

SOCIĀLĀ UZŅĒMĒJDARBĪBA KĀ INOVATĪVS RĪKS SOCIĀLO PROBLĒMU RISINĀŠANĀ LATVIJĀ *SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS AN INNOVATIVE TOOL FOR SOLVING SOCIAL PROBLEMS IN LATVIA*

Zanda Poruka

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, zandacielava@inbox.lv, Rēzekne, Latvija
Zinātniskā vadītāja: **Iveta Dembovska Mg.oec. lektore**

Abstract: *Social entrepreneurship in Latvia has been poorly researched, a new and innovative tool for solving various social problems affecting target groups such as the unemployed, people with disabilities, visual and auditory disabilities, young mothers, youth, persons following imprisonment, seniors, persons with moving disorders. Social entrepreneurship aims at providing social services, building inclusive civil society, promoting education, supporting science, environmental protection and preservation, animal protection or cultural diversity provision. Social enterprises work in areas such as crafts and handicraft production, the production of creative industry goods, social services, health services including preventive work, communication services, educational activities provision and counselling, charity shops. . The article aims to study the social entrepreneurship to draw conclusions and provide an on-account. Novelty is to identify typical social entrepreneurship features.*

Keywords: *social entrepreneur; social entrepreneurship; social risk groups; social problems.*

Ievads

21. gadsimtā Latvija tāpat kā daudzas pasaules valstīs sastopas ar dažādiem izaicinājumiem kā bezdarbs, neefektīva veselības sistēma, imigrācijas problēmas, sociālā atstumtība un vides degradācija (*Lešinska, Litvins u.c., 2012.*). Sociālo problēmu risināšana valstī notiek gan valsts, gan pašvaldību līmenī, taču uzliekot pienākumu un atbildības nastu pilnībā uz šiem budžetu izdevumu pleciem nevar garantēt ka tiks aptverts visu problēmu risināšanas loks. 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. Ir sfērās kur privātais sektors neuzsāks darbību, jo konkrētā joma nenesīs peļņu, vai kuru risināšana ir dārgs un laikietilpīgs process, sociālās uzņēmējdarbības mērķis primāri ir risināt sociālo problēmu iepretim mērķim gūt peļņu uzņēmuma īpašniekiem. Sociālā uzņēmuma misija ir ietekmēt cilvēku dzīvi (*Lešinska, Litvins u.c., 2012.*). Sociālie uzņēmumi pasaulē ne tikai risina bezdarba problēmas, piedāvājot no darba tirgus izstumtām personām iespēju atgriezties darba tirgū, atgūt vai iegūt aroda prasmes, bet arī novirza savus ienākumus sociālo problēmu tiešai risināšanai (*Lešinska, Litvins u.c., 2012.*). Pēdējo desmitgažu laikā vairākām organizācijām, kas pazīstamas kā sociāli uzņēmumi ir bijusi nozīmīga loma risinājumu meklēšanā ieguldījumu sociālās labklājības un dzīves kvalitātes uzlabošanā neaizsargātajām grupām, kuras ir izslēgtas no kapitālistiskās sistēmas dinamikas (*Palacios-Marqués et al., 2019*). Sociālā uzņēmējdarbība ir piemērota sociālo inovāciju un sociālo vērtību radīšanai, kas pirmkārt paredz konceptuālu sociālo misiju realizāciju (*Dwivedi, Weerawardenab, 2018*). Sociālo uzņēmumu kustība sākas ar cilvēkiem, kas aizrautīgi runā par sociālajām pārmaiņām prakse līdz augšējai politikas veidošanai (*Rahdari et.al., 2016*).

Pētījuma laika periods no 2008. līdz 2018. gadam.

Pētījuma objekts: sociālā uzņēmējdarbība.

Pētījuma priekšmets: sociālās mērķa grupas un to problēmas.

Pētījuma hipotēze: sociālā uzņēmējdarbība ir inovatīvs rīks sociālo problēmu risināšanā.

Pētījuma mērķis: pētīt sociālo uzņēmējdarbību Latvijā, darbības virzienus, atbalsta mehānismus un raksturīgākās problēmas, izdarīt secinājumus un sniegt priekšlikumus.

Pētījuma uzdevumi:

- izpētīt sociālās uzņēmējdarbības rašanās aspektus Latvijā un Eiropā;

- izpētīt likumdošanu un normatīvajiem aktiem, kas regulē sociālo uzņēmējdarbību Latvijā;
- apskatīt pieejamos atbalsta mehānismus un atbalsta programmas sociālajiem uzņēmumiem Latvijā;
- veikt uzņēmumu, kuriem piešķirts sociālā uzņēmuma statuss, aptauju, lai noskaidrotu viedokli par to kādās sfērās, ar kādām mērķa grupām un kādām sociālām problēmām strādā sociālie uzņēmumi, cik atbalstoša ir vide un ar kādām problēmām saskaras sociālie uzņēmumi.

Sociālās uzņēmējdarbības jēdziens un rašanās aspekti Eiropā un Latvijā un sociālā uzņēmējdarbības attīstība un tiesiskais regulējums Latvijā

Pirmā izpratne par sociālo uzņēmējdarbību kā īpašu sociālo problēmu risināšanas metodi radās pagājušā gadsimta astoņdesmito gadu beigās Itālijā, kad sabiedrība saskārās ar iepriekš nezināmām vajadzībām nodarbinātības jomā. Dažādas sabiedrības grupas atradās ārpus darba tirgus, tādējādi radot apgrūtinājumu valsts sociālajam budžetam un spriedzi sabiedrībā. Kooperatīvu (*cooperatives*), kas tradicionāli un galvenokārt aizstāvēja savu dalībnieku intereses, aktivitātes paplašinājās un aptvēra lielāku skaitu dalībnieku, arī sasniedzamie mērķi un intereses kļuva vispārīgākas (*Lešinska, Litvins u.c., 2012*). Turklāt šie jaunie kooperatīvi savā darbā iesaistīja dažādu sociālo grupu pārstāvjus: algotus darbiniekus, brīvprātīgos un atbalstītājus. Tās alternatīvā būtība bija ierosināt jaunu labklājības modeli, kas balstīts uz partnerību starp pilsonisko sabiedrību un valsti, tās spēju pārorientēt sadarbību uz dziļāku sociālās ieguldījumu ekonomiskajā darbības (*Fonte, Cucco, 2017*).

Itālijā pirmajos desmit gados no dienas, kad stājās spēkā likums, kas ieviesa sociālā kooperatīva juridisko formu, tika radītas darba vietas 24 000 cilvēku ar īpašām vajadzībām (*Defourny, Nyssens, 2008*).

Savukārt Lielbritānijā No 2005. līdz 2007. gadam sociālie uzņēmumi nodarbināja apmēram 800 000 personu. 2009. gadā veiktā pētījumā, kas apskata sociālo uzņēmumu izplatību Eiropā, secināts, ka to ekonomiski aktīvo iedzīvotāju skaits, kuri iesaistīti sociālajā uzņēmējdarbībā, katrā valstī ir dažāds, piemēram, Beļģijā 4,1%, Somijā 7,5%, Francijā 3,1%, Itālijā 3,3%, Slovēnijā 5,4% un Lielbritānijā 5,7% (*Frīdenberga, 2012.*). Katrā valstī sociālā uzņēmuma definīcija ir atšķirīga, tomēr tām visām ir kopīgas pazīmes, kas ļauj konstatēt vienotu konceptu, kas attīstījies daudzu gadu laikā un kļuvis pazīstams kā atsevišķs sociālās uzņēmējdarbības koncepts. Eiropas pētniecības tīkls *EMES (European Research Network)*, eksperti definēja ka **sociālais uzņēmums ir privāta bezpeļņas organizācija**, kas piedāvā pakalpojumus vai preces, lai sniegtu labumu sabiedrībai (*Defourny, Nyssens, 2008*). Kā norāda „EMES Network” pētnieki sociālā uzņēmuma kritēriji nav nosacījumi, lai tiktu iegūts sociālā uzņēmuma statuss, tie raksturo ideālo sociālo uzņēmumu un ir izmantojami kā līdzeklis, lai palīdzētu nošķirt sociālo uzņēmumu no citiem uzņēmumiem. Šie kritēriji ir: ilgstoša preču ražošana un pakalpojumu sniegšana, augsta autonomijas pakāpe un neatkarība, augsts ekonomiskā riska līmenis, minimāls apmaksātu darbinieku skaits, precīzi formulēts mērķis sniegt labumu sabiedrībai, personu grupas iniciēts, lēmumu pieņemšanas vara neatkarīga no uzņēmuma īpašumtiesībām, mērķa grupu pārstāvju iesaistīšana uzņēmuma pārvaldīšanā, ierobežota vai pilnībā izslēgta peļņas sadale (*Defourny, Nyssens, 2008*). Plašākā izpratnē ar sociālo uzņēmējdarbību saprot inovatīvu sociālo vērtību radīšanu, kas var notikt gan valsts, gan privātajā, gan trešajā sektorā. Tas nozīmē, ka šāda veida aktivitāte var tikt veikta gan sociālā uzņēmuma ietvaros, gan ārpus tā. Savukārt šaurākā nozīmē ar sociālo uzņēmējdarbību tiek apzīmēts process – sociālo uzņēmumu dibināšana (*Defourny, Nyssens, 2008*). Lai gan definīcijās uzsvars ir uz procesu, tas neizslēdz indivīda lomu tajā, jo katrs process ietver

cilvēkus, aktivitātes un organizēšanu. Tas nozīmē, ka sociālā uzņēmējdarbība ietver sociālo uzņēmumu un sociālā uzņēmēja raksturojošos elementus (Dobele, 2013.).

2011. gada oktobra nogalē Eiropas Komisija nāca klajā ar paziņojumu par sociālās uzņēmējdarbības iniciatīvu, tādējādi apliecinot savu vēlmi atbalstīt un veicināt šādas uzņēmējdarbības attīstību un atpazīstamību. Eiropas Komisijas iniciatīvā noteikts, ka vienotajam tirgum ir vajadzīga jauna iekļaujoša izaugsme, kas būtu vērsta uz nodarbinātību visiem. Runa ir par to, ka jāapmierina augošais eiropiešu pieprasījums, lai viņu darbam, patēriņam, iekrājumiem un ieguldījumiem būtu „ētiskāka” un „sociālāka” atbalss un nozīme” (Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komiteja, 2012.).

Tāpat kā jebkurai citai organizācijai, sociālajiem uzņēmumiem ir svarīgi definēt savu identitāti un atpazīstamību. Spēcīga identitāte palīdz organizācija gan iekšēji, gan ārēji, palielinot savu reputāciju, veicinot uzticību un piesaistot klientus un darbiniekus. Uzņēmuma reputācija ir aktīvs organizācijas, resurss, kas veicina konkurētspēju un ir kā katalizators lai veicinātu klientu un darbinieku piesaisti. Modelējot jaunu sociālo uzņēmumu ir jāveido spēcīga, konsekventa un sociāli novērtēta identitāte un reputācija. Jauniem sociālajiem uzņēmumiem ir jāpaaugstina izpratne par potenciālo mērķauditoriju to produktu un/vai pakalpojumu klāstu kas tiks piedāvāti, kā arī jābūt priekš izpētei kas dos izprati un spēju plānot un modelēt tālāko darbību (Avidar, 2017). Bieži veiksmīgu biznesu atbalsta sociālais tīkls. Iemesls tam ir tas, ka sociālie tīkli ir pietiekams resurss, lai palīdzētu realizējot biznesa idejas. Tīkla izveide ir svarīgs faktors projekta veiksmīgai īstenošanai. Tīkls var sniegt ne tikai resursus un atbalstu, bet arī jaunu un holistisku perspektīvu, pateicoties dažādām perspektīvām un ieguldījumu no tā dalībniekiem (Kobza, Mutlucan, 2016). Latvijā pirmie sociālie uzņēmumi dibināti 2008.gadā pie sociālās uzņēmējdarbības pamatlicējiem tiek pieskaitīti labdarības veikali “Otrā elpa”, Latvijas Samariešu apvienība, dizaina apvienība MAMMU un sociālās uzņēmējdarbības projekts HOPP (*Sabiedrības integrācijas fonds, 2018., 2.-3.lpp.*). Katrs no šiem minētajiem uzņēmumiem un iniciatīvām atšķiras gan ar savu unikalitāti, gan atpazīstamību un inovāciju, kas veiksmīgi darbojas konkrētā vidē un ir atbilstošs noteiktām sociālām mērķa grupām un sabiedrībai kopumā. Līdz 2011.gadam Latvijā sociālā uzņēmējdarbība bija samērā maz pētīta. Vienu no pirmajām sociālā uzņēmēja un sociālā uzņēmuma definīcijām Latvijā ieviesa L. Dobele savā promocijas darbā “Sociālās uzņēmējdarbības attīstības iespējas Latvijā” (aizstāvēts 2014.gadā). Apkopojot veiktos teorētiskos pētījumus, L. Dobele ir izveidojusi šādu sociālā uzņēmēja definīciju: **sociālais uzņēmējs** ir sociāli ētiski motivēta persona, kas, veicot uzņēmējdarbību, risina sociāli ekonomiskās problēmas un rada pozitīvas pārmaiņas sabiedrībā. **Sociālā uzņēmējdarbība** tiek definēta kā uzņēmējdarbības veids, kura prioritāte ir sociālās vērtības radīšana, nodrošinot uzņēmuma finansiālo pašpastāvēšanu un ilgtspējību (Dobele, 2013.). Latvijā “Sociālās uzņēmējdarbības” tiesiskā definējuma pirmavots ir Labklājības ministrijas izstrādātais dokuments - koncepcija “Par sociālās uzņēmējdarbības ieviešanas iespējām Latvijā”. Koncepcijas mērķis bija atzīt un novērtēt sociālo uzņēmumu potenciālu, uzsākt pilnvērtīgas un efektīvas atbalsta sistēmas veidošanu un tiesiskā ietvara izstrādi sociālās uzņēmējdarbības attīstībai, piedāvāt definīciju un atbilstības kritērijus, kā arī atbalsta virzienus sociālajiem uzņēmumiem (*Koncepcijas "Par sociālās uzņēmējdarbības ieviešanas iespējām Latvijā" kopsavilkums, 2014.*).

Latvijā 2018. gada 1. aprīlī stājās spēkā “Sociālā uzņēmuma likums”, kurā ir definēts kas ir sociālā uzņēmējdarbība, nosacījumi un kritēriji kas jāņem vērā sociālā uzņēmuma statusa piešķiršanai. Sociālo uzņēmumu atbalsta un darbības nosacījumi, uzraudzība un statusa zaudēšana. Likumā 2. pantā definēts **sociālā uzņēmuma jēdziens** - sociālais uzņēmums ir sabiedrība ar ierobežotu atbildību (turpmāk SIA), kas veic labvēlīgu sociālo ietekmi radošu saimniecisko darbību (piemēram, sociālo pakalpojumu sniegšana, iekļaujošas pilsoniskas sabiedrības veidošana, izglītības veicināšana, atbalsts zinātnei, vides aizsardzība un saglabāšana, dzīvnieku aizsardzība vai kultūras daudzveidības nodrošināšana) un ir ieguvusi

sociālā uzņēmuma statusu (*Sociālā uzņēmuma likums, 2017.*). Sociālā uzņēmuma statusu var iegūt: jau esoši SIA, kas pielāgojuši savu darbību likuma nosacījumiem; jaundibināti SIA, kas dibināti tieši ar mērķi jau uzreiz kļūt par sociālajiem uzņēmumiem. Sociālo uzņēmumu dibina kā “parastu” SIA, ievērojot Komerclikuma un Uzņēmuma reģistra nosacījumus. Dibinot jaunu uzņēmumu jau ar sākotnējo mērķi kļūt par sociālo uzņēmumu, jāņem vērā Labklājības ministrijas noteiktie sociālā uzņēmuma statusa iegūšanas kritēriji, tos iestrādājot uzņēmuma dibināšanas dokumentos (*Sociālā uzņēmuma likums, 2017.*).

Sociālās uzņēmējdarbības atbalsta mehānismi un pieejamās atbalsta programmas Latvijā

Latvijā 2015.gada rudenī tika dibināta Latvijas Sociālās uzņēmējdarbības asociācija (turpmāk - LSUA), kuru dibināja piecas organizācijas, t.i. Fonds atvērtai sabiedrībai DOTS, Labdarības veikalu tīkls Otrā Elpa, Latvijas Samariešu apvienība, Sabiedriskās politikas centrs PROVIDUS, Sociālās uzņēmējdarbības akselerators New Door. LSUA apvieno 109 organizācijas un to biedrus (*Latvijas sociālās uzņēmējdarbības asociācija, 2018.*). Galvenie darbības virzieni: interešu aizstāvība lokālā, reģionālā un nacionālā līmenī; biedru kapacitātes uzlabošana, pieredzes un zināšanu apmaiņas platformas veidošana, sabiedrības informēšana par sociālo uzņēmējdarbību (*Latvijas sociālās uzņēmējdarbības asociācija, 2018.*). LSUA ir gan kā izglītojošais, gan atbalstošais un informatīvais atbalsta mehānisms jaunajiem un topošajiem sociālajiem uzņēmējiem (*Latvijas sociālās uzņēmējdarbības asociācija, 2018.*). Sociālajiem uzņēmumiem Latvijā, kuru misija ir sniegt labumu sabiedrībai – atbalstīt un iesaistīt darba tirgū iedzīvotājus, kuri pakļauti nabadzības un sociālās atstumtības riskam, sakārtot vidi, kā arī citi uz sabiedrisko labumu vērsti mērķi, līdz 2022.gadam pieejams ES finanšu atbalsts grantu veidā 12 milj. EUR apmērā (*Valsts attīstības finanšu institūcija Altum, 2018.*). Paredzēts, ka granta finansējums būs pieejams vairāk nekā 200 projektiem. Granta apmērs vienam uzņēmējdarbības projektam no 5 000 līdz 200 000 EUR, grantu var saņemt gan sociālās uzņēmējdarbības sākšanai, gan paplašināšanai. Svarīgs priekšnosacījums ir tas, ka biznesa idejai jābūt dzīvotspējai, ar būtisku sociālo ietekmi ilgtermiņā. Lai pieteiktos grantam, uzņēmumam jāatbilst sociālā uzņēmuma statusam, reģistrējoties sociālo uzņēmumu reģistrā Labklājības ministrijā. Programmu īsteno Labklājības ministrija sadarbībā ar ALTUM (*Latvijas Republikas Labklājības ministrija, 2018.*). ALTUM ir valsts attīstības finanšu institūcija. ALTUM izmanto Latvijas un ES fondu finansējumu (*Valsts attīstības finanšu institūcija ALTUM, 2018.*). Lai gan pašvaldības neuzņemas īpašu lomu attiecībā uz sociālajiem uzņēmumiem, tās var palīdzēt un atbalstīt to darbību daudzos veidos. Nozīmīgākais no tiem ir publiskie iepirkumi. Tā kā sociālie uzņēmumi tieši uzlabo sabiedrības dzīves kvalitāti, pildot funkciju, kas tradicionāli piešķirta valsts iestādēm, pašvaldības var iegādāties to pakalpojumus. Tās var organizēt atklātus konkursus vai, ja nav konkurences, vienkārši deleģēt atbildību sociālajam uzņēmumam (*Lis u.c., 2017*). Labklājības ministrijas sociālo uzņēmumu reģistrā uz 2019.gada 8.janvāri ir reģistrēti 32 SIA, kuriem piešķirts sociālā uzņēmuma statuss pēc 2018.gada 1.aprīļa (*Latvijas Republikas Labklājības ministrija, 2018.*).

Pētījuma rezultāti

Laika posmā no 2019. gada 8.janvāra līdz 2019.gada 23.februārim raksta autore veica pētījumu par sociāliem uzņēmumiem, kuri ieguvuši sociālā uzņēmuma statusu pēc 2018.gada 1. aprīļa par šo uzņēmumu darbības virzieniem, mērķa grupu problēmām, kuras risina uzņēmumi, kā arī uzņēmumu sociālo mērķi.

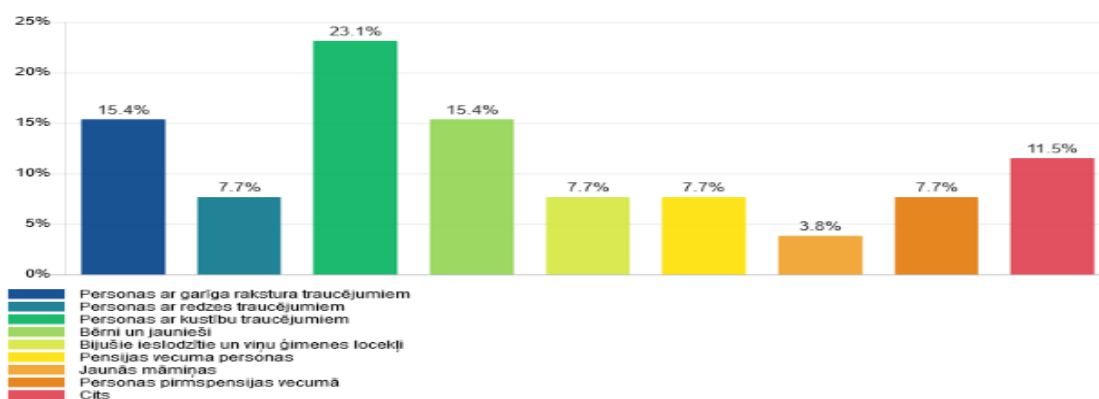
Labklājības ministrijas sociālo uzņēmumu reģistrā uz 2019.gada 8.janvāri ir reģistrēti 32 SIA (*Latvijas Republikas Labklājības ministrija, 2018.*), kuriem piešķirts sociālā uzņēmuma statuss. Autore izstrādāja aptaujas anketu, kura tika elektroniski izsūtīta 32 sociālajiem

uzņēmumiem internet vietnē VisiDati. No 32 uzņēmumiem anketas aizpildīja 10 uzņēmumi, 2 uzņēmumi elektroniski atbildēja, ka savu darbību vēl nav uzsākuši. Apkopojot pētījuma rezultātus, autore secina, ka uzņēmumu darbības pieredze: bez iepriekšējas darbības pieredzes - 4 uzņēmumi; ar pieredzi līdz 3 gadiem - 1; no 3 līdz 6 gadiem - 4, no 7 līdz 10 gadiem - 1. Uzņēmumu darbības sfēras: 1 uzņēmums - konsultācijas, apmācības, pasākumu organizēšana sociālās atstumtības riska grupām; 1 - atbalsts izglītībā, pirmsskolas izglītība; 1 - medicīna; 1 - servisa suņu apmācība cilvēkiem ar invaliditāti; 1 - ēdināšana; 1 - ražošana; 1 - mēbeļu ražošana; 1 - aprūpe mājās; 1 - izglītība; 1 - rotaļlietu ražošana, tirdzniecība, eksports.

Algotu darbinieku skaits: 1 algots darbinieks - 3 uzņēmumos; 2 algoti darbinieki - 3 uzņēmumos; 3 algoti darbinieki - 2 uzņēmumos; 4 algoti darbinieki - 1 uzņēmumā; 6 algoti darbinieki - 1 uzņēmumā. Brīvprātīgais darbs: 5 no 10 uzņēmumiem darbojas brīvprātīgie darbinieki. 3 uzņēmumos darbojas no 1 - 4 brīvprātīgie. 1 uzņēmumā darbojas 6 brīvprātīgie, 1 uzņēmumā darbojas 10 brīvprātīgie.

3 no 10 uzņēmumiem ir Sociālās uzņēmējdarbības asociācijas biedri, 1 uzņēmums gatavojas kļūt par asociācijas biedru, 6 uzņēmumi nav asociācijas biedri.

Autore parāda mērķa grupas uz kurām vērsta sociālo uzņēmumu darbība (1.attēls).

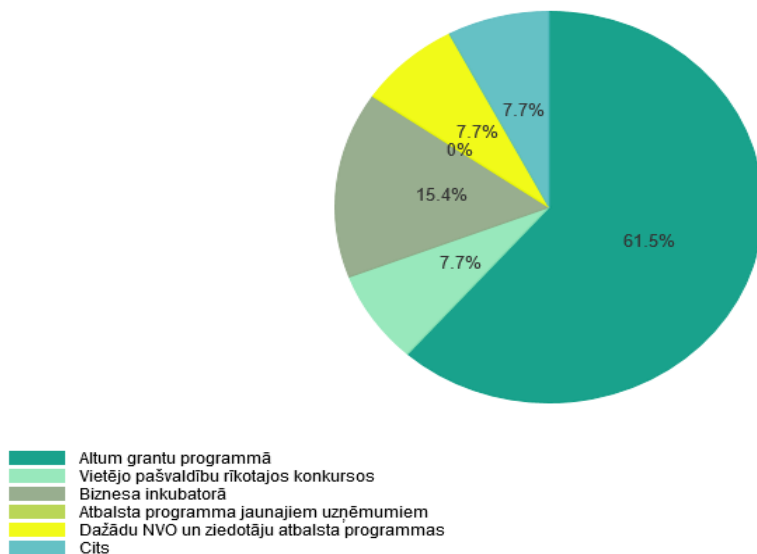


1. attēls. Mērķa grupas uz kurām vērsta sociālo uzņēmumu darbība (sastādīja autore)

Analizējot aptaujas rezultātus 1.attēlā var redzēt, ka mērķa grupas uz kurām tiek vērsta sociālo uzņēmumu darbība 23,1% gadījumos ir personas ar kustību traucējumiem, 15,4% gadījums gan personas ar garīga rakstura traucējumiem gan bērni un jaunieši, 11,5 % gadījumos respondenti norāda citas mērķa grupas (nedzirdīgie un ilgstošie bezdarbnieki, bezdarbnieki un bērni). 7,7% gan personas ar redzes traucējumiem, gan pensijas vecuma personas, bijušie ieslodzītie un viņu ģimenes locekļi gan jaunās māmiņas, 3,8% gadījumos norādītas personas pirmspensijas vecumā. Var secināt ka lielākā daļa mērķa grupu uz ko tiek vērsta sociālā uzņēmējdarbība ir personas ar kustību traucējumiem, personas ar garīga rakstura traucējumiem un bērni un jaunieši.

Aptauja parāda, ka 40% gadījumos sociālie uzņēmumi risina klientu izglītošanas un dažāda atbalsta pasākumu organizēšanu, 30% gadījumos klientu integrāciju un atgriešanos darba tirgū, 20% gadījumos veselības un sociālās aprūpes problēmas, 10% gadījumos citas problēmas, kas saistītas ar aprūpi mājās. Var secināt ka sociālie uzņēmumi visbiežāk risina klientu izglītošanas problēmas, organizējot dažādus atbalsta pasākumus, kā arī integrē un atgriež darba tirgū un risina veselības un sociālās aprūpes problēmas.

Izmantoto atbalsta programmu īpatsvars sociālajiem uzņēmumiem redzams 2.attēlā.



2.attēls. Izmantoto atbalsta programmu īpatsvars sociālajiem uzņēmumiem
(sastādīja autore)

Sociālie uzņēmumi 61,5% gadījumos ir izmantojuši piedāvāto ALTUM grantu programmu, 15,4% gadījumos iesaistījušies Biznesa inkubatoros, 7,7% gadījumos ir bijusi iesaiste vietējo pašvaldību rīkotajos konkursos, dažādās NVO un ziedotāju programmās, atbalsta programmās jaunajiem uzņēmumiem. Var secināt, ka sociālie uzņēmumi visbiežāk izmantojuši ALTUM grantu programmas, iesaistījušies biznesa inkubatoros, kā arī vietējo pašvaldību un ziedotāju rīkotajos konkursos.

Aptaujātie sociālie uzņēmumi kā grūtības, ar kurām saskaras, norāda, ka 23,5% gadījumos viņi sastopas ar atsaucības trūkumu no valsts un pašvaldības iestāžu puses, 17,6% sastopas ar sabiedrības neizpratni un neinformētību par sociālās uzņēmējdarbības būtību, tāpat 17,6% gadījumos sociālajiem uzņēmumiem trūkst informācijas par līdzfinansējuma un grantu programmu pieejamību, 11,8% gadījumu sociālajiem uzņēmumiem ir bijušas problēmas saņemt no bankas kredītu tāpat 11,8% gadījumi uzņēmumi norāda citas problēmas, kā pieredzes trūkumu un problēmas ar grantu saņemšanu. 5,9% gadījumu uzņēmumi min problēmas ar aprīkojuma un inventāra iegādi, problēmas ar darba spēka trūkumu, sarežģītu un neskaidru likumdošanu. Var secināt, ka sociālie uzņēmumi visbiežāk ir sastapušies ar atsaucības trūkumu no valsts un pašvaldības iestāžu puses, un sabiedrības neizpratni un neinformētību par sociālo uzņēmējdarbību, kā arī sociālajiem uzņēmumiem trūkst informācijas par līdzfinansējuma un grantu programmu pieejamību.

Uzņēmuma motivācija nodarboties ar sociālo uzņēmējdarbību: aptaujātie uzņēmumi 70% gadījumos pilnīgi piekrīt apgalvojumam, ka viņiem ir svarīgi risināt konkrētas mērķa grupas problēmas, tāpat uzņēmumiem ir svarīgi saņemt valsts un pašvaldību atbalstu, 60% gadījumos uzņēmumi nepiekrīt apgalvojumam kad uzņēmumam ir svarīgs prestižs nevis peļņa. Apgalvojumam par to ka ar sociālās uzņēmējdarbības palīdzību var sociālās problēmas var risināt radoši un inovatīvi pilnīgi piekrīt 50% uzņēmumu. Var secināt, ka sociālajiem uzņēmumiem ir svarīgi risināt konkrētas mērķa grupas problēmas, tāpat uzņēmumiem ir svarīgi saņemt valsts un pašvaldību atbalstu uzņēmumam ir svarīgs prestižs nevis peļņa.

Uz jautājumu, ko sociālie uzņēmumi ieteiktu jaunajiem uzņēmumiem saņemtas atbildes: veidot sadarbību savā starpā; nepadoties; rūpīgi plānot finanses; būt pacietīgiem, jo jāiziet cauri daudz birokrātiskiem jautājumiem; pirms uzsākt ko nopietnu sociālajā uzņēmējdarbībā, tomēr

iegūt kādu ar biznesa vadību vai vismaz projektu vadību saistītu izglītību; drosmi un pacietību; neuzticēties valstij; ja mērķis attaisno līdzekļus, uz priekšu; precizēt savu ideju un būt pārliecinātiem, ka jautājums jeb problēma, ko plāno risināt, tik tiešām ir īstā, ar kuras palīdzību tiks mainīta kaut viena cilvēka dzīve Latvijā. Var secināt ka svarīga ir sadarbība sociālo uzņēmumu starpā, likumdošanas pārzināšana, tāpat arī rūpīga finanšu plānošana, idejas precizēšana, kā arī zināšanas biznesa vadībā, pacietība un drosmē.

Secinājumi un priekšlikumi

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.

Sociālā uzņēmuma misija ir ietekmēt cilvēku dzīvi, atgriez to darbā tirgū un/vai integrēt sabiedrībā sniedzot atbalstu, izglītojot, nodarbinot vai veicot citus pasākumus, kuri labvēlīgi ietekmē noteiktu mērķa grupu.

„Sociālā uzņēmuma likumā” sociālais uzņēmums ir definēts kā sabiedrība ar ierobežotu atbildību (SIA), kas veic labvēlīgu sociālo ietekmi radošu saimniecisko darbību (piemēram, sociālo pakalpojumu sniegšana, iekļaujošas pilsoniskas sabiedrības veidošana, izglītības veicināšana, atbalsts zinātnei, vides aizsardzība un saglabāšana, dzīvnieku aizsardzība vai kultūras daudzveidības nodrošināšana) un ir ieguvusi sociālā uzņēmuma statusu. Latvijas Republikas Labklājības ministrijas sociālo uzņēmumu reģistrā uz 2019.gada 8.janvāri ir reģistrēti 32 SIA, kuriem ir piešķirts sociālā uzņēmuma statuss.

Sociālie uzņēmumi ikdienā darbojas ar tādām mērķa grupām kā ilgstoši bezdarbnieki, pirmspensijas vecuma personas, bērni un jaunieši, personas ar redzes, dzirdes un kustību traucējumiem, personas ar garīga rakstura traucējumiem, bijušie ieslodzītie un viņu ģimenes locekļi, jaunās māmiņas u.c.

Sociālie uzņēmumi ikdienā risina bezdarba problēmas, konkrētas mērķa grupas izglītošanu, integrāciju un/vai atbalsta pasākumus. Veic sociālo un veselības aprūpi, kā arī darbojas vides un dzīvnieku aizsardzības jomā.

Pētījuma aptaujas rezultāti parāda, ka sociālās problēmas, kuras risina sociālie uzņēmumi 40% gadījumos ir klientu izglītošanas un dažāda atbalsta pasākumu organizēšanu, 30% gadījumos klientu integrāciju un atgriešanos darba tirgū, 20% gadījumos veselības un sociālās aprūpes problēmas, 10% gadījumos citas problēmas, kas saistītas ar aprūpi mājās.

Sociālie uzņēmumi 61,5% gadījumos ir izmantojuši piedāvāto ALTUM grantu programmu, 15,4% gadījumos iesaistījušies Biznesa inkubatoros, 7,7% gadījumos ir bijuši iesaistīti vietējo pašvaldību rīkotajos konkursos, NVO un ziedotāju programmās, atbalsta programmās jaunajiem uzņēmumiem.

Pētījuma aptaujas rezultāti parāda, ka 70% gadījumos uzņēmumi pilnīgi piekrīt apgalvojumam, ka viņiem ir svarīgi risināt konkrētas mērķa grupas problēmas, tāpat uzņēmumiem ir svarīgi saņemt valsts un pašvaldību atbalstu. 50% gadījumos sociālie uzņēmumi piekrīt apgalvojumam, ka ar sociālās uzņēmējdarbības palīdzību sociālās problēmas var risināt radoši un inovatīvi.

Vietējām pašvaldībām kurās attīstās sociālie uzņēmumi jāveic atbalsta pasākumi sociālā uzņēmuma darbības atbalstam (nekustamā īpašuma nodokļa atlaides, telpu nodrošinājums, publicitātes nodrošinājums, izglītošanas pasākumi u.c.).

Valsts līmenī jāizveido vienota elektroniskā datu bāze, kas palīdzētu sociālajiem uzņēmumiem orientēties likumdošanā, biznesa jautājumos, sociālo uzņēmumu atbalsta iespējās un iespējā elektroniski saņemt konsultatīvo atbalstu.

Latvijas sociālās uzņēmējdarbības asociācijai jārod iespēja sociālajiem uzņēmējiem savstarpēji gūt pieredzes apmaiņu Latvijā un ES valstīs līdzīgos sociālajos uzņēmumos.

Latvijas sociālās uzņēmējdarbības asociācijai periodiski veikt sociālo uzņēmumu aptaujas un apzināt tās problēmas un šķēršļus ar ko saskaras sociālie uzņēmumi, asociācijai veikt starpnieka lomu starp valsts /pašvaldību iestādēm un sociālajiem uzņēmumiem.

Izmantotā literatūra un avoti

1. *Koncepcijas "Par sociālās uzņēmējdarbības ieviešanas iespējām Latvijā" kopsavilkums* (30.10.2014.). LR Ministru kabineta rīkojums Nr.618. <https://likumi.lv/doc.php?id=269885>, sk.23.02.2019.
2. *Sociālā uzņēmuma likums* (12.10.2017.). LR likums. <https://likumi.lv/doc.php?id=294484>, sk.23.02.2019.
3. Avidar, R. (2017). Public Relations and Social Businesses: The Importance of Enhancing Engagemen. *Public Relations Review*, vol. 43(5), pp. 955-962. Retrieved 20.01.2019 from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S036381116303381>
4. Dwivedi, A., Weerawardenab, J. (2018). Conceptualizing and Operationalizing the Social Entrepreneurship Construct. *Journal of Business Research*, vol. 86, pp. 32-40. Retrieved 23.03.2019 from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296318300535>
5. Dobeļe, L. (2013). *Sociālās uzņēmējdarbības attīstības iespējas Latvijā*. [Promocijas darbs]. Jelgava: LLU.
6. Defourny, J., Nyssens, M. (2008). Social Enterprise in Europe: Recent Trends and Developments. *WP*, 08/01, 40 p. Retrieved 15.03.2019 from http://www.emes.net/site/wp-content/uploads/WP_08_01_SE_WEB.pdf
7. Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komiteja (2012). *Sociālās uzņēmējdarbības iniciatīva. Labvēlīgu apstākļu izveide sociālajiem uzņēmumiem sociālās ekonomikas un sociālo inovāciju pamatam*. <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2012:229:0044:0048:LV:PDF>, sk. 25.03.2019.
8. Frīdenberga, A. (2012.). *Biznesa ētiskā un sociālā seja*. <http://providus.lv/article/biznesa-etiska-un-sociala-seja>, sk.21.03.2019.
9. Fonte, M., Cucco, I. (2017). Cooperatives and Alternative Food Networks in Italy. The Long Road Towards a Social Economy in Agriculture. *Journal of Rural Studies*, vol. 53, pp. 291-302. Retrieved 25.03.2019 from <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.01.019>
10. Kobza, N., Mutlucan, C. (2016). Entrepreneurship Leading a Change in Europe: A Perspective of Young professionals. *17th IFAC Conference on International Stability, Technology and Culture TECIS*, vol. 49(29), pp. 289-293. Retrieved 24.03.2019 from <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2016.11.081>
11. Latvijas sociālās uzņēmējdarbības asociācija (2018). *Kas mēs esam?* <https://sua.lv/2018/08/01/kas-mes-esam/>, sk.20.01.2019.
12. Latvijas Republikas Labklājības ministrija (2018). *Atbalsts sociālai uzņēmējdarbībai*. http://www.lm.gov.lv/lv/?option=com_content&view=article&id=82248, sk.20.01.2019.
13. Lešinska, A., Litvins, G. u.c. (2012). *Latvija ceļā uz sociālo uzņēmējdarbību*. http://providus.lv/article_files/2265/original/SU_gala_9nov.pdf?1352889758, sk.20.01.2019.
14. Lis, A., Wallberg, N. u.c. (2017). *Sociālie uzņēmumi un pašvaldības: sadarbība, partnerība un sinerģija. Sadarbība un partnerība starp sociālajiem uzņēmumiem un pašvaldībām Latvijā, Baltkrievijā un Zviedrijā: analītisks esošās un iespējamās sadarbības un partnerības pārskats*, 55 lpp. https://www.lps.lv/uploads/docs_module/2018_6_p9.pdf, sk.20.01.2019.
15. Palacios-Marqués, D., García, M.G., Sánchez, M.M., Mari, M.P.A. (2019). Social Entrepreneurship and Organizational Performance: A Study of the Mediating Role of Distinctive Competencies in Marketing. *Journal of Business Research*, vol. 101, pp. 426-432. Retrieved 25.03.2019 from <https://www.journals.elsevier.com/journal-of-business-research>
16. Rahdari, A., Sepasi, A., Moradi, M. (2016). Achieving Sustainability Through Schumpeterian Social Entrepreneurship: The Role of Social Enterprises. *Journal of Cleaner Production*, vol. 137, pp. 347-360. Retrieved 25.03.2019 from <https://www.journals.elsevier.com/journal-of-cleaner-production>
17. Sabiedrības integrācijas fonds (2018). *Sociālā uzņēmējdarbība*. http://www.creativeideas.lv/f/Sociala_uznemejdarbiba_-_izdales_materials_istais.pdf, sk.24.03.2019.
18. Valsts attīstības finanšu institūcija Altum (2018). *Granti dzīvotspējīgu sociālās uzņēmējdarbības projektu īstenošanai*. <https://www.altum.lv/lv/pakalpojumi/uznemejiem/socialas-uznemejdarbibas-programma/par-programmu/>, sk.20.01.2019.

Summary

In Europe, the first understanding of social entrepreneurship as a special method for tackling social problems arose in the late eighties of the last century in Italy, when society faced previously unknown needs in the field of employment.

In Latvia the first social companies developed in 2008, 2009. With the adoption of the legal framework 01.04.2018. The Law on Social Entrepreneurship was explicitly stated and

agreed, both the criteria and the conditions for the establishment of a social enterprise. The social enterprises Register of the Ministry of Welfare of 8 January 2019 has been registered in 32 limited liability companies which have been granted the status of a social enterprise.

The author of the Social Enterprise survey found that social enterprises are small businesses with paid staff from 1 to 10 employees. Among the companies surveyed, 50% of the social enterprises are recruited by volunteers. Target groups targeted at social enterprises are persons with reduced mobility, persons with mental disabilities, children and young people, deaf, long-term unemployed, visually impaired, persons of pensionable age, other former prisoners and members of their families, young mothers, and pre-retirement age. The survey showed that social enterprises are tackling customer education problems and organising different support measures, integrating clients and facilitating their return to the labour market, working with health and social care problems. Social enterprises have used various support programmes for the grants programme offered by ALTUM, both engaged in business hatcheries and have been involved in competitions organised by local authorities, in various NGOs and donors programmes, support Programmes for new companies.

The difficulties encountered by social enterprises are the lack of responsiveness by state and local authorities, the lack of public awareness and awareness of social entrepreneurship and the nature of the company, and in the absence of information from social enterprises on the availability of co-financing and grant programmes, social enterprises have had problems obtaining from bank loans. Companies also mention problems with the purchase of equipment and furniture, problems with a lack of work, unclear legislation. The surveyed companies fully agree with the statement that it is important for them to address the challenges of a particular target group, and it is also important to receive State and municipal support, and agrees that social entrepreneurship can address creative and Innovative ideas.