

SOCIĀLIE UZNĒMUMI – NEVALSTISKĀS ORGANIZĀCIJAS LATVIJĀ

AGNESE LEŠINSKA

Saturs

IEVADS	3
METODOLOĢIJA	4
SOCIĀLO UZŅĒMUMU JURIDISKAIS STATUSS UN BIEDRI	5
SOCIĀLO UZŅĒMUMU DARBĪBAS JOMAS	7
SOCIĀLO UZŅĒMUMU FINANŠU RĀDĪTĀJI	11
SOCIĀLO UZŅĒMUMU DARBINIEKU SKAITS, PIESAISTĪTIE BRĪVPRĀTĪGIE, VADĪBAS MODELIS	14
SOCIĀLĀ UZŅĒMUMA IZVEIDES MOTIVĀCIJA	15
<i>Kādas īpašības raksturo sociālo uzņēmēju?</i>	16
<i>Kādas vērtības raksturo sociālo uzņēmumu?</i>	17
<i>Kādus vides aizsardzības pasākumus veic organizācija?</i>	18
KOPSAVILKUMS.....	19

© Domnīca PROVIDUS

© Agnese Lešinska

© Vāka foto – Jer Thorp, flickr.com

ISBN 978-9934-532-02-3



Publikācija nodrošināta projekta "PROVIDUS – valsts partneris politikas plānošanas un veidošanas procesā" ietvaros. Projektu finansiāli atbalsta Islande, Lihtenšteina un Norvēģija NVO darbības atbalsta programmas ietvaros. NVO darbības atbalsta programma tiek finansēta ar Eiropas Ekonomikas zonas finanšu instrumenta un Latvijas valsts finansiālu atbalstu.

Ievads

Sociālais uzņēmums un sociālā uzņēmējdarbība ir jēdzieni, kurus zina un lieto tikai daži indivīdi vai uzņēmumi, apzīmējot veiktās aktivitātes sociālo problēmu risināšanā. Šo jēdzienu izmanto, aprakstot uzņēmuma darbību, kas nodarbina cilvēkus ar īpašām vajadzībām, kā arī raksturo dažādus labdarības veikaliņus, un protams, šo jēdzienu attiecina uz organizācijām, kas sniedz dažādus sociālos pakalpojumus. Sociālā uzņēmējdarbība ir jauns koncepts, un pagaidām Latvijā nav likuma, kas šo jomu regulē. Tāpat mums nav vienota skaidrojuma vai kritēriju kopums, kas ļautu nošķirt sociālos uzņēmumus no nevalstiskās organizācijas vai komersanta. Neskatoties uz faktu, ka Latvijā savu ietvaru sociālajai uzņēmējdarbībai vēl tikai veidojam, ir daudz uzņēmumu un nevalstisko organizāciju, kuras faktiski atbilst kritērijiem, kas raksturo sociālo uzņēmumu citur Eiropā.

Izvērtējot ārvalstu praksi, jāsecina, ka pastāv dažādas definīcijas un kritēriji, kas raksturo sociālo uzņēmumu – gan teorijā, gan ārvalstu normatīvajā ietvarā. Taču, kā tas konstatēts pētījumā „Latvija ceļā uz sociālo uzņēmējdarbību”, sociālā uzņēmuma kritērijos dominē piecas pamat pazīmes:

- Uzņēmuma izveides mērķis ir vērsts uz sociālo vai sabiedrībai nozīmīgo problēmu risināšanu, pretstatot mērķim gūt peļņu tā īpašnieku labā.
- Uzņēmumi ir ekonomikas dalībnieki, kas ražo preces un sniedz pakalpojumus.
- Uzņēmumiem ir peļņas sadales ierobežojumi, pilnībā vai daļēji aizliedzot sadalīt peļņu starp īpašniekiem.
- Uzņēmumā darbiniekiem tiek maksāts darba tirgum atbilstošs atalgojums.
- Uzņēmuma pārvaldībā tiek iesaistīti mērķgrupu pārstāvji.¹

Apzinoties faktu, ka sociālie uzņēmumi Latvijā darbojas bez īpašas atpazīstamības un valsts atbalsta, 2013.gadā Labklājības ministrijā tika izveidota īpaša darba grupa, kuras uzdevums bija izstrādāt koncepciju „Par sociālās uzņēmējdarbības ieviešanas iespējām Latvijā” (turpmāk – koncepcija). Koncepcijas mērķis ir – atzīt un novērtēt sociālo uzņēmumu potenciālu, uzsākt pilnvērtīgas un efektīvas atbalsta sistēmas veidošanu un tiesiskā ietvara sociālās uzņēmējdarbības attīstībai izstrādi, piedāvāt definīciju un atbilstības kritērijus, kā arī atbalsta virzienus sociālajiem uzņēmumiem.²

Koncepcijas sagatavošanas procesā lielas diskusijas izvērās par daudziem jautājumiem, tai skaitā par to, kāda ir pieņemamākā juridiskā forma sociālo uzņēmumu darbībai Latvijā un kāds atbalsts šādiem uzņēmumiem ir nepieciešams. Kā tas norādīts koncepcijā, Latvijas uzņēmumi, kuri būtu pielīdzināmi sociālajiem uzņēmumiem, piemērojas apstākļiem un izvēlas tādas darbības formas, kas vislabāk ļauj īstenot to darbības mērķus. Konkrēti, tie šobrīd visbiežāk darbojas nevalstiskajā sektorā kā biedrības vai nodibinājumi, pārejot arī uz sabiedrības ar ierobežotu atbildību formu.³ Tātad, faktiski jāsecina, ka sociālie uzņēmumi Latvijā darbojas, izvēloties divus dažādus juridiskos ietvarus:

- kā komersanti;
- kā nevalstiskās organizācijas.

Šis secinājums pats par sevi nav slikts, nedz nepareizs, jo arī citās valstīs sociālās uzņēmējdarbības aizsākumi vairāk atrodami tieši nevalstiskajā sektorā, un tikai vēlāk organizācijai attīstoties un augot, tās pārveidojas par uzņēmumu vai dibina atsevišķu komersantu sociālās uzņēmējdarbības veikšanai.

¹ Lešinska A., Litvins G., et al. „[Latvija ceļā uz sociālo uzņēmējdarbību](#)”, PROVIDUS un Latvijas pilsoniskā alianse, 2012.gads.

² Koncepcijas projekts „[Par sociālās uzņēmējdarbības ieviešanas iespējām Latvijā](#)”, 2014.gads.

³ Koncepcijas projekts „[Par sociālās uzņēmējdarbības ieviešanas iespējām Latvijā](#)”, 2014.gads.

2013.gadā Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kamera izstrādāja „Sociālo uzņēmumu izpētes vienotu metodoloģiju”⁴ un veica sociālu uzņēmumu, kas reģistrēti kā komersanti, identificēšanu un aptaujāšanu. Starp šajā izlases apjomā iekļautajiem 1296 komersantiem (nevalstiskās organizācijas aptaujā iekļautas netika) atbildes sniedza 1164 jeb 89,8%. No aptaujātajiem uzņēmumiem tikai 3% jeb 34 uzņēmumi uzskata, ka veic sociālo uzņēmējdarbību.⁵

Aptaujā iegūtā informācija parāda, ka uzņēmumi, kas sevi uzskata par sociāliem uzņēmumiem un ir izvēlējušies komersanta juridisko formu, pārsvarā darbojas vairumtirdzniecībā un mazumtirdzniecībā, automobiļu un motociklu remontā. Neviens uzņēmums nedarbojas izglītības jomā un tikai 5% šo uzņēmumu veic darbības veselības un sociālās aprūpes jomā.⁶

Apzinoties faktu, ka Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kameras aptauja tika mērķēta tikai uz komersantu aptaujāšanu, 2014.gada augustā Domnīca PROVIDUS izsūtīja aicinājumu ikvienam sociālajam uzņēmumam, kas darbojas kā biedrība vai nodibinājums (tātad izvēlēties nevalstiskās organizācijas juridisko formu), līdzdarboties aptaujā un sniegt datus par savu darbību. Šajā pētījumā izklāstīti galvenie anketās sniegtās informācijas secinājumi.

Metodoloģija

Aptaujas mērķis bija apzināt potenciālos sociālos uzņēmumus un noskaidrot to darbības spektru un daudzveidību. Uzrunājot potenciālos aptaujas dalībniekus, tika norādīts, ka sociālais uzņēmums atbilst iepriekš norādītām sociālā uzņēmuma pazīmēm:

- uzņēmuma mērķis ir risināt sociālas jeb sabiedrībai svarīgas problēmas;
- uzņēmuma darbība ir organizēta atbilstoši komercdarbības principiem - sniedz pakalpojumus vai ražo preces;
- peļņa tiek investēta uzņēmumā vai tieši novirzīta sociālo problēmas risināšanai;
- darbinieki saņem darba tirgum atbilstošu atalgojumu;
- uzņēmuma pārvaldē iesaistās darbinieki vai mērķgrupas.

Galvenie pētījuma secinājumi:

Lielākā daļa sociālo uzņēmumu izvēlējušies biedrības juridisko formu;

Pusei organizāciju ir sabiedriskā labuma organizāciju statuss;

Lielākā daļa organizāciju strādā ar projektu konkursos iegūtu finansējumu;

Tikai nelielu daļu no sociālo uzņēmumu budžetiem veido ienākumi no saimnieciskās darbības;

Sociālo uzņēmumu darbības jomas pārsvarā ir saistītas ar dažādu izglītojošo pasākumu organizēšanu un veikšanu;

Tikai nedaudzi sociālie uzņēmumi nodarbina pastāvīgos darbiniekus;

Visi sociālie uzņēmumi savā darbībā iesaista brīvprātīgos.

⁴ Bikse V, Linde Ņ. „Sociālo uzņēmumu izpētes vienota metodoloģija”, Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kamera, 2013.gads.

⁵ Konceptijas projekts „Par sociālās uzņēmējdarbības ieviešanas iespējām Latvijā”, 2014.gads.

⁶ Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kameras veiktās aptaujas statistikas [datu vizualizācija](#).

Aptaujas anketas jautājumus izstrādāja PROVIDUS eksperti, sadarbojoties un konsultējoties ar citiem jomas ekspertiem. Anketā bija 54 jautājumi, kas strukturēti četros lielos blokos:

- jautājumi par organizāciju;
- nosaukums, informācija par sabiedriskā labuma organizācijas statusa esamību, darbības mērķiem un uzdevumiem, biedriem, u.c.;
- jautājumi par finansiālo situāciju organizācijā – ienākumu apjoms, ienākumu veidi, u.c.;
- jautājumi par organizācijas darbiniekiem, brīvprātīgiem, vadību un vadības modeļiem;
- atvērtie jautājumi - par motivāciju veidojot organizāciju, sociālā uzņēmēja un sociālā uzņēmuma raksturojošam īpašībām, veiktajiem vides aizsardzības pasākumiem.

Aptauja tika izsludināta sociālajos tīkos (facebook.com, twiter.com) ar aicinājumu piedalīties biedrībām un nodibinājumiem, kas atbilst sociālā uzņēmuma pazīmēm. Tāpat informācija par aptauju tika izplatīta, izmantojot dažādas tīkla organizācijas, piemēram, Lauku atbalsta forums, Latvijas Pilsoniskā Alianse un citi.

Aptauja notika laika posmā no 2014.gada augusta līdz 2014.gada septembrim. Tika saņemtas 25 anketas no biedrībām un nodibinājumiem, kas uzskata sevi par sociālajiem uzņēmumiem.

Sociālo uzņēmumu juridiskais statuss un biedri

Sociālie uzņēmumi Eiropā darbojas dažādās juridiskās formās – sākot no kooperatīviem un nevalstiskām organizācijām, līdz īpašai juridiskai formai, piemēram, *community interest companies* (kopienas intereses uzņēmumi) Lielbritānijā, apzīmējot uzņēmumus, kas darbojas vienīgi sabiedrības labā. Kā tas konstatēts 2012.gada pētījumā, pārsvarā sastopamas trīs visbiežāk izmantotās juridiskās formas:

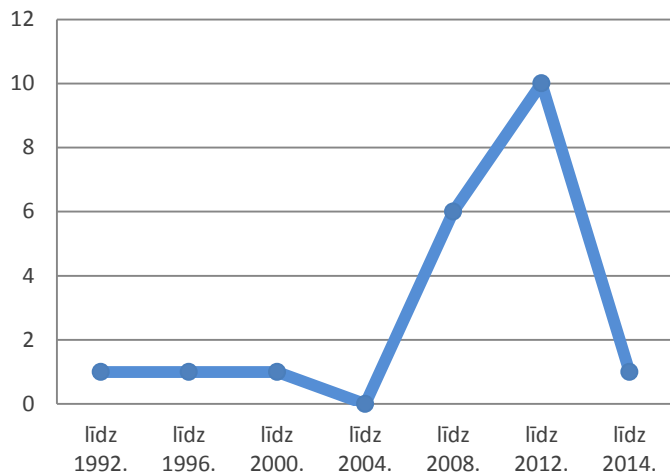
- kooperatīvi (piem., Itālijā – sociālie kooperatīvi (1991), Portugālē – sociālās solidaritātes kooperatīvi (1997), Francijā – Sociālie kooperatīvi kolektīvās interesēs (2001), Polijā – sociālie kooperatīvi (2006)). Kooperatīvu mērķis ir radīt labumu sabiedrībai, darbojoties saistībā ar plašu vai konkrētu, no sabiedrības atstumtu, personu loku. Sociālā iekļaušana un darba integrācija ir galvenās darbības formas, lai arī ne vienīgās. Dalībnieki parasti ir darbinieki, kuru īpatsvars un proporcija kopējā darbinieku skaitā katrā valstī atšķiras, piemēram, 30% Itālijā, 80% Polijā. Katrā valstī ir atšķirīga attieksme pret ieņēmumu sadali. Bet pamatprincips – viens dalībnieks, viena balss.
- uzņēmumi (*company*) (Beļģija (1995), Lielbritānija (2005)): galvenokārt tie ir uzņēmumi, kas gūst peļņu, ievērojot sociālo dimensiju, tāpēc tajos iespējama ienākumu sadale likumā noteiktajās robežās. Pārvaldībā balsu skaitu nosaka proporcionāli kapitāla ieguldījumiem;
- brīva forma (Somija (2004)): sociālais uzņēmums ir kā zīmols, ko piešķir organizācijai neatkarīgi no tās juridiskās formas; tas nav īpašs uzņēmuma juridisks modelis.⁷

Veicot aptauju starp sociālajiem uzņēmumiem, kas darbojas nevalstiskās organizācijas juridiskā formā, vēlējāmie noskaidrot, vai sociālie uzņēmumi Latvijā ir izvēlējušies biedrību vai nodibinājumu statusu. Saskaņā ar Biedrību un nodibinājuma likuma 2.pantu, biedrība ir brīvprātīga personu apvienība, kas nodibināta, lai sasniegtu statūtos noteikto mērķi, kam nav peļņas gūšanas rakstura. Savukārt, nodibinājums, arī fonds, ir mantas kopums, kurš nodalīts dibinātāja noteiktā mērķa sasniegšanai, kam nav peļņas gūšanas rakstura.⁸

⁷ Lešinska A., Litvins G., et al. „[Latvija ceļā uz sociālo uzņēmējdarbību](#)”, PROVIDUS un Latvijas pilsoniskā alianse, 2012.gads.

⁸ [Biedrību un nodibinājumu likums](#) 2.pants.

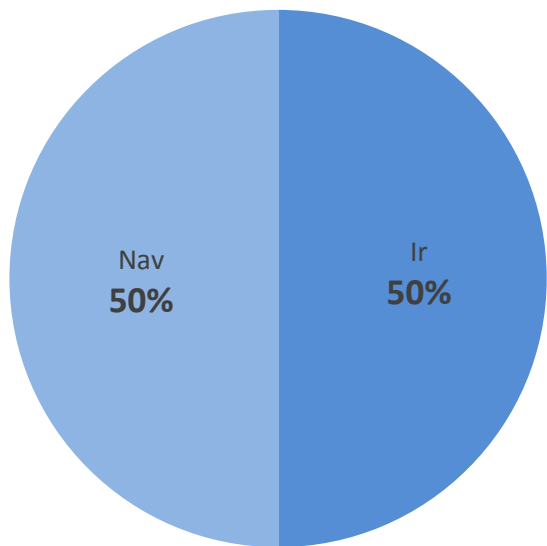
Organizācijas dibināšanas gads



faktiski veic sociālo uzņēmējdarbību. Kā redzams no Attēla Nr.2, 39% no organizācijām ir dibinātas laika posmā līdz 1996.gadam, un lielākais vairums dibinātas laika posmā no 2008.gada – 2012.gadam.

Pusei no aptaujātām organizācijām ir sabiedriskā labuma organizāciju statuss, jeb statuss, kas tiek piešķirts organizācijām, kuras veic sabiedriskā labuma darbību. Tātad, šīs organizācijas darbojas nevis savu biedru interesēs, bet sabiedrībai svarīgu problēmu risināšanā.

Sabiedriskā labuma statuss

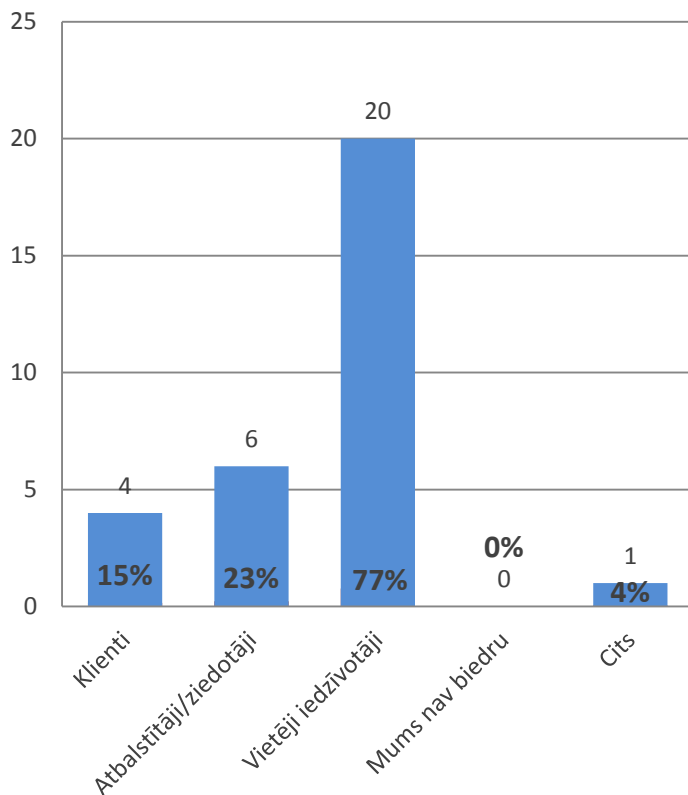


Sabiedriskā labuma organizācijām ir tiesības saņemt ziedojumus no ziedotājiem, kuri savukārt saņem nodokļu atlaides. Šīs organizācijas katru gadu atskaitās Sabiedriskā labuma komisijai par paveikto, sniedzot īpašu atskaiti par iepriekšējā gada darbību, norādot ielānoto un reāli paveikto.

Aptaujājot organizācijas par biedru sastāvu, jāsecina, ka aptaujas dalībnieki kā organizācijas biedrus ir norādījuši gan klientus, gan atbalstītājus un ziedotājus. Taču lielākā daļa no aptaujā dalību ņēmušām organizācijām kā biedrus norādījuši vietējos iedzīvotājus. Tas liecina par to, ka sociālie uzņēmumi nereti risina lokāla līmeņa problēmas jeb veic vietēja mēroga projektus un sadarbojas kādas konkrētas teritorijas vietējo iedzīvotāju problēmu risināšanā.

Iepriekš teikto papildus apliecina arī respondentu atbilde uz jautājumu par organizācijas darbības mērogu. 65% aptaujāto apliecina, ka organizācijas darbības mērogs jeb plašums ir tieši vietēja mēroga organizācija, taču neviena nav starptautiska mēroga organizācija.

Organizācijas biedru statuss



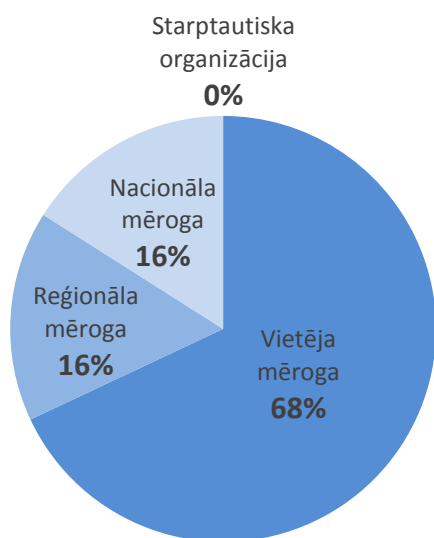
Padziļināti aptaujājot respondentus par organizācijas biedru profilu, jāsecina, ka biedrus var iedalīt divās lielās kategorijās:

- Vietējie iedzīvotāji
- Noteiktu grupu pārstāvji

Respondenti jautājumā par organizācijas biedru profilu arī ir norādījuši, ka organizācijas biedri ir „vietējie iedzīvotāji, neatkarīgi no vecuma, sociālā stāvokļa un izglītības līmeņa”. Vai „dažāda vecuma, dzimuma un profesiju lauku iedzīvotāji, kuri dzīvo XXX pagastā un kuri vēlas dzīvot sakārtotā vidē”. Tāpat viens respondents norādījis, ka organizācijas biedri ir „radoši lauku cilvēki, dažādu profesiju un vecumu pārstāvji, gatavi mācīties un dalīties ar savām zināšanām”.

Savukārt, saistībā ar biedriem-noteiktu grupu pārstāvjiem, respondenti ir norādījuši šādas atbildes – „augstākā līmeņa sociālā darba speciālisti, klīniskie psihologi, sociālās audzinātājas, pedagogi”, „skolotāji un skolēnu vecāki”, „pensionāri, „pedagogi”, „izglītības un kultūras darbinieki, uzņēmēji”.

Organizācijas darbības plašums



Sociālo uzņēmumu darbības jomas

Kā jau konstatēts 2012.gada pētījumā, Eiropā sociālie uzņēmēji darbojas dažādās jomās. Ir valstis, kur sociālā uzņēmējdarbība saistīta tikai ar darba integrāciju (Somija, Polija, Lietuva, Grieķija u. c.), taču ir daļa valstu, kur sociālais uzņēmums var darboties gandrīz ikvienā darbības jomā, kur saskatāmas problēmas, ko var risināt ar sociālā uzņēmuma darbības attīstības principiem (Lielbritānija, Beļģija, Francija u. c.)⁹

Izvērtējot aptaujas anketās sniegtās atbildes jāsecina, ka sociālie uzņēmumi Latvijā aktīvi darbojas sešās lielās jomās. Tomēr tajā pašā laikā respondentu sniegtās atbildes norāda uz faktu, ka daudzu sociālo uzņēmumu darbības

⁹ Lešinska A., Litvins G., et al. „Latvija ceļā uz sociālo uzņēmējdarbību”, PROVIDUS un Latvijas pilsoniskā alianse, 2012.gads.

jomas pārklājās – tie koordinē pilsonisko sabiedrību, kā arī sniedz konsultācijas ilgstošajiem bezdarbniekiem vai jauniešiem bezdarbniekiem, kā arī nodarbojas ar labdarību. Līdz ar to nevar viennozīmīgi secināt, ka sociālie uzņēmumi Latvijā būtu raksturojami kā tādi, kas risina tikai vienu sabiedrībai svarīgu problēmu.

Lai ilustrētu sociālo uzņēmumu daudzveidību Latvijā, uzņēmumu darbības jomas var iedalīt šādās kategorijās:

- Sociālie uzņēmumi, kas aktivizē vai koordinē aktīvo pilsonisko sabiedrību;
- Sociālie uzņēmumi, kuru darbība vērsta uz indivīda attīstību, dzīves kvalitātes celšanu;
- Sociālie uzņēmumi, kas nodarbojas ar sociālekonomiskiem jautājumiem;
- Sociālais uzņēmums, kas nodarbojas ar vides jautājumiem;
- Sociālais uzņēmums, kas organizē labdarības akcijas;
- Sociālie uzņēmumi, kuri sniedz sociālos pakalpojumus vai sociālās rehabilitācijas pakalpojumus;
- Sociālais uzņēmums, kas nodarbojas ar kultūrvēsturiskā mantojuma saglabāšanu un nodošanu nākamajām paaudzēm.

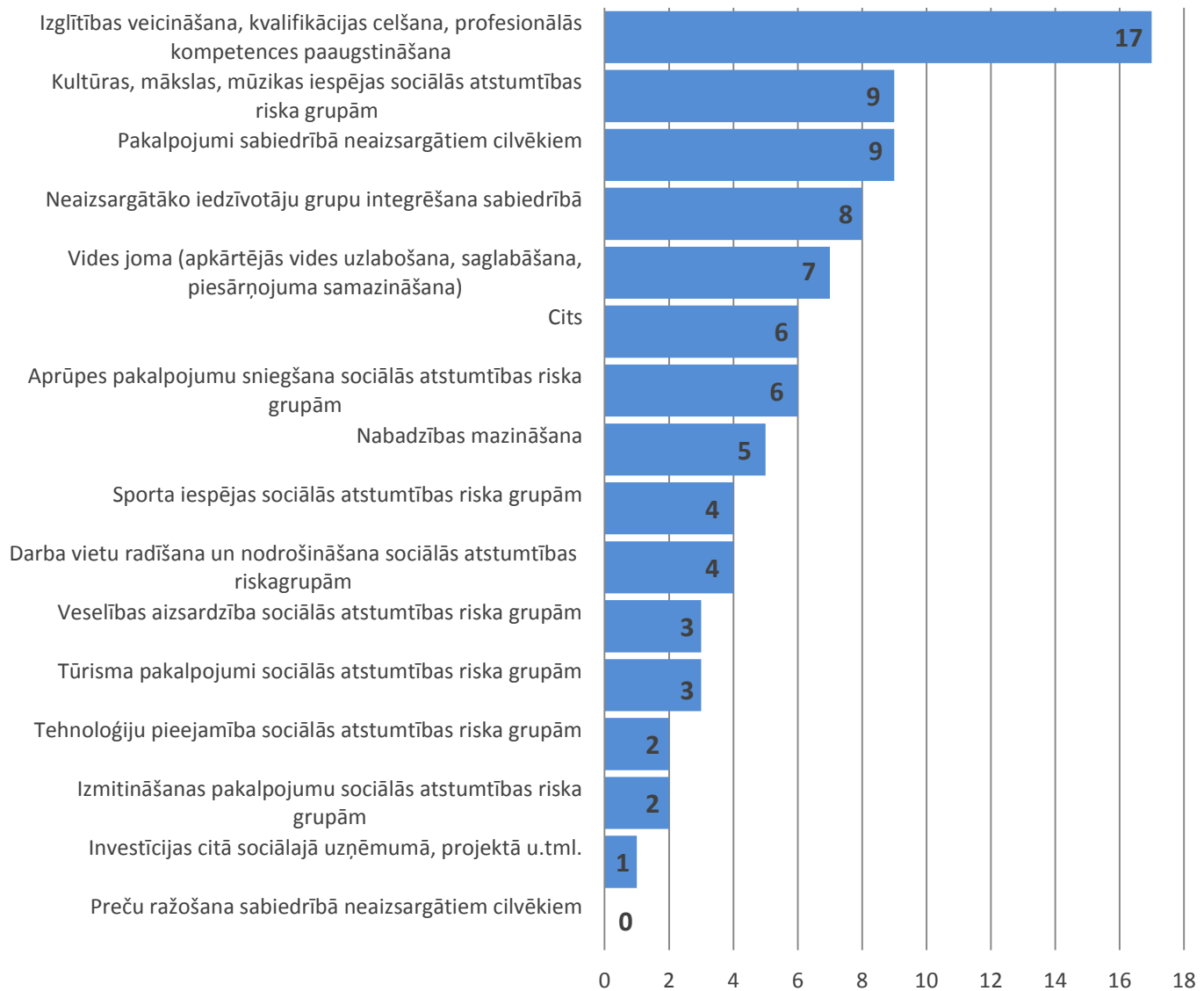
Kategorija	Citāti no anketām
Sociālie uzņēmumi, kas aktivizē vai koordinē aktīvo pilsonisko sabiedrību	<ul style="list-style-type: none"> • Biedrība apzina esošās problēmas biedrības darbības teritorijā, izstrādā stratēģiju, un mēģina piesaistīt līdzekļus, lai vietējās biedrības var rast iespēju uzlabot esošo situāciju un atrisināt radušās problēmas/ vajadzības; • Biedrība "XX" izveidota ar mērķi labvēlīgas vides un attieksmes veidošana pilsoniskās sabiedrības aktivitātei un visu paaudžu sadarbībai atbilstoši cilvēku vecumam, interesēm un vajadzībām; • Dzīves kvalitātes veicināšana lokālā mērogā, t.i. sava pagasta iedzīvotājiem, pilsoniskās līdzatbildības veicināšana, izglītība šī vārda plašākajā izpratnē, amatniecības veicināšana vietējā sabiedrībā; • Risina dažādus jautājumus, kur pašvaldībai pietrūkst resursu.
Sociālie uzņēmumi, kas aktivizē/ koordinē aktīvo pilsonisko sabiedrību	<ul style="list-style-type: none"> • Biedrība apzina esošās problēmas biedrības darbības teritorijā, izstrādā stratēģiju, un mēģina piesaistīt līdzekļus, lai vietējās biedrības var rast iespēju uzlabot esošo situāciju un atrisināt radušās problēmas/vajadzības; • Biedrība "XX" izveidota ar mērķi labvēlīgas vides un attieksmes veidošana pilsoniskās sabiedrības aktivitātei un visu paaudžu sadarbībai atbilstoši cilvēku vecumam, interesēm un vajadzībām; • Dzīves kvalitātes veicināšana lokālā mērogā, t.i. sava pagasta iedzīvotājiem, pilsoniskās līdzatbildības veicināšana, izglītība šī vārda plašākajā izpratnē, amatniecības veicināšana vietējā sabiedrībā; • Risina dažādus jautājumus, kur pašvaldībai pietrūkst resursu.

Sociālie uzņēmumi, kuru darbības vērsta uz indivīda attīstību, dzīves kvalitātes celšanu	<ul style="list-style-type: none"> • Bērnu fiziska attīstība; • Personu ar intelektuālās attīstības traucējumiem integrācija un dzīves kvalitātes veicināšana; • Logopēdiskā palīdzība bērniem, konferenču, kursu un bērnu atpūtas nometņu organizācija, bezmaksas konsultāciju rīkošana, projektu rakstīšana; • Maznodrošināto, trūcīgo lauku ģimeņu bērniem un jauniešiem radošuma attīstīšana ar nodarbību palīdzību, iedrošinām, ka viņi arī var, palīdzam pārdot dažādus darinājumus. Kā arī organizējam kultūras pasākumus, lekcijas, un vedam ekskursijās gan bērnus, gan pensionārus; • Uzlabot dzīves kvalitāti lauku iedzīvotājiem, radot apstākļus sociālo prasmju pilnveidošanai, jaunu zināšanu un prasmju iegūšanai un kvalitatīva brīvā laika pavadīšanai.
Sociālie uzņēmumi, kuri nodarbojas ar sociālekonomiskiem jautājumiem	<ul style="list-style-type: none"> • Jauniešu bezdarbs; • Uz pensionāriem un pirms pensijas vecuma cilvēkiem vērstu programmu realizēšana, sociālā vajadzība un pieprasījums pēc vecumu sasniegušiem cilvēkiem; veselīga dzīvesveida popularizēšana; • Ilgtermiņa bezdarbnieču skaita samazināšana; • Sniedzam konsultācijas maznodrošinātiem, daudz bērnu ģimenēm, sociālā riska pakļautām personām, vientuļiem vecākiem. Konsultējam pirmspensijas un pensijas vecuma senioriem ar Demenci.
Sociālais uzņēmums, kas nodarbojas ar vides jautājumiem	<ul style="list-style-type: none"> • Vides aizsardzības problēmas, apkārtējās vides sakopšana un labiekārtošana, pakalpojumu pieejamība lauku apvidū.
Sociālais uzņēmums, kas organizē labdarības akcijas	<ul style="list-style-type: none"> • Piemēri anketās netika doti.
Sociālie uzņēmumi, kuri sniedz sociālos pakalpojumus vai sociālās rehabilitācijas pakalpojumus	<ul style="list-style-type: none"> • Sabiedrībā objektīvi ir personas ar paaugstinātām sociālām vajadzībām. Šādu sociālo grupu personas (ģimenes krīzes situācijās, personas ar intelektuāliem traucējumiem, veci ļaudis un invalīdi ar aprūpes vajadzībām u.c.), raksturo, ka to fiziskās spējas vai sociālās prasmes ir nepietiekošas personiskās aprūpes vai sociālās funkcionēšanas nodrošināšanai. „XXX” darbības misija ir kompensēt šādus spēju deficītus ar praktisku palīdzību, nodrošinot šo cilvēku "cilvēka cienīgu dzīvi", vai attīstot spējas, arī radot apstākļus, nodrošināt šo personu līdzdalību sociālajos procesos.; • Ilgstošās sociālās aprūpes un sociālās rehabilitācijas pakalpojumi- ir izveidots veco ļaužu nams XXX, kas darbojas no 1999.gada; • Vardarbībā cietušo bērnu rehabilitācija, atbalsta pasākumi ģimenēm ar bērniem.
Sociālais uzņēmums, kas nodarbojas ar kultūrvēsturiskā mantojuma saglabāšanu un nodošanu nākamajām paaudzēm.	<ul style="list-style-type: none"> • Piemēri anketās netika doti.

Pētījuma ietvaros vēlējāmie noskaidrot ne tikai sociālo uzņēmumu darbības jomas, bet padziļināti uzzināt uzņēmuma darbības profilu. Anketā tika uzdots jautājums norādīt visas aktivitātes, ar kurām nodarbojas organizācija. No atbildēm secinām, ka organizācijas visbiežāk veic šādas aktivitātes:

- izglītības veicināšana, kvalifikācijas celšana, profesionālās kompetences paaugstināšana;
- pakalpojumu sniegšana sabiedrībā neaizsargātiem cilvēkiem;
- kultūras, mākslas, mūzikas iespēju nodrošināšana sociālās atstumtības riska grupām;
- neaizsargātāko iedzīvotāju grupu integrēšana sabiedrībā.

Organizācijas veiktās aktivitātes



Sociālie uzņēmumi, kas darbojās kā nevalstiskās organizācijas, pārsvarā ir izvēlējušies biedrības juridisko formu, jeb formu, kas ļauj un ir izveidota ar mērķi apvienot indivīdus, iepretim mērķim, kas ir nodibinājuma pamatā – apvienot dibinātāju mantu.

Lielākai daļai organizāciju ir sabiedriskā labuma organizācijas statuss, kas nozīmē gan iespēju piesaistīt ziedojumus un ziedotājiem saņemt nodokļu atlaides, gan arī apliecina organizācijas darbību sabiedrībai nozīmīgu problēmu risināšanā.

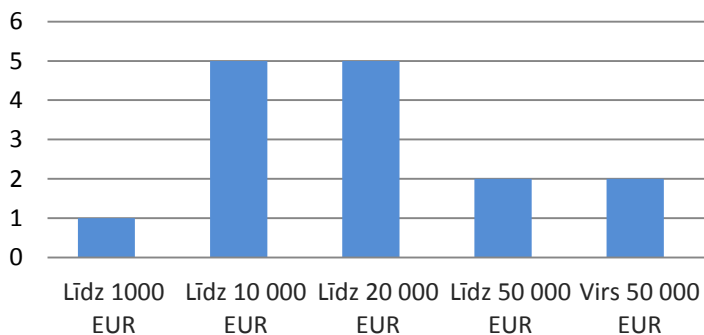
Izvērtējot organizāciju sniegtās atbildes attiecībā uz biedriem, jāsecina, ka lielākā daļa aptaujā dalību ņēmušie sociālie uzņēmēji savos biedros sapulcinājuši vietējos iedzīvotājus, mazāk kādas noteiktas personu grupas. Tātad faktiski var teikt, ka, neskatoties uz to, ka šīs organizācijas nodarbojas ar plašākai sabiedrībai svarīgu problēmu risināšanu vai aktualizēšanu, to darbības mērogs ir vairāk lokāls. Tomēr jāatzīmē, ka viena trešdaļa organizāciju ir identificējušas sevi kā reģionāla vai nacionāla mēroga organizāciju, tātad to darbības spektrs un aktivitātes iziet ārpus viena ciema, pagasta vai novada robežām.

Izvērtējot datus par organizāciju darbības jomām, jāsecina, ka pārsvarā organizācijas, kas sevi identificē vai uzskata par sociālajiem uzņēmumiem, nodarbojas ar dažādu pakalpojumu sniegšanu biedriem vai konkrētām personu grupām. Organizāciju sniegtajās atbildēs dominē aktivitātes, kas saistās ar izglītojošu pasākumu organizēšanu un kvalifikācijas celšanu, it īpaši noteiktām sociālām grupām – ilgstošie bezdarbnieki, vardarbībā cietušie bērni, personas ar intelektuāliem traucējumiem utt.

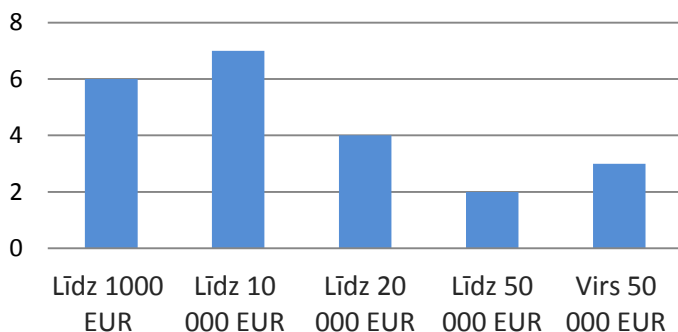
Diemžēl neviena no organizācijām nenodarbojas ar ražošanu vai aktīvu rūpniecisko darbību. Tas, protams, ir likumsakarīgi, jo izvēlētā juridiskā forma – nevalstiskā organizācija – nav domāta un nav atbilstoša forma aktīvas uzņēmējdarbības veikšanai.

Sociālo uzņēmumu finanšu rādītāji

Organizācijas apgrozījums 2011.gadā



Organizācijas apgrozījums 2012.gadā



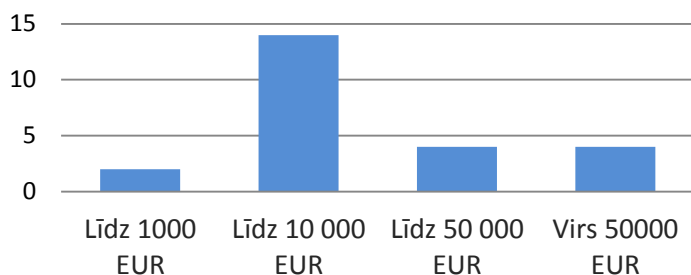
Sociālie uzņēmumi, kas darbojas kā nevalstiskās organizācijas, nevar veikt aktīvu saimniecisko darbību saskaņā ar aizliegumu, kas noteikts Biedrību un nodibinājuma likumā.¹⁰ Tātad, šādu organizāciju budžetus pārsvarā veido biedru naudas, ziedojumi, un projektos piesaistītie finanšu līdzekļi – mazāk līdzekļi no saimnieciskās darbības.

Aptaujas ietvaros vēlējāmies noskaidrot organizāciju gada budžetus, skatoties uz pēdējiem trīs finanšu gadiem – 2011.gads, 2012.gads, 2013.gads. Jāpiezīmē, ka ne visas organizācijas dalījās ar datiem, taču sniegtā informācija ļāva izdarīt interesantus secinājumus:

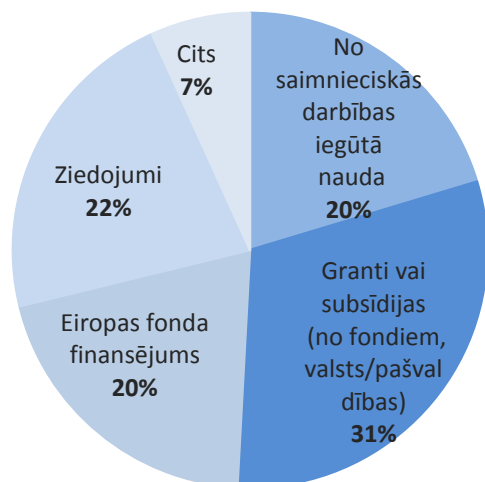
- Lielākais skaits organizāciju, kas norādīja datus (kopā 10 organizācijas), 2011.gadā veica savas aktivitātes ar budžetu, kas bija sākot no 1001 EUR – 20 000 EUR.
- Tikai divām organizācijām 2011.gadā budžets bija nedaudz zem un vēl divām virs 50 000 EUR.

¹⁰ [Biedrību un nodibinājuma likuma](#) 7.panta 1.daļa nosaka, ka biedrībai vai nodibinājumam ir tiesības papilddarbības veidā veikt saimniecisko darbību.

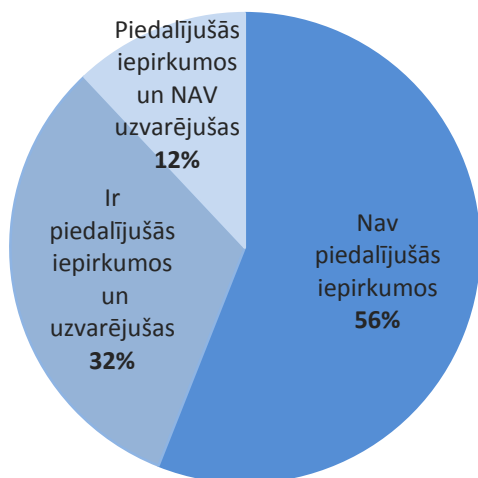
Organizācijas apgrozījums 2013.gadā



Organizācijas ienākumu avoti



Organizāciju piedalīšanās publiskajos iepirkumos, konkursos, kas iekļauj sociālo problēmu risināšanu



Salīdzinot ar 2011.gadu, dati par 2012.gadu uzrāda šādas tendences:

- Organizāciju skaits, kuru apgrozījums 2012.gada bija no 1001 EUR – 20 000 EUR, ir audzis līdz 11;
- Divām organizācijām budžets bija nedaudz zem un trīs organizācijām- virs 50 000 EUR;
- Ir pieaudzis to organizāciju skaits, kas savas aktivitātes veic ar gada budžetu līdz 1000 EUR.

Savukārt, organizāciju sniegtie dati par budžeta apmēriem 2013.gadā norāda uz šādām tendencēm:

- Būtiski krities to organizāciju skaits, kuras savas aktivitātes veic ar gada budžetu līdz 1000 EUR (2013.gadā tādas bija tikai divas organizācijas).
- Būtiski pieaudzis to organizāciju skaits, kuru budžets 2013.gadā bija līdz 10 000 EUR (divreiz vairāk kā 2012.gadā, kopumā 14 organizācijas);
- Pieaudzis to organizāciju skaits, kuru budžets bija nedaudz zem un virs 50 000 EUR (kopumā tādas bija 6 organizācijas).

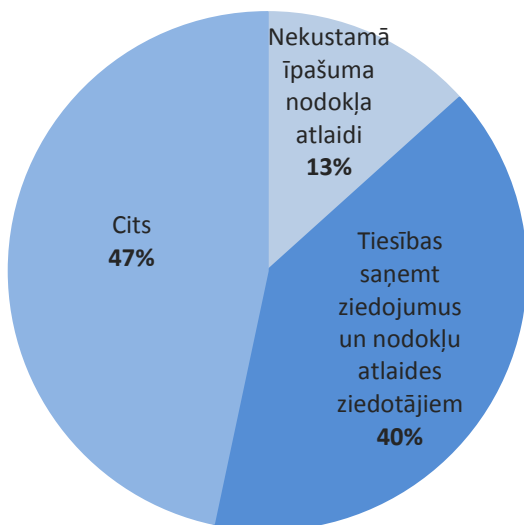
Aicinot raksturot finanšu avotus, organizācijas devušās šādu informāciju:

- 51% organizāciju savu budžetu pārsvarā veido „projektu naudas” – nacionālie granti vai subsīdijas (31%) un Eiropas fondu finansējums (20%);
- Tikai 20% organizāciju būtisku pienesumu budžetam nes no saimnieciskās darbības iegūtie finanšu līdzekļi.

Aptaujas ietvaros vēlējāmies noskaidrot, vai organizācijas ir piedalījušās publiskajos iepirkumos, konkursos, kas iekļauj sociālo problēmu risināšanu un, ja ir piedalījušās, kādi ir bijuši rezultāti.

No sniegtajām atbildēm jāsecina, ka lielākā organizāciju daļa nav piedalījusies publiskajos iepirkumos. Taču organizācijas ar šādu pieredzi, bijušas veiksmīgas – 8 gadījumos noslēdzot līgumu ar pakalpojumu pircēju.

Vai organizācija saņem īpašu valsts atbalstu?



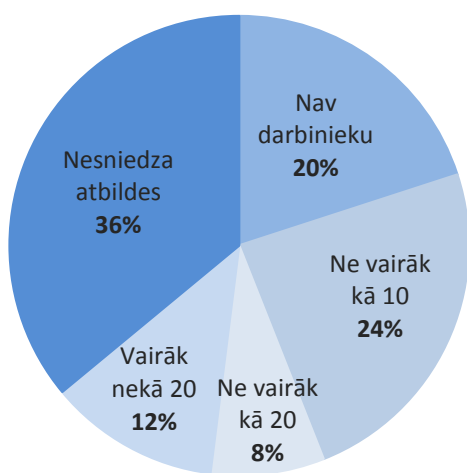
Valsts atbalsts sociālajai uzņēmējdarbībai var nebūt tieši saistīts ar finansējuma piešķiršanu uzņēmuma darbībai izmantojot projektu konkursus vai iepirkuma procedūras. Atbalsts var tikt piešķirts arī netiešā veidā – piemēram, ļaujot sociālajiem uzņēmumiem izmantot pašvaldības telpas bez nomas maksas kādu noteiktu pasākumu rīkošanai vai piešķirot nekustamā īpašuma nodokļa atlaidi organizācijas īpašumā esošam nekustamam īpašumam.

Apkopojot datus par dažādiem netiešiem labumiem, ko organizācija saņem no valsts vai pašvaldības, var secināt, ka 13% no organizācijām saņem nekustamā īpašuma nodokļa atlaidi un 40% organizāciju ir tiesības saņemt ziedojumus un ziedotājiem - nodokļu atlaides. 47% no organizācijām ir cits netiešais valsts vai pašvaldību atbalsts.

Izvērtējot organizāciju sniegto informāciju, jāsecina, ka organizāciju finanšu rādītāji pēdējo gadu laikā ir uzlabojušies. Dati ļauj izdarīt secinājumus, ka :

- Kopš 2011.gada katru gadu pieaug to organizāciju skaits, kuru gada budžets pārsniedz 20 000 EUR;
- Kopš 2011.gada pieaug to organizāciju skaits, kuru gada budžets pārsniedz 50 000 EUR;
- 2013.gadā būtiski samazinājies tā saukto „mazo organizāciju skaits” jeb tādu organizāciju skaits, kuru gada budžets nepārsniedz 1000 EUR.

Darbinieki 2013.gadā



Dati par organizāciju ienākumu veidiem ļauj secināt, ka pārsvarā sociālie uzņēmumi Latvijā darbojas ar projektu finansējumu, kas piesaistīts caur dažādiem projektu konkursiem. Šis apstāklis liecina, ka organizāciju darbības ilgtspēja ir tieši saistīta ar diviem aspektiem:

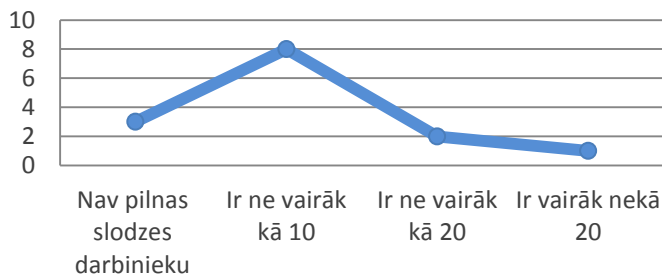
- iespējām pieteikties finansējumam, respektīvi, faktam, ka tiek izsludināts konkurss tieši ar mērķi veicināt vai atbalstīt konkrētas sociālā uzņēmuma aktivitātes;
- panākumiem dažādos projektu konkursos, tātad spējām sagatavot kvalitatīvu un prasībām atbilstošu projekta piedāvājumu, pierādot arī spējas administrēt saņemto finansējumu.

Pozitīvi vērtējams fakts, ka neliela daļa organizāciju ir izveidojušas pakalpojumus, kas ļauj nopelnīt papildus finanšu līdzekļus. Apzinoties faktu, ka sociālos uzņēmumus citur Eiropā raksturo tā aktīvā saimnieciskā darbība, Latvijas organizācijām pārsvars starp „projektu naudām” un „nopelnītiem finanšu līdzekļiem” nākotnē būtu jāizmaina par labu aktīvai saimnieciskajai darbībai.

Sociālo uzņēmumu darbinieku skaits, piesaistītie brīvprātīgie, vadības modelis

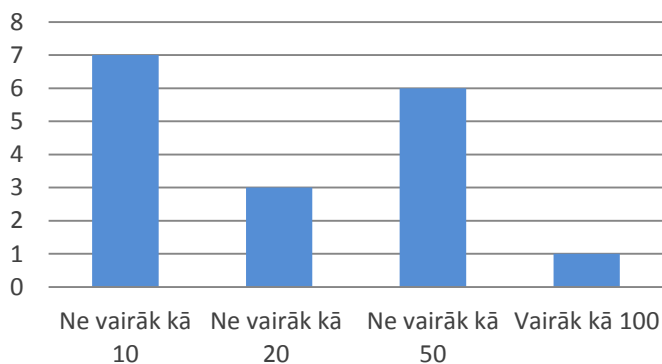
Sociālie uzņēmumi Latvijā ir nelieli uzņēmumi, jo 2013.gadā tikai 6 uzņēmumos darbinieku skaits ir no 10-20 darbiniekiem, pārējos – krietni mazāk. Tikai 3 organizācijās darbinieku skaits ir vairāk kā 20.

Pilnas slodzes darbinieki 2013.gadā



No datiem par sociālo uzņēmumu darbinieku noslodzi redzams, ka pārsvarā uz pilnu slodzi sociālie uzņēmumi nodarbina ne vairāk kā 10 darbiniekus. Tikai viens aptaujas dalībnieks norādīja, ka uzņēmumā strādā virs 150 pilna laika darbinieku. Tajā pašā laikā vēl joprojām ir sociālie uzņēmumi, kas savu darbību veic bez neviena pilna laika darbinieka, tātad aktivitāšu īstenošana tiek veikta savienojot citus pienākumus ar darbu organizācijā, vai tiek piesaistīti brīvprātīgie.

Brīvprātīgie organizācijas darbībā 2013.gadā



Visi sociālie uzņēmumi 2013.gadā savās aktivitātēs un darbībā ir izmantojuši iespēju piesaistīt brīvprātīgos, kopā tika piesaistīti 795 brīvprātīgie. Lielākā daļa organizāciju ir sadarbojušās ar ne vairāk kā 10 brīvprātīgajiem, bet 6 – ar ne vairāk kā 50 brīvprātīgajiem. Viens sociālais uzņēmums ir sadarbojies ar 500 brīvprātīgajiem 2013.gadā.

Aptaujājot organizācijas par vadības modeļiem, tika noskaidrots, ka 4 organizācijas vadības modeli raksturo kā vienpersonisku, savukārt 21 organizācijas - kā koleģiālu.

Raksturojot organizācijas vadītāju, atklājas sekojoša aina:

- 21 organizāciju vada sievietes un tikai 4 sociālos uzņēmumos vada vīrietis;
- 6 organizācijas vada vadītājs vecumā no 25-35 gadiem, 12 organizācijas vadītājs vecumā no 35-50 gadiem, un 7 organizācijas – vadītājs vecumā virs 50 gadiem;
- 23 vadītājiem ir augstākā izglītība, diviem - vidējā izglītība;
- 8 vadītājiem ir pedagoģiskā izglītība, divi ir studējuši politikas zinātnes, pieci - ekonomiku un finanses, divi - humanitārās zinātnes un citas jomas, piemēram, jurisprudenci, psiholoģiju, dramaturģiju, sociālās zinātnes.

Sociālie uzņēmumi, kas darbojas izvēloties biedrības vai nodibinājuma juridisko statusu, ir nelielas organizācijas ar ne vairāk kā 10 darbinieku. Tikai 3 uzņēmumi 2013.gadā ir nodarbinājuši vairāk kā 20

darbiniekus. Apkopojot organizāciju sniegto informāciju, visas trīs „lielās” organizācijas (ar lielāko darbinieku skaitu) 2013.gadā nodarbināja kopā 637 darbiniekus, kamēr pārējās organizācijas kopā nodarbināja 61 darbinieku.

Statistika attiecībā uz brīvprātīgo piesaisti organizāciju aktivitātēs un darbībā, rāda, ka kopumā organizācijas 2013.gadā ir sadarbojušās ar 795 brīvprātīgajiem, kas nedaudz pārsniedz uz darba līgumiem nodarbināto skaitu.

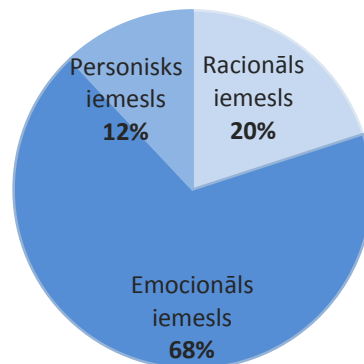
Apkopojot datus par organizācijas vadītāju, jāsecina, ka „vidējais sociālā uzņēmuma vadītājs” ir sieviete, vecumā no 35-50 gadiem, ar augstāko izglītību pedagoģijā.

Sociālā uzņēmuma izveides motivācija

Aptaujas ietvaros vēlējāmie noskaidrot iemeslus organizāciju izveidei. Organizāciju sniegtās atbildes ļauj sagrupēt iemeslus trīs lielās kategorijās:

- Racionāls iemesls
- Emocionāls iemesls
- Personisks iemesls

Motivācija veidot organizāciju



Kategorija	Citāti no anketām
Zem „Racionāls iemesls” ir organizācijas, kas norādījušas pēc nepieciešamības izveidot atsevišķu juridisko personu dažādu finansējumu piesaistei.	<ul style="list-style-type: none"> • Finansējuma piesaiste iesniedzot pieteikumus projektiem; • Piesaistīt ES finansējumu, lai izsludināt to projektu konkursos un nodrošinātu iespēju biedrībām, pašvaldībām un citām juridiskām organizācijām risināt vietējās vajadzības; • Līdzekļu piesaiste vietējās kopienas iedzīvotāju pilsoniskās līdzdalības pasākumu veicināšanai, tālākizglītības īstenošana, kursu organizēšanai, bērnu nometņu organizēšanai.
Emocionāls iemesls - viens no visbiežāk minētajiem iemesliem un to raksturo vēlme palīdzēt citiem, kas īpaši raksturīgi sociālajiem uzņēmumiem arī citur pasaulē	<ul style="list-style-type: none"> • Uzlabot vietējo iedzīvotāju dzīves kvalitāti; • Mainīt dzīvi Latvijā. Sniegt "rietumu" iespējas sociāli atstumtiem cilvēkiem; • Labdarība. Latvijas iedzīvotāju dzīvesveida kvalitātes paaugstināšana, veselīga dzīvesveida popularizēšana, konsultāciju saņemšana klientiem izdevīgā laikā un vietā; • Vēlme aktivizēt kopienas iedzīvotājus, mudināt pašiem darboties, negaidīt risinājumus "no augšas"; • Biedrības mērķis – attīstīt pilsonisko sabiedrību, celt lauku iedzīvotāju sabiedrisko aktivitāti, pašiniciatīvu un līdzdalību dzīves vides sakārtošanā XXX pagasta XXX ciemā; • Vietējo iedzīvotāju dzīves kvalitātes celšana, iespēja apliecināt, ka sabiedrībā katram individuālam ir iespēja piedalīties būtisku lēmumu pieņemšanā; • Paaugstināt un uzsvērt senioru nozīmi un vietu mūsdienu sabiedrībā, biznesā, politikā, medijos, zinātnes pasaulē; • Padarīt dzīvi labāku vietā, kura ir mana, nevis doties pasaulē meklēt labāku vietu.

Personisks iemesls	<ul style="list-style-type: none"> • Pēc bērna kopšanas atvaļinājuma paliku bez darba. Gribējās realizēt kaut ko savu; • Ģimenes iniciatīva un tuvumā esoši apzinātie potenciālie klienti.
---------------------------	--

Kādas īpašības raksturo sociālo uzņēmēju?

Aptaujas ietvaros organizācijām tika lūgts nosaukt īpašības, kas raksturo sociālo uzņēmēju jeb konkrēto individu, kas var būt gan organizācijas vadītājs, gan dibinātājs.

Organizāciju sniegtajās atbildēs dominē šāds sociālā uzņēmēja īpašību uzskaitījums:

Īpašības	Citāti no anketām
Atbildīgums	<ul style="list-style-type: none"> • Mēs šo darbu darām, jo: Mēs jūtam līdzti bērniem, kuri ir vientuļi; Mūs uztrauc attiecības ģimenē un sabiedrībā; Mēs jūtamies atbildīgi iesaistīties un risināt to, kas mūs uztrauc; Mēs esam profesionāli un pieredzējuši; Mums tas labi izdodas un, palīdzot citiem, mēs paši augam; • Atbildība, iejūtība reaģēt uz situāciju.
Nesavtīgums	<ul style="list-style-type: none"> • Sociālie uzņēmēji-cilvēki, kuriem ir vēlme darboties sabiedrības un vides labā, kuri realizē sevi, jūt gandarījumu par paveikto un pateicību no tiem, kam viņi palīdzējuši. Uzņēmuma vadītāji var nopelnīt sev iztiku, bet uzņēmuma mērķis nav palielināt peļņu, bet gan to atkal investēt uzņēmuma darbībā, lai sasniegtu ilglaicīgus mērķus; • Cilvēks, kurš domā nevis par savu peļņu, bet par to, kā ar savam zināšanām mainīt pasauli; • Spēja darboties un veltīt laiku un enerģiju ne tikai savu interešu un vajadzību apmierināšanai.
Ieinteresētība	<ul style="list-style-type: none"> • Spēja redzēt vajadzības, radošums piemeklējot netradicionālas pieejas, uzņēmība virzīt risinājumus, drosme atšķirties, augstas personiskās prasmes organizējot komunikāciju sabiedrību un sadarbību ar publisko pārvaldi;
Atvērtība	<ul style="list-style-type: none"> • Mobilitāte prasme izveidot labu komandu, spēja iedzīvināt oriģinālas idejas, atvērtība; • Spēja uz klausīt un sadzirdēt, ātri reaģēt uz kopienas vajadzībām, piesaistīt partnerus, izveidot entuziastisku komandu.
Profesionalitāte	<ul style="list-style-type: none"> • Prasme saskatīt katra darbinieka prasmes un talantus. Spēja izveidot komandu. Būt prasmīgam darbu un darba atmosfēras organizatoram; • Spēja plānot un organizēt savu un citu darba laiku, resursus un procesus, panākot maksimālu efektivitāti.
Drosme	<ul style="list-style-type: none"> • Spēja redzēt vajadzības, radošums piemeklējot netradicionālas pieejas, uzņēmība virzīt risinājumus, drosme atšķirties, augstas personiskās prasmes organizējot komunikāciju sabiedrību un sadarbību ar publisko pārvaldi.

Kādas vērtības raksturo sociālo uzņēmumu?

Aptaujā tika lūgts nosaukt vērtības jeb principus, kas raksturo sociālo uzņēmumu jeb organizāciju. Visas saņemtās atbildes var sagrupēt divās lielās grupās:

- vērtības, kas saistās ar organizācijas uzbūvi un pārvaldību;
- vērtības, kas raksturo sociālo uzņēmumu darbību.

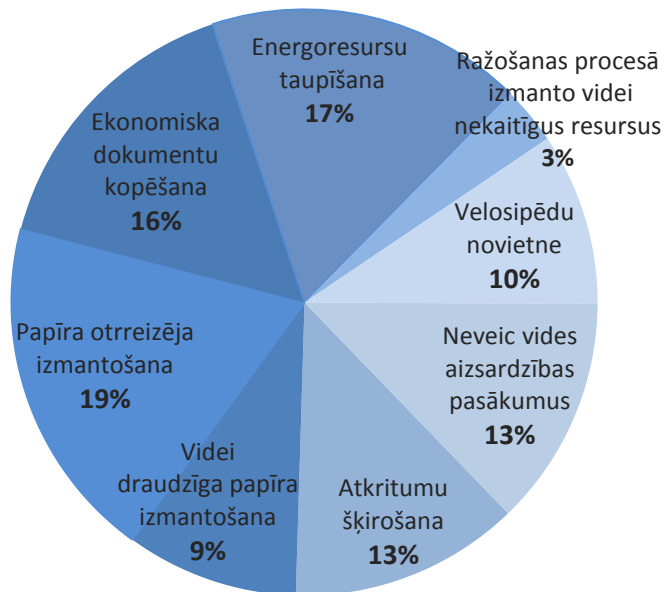
Vērtības	Citāti no anketām
Vērtības, kas raksturo sociālo uzņēmumu uzbūvi un pārvaldību:	<ul style="list-style-type: none">• Noturīga sociāla darbības misijas (mērķu) apziņa, un sociāli atbildīgas metodes mērķu sasniegšanai - uz āru (pret vidi, sabiedrību) un iekšu (darbiniekiem un darba procesiem);• Atvērtība, attīstība, tolerance, profesionālisms, godprātība;• Sapratne. Koleģialitāte. Sadarbība. Kopīgas intereses. Kopīgs mērķis un uzdevumi. Pilsoniskā līdzdalība un aktivitāte;• Atbildība par darāmo darbu, gandarījums par kopējo darba rezultātu, prieks par iespēju strādāt šajā uzņēmumā.
Vērtības, kas raksturo sociālo uzņēmumu darbību:	<ul style="list-style-type: none">• Sociālo uzņēmumu raksturo - saliedētība un kopējo mērķu izpratne, neaizsargāto sabiedrības grupu iesaistīšana un iedvesmošana - tu arī vari! un sapratne - dodot gūtais neatņemams. Ka vispirms dodam un tad arī paši saņemsim;• Vēlme saredzēt kopienas problēmas un risināt tās;• Neatlaidība;• Pievienotā vērtība sabiedrībai;• Drošs, kvalitatīvs un laikā sniegts pakalpojums neatkarīgi no klientu vecuma, atrašanās vietas un sociālā statusa.

Kādas vides aizsardzības pasākumus veic organizācija?

Lai noskaidrotu, vai organizācija darbojas videi draudzīgi, aptaujas ietvaros tika lūgts organizācijām atzīmēt visus tos vides aizsardzības pasākumus, kas tiek ievēroti un piemēroti. Organizāciju visbiežāk minētās atbildes liecina, ka:

- liela daļa organizāciju nodrošina papīra otrreizēju izmantošanu, tātad taupīgi izmanto resursus;
- 11 organizācijās tiek taupīti energoresursi.
- 10 organizācijās tiek nodrošināta iespēja kopēt dokumentus ekonomiski – uz abām pusēm vai ietilpinot vairākas lapaspuses vienā lapā.

Kurus no minētajiem vides aizsardzības pasākumiem veic organizācija?



Aptaujas dati liecina, ka lielākā daļa sociālo uzņēmumu Latvijā ir dibināti ar mērķi uzlabot pasauli vai padarīt to labāku ne tikai konkrētiem indivīdiem, bet noteiktai sabiedrības daļai. Sociālie uzņēmumi ir veidoti, lai izglītotu sabiedrību, saliedētu to un uzlabotu dzīves apstākļus.

Organizāciju nosauktie mērķi vai motivācija var tikt attiecināti gan uz sociālajiem uzņēmumiem, gan nevalstiskajām organizācijām, kas apliecina sociālās uzņēmējdarbības kā koncepta tiešo sasaisti un līdzību ar nevalstiskā sektora darbību. Gan nevalstiskās organizācijas, gan sociālie uzņēmumi darbojas līdzīgu mērķu vadīti, taču galvenā atšķirība ir to piemērotajās metodēs. Sociālos uzņēmumus raksturo to spēja veikt aktīvu saimniecisko darbību, tātad spēja sniegt pieprasītus pakalpojumus un/ vai ražot preces.

Organizācijas uzskata, ka sociālo uzņēmēju – indivīdu, raksturo piecas īpašības – atbildīgums, nesavtīgums, ieinteresētība, profesionalitāte un drosme. Savukārt sociālam uzņēmumam ir jābūt gan kompetentam, gan tādām, kas rada pievienot vērtību ikvienam indivīdam un visai sabiedrībai kopumā.

Gandrīz visas aptaujā dalību ņēmušās organizācijas savā darbībā ir videi draudzīgas, vienas – taupa energoresursus, citas - izveidojušas velosipēdu novietnes. Tādejādi, tās ne tikai vārdos, bet arī darbos pierāda savu sociālo misiju – būt atbildīgam.

Kopsavilkums

Latvijā nav daudz uzņēmumu, kas sevi identificē ar jēdzienu - sociālais uzņēmums. Kā to pierāda Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kameras pētījuma rezultāti, no 1296 komersantiem, kas tika aptaujāti projekta ietvaros, tikai 34 uzņēmumi Latvijā uzskata sevi vai var tikt uzskatīti par sociālajiem uzņēmumiem.

Savukārt aptaujā, kas tika veikta šī pētījuma ietvaros, dalību ņēma 25 nevalstiskās organizācijas, kas sevi identificē vai uzskata, ka šo organizāciju darbība atbilst sociālā uzņēmuma kritērijiem. Apzinoties faktu, ka ar abām aptaujām (Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kameras īstenoto un Domnīcas PROVIDUS veikto) netika sasniegti visi potenciālie un esošie sociālie uzņēmumi Latvijā, ir pamats uzskatīt, ka sociālo uzņēmumu skaits Latvijā tomēr nepārsniedz skaitli 100. Igaunijā 2011.gadā tika veikts līdzīgs pētījums, kura ietvaros mēģināts apzināt visus sociālos uzņēmumus, kopskaitā identificējot 56 organizācijas.¹¹ Apzinoties faktu, ka arī Igaunijā nav normatīvā ietvara, kas regulē sociālos uzņēmumus, sociālo uzņēmumu skaits varētu būt līdzīgs tam, kas konstatēts Latvijā.

Sociālie uzņēmumi Latvijā, kas darbojās kā nevalstiskās organizācijas, pārsvarā ir izvēlējušies biedrības juridisko formu, tātad apvieno konkrētus individuus kopīga mērķa sasniegšanai. Šis konstatējums nav pārsteigums, jo sociālo uzņēmumu būtība ir apvienot individuus konkrētas problēmas risināšanai. Vēl jo vairāk, dažādi eksperti ir uzvēruši, ka sociālo uzņēmumu raksturo fakts, ka organizācijas veido tā darbinieki un klienti, kas arī tiek iesaistīti gan organizācijas vadībā, gan iekļauti biedru sastāvā.¹²

Lielākai daļai organizāciju ir sabiedriskā labuma organizācijas statuss, kas nozīmē iespēju piesaistīt ziedojumus un ziedotājiem - saņemt nodokļu atlaides. Šis fakts apliecina tēzi, ka faktiski sociālie uzņēmumi pēc savas būtības ir ļoti līdzīgi nevalstiskām organizācijām, atšķiras tikai organizāciju darbības metodes. Vieni – tendēti uz aktīvu saimniecisko darbību (sociālie uzņēmumi), citi – saimniecisko darbību veic tikai kā aktivitāti, lai iegūtu papildus finansējumu (nevalstiskās organizācijas).

Lielākā daļa sociālo uzņēmumu Latvijā veic aktivitātes, kas saistās ar sabiedrības izglītošanu vai kvalifikācijas celšanas pakalpojumiem noteiktām sabiedrības grupām, neviena no organizācijām nenodarbojas ar preču ražošanu. Šis konstatējums nav pretrunā ar sociālo uzņēmumu būtību, jo arī citās valstīs sociālie uzņēmumi nodarbojas gan ar pakalpojumu piedāvāšanu, gan preču ražošanu dažādās jomās. Kā to norāda Eiropas Komisija ziņojumā „Sociālās uzņēmējdarbības iniciatīva”, sociālais uzņēmums, kas ir sociālās ekonomikas dalībnieks, ir tāds uzņēmums, kura galvenais mērķis ir sociālās ietekmes īstenošana, nevis ieguvumu radīšana saviem īpašniekiem vai partneriem. Tas darbojas tirgū, uzņēmējdarbībai raksturīgā un inovatīvā veidā ražojot preces un sniedzot pakalpojumus, un izmanto ienākumus lielākoties sociāliem mērķiem. Šos uzņēmumus vada atbildīgi un pārredzami, proti, iesaistot uzņēmuma ekonomiskajā darbībā tā darbiniekus, klientus un ieinteresētās puses.¹³

Aptaujas dati liecina, ka visi sociālie uzņēmumi Latvijā savā darbībā iesaista brīvprātīgos, bet tikai nedaudzas organizācijas nodarbina vairākus pastāvīgos darbiniekus. Jāpiezīmē, ka šim apstāklim ir tieša saistība ar organizāciju budžetiem, jo, kā liecina apkopotā informācija, tikai neliela daļa organizāciju ir spējušas izveidot pakalpojumus, ar kuriem pelnīt. Pārsvarā sociālo uzņēmumu ienākumus veido projektu konkursos iegūtie līdzekļi. Līdz ar to zemais pastāvīgi nodarbināto darbinieku skaits ir likumsakarīgs, jo vajadzība pēc darbiniekiem nav

¹¹ „[Establishing advocacy network for social entrepreneurship in Estonia](#)”, 2011.gads.

¹² Defourny J., Nyssens M. [Social enterprise in Europe: Recent trends and developments. EMES European Research Network](#), 2008.gads, 37.lpp.

¹³ Eiropas Komisijas paziņojums „[Sociālās uzņēmējdarbības iniciatīva](#)”, 2011.gads, 2.lpp.

pakārtota uzņēmuma izaugsmes potenciālam, bet tieši saistīta ar projektos noteiktiem uzdevumiem. Ja pašu nopelnītās naudas apjoms būtu lielāks, uzņēmumi daudz efektīvāk varētu plānot savas aktivitātes un tādejādi, iespējams, spētu piesaistīt vēl citus darbiniekus.

Apzinoties faktu, ka tiek veidots normatīvais ietvars sociālo uzņēmumu darbības regulēšanai¹⁴ un noteikti valsts atbalsta instrumenti, kā arī faktu, ka šobrīd sociālie uzņēmumi darbojas gan kā nevalstiskās organizācijas, gan komersanti, ir jāatrod „zelta vidusceļš” un jāpiedāvā abiem esošajiem juridiskajiem ietvariem līdzīgs regulējums un atbalsta mehānismi:

No aptaujas datiem ir skaidrs, ka sociāliem uzņēmumiem ir jārada līdzīgi valsts atbalsta instrumenti, kādi pašreiz ir nevalstiskām organizācijām, bet nav komersantiem. Primāri aptaujas dati norāda uz faktu, ka organizācijām arī turpmāk ir jāļauj piesaistīt ziedojumus un ziedotājiem saņemt nodokļu atlaides, jo 22% no organizācijām ir norādījušas, ka to budžetus veido arī tāds ienākumu veids kā ziedojumi.

Tāpat sociālajiem uzņēmumiem ir jānodrošina iespēja savā darbībā iesaistīt brīvprātīgos. Aptaujas dati liecina, ka brīvprātīgo īpatsvars organizācijas pārsniedz pastāvīgi nodarbināto darbinieku skaitu un kamēr organizācijas nebūs pārveidojušas savu darbību uz aktīvu saimniecisko darbību, brīvprātīgo iesaistei ir būtiska nozīme.

Aptaujas rezultāti liecina, ka, salīdzinot 2013.gada un 2011.gada datus, ir samazinājies „mazo sociālo uzņēmumu” (tādu, kuru gada budžets nepārsniedz EUR 1000) skaits. Taču ienākumu veidu sadalījums rāda, ka organizācijas nav spējīgas dzīvot un darboties tikai ar pašu nopelnītajiem līdzekļiem. Šis konstatējums liek domāt, ka tiešajam finansiālajam atbalstam, ko valsts varētu piedāvāt sociālajiem uzņēmumiem, ir jābūt mērķētam divos virzienos: jāattīsta vai jāveido īpaši fondi sociālo uzņēmumu atbalstam ar iespēju piešķirt grantus vai projektus; jāpalīdz sociālajiem uzņēmumiem attīstīt saimniecisko darbību un jāpilnveido organizāciju vadītāju uzņēmējdarbības prasmes.

Sociālie uzņēmumi uzskata, ka sociālo uzņēmēju – indivīdu, raksturo piecas īpašības – atbildīgums, nesavtīgums, ieinteresētība, profesionalitāte un drosmē. Savukārt sociālam uzņēmumam ir jābūt gan kompetentam, gan tādām, kas rada pievienot vērtību ikvienam un visai sabiedrībai kopumā. Visas uzskaitītās īpašības ir svarīgas un būtiskas, raksturojot ne tikai sociālo uzņēmumu vai sociālo uzņēmēju, bet var tikt attiecinātas arī uz komersantiem vai nevalstiskām organizācijām. Galvenais, kas atšķir sociālo uzņēmumu no ikviena cita, ir vēlme risināt sociālu vai sabiedrībai svarīgu problēmu, veicot aktīvu saimniecisko darbību. Kā to norādījuši pētnieki, sociālā uzņēmējdarbība ir viens no veidiem, kā veidot tiešo sadarbību starp ikvienu sabiedrības locekli un inovatīvi un efektīvi rast kopīgus risinājumus sociālajām problēmām, kuras valsts un pašvaldība nevar atrisināt, bet privātais sektors nerisinās, jo konkrētā joma nenesīs peļņu, vai to risināšana ir dārgs un laikietilpīgs process.¹⁵

Sociālajiem uzņēmumiem ir jāapzinās, ka sniegtajiem pakalpojumiem un ražotajām precēm ir jābūt kvalitatīvām, kā arī tām jābūt pieprasītām tirgū. Bet valstij ir jāapzinās, ka sociālie uzņēmumi var sniegt vērtīgu ieguldījumu tādu Latvijas sabiedrībai nozīmīgu problēmu risināšanā kā strukturālais bezdarbs un ienākumu nevienlīdzība. Tāpēc ir svarīgi radīt iespēju uzņēmumiem darboties un tikt atpazītiem, kā arī piedāvāt efektīvus valsts atbalsta instrumentus.

¹⁴ [Valdības deklarācijas](#) 88.punkts, 2014.gada 5.novembris.

¹⁵ Agnese Lešinska, Gatis Litvins, Rasma Pīpiķe, Inta Šimanska, Oskars Kupics, Katrīne Bušēvica „[Latvija ceļā uz sociālo uzņēmējdarbību](#)”, 5.lpp

Gaidāmās PROVIDUS publikācijas

„Latvijas 10 gadi Eiropas Savienībā: sabiedrības noskaņojums un lēmumu pieņemšana”,
Iveta Kažoka

„Meklējot labāko Eiropas praksi jauniešu noziedzības novēršanai: Latvijas pieredze”,
Ilona Kronberga un Sanita Sīle