

Pārskata “Eksperimentālais projekts Latvijā” izlases un svaru koeficientu apraksts

Apsekojuma mērķa populācijas apraksts

Apsekojuma populācijā tiek iekļautas 2013.gadā ekonomiski aktīvas komercsektora vienības (ekonomiski aktīvi komersanti, zemnieku/zvejnieku saimniecības), kurām strādājošo skaits ir lielāks par 1 un kuru galvenais ekonomiskais darbības veids (Nace 2.red.) ir:

- 1) Apstrādes rūpniecība (C sadaļa);
- 2) Vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība; automobiļu un motociklu remonts (G sadaļa)
- 3) Transports un uzglabāšana (H sadaļa)
- 4) Izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi (I sadaļa)
- 5) Informācijas un komunikācijas pakalpojumi (J sadaļa)
- 6) Profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi (M sadaļa)
- 7) Administratīvo un apkalpojošo dienestu darbība (N sadaļa)
- 8) Izglītība (P sadaļa)
- 9) Veselība un sociālā aprūpe (Q sadaļa)
- 10) Datoru, individuālās lietošanas priekšmetu un mājsaimniecības piederumu remonts (95 nodaļa)

Kā arī uzņēmumi, kuriem bija lielāka iespēja nodrošināt sociālās atstumtības riska grupu atbalstu vai citādi sniegt sociālus labumus, kas tiek radīti visas sabiedrības vai tās locekļu interesēs. Šādiem uzņēmumiem netika ņemts vērā galvenais ekonomiskais darbības veids.

Izlases rāmī ir iekļauti **44 833** ekonomiski aktīvi uzņēmumi.

Apsekojuma mērķis

Apsekojuma mērķis ir identificētu sociālos uzņēmumus un iegūtu informāciju par to darbības rādītājiem.

1-Sociālā uzņēmējdarbība pārskata galvenais rādītājs ir *Vai uzņēmuma mērķis ir sociālo problēmu risināšana sabiedrības labā?* (veidlapā rādītājs 1=1)

Apsekojuma mērķis ir iegūt novērtējumus Nace 2.red grupās (skat 1.tabulu) un strādājošo skaita grupās ([1-9]; [10-19]; [20-49]; [50-99]; [100 +]).

| Ekonomiskais darbības veids | Nace 2.red |
|--|------------|
| Apstrādes rūpniecība | C |
| Vairumtirdzniecība un mazumtirdzniecība; automobiļu un motociklu remonts | G |
| Transports un uzglabāšana | H |
| Izmitināšana un ēdināšanas pakalpojumi | I |
| Informācijas un komunikācijas pakalpojumi | J |
| Profesionālie, zinātniskie un tehniskie pakalpojumi | M |
| Administratīvo un apkalpojošo dienestu darbība | N |

| | |
|---|----|
| Izglītība | P |
| Veselība un sociālā aprūpe | Q |
| Datoru, individuālās lietošanas priekšmetu un mājsaimniecības piederumu remonts | 95 |

1.Tabula Nace 2.red. grupas

Izslases dizains

Izslase ir veidota kā stratificēta vienkārša gadījuma izslase. Stratifikācija ir veidota ņemot vērā katras komersektora vienības strādājošo skaitu un galveno ekonomisko darbības veidu (noteikts izmantojot saimniecisko darbību statistisko klasifikatoru 2 redakciju – Nace 2.red). Katrs uzņēmums tika klasificēts atbilstošā strādājošo skaita grupā ([1-9]; [10-19]; [20-49]; [50-99]; [100 +]), un galvenā ekonomiskā darbības veida grupā. Galvenā ekonomiskā darbības grupas ir 9 un ir atbilstošas N Ace 2.red. grupām, kurās ir jāiegūst novērtējumi (skat 1.tabulu).

Nozīmīgo uzņēmumu noteikšana

Izslases veidošanas gaitā tika noteikti arī nozīmīgie uzņēmumi. Nozīmīgo uzņēmumu grupā tika iekļautas tās statistikas vienības, kurām bija lielāka iespēja nodrošināt sociālās atstumtības riska grupu atbalstu, vai citādi sniegt sociālus labumus, kas tiek radīti visas sabiedrības vai tās locekļu interesēs.

Nozīmīgo statistisko vienību saraksts (kopā 29 uzņēmumi) tika iegūts, pētniekiem pētot informāciju no dažādiem informācijas avotiem (laikraksti, uzņēmumu mājas lapas u. c.). Jāņem vērā, ka tas nav pilnīgs un precīzs.

Visi nozīmīgās grupas uzņēmumi tika iekļauti izlasē.

Izslases veidošana

Veidojot izlasi, tika ņemts vērā, ka pārskata svarīgākais rādītājs „*Vai uzņēmuma mērķis ir sociālo problēmu risināšana sabiedrības labā?*” ir nepieciešams izteikt kā relatīvo biežuma rādītāju. Lai noteiktu izslases apjomu, tika pieņemts, ka rādītāja relatīvais biežums visās interesējošās Nace 2.red. grupās ir 50%, kopējais izslases apjoms nevar būt lielāks par 1300 uzņēmumiem un teorētiskā relatīvā standartnovirze (variācijas koeficients) ir vienāda ar 5%.

| NACE 2.red sekcija | Populācija | Izslase |
|--------------------|------------|---------|
| C | 5913 | 297 |
| G | 19440 | 412 |
| H | 4447 | 145 |
| I | 2446 | 89 |
| J | 2300 | 59 |
| M | 5833 | 132 |
| N | 2417 | 75 |
| P | 560 | 29 |
| Q | 1055 | 48 |
| R | 1 | 1 |
| S | 421 | 9 |
| Kopā | 44833 | 1296 |

2.tabula. Populācijas un izlases apjomi Nace 2.red. sadaļās

| Strādājošo skaita grupa | Populācija | Izlese |
|-------------------------|------------|--------|
| 1-9 | 36978 | 345 |
| 10-19 | 3920 | 296 |
| 20-49 | 2420 | 299 |
| 50-99 | 858 | 169 |
| 100+ | 650 | 180 |

3.tabula. Populācijas un izlases apjomi strādājošo skaita grupās

| Strādājošo skaita grupa | Teorētiskais CV |
|-------------------------|-----------------|
| 1-9 | 5% |
| 10-19 | 5% |
| 20-49 | 5% |
| 50-99 | 7% |
| 100+ | 8% |

4.tabula. Relatīvā standartnovirze (variācijas koeficients) strādājošo skaita grupās izlasē.

Izlese ir veidota tādejādi, lai lielāka varbūtība iekļūt izlasē ir Latvijas Tirdzniecības un Rūpniecības kamera biedriem, kuri atbilst mērķa populācijas nosacījumiem. Kā arī izlasē tika iekļauti visi nozīmīgie uzņēmumi.

Realizētais izlases apjoms ir **1 296** vienības.

Svaru veidošana

Svari tika aprēķināti atbilstoši izlases dizainam ņemot vērā atbildētību un konstatētās rāmja kļūdas.

Uzņēmumi, kuri sākotnēji tika klasificēti kā uzņēmumi ar lielāku iespēju nodrošināt sociālās atstumtības riska grupu atbalstu vai citādi sniegt sociālus labumus, kas tiek radīti visas sabiedrības vai tās locekļu interesēs, svaru koeficients ir piešķirts 1. Lai gan ņemot vērā to, ka atsevišķā stratā tika iekļauti šāda veida uzņēmumi, kuriem nebija zināms galvenais darbības veids un to, ka ne visi uzņēmumi atbildēja no šīs stratas, tad neatbildētības dēļ citiem šīs stratas uzņēmumiem svars tika mainīts un palielināts līdz 1,4.

Novērtējumu precizitāti

Novērtējumu precizitāte tika aprēķināti trīs galvenajiem rādītājiem:

- 1) Vai Jūsu uzņēmuma mērķis ir sociālo problēmu risināšana sabiedrības labā? („1-sociālā uzņēmējdarbība” veidlapas 1.jautājums atbilde „jā”)

- 2) Vai Jūsu uzņēmuma peļņa tiek izmantota sociāliem mērķiem sabiedrībai svarīgu problēmu risināšanai? („1-sociālā uzņēmējdarbība” veidlapas 2.jautājums atbilde „jā”)
- 3) Cik uzņēmumu no visiem mērķa populācijā esošiem uzņēmumiem ir veikuši kādu no sociālajām darbībām? („1-sociālā uzņēmējdarbība” veidlapas 3.jautājums; atbilžu varianti no a līdz n)

| Jautājums | Procenti | Ticamības intervāls (%) (+/-) |
|---|-----------------|--------------------------------------|
| Vai Jūsu uzņēmuma mērķis ir sociālo problēmu risināšana sabiedrības labā? | 3.6% | 2.0% |
| Vai Jūsu uzņēmuma peļņa tiek izmantota sociāliem mērķiem sabiedrībai svarīgu problēmu risināšanai? | 1.7% | 1.2% |
| Cik uzņēmumu no visiem mērķa populācijā esošiem uzņēmumiem ir veikuši kādu no sociālajām darbībām? | 3.0% | 1.6% |

5.Tabula. Galveno rādītāju novērtējumi un ticamības intervāli.