

INOVĀCIJAS UN INOVĀCIJU LOMA SOCIĀLAJĀ UZŅĒMĒJDARBĪBĀ INNOVATION AND THE ROLE OF INNOVATION IN SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Zanda Poruka

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

Abstract. *With the impact of globalization, many different social challenges are emerging that require new methods and tools. Through the use of various innovations through social entrepreneurship, progress is being made in solving these problems. Social enterprises operate in areas such as job integration, the creative industries, the provision of social services, training and integration into society. The aim of the article is to study social innovations in social entrepreneurship in order to draw conclusions and provide an overview of examples of social innovations in Latvia. Novelty is social innovation in social entrepreneurship.*

Keywords: *innovation, social innovation, social entrepreneurship.*

Ievads

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, García, Sánchez, Mari, 2019*). Sociālā uzņēmējdarbība ir piemērota sociālo inovāciju un sociālo vērtību radīšanai, kas pirmkārt paredz konceptuālu sociālo misiju realizāciju (*Dwivedi, Weerawardanab, 2018*). Termins "sociālās inovācijas" ir samērā jauns, bet patiesībā "sociālās inovācijas" kā jauni, radoši, oriģināli sociālo problēmu risinājumi pastāv kopš cilvēces radīšanas brīža. Ļoti bieži, cenšoties rast kādas sociālas problēmas oriģinālus risinājumus, cilvēki (vai organizācijas), kas darbojas kā "sociālie novatori" un / vai "sociālie inovatori", sevi par tādiem neuzskata, viņi pat reizēm neapzinās, ka viņu darbība ir sociāli novatoriska vai sociāli inovatīva. Viņi vienkārši pieiet problēmu risināšanai nedaudz radošāk nekā citi. Mēģinot rast jaunus risinājumus esošajām problēmām, viņi neizvirza nekādus globālus mērķus (*Surikova, 2015*). Diemžēl sociālās inovācijas tiek realizētas ne tik bieži, jo cilvēkiem to īstenošanai trūkst motivācijas, laika, finanšu un citu resursu, savu ideju realizācijai. Tādēļ bieži vien valsts ar tās īstenoto politiku iejaucas, risinot tirgū radušās problēmas un motivējot sabiedrību iesaistīties sociālo inovāciju īstenošanā (*Pol, Ville, 2009*).

Pētījuma laika periods 2000.-2020. gadam.

Pētījuma objekts: sociālās inovācijas.

Pētījuma priekšmets: sociālo inovāciju rašanās iemesli.

Pētījuma hipotēze: sociālās inovācijas ir sociālās uzņēmējdarbības instruments, risinot sociāli jūtīgu mērķa grupu problēmas.

Pētījuma mērķis: Pētīt sociālo inovāciju nozīmi sociālo problēmu risināšanā.

Pētījuma uzdevumi:

- pamatot inovāciju nozīmi sabiedrībā;
- izpētīt un salīdzināt sociālās inovācijas definīcijas dažādu autoru skatījumā;
- apskatīt un analizēt sociālo inovāciju piemērus Latvijā.

Izmantotās pētījumu metodes: teorētiskās literatūras analīze, statistikas datu analīze un zinātnisko rakstu analīze.

Lai panāktu veiksmīgāku rezultātu un veicinātu inovāciju nozīmi, dažādas finanšu organizācijas un fondi dod savu ieguldījumu inovāciju radīšanas procesā. Daudzas institūcijas, piemēram, starptautiskas organizācijas, Pasaules Banka, pasaules klases universitātes, valdības,

valsts aģentūras, privātās korporācijas un uzņēmēju firmas pievērš uzmanību šai parādībai un piešķir resursus sociālajai uzņēmējdarbībai. Šis īpašais sociālajai uzņēmējdarbībai veltītais jautājums no starptautiskā un inovāciju viedokļa ir ļāvis ievērot šo strauji augošo uzņēmējdarbības jomas jomu, liekot lūgt ieguldījumu dokumentiem, kas ietver starpdisciplināru un starpkultūru pieeju (*Chell, Nicolopoulos, Karataş-Özkan, 2010*). Starptautiskā uzmanība arvien vairāk tiek pievērsta sociālajai uzņēmējdarbībai un sociālajiem uzņēmumiem. Tā kā bezpeļņas sociālie projekti rada darba vietas un attīsta attīstībai nepieciešamās iestādes un infrastruktūru, tie var būt ekonomiskās un sociālās attīstības dzinējspēks globālā mērogā (*Hitt, Ireland, Camp, Sexton, 2001*).

Pastāvošās struktūras un nostādnes nespēj atrisināt aktuālās sabiedrības problēmas, tāpēc sociālā inovācija nepieciešama gan nacionālā, gan globālā līmenī (*Ionescu, 2015*). Darba autore apskatīja dažādu autoru piedāvātas sociālo inovāciju definīcijas (1. tabula).

1. tabula

Sociālo inovāciju definīcijas

Autors	Sociālās inovācijas definīcija	Galvenie atslēgas vārdi
1	2	3
E. Pols, S. Ville (<i>Pol, Ville, 2009</i>)	Jaunas idejas, kurām ir potenciāls uzlabot dzīves kvalitāti	Jaunas idejas, kurām ir potenciāls
G. Balamatsija (<i>Balamatsias, 2018</i>)	Aktivitātes, kuru pamatā ir mērķis radīt sociālas vērtības, galvenokārt, veic organizācijas, kuras tendētas uz sociālu mērķu sasniegšanu	Aktivitātes, kuru pamatā ir mērķis radīt sociālas vērtības
J. Hovaldts, D. Domanskis, C. Kaletka (<i>Howaldt, Domanski, Kaletka, 2016</i>)	Jauna domāšanas forma, kas liek domāt par sabiedrības kopējām interesēm un attīstību, kā arī tai vajadzētu kļūt par daļu no jaunas kultūras, lai radītu ievērojamas sociālas pārmaiņas, bet lai to sasniegtu, nepieciešams aktualizēt sociālo darbību iedzīvotāju vidū	Jauna domāšana kas liek domāt par sabiedrības interesēm un attīstību, lai radītu sociālas pārmaiņas
Jauniešu fonds (<i>The Young Foundation, 2012</i>)	Jauni risinājumi (produkti, pakalpojumi, modeļi, tirgi, procesi utt.), kas vienlaikus atbilst sociālajai vajadzībai (efektīvāk nekā esošie risinājumi) un noved pie jaunām vai uzlabotām spējām un attiecībām, kā arī līdzekļu un resursu lietderīgāka pielietojuma	Jauni risinājumi, kas atbilst sociālai vajadzībai kas noved pie jaunām spējām un attiecībām, kā arī resursu lietderīga pielietojuma
L. Atlinais, P. Batta (<i>Altinay, Bhatt, 2013</i>)	Jebkurš jauns risinājums sociālām problēmām un vajadzībām, kas ir labāks kā jau pastāvošās pieejas un risinājumi (efektīvāks, lietderīgāks, ilgtspējīgāks) un, kura radītā vērtība ir attiecināma uz sabiedrību kopumā nevis atsevišķu indivīdu.	Jauns risinājums sociālām problēmām un vajadzībām, kas ir labāks kā pastāvoša pieeja, un kura radītā vērtība attiecināma uz sabiedrību kopumā.
A. Deserti, M. Kleverbeka, F. Rizzo, Dž.Terstriepa (<i>Deserti, et.al., 2015</i>)	Jaunas ideju un dažādu sadarbības formu kombinācijas, kuras pārveido esošo institucionālo kontekstu, veicinot neaizsargāto un atstumto grupu integrāciju un līdzdalību.	Ideju un formu kombinācijas, kuras pārveido institucionālo kontekstu, veicinot neaizsargāto grupu integrāciju un līdzdalību.

1	2	3
L. Līcīte, S. Surikova, G.Grīnberga-Zālīte (<i>Līcīte, Surikova, Grīnberga-Zālīte, 2019</i>)	Labāka, efektīvāka un racionālāka (salīdzinājumā ar esošajiem) aktuālo sociālo problēmu risinājumu izstrāde un ieviešana praksē, radot jaunu sadarbības kultūru un veicinot sociālo progresu sabiedrībā. Šie jaunie risinājumi varētu būt jauni produkti, pakalpojumi, modeļi, procesi, likumi, organizācija, metode, sociālo problēmu risinājumi, prakse utt., kas vienlaikus atbilst sociālajai vajadzībai un noved pie jaunām vai uzlabotām spējām un attiecībām, kā arī līdzekļu un resursu lietderīgāka pielietojuma.	Labāka, efektīvāka un racionālāka aktuālo sociālo problēmu risinājumu izstrāde un ieviešana praksē, kas vienlaikus atbilst sociālajai vajadzībai un noved pie jaunām vai uzlabotām spējām un attiecībām, kā arī līdzekļu un resursu lietderīgāka pielietojuma.

Autore uzsver, ka būtiskākais šajās definīcijās ir tas, ka sociālās inovācijas tiek atzīmētas kā jauni vai uzlaboti risinājumi, ideju un formu kombinācijas sociālo problēmu risināšanā, veicinot neaizsargāto grupu integrāciju sabiedrībā, kas noved pie jaunām vai uzlabotām spējām un attiecībām, kā arī līdzekļu un resursu lietderīgāka pielietojuma kas rada sabiedrisko labumu. Sociālās inovācijas tiek klasificētas vairākās formās, viena no formām balstīta uz sociālo uzņēmējdarbību. Pasaulē pastāv vairākas termina „inovācija” definīcijas, bet visām šīm definīcijām ir viena kopīga iezīme, kas apliecina, ka **inovācija ir process**. Saskaņā ar Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācijas (turpmāk - OECD) pieņemto definīciju, inovācija tiek iedalīta:

- Produkta inovācija - ietver jaunas vai ievērojami uzlabotas preces vai pakalpojumus. Produkta inovācija nozīmē būtiskus uzlabojumus tehniskajā specifikācijā, dažādās komponentēs un materiālos, pastāvošajās programmatūrās, lietotājdraudzīgumu vai citas funkcionālās īpašības.
- Procesa inovācija - ietver jaunas vai ievērojami uzlabotas ražošanas vai piegādes metodes. Procesa inovācija nozīmē būtiskas izmaiņas tehnoloģijās, iekārtās un/vai programmatūrā.
- Mārketinga inovācija - ietver jaunas mārketinga metodes, t.sk. būtisku izmaiņu veikšanu ne tikai ražojumu dizainā vai iepakojumā, bet arī produktu izplatīšanā, produktu izvietojumā vai izmaiņas cenu politikā.
- Organizatoriskā inovācija - ietver jaunas organizatoriskas metodes uzņēmuma uzņēmējdarbības praksē, darba vietu organizāciju vai ārējās attiecības (*Latvijas Inovācijas portāls, 2020*).

Eiropas Sociālās inovācijas iniciatīvas definīcijā akcentēts tas, ka sociālām inovācijām ir jābūt efektīvākām nekā pastāvošajām pieejām, proti, svarīga ir ne vien novitāte kā tāda, bet arī tās **rezultāti un ietekme** (*Bela, 2018*).

Sociālajām inovācijām tiek nošķirtas trīs dimensijas. Pirmā ietver cilvēku neapmierināto vajadzību apmierināšanu. Otrā attiecināma uz procesiem un pārmaiņām un līdzdalības palielināšanu, īpaši līdz tam izslēgtām grupām. Trešā dimensija paredz, ka sociālās inovācijas var palielināt iesaistīto iespējas, uzlabojot prasmes un pieeju resursiem (*Moulaert, Martinelli, Swyngedouw, Gonzalez, 2005*).

Būtiska loma inovāciju atbalstā ir valstij, ja valsts ar savu rīcībpolitikas palīdzību vai nodrošinot labvēlīgu vidi, tad jātiecas uz to, lai atbalstītās sociālās inovācijas tiešām risinātu sabiedrības problēmas (*Bela, 2018*). Valsts nav vienīgā ieinteresētā puse, kam var būt pozitīva ietekme uz sociālo inovāciju norisi. Būtiska loma var būt arī uzņēmējdarbības sektoram, izmantojot

savus ietekmes resursus, kas galvenokārt ir finansiāli. Šī ietekme var izpausties tiešā veidā, ieguldot privātos resursus konkrētos sociālo inovāciju projektos vai atbalsta iniciatīvās (Bela, 2018). Pārdomātas un sistēmiskas pieejas sociālo inovāciju atbalstam ir balstītas uz stratēģijām vai politikas plānošanas dokumentiem, kas veido ietvaru sasniedzamajiem mērķiem, izmantojamiem instrumentiem, sagaidāmajiem rezultātiem un to izvērtēšanai. Tāpēc veiksmīgāks sociālo inovāciju atbalsts no valsts puses ir atkarīgs no ilgtermiņa plānošanas (Bela, 2018).

Veiksmīgam sociālās inovācijas procesam nozīmīga ir ieinteresēto pušu sadarbība, kuros tiek iesaistītas trīs pušu intereses: valsts, uzņēmēja un sabiedrības. Valsts sektoru veido valsts institūcijas, pašvaldības un starptautiskās starpvaldību organizācijas. Uzņēmējs tiek uzskatīts par privāto sektoru, kas ietver komercsabiedrības un citus subjektus. Sabiedrības sektoru veido nevalstiskās organizācijas, biedrības un valsts iedzīvotāji kopumā.

Lai gan inovācijas būtība visvairāk ir saistīta ar ražošanu, nedrīkst par zemu novērtēt inovācijas lomu kultūras un sociālajā sfērā. Bez tam, ņemot vērā globālo attīstību ietekmējošos faktorus, kā klimata pārmaiņas, iedzīvotāju vidējā vecuma palielināšanos u.c., nav noliedzams fakts, ka nākotnē inovācijas nozīme arvien pieaugs. Uzņēmumi un uzņēmēji ir galvenie inovācijas sistēmas pakalpojumu saņēmēji. Tomēr jāatceras, ka jauninājumi inovācijas procesā bieži tiek radīti sadarbojoties dažādu profilu speciālistiem vai dažādu organizāciju radošiem cilvēkiem. Uzņēmumi inovācijas procesā nevar darboties nošķirti no pārējiem ekonomisko attīstību nodrošinošiem „spēlētājiem”. Arī politiķi un lēmumu pieņēmēji nevar būt izolēti viens no otra vai arī no inovatīviem uzņēmumiem. Inovācijas procesu ietekmē visdažādāko politisko, sociālo vai ekonomisko sfēru pārstāvju savstarpējā sadarbība. Tādēļ inovācijas atbalsta sistēmas tiek veidotas tā, lai veicinātu šo dažādo sektoru efektīvu sadarbību (Latvijas Inovācijas portāls, 2020).

Latvijas Republikas Labklājības ministrijas Sociālo uzņēmumu reģistrā uz 2020.gada 1.aprīli tika reģistrēti 97 sociālie uzņēmumi tajā skaitā 31 uzņēmums nodarbojas ar darba integrāciju; 24 nodarbojas ar izglītošanu; 11 ar kultūras jautājumiem un jautājumiem, kas saistīti ar iekļaujošās sabiedrības jautājumiem; 9 uzņēmumi nodarbojas ar sportu, medicīnu un veselības veicināšanas jautājumiem; 7 uzņēmumi nodarbojas ar sociālo pakalpojumu sniegšanu; 5 uzņēmumi ar atbalsta sniegšanu sociālām riska grupām; 5 uzņēmumi ar vides aizsardzības jautājumiem un 5 uzņēmumi ar citu sociālo problēmu risināšanu (Latvijas Republikas Labklājības ministrija, 2020).

Autore apkopojā informāciju par dažiem uzņēmumiem, kas darbojas sociālo inovāciju jomā (2.tabula).

2.tabula

Sociālo inovāciju piemēri Latvijā

Nosaukums	Statuss	Sociālais mērķis	Sociālā inovācija
1	2	3	4
“BlindArt” http://blindart.lv/lv/	Sociālais uzņēmums	Palīdzēt vājredzīgajiem un neredzīgajiem cilvēkiem radoši integrēties sabiedrībā radot jēgpilnas lietas ar pievienoto vērtību	Izstrādā oriģinālus dizaina un interjera produktus (somas, gleznas, pasaku grāmatas, porcelāna šķīvjus u.c.)
„Humusa komanda” https://www.facebook.com/humusakomanda/	Sociālais uzņēmums	Sekmēt jaunatnācēju iekļaušanos Latvijas sabiedrībā caur nodarbinātību un kultūru apmaiņu ar vietējiem iedzīvotājiem	Nodarbina cilvēkus, kas ieguvuši bēgļa vai alternatīvo statusu Latvijā, ražo un pārdod autentiskus Tuvo Austrumu ēdienus

2.tabulas turpinājums

1	2	3	4
„RigaBrain” https://www.rigabrain.com/	Sociālais uzņēmums	Izglītot cilvēkus par līdzsvarotas smadzeņu darbības saistību ar dzīves kvalitāti, informēt, popularizēt un izmantot inovatīvas metodes smadzeņu darbības uzlabošanai	Uzņēmums rīko izglītojošus pasākumus (lekcijas, sarunu vakarus,) uztur emuāru un organizē unikālus smadzeņu treniņus, kuru laikā tiek veikti smadzeņu viļņu mērījumi. Izveidota atbalsta programma nodrošina neiroloģiski atgriezeniskās saites seansus, it īpaši bērniem, kuri cietuši no vardarbības
„RB Cafe” https://www.facebook.com/RBCafeRiga/	Sociālais uzņēmums	Palīdzēt personām ar invaliditāti integrēties sabiedrībā un darba tirgū	Strādā cilvēki ar invaliditāti, piedāvājot viesiem kūkas, pīrādziņus, kafiju un atspirdzinošos dzērienus, tāpat tiek apkalpoti banketi un pieņemti individuāli pasūtījumi un veiktas piegādes.
„MāruGuns” https://marasskola.lv/maruguns/	Biedrība	Pamatskola-alternatīva valsts izglītības sistēmai Latvijā, uzmanību pievēršot cilvēka psiholoģijai, vērtībām, audzināšanai, dabiskajai izziņai un cilvēka būtības apziņas attīstībai.	Mācību procesā tiek integrēti bērni, kuri dažādu iemeslu dēļ nespēj mācīties skolās ar lielu audzēkņu skaitu – bērni ar pārlietu lielu jūtīgumu, psihosomātiskām izpausmēm, izteiktu līderību vai, gluži pretēji, zemu pašapziņu.

Latvijas sociālo inovāciju piemēri parāda, ka sociālā uzņēmējdarbība risina dažādu mērķa grupu sociālās problēmas, kā personas ar invaliditāti, bērni un jaunieši, bēgļi un personas ar alternatīvo statusu. Pie sociālajām inovācijām var pieskaitīt industriālo dizainu, alternatīvo izglītību, darba integrāciju, darbošanos informāciju tehnoloģiju jomā u.c.

Secinājumi un priekšlikumi

1. Termins "sociālās inovācijas" ir jauns, sociālie inovatori, kuri risina kādas mērķa grupas problēmas radoši un novatoriski bieži sevi par tādiem neuzskata.
2. Eiropas Sociālās inovācijas iniciatīvās definīcijā akcentēts tas, ka sociālām inovācijām ir jābūt efektīvākām nekā pastāvošajām pieejām, proti, svarīga ir ne vien novitāte kā tāda, bet arī tās rezultāti un ietekme.
3. Veiksmīgam sociālās inovācijas procesam nozīmīga ir ieinteresēto pušu sadarbība, kuros tiek iesaistītas trīs pušu intereses: valsts, uzņēmēja un sabiedrības.

4. Būtiska loma inovāciju atbalstā ir valstij, valsts ar savu rīcībpolitikas palīdzību vai nodrošinot labvēlīgu vidi sociālo inovāciju attīstībai.
5. Sociālās inovācijas var sekmēt ar dažādiem finansiāliem stimuliem, kā, piemēram, konkursu organizēšanu ar naudas balvām vai grantu piešķiršanu.
6. Zināšanas par inovācijām un to vadību, kā arī iekšējo un ārējo resursu apzināšana un veidošana ieņem būtisku un neatņemamu lomu sociālās uzņēmējdarbībā un tās attīstībā.
7. Latvijas Republikas Labklājības Ministrijas Sociālo pakalpojumu departamentam veikt sociālo uzņēmumu aptauju un analīzi, ar mērķi identificēt inovācijas un to pielietojumu sociālo problēmu risināšanā.
8. Latvijas Investīciju attīstības aģentūrai sadarbībā ar Latvijas finanšu atbalsta instrumentu ALTUM sekmēt sociālo inovāciju atbalsta programmu īstenošanu sociālajiem uzņēmumiem.
9. Sociālo uzņēmumu apvienībai atspoguļot un popularizēt sociālo inovāciju piemērus Latvijā.

Izmantotie avoti un literatūra

1. Altinay, L., Bhatt, P. (2013). How Social Capital Is Leveraged in Social Innovations Under Resource Constraints? *Management Decision*, 51 (9), pp. 1772 – 1792. Retrieved February, 7, 2020 from <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/MD-01-2013-0041>
2. Balamatsias, G. (2018). *8 popular social innovation definitions*. Retrieved January, 29, 2020 from <http://www.socialinnovationacademy.eu/8-popular-social-innovation-definitions/>
3. Bela, B. (2018). *Ilgspējīga attīstība un sociālās inovācijas*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds. 240 lpp. http://dspace.lu.lv/dspace/bitstream/handle/7/45405/sustinno_gramata_C.pdf?sequence=1, sk.07.02.2020.
4. Chell, E., Nicolopoulos, K., Karataş-Özkan, M. (2010). Innovation for Social Enterprise: Interdisciplinary and Cultural Perspectives. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22 (6), pp. 485–493. Retrieved January 23, 2020 from <http://modir3-3.ir/article-english/article66.pdf>
5. Deserti, A., Kleverbeck, M., Rizzo, F., Terstriep, J. (2015). *Comparative Report on Social Innovation Across Europe*. Retrieved February 19, 2020 from http://www.simpact-project.eu/publications/reports/SIMPACT_D32.pdf
6. Dwivedi, A., Weerawardanab, 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>
7. Hitt, M.A., Ireland, D.R., Camp, M.S., Sexton, D.L. (2001). Strategic Entrepreneurship: Entrepreneurial Strategies for Wealth Creation. *Strategic Management*, 22 (6-7), pp. 479–491. Retrieved 25.01.2020 from <https://doi.org/10.1002/smj.196>
8. Howaldt, J., Domanski, D., Kaletka, C. (2016). Social Innovation: Towards a New Innovation Paradigm. *Revista de Administração Mackenzie*, 17 (6), pp. 20-44. Retrieved January 26, 2020 from <http://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=13&sid=d1f849cd-9cd4-4fe0-a885-66534658ac44%40sdc-v-sessmgr01>
9. Ionescu, I. (2015). About the conceptualization of social innovation. *Theoretical & Applied Economics*, 22 (3), pp. 53-62. Retrieved March 25, 2020 from <http://store.ectap.ro/articole/1109.pdf>
10. Latvijas Inovācijas portāls (2020). *Inovācijas atbalsts*. <https://innovation.lv/inovācijas-politika/>, sk.10.02.2020.
11. Latvijas Republikas Labklājības ministrija (2020). *Sociālo uzņēmumu reģistrs*. <http://www.lm.gov.lv/lv/es-finansejums/lm-istenotie-projekti/aktualie-projekti/esf-projekts-atbalsts-socialajai-uznemejdaribai/socialo-uznemumu-registrs>, sk. 01.04.2020.
12. Līcīte, L., Surikova, S., Grīnberga-Zālīte, G. (2019). *Sociālās inovācijas būtība un izaicinājumi sociālās inovācijas pētniecībā*. Rīga: RTU Izdevniecība, 20.-27. <https://doi.org/10.7250/9789934222290.01>, sk. 25.02.2020.
13. Moulaert, F., Martinelli, F., Swyngedouw, E., & Gonzalez, S. (2005). Towards Alternative Model(S) of Local Innovation. *Urban Studies*, 42 (11), pp. 1969-1990. Retrieved January 16, 2020 from <https://journals.sagepub.com/doi/10.1080/00420980500279893.sk.07.02.2020>
14. 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*, 101, pp. 426-432. Retrieved 25.03.2019 from <https://www.journals.elsevier.com/journal-of-business-research>

15. Pol, E., Ville, S. (2009). Social Innovation: Buzz Word or Enduring Term? *The Journal of Socio-Economics*, 38 (6), pp. 878-885. Retrieved January 16, 2020 from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1053535709000249?via%3Dihub>
16. Surikova, S. (14.10.2015.). Sociālās inovācijas: Veco problēmu jaunie risinājumi sociālajā sfērā. https://www.pzi.lu.lv/fileadmin/user_upload/lu_portal/projekti/pzi/EKOSOC_LV/Surikova_popularzin_raksts_SI.pdf, sk.18.01.2020.
17. The Young Foundation (2012). *Social Innovation Overview: A deliverable of the project: "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe" (TEPSIE), European Commission – 7th Framework Programme*. Brussels: European Commission, DG Research. Retrieved February 25, 2020 from <http://www.tepsie.eu/images/documents/TEPSIE.D1.1.Report.DefiningSocialInnovation.Part%201%20-%20defining%20social%20innovation.pdf>

Summary

In recent decades, a number of organizations known as social enterprises have played an important role in tackling social problems and improving the quality of life for vulnerable groups who are excluded from society. Social entrepreneurship is suitable for the creation of social innovations and social values, which envisage the implementation of conceptual social missions and the realization of social innovations. The term "social innovation" is relatively new, but in reality "social innovation" has existed as new, creative, original solutions to social problems since the creation of humanity. Summarizing the definitions of social innovation from the point of view of different authors, it is defined as new or improved solutions, combinations of ideas and forms in solving social problems, promoting the integration of vulnerable groups into society leading to new or improved abilities and relationships and more efficient use of tools and resources. There are several definitions of the term 'innovation' in the world, but all of these definitions have one thing in common, which is that innovation is a process. According to the definition adopted by the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), innovation is divided into: product innovation; process innovation; marketing innovation; organizational innovation. The state and its policies and the cooperation of stakeholders - the state, entrepreneurs and society - play an important role in supporting innovation.

As of 1 April 2020, 97 social enterprises were registered in the Register of Social Enterprises of the Ministry of Welfare of the Republic of Latvia, including 31 enterprises engaged in labor integration; 24 are engaged in education; 11 with cultural issues and issues related to inclusive society issues; 9 companies deal with sports, medicine and health promotion issues; 7 companies are engaged in the provision of social services; 5 companies with support for social risk groups; 5 companies with environmental issues and 5 companies with other social problems. Examples of Latvian social enterprises show that social innovations can include industrial design, alternative education, work integration, information technology activities, etc.