



JAUNATNE UN SOCIĀLĀ UZŅĒMĒJDARBĪBA LATVIJĀ

Pārskats par valsti

Šis ziņojums atspoguļo sociālās uzņēmējdarbības ekosistēmas galvenos aspektus un tendences, kas ietekmē jauniešu iesaistīšanos tajā. Izmantotie dati ir apkopoti, veicot literatūras izpēti, tiešsaistes aptauju ar 35 jauniešiem un tiešsaistes aptauju ar 12 sociālajiem uzņēmējiem Latvijā no 2023. gada marta līdz aprīlim.



Saturs

1. IEVADS	<u>03</u>
2. EKOSISTĒMAS APRAKSTS	<u>03</u>
2.1. Sociālās uzņēmējdarbības politikas ietvars	<u>03</u>
2.2. Vispārīgs ekosistēmas pārskats	<u>04</u>
2.3. Jaunatne un sociālā uzņēmējdarbība	<u>05</u>
2.4. Atbalsts jauniešiem - sociālajiem uzņēmējiem	<u>06</u>
3. JAUNIEŠU IESAISTĪŠANA SOCIĀLĀ UZŅĒMĒJDARBĪBĀ	<u>08</u>
3.1. Zināšanu līmenis un iesaistīšanās	<u>08</u>
3.2. Motivācija iesaistīties un faktori, kas to varētu ietekmēt	<u>09</u>
3.3. Covid-19, kara, enerģētikas krīžu ietekme uz jauniešu iesaistīšanos	<u>10</u>
4. PIEREDZES IEGŪŠANA NO ESOŠIEM SU	<u>11</u>
4.1. Galvenās atziņas uzsākot sociālo uzņēmumu	<u>11</u>
4.2. Panākumu definīcija	<u>12</u>
4.3. Neseno globālo notikumu ietekme uz sociālajiem uzņēmumiem	<u>12</u>
5. SECINĀJUMI	<u>13</u>

1. Ievads

Jauniešu iesaistīšana sociālajā uzņēmējdarbībā (SU) ir stratēģija, kas varētu palīdzēt risināt daudzas sabiedrības problēmas, bet vēl jo vairāk – nodrošināt viņus ar nepieciešamajām prasmēm un domāšanas veidu darba tirgum vai viņu pašu SU piedzīvojumam, lai saglabātu izturību pret arvien mainīgo pasauli. Šis ziņojums ir rakstīts projekta "Socially Agile" ietvaros un tiks apvienots ar citu valstu atziņām starptautiskajā ziņojumā "Inovācijas pieejas sociālās uzņēmējdarbības veicināšanai, izmantojot Agile metodoloģiju", lai pēc tam izveidotu jaunu tiešsaistes apmācības kursu.

Izmantotie dati ir apkopoti, izmantojot izpēti, tiešsaistes aptauju ar 35 jauniešiem un tiešsaistes aptauju ar 11 sociālajiem uzņēmējiem no 2023. gada marta līdz aprīlim.

2. Ekosistēmas apraksts

2.1. Sociālās uzņēmējdarbības politikas ietvars

Latvijā sociālais uzņēmums ir uzņēmums, kuram ir piešķirts Labklājības ministrijas noteiktais sociālā uzņēmuma statuss un kas sociāli ekonomiskās problēmas risina ar uzņēmējdarbības mehānismu. Saskaņā ar Latvijas SU likumu (spēkā no 2017. gada) sociālo uzņēmumu šajā valstī var raksturot šādi:

Sociālais uzņēmums ir sabiedrība ar ierobežotu atbildību, kam saskaņā ar likumā noteikto kārtību ir piešķirts sociālās personas (uzņēmuma) statuss un, kas veic saimniecisku darbību, rada pozitīvu sociālo ietekmi (piemēram, sociālo pakalpojumu sniegšana, iekļaujošas pilsoniskās sabiedrības veidošana, izglītības veicināšana, atbalsts zinātnei, vides aizsardzība un saglabāšana, dzīvnieku aizsardzība vai kultūras daudzveidības nodrošināšana)¹.

¹ https://lufb.lu.lv/conference/Research-for-Rural-Development/2022/LBTU-LatviaResRuralDev_28th_2022-166-173.pdf

Sistēma darbojas tā, ka komisija pieteikumus izvērtē aptuveni reizi mēnesī un piešķir statusu, pamatojoties uz virkni aspektu. Statuss ir jāatjauno katru gadu, iesniedzot atskaites par sasniegto sociālo ietekmi un uzņēmējdarbības rādītājiem. Lai gan šāda likuma un regulējuma esamība ir sasniegums pats par sevi, praktiķi un esošie sociālie uzņēmēji bieži min, ka tas nav ideāls, un tam ir ļoti šaura un ierobežota perspektīva, kas izslēdz plašu sociālās ekonomikas organizāciju spektru. Tas nozīmē, ka saskaņā ar Latvijas Sociālā uzņēmuma likumu, bezpeļņas organizācijām, nevalstiskām organizācijām un cita veida sociālās ekonomikas organizācijām nav atļauts iegūt sociālā uzņēmuma statusu. Līdz ar to, salīdzinājumā ar citām valstīm esošajām organizācijām (piemēram, NVO, kas joprojām var gūt ienākumus, lai veicinātu savu sociālo mērķu sasniegšanu), Latvijā gūt labumu no sociālā uzņēmuma statusa NVO formai nav iespējams. Tajā pašā laikā daudzas sabiedrības ar ierobežotu atbildību (SIA) necenšas iegūt statusu, jo to ir sarežģīti uzturēt, bet citi bez patiesas sociālās misijas piesakās tikai tāpēc, ka ir pieejams papildu finansējums².

2.2. Vispārīgs ekosistēmas pārskats

Latvijas sociālās uzņēmējdarbības ekosistēmu veido vairāki pārstāvji un ieinteresētās puses, tostarp sociālie uzņēmumi, valsts un pašvaldību organizācijas, Latvijas Sociālās uzņēmējdarbības asociācija, inkubatori un akceleratori, izglītības un atbalsta institūcijas, sociālās ietekmes investori un starpnieki, kā arī tradicionālie uzņēmumi. Labklājības ministrija ir galvenā valsts institūcija, kas atbild par sociālās uzņēmējdarbības sektora pārraudzību Latvijā.

Lai gan sadarbība starp šiem galvenajiem ekosistēmas dalībniekiem pēdējos gados ir uzlabojusies, pastāv ievērojams potenciāls sadarboties, lai izveidotu vēl labāku vidi sociālajiem uzņēmumiem. Kopš Sociālā uzņēmumu likuma pieņemšanas vairākas pašvaldības un reģionālās pašvaldības ir ieviesušas atbalstu tā veicināšanai vietējā līmenī, taču kopējā aktivitāte joprojām ir vizīplatītākā Latvijas centrālajos rajonos.

Par sociālajiem uzņēmumiem pēc juridiskā statusa pirmie dati pieejami, sākot ar 2018.gada aprīli, kad šādu statusu varēja iegūt pirmie sociālie uzņēmēji. Uz 2023.gada 31.maiju valsts reģistrā iekļauti 267 sociālie uzņēmumi (216 no aktīvajiem), kas galvenokārt reģistrēti Rīgā un tuvākajā apkārtnē - 72%.

Vizīplatītākās sociālās ietekmes jomas ir integrācija darbavietā (24 %), izglītība (21 %) un veselības aprūpe, sports vai labklājība (19 %). Visretāk risināmā problēma ir vides aizsardzība (4%)³.

² <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/ekonomika/socialie-uznemeji-statusu-ir-viegli-iegut-bet-gruti-noturet.a439192/>

³ <https://www.lm.gov.lv/lv/socialo-uznemumu-registrs>

2.3. Jaunatne un sociālā uzņēmējdarbība

Latvijā trūkst pētījumu par jauniešu iesaistīšanos sociālajā uzņēmējdarbībā, tomēr īsu ieskatu vispārējās tendencēs var gūt no Eurobarometer ziņojuma⁴ (2023. gada marts). No visām ES valstīm Latvijā ir otrs augstākais pašnodarbinātības līmenis 15-30 gadus vecu jauniešu vidū - 13% (tāds rādītājs ir arī Igaunijā, Ungārijā un Slovēnijā). Tas, iespējams, neliecina par sociālajā uzņēmējdarbībā iesaistīto jauniešu, tomēr norāda uz tendenci par jauniešu pašiniciatīvu.

Saskaņā ar šo pašu ziņojumu kopumā zināšanas par sociālo uzņēmējdarbību ir "diezgan zemas" - 72% par šādu jēdzienu "nezina neko" vai "ļoti maz", un tikai 22% zina "diezgan daudz" un 4% - ļoti daudz. Šie skaitļi ir nedaudz zemāki par Eiropas Savienības (ES) kopējo skaitu, un tas nozīmē, ka jauniešus vispirms jāiepazīstina ar sociālo uzņēmējdarbību un tikai tad jāstrādā pie viņu motivēšanas iesaistīties sociālajā uzņēmējdarbībā.

Viens no būtiskākajiem aspektiem, kas jāmin attiecībā uz jauniešu piekļuvi sociālajai uzņēmējdarbībai Latvijā, ir izglītības sistēmas sniegtās iespējas. Saskaņā ar Eurobarometer ziņojumu⁵ Latvijā primārais avots, no kura jaunieši uzzināja par sociālo uzņēmējdarbību, bija skola/ universitāte (32%) un sociālie mediji (24%). Tas iezīmē divus aspektus: pirmkārt, skolas un universitātes (vai citas izglītības iestādes) ir jāuzskata par galveno ceļu sociālās uzņēmējdarbības veicināšanai jauniešu vidū, un, otrkārt, esošā sistēma jau ir veikusi daļu sava darba, kā minimums – informējusi jauniešus par šādu koncepciju.

Diemžēl, skolās jauniešiem netiek mācīta sociālā uzņēmējdarbība kā priekšmets, bet īsas atziņas tiek iekļautas kā tēma sociālajās zinātnēs, vēsturē un uzņēmējdarbībā. Pēc Valsts izglītības satura centrs informācijas, šīs tēmas izglītības sistēmā tiek mērķtiecīgi virzītas, taču pieejamie mācību materiāli latviešu valodā ir nepietiekami. Pedagogi gūst informāciju no esošajiem avotiem, un līdz ar to vienlīdz visaptverošu saturu nevar nodrošināt skolēniem visā Latvijā (tas lielā mērā ir atkarīgs no pedagoga personīgām zināšanām un apziņas līmeņa).

Augstākās izglītības ietvaros sociālā uzņēmējdarbība kā programma ir pieejama tikai maģistrantūrā, un tiek nodrošināta divās universitātēs (Eiropas Kristīgajā akadēmijā un EKA Lietišķo zinātņu universitātē). Savukārt bakalaura līmeņa izglītībā ir iekļauti vairāki apmācību moduļi, kas akcentē sociālo uzņēmējdarbību un tie ir pieejami septiņās augstākās izglītības iestādēs⁶. Kopumā, Latvijas studentu skaits nav pietiekami liels un informētība vai interese par šo tēmu vēl nav tik liela, lai nodrošinātu plašāku izglītības iespēju izvēli augstākajā izglītībā.

⁴ <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2670>

⁵ <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2670>

⁶ <https://sua.lv/socialas-uznemejdarbibas-studiju-iespejas-latvija/>

2.4. Atbalsts jauniešiem - sociālajiem uzņēmējiem

Atbalsts sociālajiem uzņēmumiem ir iestrādāts likumā - nodokļu atlaižu veidā (ienākuma nodoklis, kā arī īpašuma nodoklis un citu publisku personu mantiskās iemaksas), kā arī sniedzot iespēju piesaistīt brīvprātīgos. Tas ir mehānisms, kas nodrošina zināmu finansiālu atbalstu no valdības, taču tam ir arī birokrātiski šķērslī, kas var kavēt piekļuvi šim atbalstam un/vai interesi iegūt likumīgu SU statusu.

Finansiālā atbalsta spilgtākais piemērs ir Labklājības ministrijas un finanšu institūcijas "Altum" īstenotā programma, kur līdz 2023.gada marta beigām tās ir piešķirušas 205 grantus, kuru kopējā summa ir 12,8 miljonu eiro vērtībā. Tā ir bijusi ļoti vērtīga iespēja, piedāvājot grantus no 5000 līdz 200 000 EUR vienam projektam, kā ieguldījumu vai apgrozāmos līdzekļus (kurus var izmantot arī algām), tādējādi veicinot SU biznesa darbības modeli. Lai gan 2023. gada sākumā finansējums tika izlietots ir paredzams, ka ar 2024. gadā atvērta tiks jauna atbalsta programma.

Īpaši Latvijas jauniešiem viens no primāri vēlamajiem atbalsta veidiem, kas motivētu viņus iesaistīties sociālajā uzņēmējdarbībā, ir iespēja pieteikties akceleratora programmai⁷. Tā nav tieši vērsta uz jauniešiem, taču šobrīd sociālajiem uzņēmējiem Latvijā ir pieejamas divas akceleratora programmas

- New Door un Reach For Change Latvia.

Sociālās uzņēmējdarbības atbalstam un stimulēšanai kopumā dažādas institūcijas izsludina atbalstu jaunu biznesa iespēju radīšanai. Piemēram, Labklājības ministrijas ideju konkurss sociālās uzņēmējdarbības iesācējiem, Latvijas Sociālās uzņēmējdarbības asociācijas Piču konkurss, SEB bankas un piecu Rīgas apkārtējo reģionu grantu programma sociālo uzņēmēju atbalstam. Lai nodrošinātu konkurētspējīgu sociālās uzņēmējdarbības modeļu izveidi, atbalstu konsultāciju veidā sniedz arī Labklājības ministrija.

No pārskata redzams, ka mērķtiecīgs atbalsts jauniešiem šobrīd nav pieejams, taču esošie atbalsta mehānismi tomēr ir iekļaujoši un pieejami ikvienam, kurš vēlas kļūt par sociālo uzņēmēju. Vēl viena diezgan izplatīta tendence visā Eiropā ir tāda, ka atbalsts parasti tiek sniegts uzsākšanas fāzei, bet pēc dažiem gadiem sociālie uzņēmēji paliek bez atbalsta, līdz ar to ir neaizsargātāki sava specifiskā un ierobežojošās darbības rakstura dēļ. Tas ir faktors, kas kavē jauniešu motivāciju uzsākt sociālo uzņēmējdarbību. Tā vietā viņi dod priekšroku strādāt citā uzņēmumā, kur motivācija ir nodrošinātā finansiālā stabilitāte⁸.

⁷ <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2670>

⁸ <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2670>

No tā varam secināt, ka pat ar tādiem pamatnosacījumiem kā tiesiskais regulējums un vispārējie atbalsta mehānismi, kas tiek piedāvāti sociālās uzņēmējdarbības veicināšanai Latvijā, ļoti maz šo pasākumu ir vērsti tieši uz jaunatni un viņu piekļuves vai iesaistes palielināšanu šādai uzņēmējdarbībai. To var uzskatīt par zaudējumu, jo sociālā uzņēmējdarbība, jo īpaši uztverta kā prasmju kopums, var būt ļoti vērtīgs veids, kā ne tikai vairo uzņēmēju domāšanu, bet arī nodrošināt jauniešiem citas nepieciešamās prasmes un noturību, saskaroties ar mūžiem mainīgu un neparedzamu darba tirgu. Izglītības sistēma varētu nodrošināt šādas kompetences jau no agras bērnības, bet šobrīd netiek izmantotas visas piedāvātās iespējas. Turklāt esošais tiesiskais regulējums tiek uzskatīts par diezgan sarežģītu un līdz ar to nedraudzīgu ne jauniešiem, ne citiem sociālajiem uzņēmējiem.



**JAUNATNE UN
SOCIĀLĀ
UZŅĒMĒJDARBĪBA
LATVIJĀ**

3. Jauniešu iesaiste sociālajā uzņēmējdarbībā

Šajā sadaļā tiek apskatīts 35 Latvijas jauniešu (16 - 33 gadus vecu) viedoklis, kas aizpildījuši Facebook izplatīto tiešsaistes aptauju. Lielākā daļa no tiem ir sievietes (91,4%), kuras dzīvo Latvijas pilsētās (54,3% - Rīgā un 28,6% - citās pilsētās) un ir nodarbinātas (34,4%), mācās augstākajās izglītības iestādēs (34,4%) vai mācās vidusskolās (17,1%). Jautājumos, kas pārklājas, Eurobarometer ziņojuma sekundārie dati par sociālo uzņēmējdarbību un jaunatni⁹ apstiprina līdzīgas tendences, taču pārstāv daudz lielāku auditoriju (kopā 1047 jaunieši), tāpēc turpmākajās nodaļās tie tiks pieminēti un salīdzināti.

Metodoloģiskajā pētījumā jautājumi balstās uz pieeju, kur jauniešu gatavību un vēlmi iesaistīties sociālajā uzņēmējdarbībā nosaka viņu iepriekšējais zināšanu līmenis, motivācija kļūt par uzņēmēju un esošie vai nepieciešamie atbalsta mehānismi.

Viens aptaujas jautājums atklāj pēdējo gadu globālo notikumu (Covid-19 pandēmija, karš Ukrainā un tai sekojošā enerģētikas krīze) ietekmi uz jauniešu iesaistīšanos.

3.1. Zināšanu līmenis un iesaistīšanās

Ne tikai mūsu aptaujas dati, bet arī iepriekš pieminētie Eurobarometer ziņojuma dati skaidri norāda, ka jauniešiem ir ļoti zems izpratnes līmenis par jēdzienu "sociālā uzņēmējdarbība".

Šajā gadījumā 71,4% jeb 25 no 35 respondentiem ir zema līmeņa informētība – vai nu "nekad par to nav dzirdējuši" (17,1%), vai arī ir dzirdējuši, bet zina par to ļoti maz (54,3%). 22,9% jēdzienu labi izprot, bet nebija ar to profesionāli saistīti, un tikai 5,7% (2 respondenti) "strādā organizācijā/uzņēmumā", kas ir cieši saistīts ar sociālo uzņēmējdarbību, taču pats nav sociālais uzņēmējs.

Tas mums sniedz perspektīvu par pieeju sociālās uzņēmējdarbības veicināšanai viņu vidū – vispirms viņiem ir jāiepazīstas ar jēdzienu, lai saprastu individuālos un ilgtermiņa ieguvumus. Tikai pēc tam var spert nākamos soļus, lai iesaistītu noteiktās aktivitātēs, kuru galamērķis ir sociālā uzņēmējdarbība. Turklāt, saistībā ar apmācībām, kas nav paredzētas īpaši jauniešu auditorijai, tiek uzsvērts, ka sniegtajai informācijai jābūt vai nu ļoti vienkāršotai (pielāgotai iesācējiem), vai arī jākoncentrējas uz jau esošām atsaucēm standarta uzņēmējdarbības praksē, lai nodrošinātu saprotamību un salīdzināmību.

⁹ <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2670>

Interesanti, ka gandrīz puse (48,1%) ir apsvēruši iespēju pašiem kļūt par sociālajiem uzņēmējiem vai pie viņiem strādāt, taču būtu jāveic padziļināti pētījumi, lai precizētu to motivāciju. Pārskatā "Sociālā uzņēmējdarbība un jaunatne" jaunieši min, ka potenciālais darba devējs uzņēmumam ir definējis sociālos mērķus (75%) vai vides mērķus (73%), un lēmumu pieņemšanā iesaista darbiniekus (78%). Pēc noklusējuma tās ir raksturīgas lielākajai daļai sociālo uzņēmēju, un tādējādi to varētu uzskatīt par vienu no iepriekš aprakstītās tendences motivācijām.

3.2. Motivācija iesaistīties un faktori, kas to varētu ietekmēt

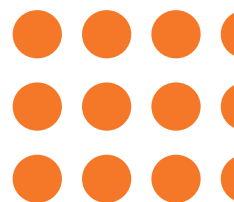
Jauniešu iesaistīšanās un motivācija pēdējā laikā tiek plaši apspriesta visdažādāko tēmu kontekstā. Pētot jauniešu motivāciju iesaistīties sociālajā uzņēmējdarbībā, elementi, kas to ietekmē, lielākoties ir saistīti ar viņu iepriekšējo zināšanu līmeni (skat. iepriekšējo apakšnodaļu), iesaistīšanos un ieinteresētību sociālo izaicinājumu risināšanā, kā arī personīgajām nodarbinātības prasībām/priekšrocībām, un pieejamo atbalstu.

Latvijas jauniešu vidū uz jautājumu "Kādi ir/bijuši jūsu galvenie motīvi, kas lika jums apsvērt sociālo uzņēmējdarbību vai iesaistīties tajā", absolūtais līderis bija atbilde: vēlme vai ambīcijas atstāt paliekošu ietekmi/risināt kādu izaicinājumu sabiedrībā (73,3% jeb 11 respondenti). Tam cieši sekoja viņu personiskā īpašība būt uzmanīgam vai rūpēties par kopienu un izjust individuālu pilsonisko atbildību, sniegt ieguldījumu pārmaiņās (abi 53,3%). Tas izceļ vēlmi tādā vai citādā veidā būt daļai no risinājuma, kas atspoguļojas gan šī pārskata iepriekšējās, gan turpmākajās daļās.

Līdzīgas tendences apstiprina arī esošo sociālo uzņēmēju apkopotie dati (skat. 4. nodaļu) - tieši trīs augstāk minētās atbildes bija arī visizplatītākās.

Esošie sociālie uzņēmēji vairāk sliecas rūpēties par sabiedrību vai tos motivē pilsoniskās atbildības izjūtu (abi 41,7%), kā arī vēlme atstāt paliekošu ietekmi (33,3%).

Lai noskaidrotu, kādi būtu ārējie stimuli un priekšnosacījumi, vēlējamies saprast, kāds atbalsts viņiem būtu nepieciešams, lai apsvērtu iespēju piedalīties vai uzsākt savu sociālo uzņēmējdarbību. Biežākās atbildes bija - pieeja resursiem (finanšu, cilvēku u.c.) (60,0% aptaujāto), apmācības par uzņēmējdarbības vadības prasmēm (45,0%) un zināšanas un/vai apmācības par sociālās uzņēmējdarbības jēdzienu (40,0%). Tam cieši sekoja palīdzība biznesa modeļa/ koncepcijas idejas atrašanā (35%) un visaptverošs vadīšanas atbalsts (30%). Atbildes nerada viennozīmīgu priekšstatu par vienu nepieciešamo atbalsta veidu, bet gan parāda, ka atbalsts ir nepieciešams visās jomās, un šī tēma būtu jāpēta, lai iegūtu detalizētākus secinājumus.



3.3. Covid-19, kara, enerģētikas krīžu ietekme uz jauniešu iesaistīšanos

Jau no pētījuma uzsākšanas sākuma bija svarīgi saprast, kā pēdējo gadu notikumi (piem., Covid-19 pandēmija, karš Ukrainā, enerģētikas krīze u.c.) ir ietekmējuši jauniešu attieksmi par iesaistīšanos sabiedrības izaicinājumu risināšanā.

Lai arī šī aptaujas daļa sastāvēja tikai no viena jautājuma, tomēr ir svarīgi izcelt potenciālās tendences, kas varētu norādīt uz pareizu veidu jauniešu motivācijai kļūt par daļu no sociālās ekonomikas. Pamatojoties uz atbildēm, lielākā daļa (48,6%) šobrīd "vairāk apzinās" sabiedrībā pastāvošos izaicinājumus vai arī "vairāk apzinās savu individuālo atbildību pret sabiedrību" (40%), taču nevienā no kategorijām respondenti nav rīkojušies, lai to īstenotu. 22,9% jūtas ciešāk saistīti ar kopienu un līdz ar to tās izaicinājumiem. Tikai neliela daļa ir veikusi kādu darbību - 14,3% ir sākuši brīvprātīgo darbu vai citādi snieguši ieguldījumu NVO, bet 8,6% ir apsvēruši sava sociālā uzņēmuma dibināšanu vai sociāli atbildīga pakalpojuma idejas ienešanu savā pašreizējā darba vietā, bet 14,3% ārējie notikumi nav izmainījuši motivāciju.

Pat, ja šie nemierīgie notikumi nav veicinājuši daudz lielāku pilsonisko iesaisti, tiem ir bijusi pozitīva ietekme uz informētības līmeni par sabiedrībā aktuālām problēmām un savu lomu to risināšanā. Tas ir būtisks pirmais solis, uz kuru varam balstīties, domājot par pasākumu izstrādi, lai viņus aktīvāk iesaistītu sociālajā uzņēmējdarbībā. Šāda izpratne un vēlme būt daļai no risinājuma, kā minēts iepriekšējā nodaļā, kalpo par svarīgu pamatu jebkurai sociālo uzņēmējdarbību veicinošai darbībai.

4. Pieredzes iegūšana no esošajiem SU

Šajās pārskata daļā ir atspoguļota 12 sociālo uzņēmēju pieredze, kuri ir iesnieguši savas atbildes tiešsaistes aptaujā, kas tika nosūtīta Latvijas sociālā uzņēmuma statusa ieguvēju datubāzei. Gandrīz pusi no tiem var uzskatīt par jaunpieņacējiem šajā jomā, kuri sākuši savu uzņēmējdarbību mazāk nekā pirms gada (3 no 12) vai 2–3 gadiem (2 no 12). 4 no tiem darbojas 3–5 gadus un 3 – vairāk nekā 5 gadus. Lielākā daļa no tiem (11) darbojas pilsētās – 5 Rīgā un 6 citās pilsētās. Tikai viens veic savu darbu lauku apvidū.

Šajā aptaujā tika uzdots virkne jautājumu, lai noteiktu sociālo uzņēmumu sākotnējo motivāciju uzsākt sociālo uzņēmējdarbību, kā arī par elementiem, kas saistīti ar biznesa modeli un vadību. Lai apkopotu noderīgo pieredzi, kas gūta, strādājot šajā jomā ilgāku laiku, tika pētīta iegūtā pieredze un neseno globālo notikumu ietekme uz uzņēmējdarbību. Iegūtā informācija, ļauj labāk izprast nozares specifiku, tādā veidā palīdzot izstrādāt mehānismus, kas motivētu jauniešus iesaistīties sociālajā uzņēmējdarbībā.

4.1. Galvenās atziņas uzsākot sociālo uzņēmumu

Lai labāk izprastu potenciālo un topošo sociālo uzņēmēju darbības uzsākšanu, mēs apkopojām aktīvi strādājošo sociālo uzņēmumu viedokļus. Vissvarīgākās atziņas attiecas uz veidiem, kādus viņi izvēlējās sabiedrības problēmu risināšanai, un attiecīgi veidoja savai uzņēmējdarbībai vispiemērotāko modeli. Būtiskas ir arī atziņas par to, kādas zināšanas un pieredze tika iegūtas ceļā uz šo mērķi.

Aptaujāto Latvijas sociālo uzņēmēju vidū primārais izaicinājuma izvēles veids bija viņu apkārtne raksturīga vai jau pastāvoša. 9 no 12 respondentiem šī izvēle bija saistīta ar jau esošo izpratni par problēmu (6 ar kaut ko saskārās paši, bet 3 — ar kaut ko, ar ko viņi saskārās savā kopienā). Ņemot vērā to, ka sociālās uzņēmējdarbības modeļi bieži parādās kā atbilde uz konkrētu izaicinājumu konkrētā vidē, viņu atbildēs nav pārsteiguma par modeļa izvēli konkrēta izaicinājuma risināšanai. 8 no 12 tas radās dabiski, un netika izmantota īpaša metode, bet pārējie četri izmantoja esošo modeļu, tiklu un mentoringa vai akselerācijas atbalstu. Izrietoši no minētā, sociālās uzņēmējdarbības veicināšanai jauniešu vidū ir jāfokusējas uz izpratnes veicināšanu, ka ar tās palīdzību var risināt tādus izaicinājumus apkārtēja vidē, kas skar pašu dzīvi vai sabiedrību. Motivācijā meklēt risinājumus kalpo kā labs pamats ilgtspējīga biznesa veidošanai.

Tas, ko mēs varam iegūt no sociālā uzņēmuma vadīšanas mācībām, galvenokārt ir divu veidu kompetences, kuras mēs vēlāk varam izmantot kā **reālus stimulus, lai veicinātu jauniešus apsvērt sociālo uzņēmējdarbību**. Pirmkārt un galvenokārt - **biznesa un līderības prasmes** (orientēšanās uz mērķa grupu un fokuss uz personālu, nepieciešamība pēc perspektīvas un zināšanām par ekosistēmu, zināšanas par biznesa principiem un krīžu vadību utt.), un, otrkārt, starpnozaru prasmes un vērtības - komandas darba nozīme, pašpalīdzība, caurspīdīgums un uzticēšanās.

4.2. Panākumu definīcija

Ņemot vērā katra sociālā uzņēmuma ļoti atšķirīgos ceļus un biznesa modeļus, panākumi var izpausties daudzos aspektos. Šajā aptaujā lūdzām sīkāk atspoguļot saņemto atbalstu, pašu vērtējumu par galvenajiem veiksmes faktoriem.

Ir skaidrs, ka jebkura uzņēmēja ceļš ir diezgan sarežģīts, un bez atbalsta daudzi iesācēji nevarētu uzsākt savu darbību. Lielākā daļa Latvijas sociālo uzņēmumu, kas piedalījās aptaujā, ir saņēmuši kādu atbalstu - lielākā daļa (5 no 12) ir saņēmuši finansiālu atbalstu no valsts sektora struktūras, un gandrīz tikpat daudzi ir saņēmuši konsultācijas un līdzīgu atbalstu no valsts vai nevalstiskām iestādēm, nozares vai no mentoringa un/ vai akseleratora programma (4 no 12). Arī jautājumā par vēlmēm topošajiem uzņēmējiem daudzi min atbalsta nepieciešamību ("jautās padomu, bet lem pats", "uzrunās potenciālos partnerus"). Taču diezgan interesanti ir tas, ka, jautājot par aspektiem, kas nodrošinājuši viņu biznesa kopējos panākumus, redzamākās atbildes skar ģimenes/draugu atbalstu un komandas darbu (6 no 12, bet interesanti, ka tikai 3 no 12 atzina, ka ir saņēmuši atbalstu no ģimenes vai draugiem iepriekšējā jautājumā). Līdz ar to ir skaidrs, ka pat tad, ja atbalsts resursu veidā ir nepieciešams, lielākais veiksmes priekšnoteikums ir morālais atbalsts un līdzīgi domājoši cilvēki, kuri ikdienā atbalsta vienu un to pašu mērķi.

4.3. Neseno globālo notikumu ietekme uz sociālajiem uzņēmumiem

Nav pārsteigums, ka globālo sociālekonomisko izaicinājumu ietekme ir ļoti skārusi sociālos uzņēmējus. Tikai trīs no viņiem savā ikdienas darbā nav saskārušies ar izmaiņām. Šajā atvērtajā aptaujas jautājumā viena īsa atbilde bija "uzlabojās", viens neviennozīmīgi atzīmēja "zaudējumi un jaunas attīstības iespējas", bet pārējie 7 aprakstīja dažādas izmaiņas, ko šie notikumi ir ienesuši viņu darbā. Tie ietver ierobežojumus, kas lielā mērā kavē uzņēmuma darbību (t.sk. veicina uzņēmumu slēgšanu) vai rada nepieciešamību veidot jaunu uzņēmējdarbības modeli un kavē plānotās attīstības aktivitātes. Viens uzņēmuma pārstāvis saskārās ar izdegšanu un citiem sarežģījumiem darbinieku vidū (šis uzņēmums darbojas izglītības jomā), taču karš Ukrainā lika pircējiem rūpīgāk izvēlēties savu produktu. Lai šīs atbildes nesniedz precīzu priekšstatu par visiem sociālajiem uzņēmumiem Latvijā, tomēr varam pieņemt, ka šie notikumi ir atstājuši uz tiem zināmu iespaidu.

5. Secinājumi

Apkopojot aptauju rezultātus un ekosistēmu un atbalsta pārskatu, var izdarīt sekojošus secinājumus.

1. Visos datos, kas saistīti ar jauniešiem ir izteikta tendence, ka jaunieši apzinās sociālos jautājumus un tie viņiem rūp. Viņi ne tikai dod priekšroku strādāt ar noteiktām sociālajām vērtībām, bet arī ir ieguvuši plašāku izpratni pēdējo gadu globālo notikumu dēļ. Vēl jo vairāk - vaicājot par savu iespējamo motivāciju turpmāk iesaistīties sociālajā uzņēmējdarbībā, viņi galvenokārt min aspektus, kas skar sociālo apziņu un pilsonisko atbildību. Tas nozīmē, ka pirmais solis ceļā uz viņu iesaistes palielināšanu jau ir sperts.
2. Pamatojoties uz iepriekšējo atziņu, var secināt, ka strādājošie sociālie uzņēmēji izvēlējās sabiedrības izaicinājumu, kurš galvenokārt ir saistīts ar personīgo pieredzi (individuāli vai sabiedrībā), un tādējādi arī nāca klajā ar piemērotu uzņēmējdarbības modeli. Pašreizējā jaunatnes izpratne jāsaista ar viņu pašu dzīves izaicinājumiem, lai nodrošinātu ilgtspējīgu un motivētu iesaistīšanos sociālajā uzņēmējdarbībā nākotnē.
3. Pat ja viņi ir informēti par sociālajiem jautājumiem, zināšanas un sociālās uzņēmējdarbības jēdziena izpratne ir nepietiekama. Ņemot to vērā, veidojot politikas nostādnes būtu jāapsver praksē balstītas sociālās uzņēmējdarbības izglītības iekļaušana visos izglītības līmeņos, taču ne vienmēr ar mērķi jauniešiem dibināt savus uzņēmumus. Tā kā viņi dod priekšroku darbā pie kāda cita, šādai izglītībai jābūt vērstai uz sociālo uzņēmējdarbību kā iespēju attīstīt savas prasmes un spējas mainīgajā darba tirgū.
4. SU nav īpaši vērsta uz jauniešiem, taču ir vairāki atbalsta pasākumi un mehānismi gan no valsts, gan privātā sektora sociālajiem uzņēmumiem Latvijā (galvenokārt sākuma fāzei). Ir jāplāno un jāattīsta mērķtiecīgs atbalsts jauniešu iesaistīšanai sociālo uzņēmumu izveides atvieglošanai, ņemot vērā ES definētās problēmas, kas saistītas ar jauniešu nodarbinātību.



sociallyagile.eu



Funded by
the European Union