbību nākotnē (ja jūs veidojat jaunu organizāciju).

2. Sāciet analizēt situāciju (ja jūsu organizācija jau pastāv) vai arī pārbaudiet savu pieņēmumu atbilstību realitātei (ja veidojat jaunu organizāciju).

NB! Ja nepieciešams, pielāgojiet metodi savām vajadzībām.

Izvēlieties savai organizācijai piemērotu variantu:

Pamatlīmenis: aizpildiet informāciju atbilstoši savām un komandas zināšanām.

Vidējais līdz **sarežģītais līmenis:** sagatavošanās darbā izmantojiet visus ar ietekmes pārvaldību saistītos analītiskos rīkus (Problēmas koku (1.metode), Risinājuma koku (2.metode) u.c. - līdz pat Pārmaiņu teorijai (5.metode) un citus dokumentus, ko jūsu organizācija izmanto savās aktivitātēs (piemēram, komunikācijas plānu)).

***Piemērs- kibermobinga novēršanas
programma***

Organizācijas modeļa audekls

KOPAINA: Kāds ir mūsu organizācijas modelis, lai radītu pozitīvas pārmaiņas?



📍 Ierakstiet informāciju par labuma guvējiem

📍 Ierakstiet informāciju par resursu nodrošinātājiem

Kad un kāpēc izmantot šo metodi?

Organizācijas modeļa audekls ir **kodolīgs jūsu organizācijas modelis**, kas parāda saikni starp jūsu ietekmi, darbībām un nepieciešamajiem resursiem. Tas palīdzēs jums pašiem saredzēt un izskaidrot citiem, kas jūs esat un uz kuriem virzāties. **Īss, detalizēts un vizuāls jūsu organizācijas pārskats** palīdzēs saprast, kādi ir jūsu mērķi, kas ir ieinteresētās personas, kāds ir jūsu piedāvātais ieguldījums, no kurienes nāk jūsu resursi utt.

Aizpildot audeklu pirms jaunas organizācijas izveides, varat to izmantot, lai skaidri iezīmētu, kāda būs organizācijas darbība un kas tai nepieciešams. Ja jūsu organizācija jau ir izveidota, **audekls ir noderīgs, lai analizētu un uzlabotu organizācijas pārvaldību**, norādot uz tās stiprajām un vājajām pusēm, kā arī iespējām. Audeklu var veidot pēc jūsu ieskatiem vai izmantojot informāciju no citiem rīkiem.

Ja jums kādreiz ir bijis grūti sniegt skaidru un īsu pārskatu par savu organizāciju citiem (piemēram, jaunajiem kolēģiem, finansētājiem vai pat draugiem), tad audekls **būs noderīgs komunikācijas rīks**, jo vienā lapā var iekļaut svarīgāko informāciju par organizāciju.

Kāpēc to izmantot?

- ✓ Lai noskaidrotu, kuras ir būtiskākās organizācijas sastāvdaļas, kas jā saglabā, jā uzlabo vai jā maina.
- ✓ Lai palīdzētu jums izskaidrot savas organizācijas darbu citiem.

Kad to izmantot?

- ✓ Ja plānojat dibināt jaunu organizāciju, audekls palīdzēs jums iztēloties, kas būtu nepieciešams, lai tā sekmīgi darbotos.
- ✓ Ja jūsu organizācija jau pastāv, varat vispirms aizpildīt audeklu atbilstoši pašreizējai situācijai, pēc tam izmantot to kā rīku savas darbības un ietekmes uzlabošanai (vai arī skaidrai un īsai informēšanai par to).



Termini



Termini 1

Aktivitāte = darbība, ko jūs praktiski veicat organizācijā, lai sasniegtu ietekmes mērķi. Aktivitāšu organizēšana automātiski nenozīmē, ka jūs veidojat ietekmi.

Aptauja/anketa = jautājumu kopums ar konkrētu mērķi (piemēram, lai novērtētu jūsu ietekmi uz ieinteresētajām pusēm vai iegūtu atsauksmes savas darbības uzlabošanai).

Darbību iznākums = tas, ko esat panākuši, veicot konkrētas darbības (neminot, vai tas ir atstājis paliekošus rezultātus vai nē).

Eksperta viedoklis = tādas personas viedoklis, kam ir atbilstošas zināšanas un pieredze par konkrēto tematu.

Fokusgrupa = cilvēku grupa (tās lielums var būt atšķirīgs - parasti optimālais ir 5-8 cilvēki), kas pārstāv un pauž ieinteresēto pušu viedokli un pieredzi konkrētā tēmā.

Ieinteresētā puse / personas = organizācija vai cilvēku grupa, ar kuru jūs sadarbojaties vai kuru tiešā veidā ietekmē jūsu darbība.

Ietekme = iespaids, ko jūsu darbība atstāj uz indivīdu, grupu vai apkārtējo vidi.

Ietekmes pārvaldība = ietekmes mērīšanas un analīzes process.

Ietekmes mērķis = kādas ir pozitīvās izmaiņas, kuras vēlaties radīt

Intervija = jautājumu uzdošana (parasti klātienē) vienam ieinteresēto personu grupas dalībniekam vai grupai, kas tos pārstāv

Ilgtermiņa mērķis = pārmaiņas, kuras vēlaties redzēt pēc vairākiem gadiem

Termini 2

Kvalitatīvs indikators = nosakāms pēc aprakstošiem (nevis skaitliskiem) datiem.

Kvantitatīvs indikators = izmērāms ar skaitliskiem datiem.

Lietotāji / Labuma guvēji = cilvēki, kas gūst labumu (tiešu vai netiešu) no jūsu darbības.

Lietotāja pieredze = lietotāja reakcija, emocijas, atziņas utt., saskaroties ar jūsu organizācijas darbību, aktivitāti, projektu.

Mērķis = kaut kas, ko vēlaties sasniegt.

Mijiedarbība = gadījums, kad jūs kaut kādā veidā sazināties ar ieinteresētajām personām (vai viens no jums reaģē uz otru)

Misija = kaut kas liels, ko vēlaties sasniegt/paveikt

Novērošana = kvalitatīva ietekmes mērīšanas metode, kurā ārēja puse skatās jūsu organizēto darbību

Pamatproblēma = galvenā problēma, ko mēģināt atrisināt.

Pārstāvis = persona, kas pārstāv kādu jūsu ieinteresēto pusi un var paust tās viedokli kādā jautājumā.

Pieņēmums = kaut kas, ko uzskatāt par patiesu, bet par ko neesat pārliecinājušies dzīvē.

Priekšnosacījumi = apstākļi, kas jānodrošina, pirms sākt darbu pie savu mērķu sasniegšanas (piemēram, resursi, attieksme utt.).

Termini 3

Pētniecības metode = skaidri formulēts kvalitatīvu vai kvantitatīvu datu ievākšanas un analīzes veids.

Indikators = metrika, lai novērtētu jūsu ietekmi

Rezultāts = izmaiņas, ko radīja jūsu darbība.

Sekas = tas, kas notiek problēmu / nevēlamu situāciju rezultātā.

Segments = daļa no lielākas grupas.

Sistemātiskie pārskati un metaanalīzes raksti = (zinātniskie) teksti, kuros sniegts viedoklis par citiem rakstiem/programmām/pieejām.

Stratēģija = sistemātisks plāns vēlamās ietekmes sasniegšanai.

Stratēģiskie mērķi = pārdomāti, plānoti mērķi, kas veicina to, ka jūsu organizācija virzās pārdomāti ar mērķi attīstīties un pilnveidot savu darbību

Vēlamā ietekme = vēlamais ilgtermiņa rezultāts (visbiežāk pozitīvais), ko jūs vēlaties sasniegt ar savas organizācijas darbību, īstenotajām aktivitātēm un projektiem.