

rokasgrāmata

NO IDEJAS LĪDZ SOCIĀLAJAM UZŅĒMUMAM

2020

SATURA RĀDĪTĀJS

1. Ievads	3
2. Kas ir sociālā uzņēmējdarbība?	4
3. Sociālā uzņēmējdarbība = 100% business un 100% sociālā misija	8
3.1. Sociālais uzņēmums un sociālais mērķis	8
3.2. Sociālais uzņēmums un uzņēmējdarbība	16
3.3. Sociālais uzņēmums un sociālā ietekme	26
4. Sociālā uzņēmējdarbība Latvijā – kā izveidot sociālo uzņēmumu?	30
5. Pašvaldības un sociālie uzņēmumi – sadarbība un atbalsts	34
6. Iespējas sociālās uzņēmējdarbības attīstībai	36
7. Informācija par projektu	38
8. Ietvari uzdevumiem	39

1. IEVADS

Rokasgrāmata “No idejas līdz sociālajam uzņēmumam” sniedz praktisku ieskatu sociālajā uzņēmējdarbībā un sociālā uzņēmuma veidošanā. Tā sniegs atbildes uz galvenajiem jautājumiem, kuri rodas, veidojot sociālo uzņēmumu: **kā formulēt uzņēmuma sociālo mērķi? Kā veidot biznesa modeli? Kā apzināties aktivitāšu radītās pārmaiņas? Kādi soļi ir jāveic, lai kļūtu par sociālo uzņēmēju?**

Rokasgrāmata veidota gan sniedzot nepieciešamo teorijas un praktiskās

informācijas bāzi sociālās uzņēmējdarbības uzsākšanai, gan apskatot praktiskus uzdevumus un to izmantošanas iespējas, veidojot sociālo uzņēmumu. Rokasgrāmatas nobeigumā apkopoti konkrēti soļi, kas jādara, lai izveidotu savu sociālo uzņēmumu, kā arī sniegtas sociālā uzņēmuma attīstības iespējas un ieteikumi sadarbībai ar pašvaldību. Rokasgrāmatas noslēgumā arī ietverti praktisko uzdevumu paraugi, kurus var ērti izdrukāt un aizpildīt, domājot par sava sociālā uzņēmuma veidošanu.

Lai labāk orientētos rokasgrāmatas tēmās, svarīgi jau sākumā uzsvērt atšķirību starp zemāk minētajiem jēdzieniem:

Sociālā uzņēmējdarbība	Sociālais uzņēmums	Sociālais uzņēmējs	Darba integrācijas sociālais uzņēmums
īpašs uzņēmējdarbības veids, kurā apvienojas sociālā misija un uzņēmējdarbība, darbošanās veids un pieeja, process plašākā tvērumā, neatkarīgi no juridiskās formas.	konkrēts uzņēmums, juridiska vienība, kas Latvijā atbilst noteiktam tiesiskajam regulējumam ¹ .	cilvēks, kurš veic sociālo uzņēmējdarbību.	sociālais uzņēmums, kura galvenais mērķis ir konkrētas sociālās atstumtības un riska mērķa grupas ² cilvēku nodarbināšana, darba prasmju pilnveidošana.

Lai gan ir daudz līdzīgu iezīmju, tomēr sociālais uzņēmums atšķiras no nevalstiskās organizācijas (biedrības vai nodibinājuma), no jebkura cita uzņēmuma, kā arī no uzņēmuma korporatīvās sociālās atbildības.

Atšķirībā no biedrības vai nodibinājuma, sociālais uzņēmums veic aktīvu saimniecisko darbību un darbojas ar biznesa metodēm, tam ir regulāri, uz saimniecisko darbību balstīti ienākumi. Saimnieciskā darbība veido lielāko daļu no sociālā uzņēmuma ienākumiem.

Atšķirībā no uzņēmuma ar spēcīgām korporatīvās sociālās atbildības programmām, visa sociālā uzņēmuma darbība un pastāvēšana ir vērsta uz sociālā mērķa sasniegšanu un sociālā labuma radīšanu.

Atšķirībā no jebkura cita uzņēmuma, sociālajam uzņēmumam ir skaidri noformulēts sociālais mērķis – risināt kādu sabiedrībai būtisku problēmu vai izaicinājumu, radīt rezultātu ar pievienoto sociālo vērtību. Sociālā problēma ir primārais sociālā uzņēmuma risināmais uzdevums.

¹ Vairāk par tiesisko regulējumu Latvijā lasi 30. lpp

² Vairāk par noteiktajām sociālās atstumtības riska grupām lasi 31. lpp

2. KAS IR SOCIĀLĀ UZŅĒMĒJDARBĪBA?

Sociālā uzņēmējdarbība ir īpašs uzņēmējdarbības veids, kurā apvienojas divas šķietami nesavienojamas lietas – sociālā misija un uzņēmējdarbība.

Gan Eiropā, gan citur pasaulē sociālās uzņēmējdarbības pamatā ir mērķis risināt kādu sociālu problēmu ar uzņēmējdarbības metodēm. No vienas puses, sociālajā uzņēmumā pats svarīgākais ir sociālā misija un mērķis, no otras puses, sociālajā uzņēmumā tikpat svarīgs ir arī uzņēmējdarbības elements, spēja radīt pievienoto vērtību un pārvērst to finansiālos un cita veida resursos, kas pēc tam tiek novirzīti sociālās problēmas risināšanai. Ir

cilvēki, kas uzskata, ka šīs divas jomas nevar un nevajag savienot, taču neskaitāmi sociālie uzņēmēji Latvijā, Eiropā un pasaulē ir pierādījuši, ka tas ir iespējams un sabiedrībai ļoti vajadzīgs. Protams, realitātē uzņēmējdarbību un sociālo mērķi apvienot nav viegli, taču, ja tas izdodas, gandarījums ir neizmērojams. Galvenais mērķis, veicot sociālo uzņēmējdarbību, ir nevis labuma gūšana uzņēmuma īpašniekam, bet gan kādas konkrētas sabiedrības grupas dzīves kvalitātes uzlabošana vai sabiedrībai problemātisku jautājumu risināšana kopumā. Sociālās uzņēmējdarbības pamatā ir ilgtspējīgs biznesa modelis, kas vērstas uz sociālo izaicinājumu risināšanu.

...uzņēmējdarbību un sociālo mērķi apvienot nav viegli, taču, ja tas izdodas, gandarījums ir neizmērojams.

Sociālā uzņēmējdarbība dažādās formās un veidos ir sastopama visā pasaulē un visos kontinentos. Sociālie uzņēmumi ir gan lieli, gan mazi, gan vietēja mēroga, gan arī starptautiski, īstenojot visdažādākos sociālos mērķus. Sociālie uzņēmumi gan ražo preces, gan arī piedāvā pakalpojumus, gan palīdz

konkrētām sociālajām grupām, gan arī darbojas ar daudz plašākiem jautājumiem un sociālajām problēmām, kas skar visu sabiedrību, piemēram, vides jautājumiem un kultūras daudzveidību vai veicot citas aktivitātes ar ilgstošu pozitīvu sociālo ietekmi.

Sociālajai uzņēmējdarbībai Eiropā un pasaulē nav vienas vienotas institucionālas definīcijas, taču esošajām definīcijām var izšķirt trīs galvenās iezīmes³:

Sociālā iezīme:

primārs un precīzi definēts sociālais mērķis, skaidri zināma risināmā sociālā problēma un radīta pozitīva sociālā ietekme.

Uzņēmējdarbības iezīme:

nepārtraukta saimnieciskā darbība, uzņēmums ražo, un pārdod preces vai sniedz pakalpojumus.

Demokrātiskas pārvaldības iezīme:

peļņas sadales ierobežojumi, autonomija, iekļaujoša pārvaldība.



Sociālie izaicinājumi, kurus palīdz risināt sociālie uzņēmumi, ir ļoti daudzveidīgi un mainīgi, tie cieši saistīti ar sabiedrību, kurā sociālā uzņēmējdarbība rodas. Bieži vien sociālie uzņēmēji risina problēmas, kuras ilgtspējīgi nerisina neviens cits, problēmu risināšanā iesaista sabiedrību un nodrošina sistemātisku un inovatīvu pieeju problēmu risinājumiem.

Lai gan sociālie uzņēmumi Latvijā galvenokārt radušies un attīstījušies no nevalstisko organizāciju sektora, tomēr šobrīd sociālie uzņēmumi pārliecinoši darbojas uzņēmējdarbības jomas un tiesiskā regulējuma ietvaros. Latvijā kopš

2018. gada darbojas Sociālā uzņēmuma likums, kas nosaka, ka sociālais uzņēmums ir sabiedrība ar ierobežotu atbildību (SIA), kas atbilst noteiktiem kritērijiem un ieguvusi sociālā uzņēmuma statusu⁴. Lai gan sociālā uzņēmējdarbība vēl arvien ir relatīvi jauna nozare Latvijā, tomēr jau šobrīd mums ir savi veiksmes stāsti, kas izskanējuši Eiropā un pasaulē. Latvijā šobrīd ir jau vairāk nekā 100 sociālo uzņēmumu un to skaits katru mēnesi pieaug⁵. Sociālā uzņēmējdarbība attīstās arī reģionos un lauku teritorijās – vairāk nekā 40% sociālo uzņēmumu ir dibināti Latvijas reģionos, turklāt daudzi no Rīgā dibinātajiem sociālajiem uzņēmumiem darbojas visā Latvijā.

³ A European Statute for Social and Solidarity-Based Enterprise (Antonio Fici, 2017)

⁴ Par sociālās uzņēmējdarbības juridisko regulējumu Latvijā lasi 30. lpp

⁵ Aktuālo sociālo uzņēmumu skaitu uzzini šeit

Sociālie uzņēmumi darbojas ar visdažādākajiem biznesa modeļiem visā pasaulē. Izvēlētie **pasaules un Latvijas piemēri** atspoguļo to, ka uzņēmumi veiksmīgi darbojas risinot izaicinājumus, kas saistīti gan ar konkrētām mērķa grupām, gan arī, sniedzot pakalpojumus, darbojoties izglītības jomā un strādājot pie lielāku jautājumu risināšanas, kas nozīmīgi visai sabiedrībai – piemēram, vides un dzīvnieku aizsardzības nozarēs.

EESTI PIMEMASSOORIDE ÜHING

(Igaunija)
Sociālais uzņēmums
apmāca neredzīgus
masiera prasmēm,
sniedzot viņiem
darba iespējas.
www.pimemassooid.ee



ORANGE FIBER (Itālija)

Sociālais uzņēmums, kas rada ilgtspējīgus
audumus no citrusaugļu sulu blakusproduktiem,
kas citādi tiktu izmesti.
www.orangefiber.it/en



FEEL IF

(Slovēnija)
Sociālais uzņēmums, kas ar
īpašu viedierīci un vibrāciju
palīdzību palīdz neredzīgajiem
pilnvērtīgi izmantot tiešsaistes
iespējas. Risinājumu izmanto
muzeji, skolas un citas
iestādes.
www.feelif.com



MANO GURU (Lietuva)

Sociālā uzņēmuma mērķis ir bijušo
cietumnieku resocializācija, nodarbinot
viņus salātbārā-kafejnīcā.
www.manoguru.lt



FRUTA FEIA (Portugāle)

Kooperatīvs, kas samazina pārtikas atkritumu
daudzumu, pārdodot augļus un dārzeņus, kas
neatbilst lielveikalu standartiem.
www.frutafeia.pt/en



TOMS (ASV)

Sociālais uzņēmums, kurš par katru pārdoto
kurpju, brillu un kafijas tasi tādu pašu preci
ziedo tiem, kam tas ir nepieciešams.
www.toms.com



LABORATORIA (Peru)

Sociālā uzņēmuma mērķis ir sniegt digitālās prasmes sievietēm,
apmācot tās programmēšanā un piesaistot jaunus darbiniekus
uzņēmumiem. www.laboratoria.la/en



SIA VISI VAR (Sigulda)

Sociālā uzņēmuma mērķis ir veicināt un atbalstīt
cilvēku ar īpašām vajadzībām nodarbinātību, labklājību
un izglītību. Darbojas šūšanas, adīšanas, apdrukas un
radošā darbnīca, kā arī labdarības veikalā "Visi Var" tiek
pārdota mērķgrupas radītā produkcija - rokdarbi un
labdarības preces. Ienākumi no pārdotās produkcijas
tiek ieguldīti labdarības projektos, jaunu darba vietu
radīšanai un aprikojuma
iegādei.

www.visivar.lv



SIA DABAS ZIRGI (Ķekava)

Sociālā uzņēmuma mērķis ir zirgu
labturības veicināšana Latvijā.
www.dabaszirgi.lv



SIA VIGOBOT (Cēsis)

Sociālā uzņēmuma mērķis ir ar īpaši
izstrādātas aplikācijas palīdzību veicināt
insulta pārcietušo cilvēku atlabšanu un
reintegrāciju sabiedriskajā dzīvē.
www.vigo.health



SIA MANS PELDKOSTĪMS (Valmiera)

Sociālā uzņēmuma mērķis ir mazināt plastmasas un
apģērbu atkritumu pieaugumu Latvijā un pasaulē, veicinot
to atkārtotu pārstrādi par apģērbu ražošanā derīgiem
izejmateriāliem, kas tiks izmantoti individualizētu
peldkostīmu šūšanai.

www.facebook.com/swimbepeldkostimi/



SIA StepByStepCare (Grobiņa)

Sociālā uzņēmuma mērķis ir izstrādāt un
realizēt palīgierīces cilvēkiem ar kustību
traucējumiem.
www.sbscare.net/lv



SIA BARBOLETA (Jelgava)

Sociālā uzņēmuma mērķis ir radīt efektīvu
vidi bērnu attīstībai. Barboleta attīstošās
metodes pamatā ir līdzsvars, kustību
koordinācija un sajūtas. Metode tiek
integrēta uzņēmuma pirm skolā un attīstības
centrā, kā arī apmācot citus pedagogus.
www.barboleta.lv



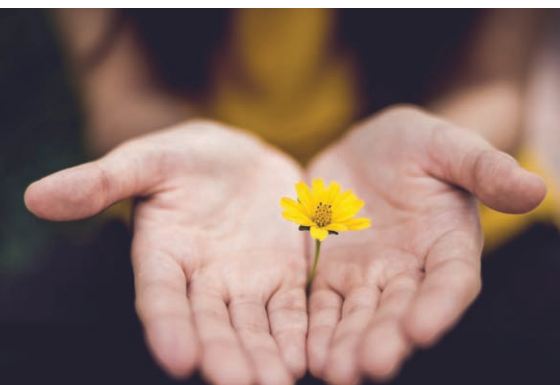
SIA CĒSU JAUNĀ PAMATSKOLA (Cēsis)

Sociālais uzņēmums ir vecāku dibināta
skola, kuras mērķis ir veicināt izglītības un
pilsoniskās sabiedrības attīstību, atbalstīt un
organizēt alternatīvu izglītības metožu,
aktivitāšu, pakalpojumu izveidi, nodrošinot
to ilgtspējīgu uzturēšanu, iesaistot šajos
procesos vietējo sabiedrību.
www.jaunaskola.lv



3. SOCIĀLĀ UZŅĒMĒJDARBĪBA = 100% BUSINESS UN 100% SOCIĀLĀ MISIJA

Katra sociālā uzņēmuma trīs neatņemamas sastāvdaļas ir **sociālais mērķis, uzņēmējdarbība un radītā sociālā ietekme**. Ja iztrūkst kāds no šiem elementiem, vai, ja šie elementi nav līdzsvarā, tad uzņēmums nevarēs pilnvērtīgi darboties un attīstīties kā sociālais uzņēmums.



3.1. SOCIĀLAIS UZŅĒMUMS UN SOCIĀLAIS MĒRĶIS

Sociālais mērķis norāda uz tiem izaicinājumiem, ko sociālā uzņēmuma darbība palīdz risināt un ko sociālais uzņēmums vēlas sasniegt, kādas pozitīvas pārmaiņas sabiedrībā radīt.

Sociālais uzņēmums nereti sāk veidoties tieši ar vēlmi risināt konkrētu problēmu, uzlabot pasauli vai vidi sev apkārt, ar motivāciju uzlabot kādu procesu vai kādas sabiedrības grupas dzīvi, ar konkrētu mērķi risināt kādu

izaicinājumu. Tieši sociālais mērķis ir sociālās uzņēmējdarbības pamatā, un bieži vien tā ir lielākā atšķirība no citiem uzņēmumiem. Būtiski, ka sociālajam mērķim pamatā ir kāda ne tikai pašam uzņēmumam, bet arī plašākai sabiedrības daļai būtiska problēma. Ir plaši izplatīts mīts, ka sociālā uzņēmuma mērķim ir jābūt kaut kādā veidā saistītam ar sociālās atstumtības riska grupu cilvēku dzīves uzlabošanu vai nodarbināšanu.

Sociālā uzņēmuma mērķi var būt saistīti ar dažādu cilvēku grupu dzīves līmeņa un kvalitātes uzlabošanu, taču sociālie mērķi var būt saistīti arī ar plašākiem jautājumiem, kas ietekmē mūsu visu dzīvi – piemēram, vides un dabas aizsardzību, klimata pārmaiņām,

saglabāšanu, izglītības pieejamību un kvalitāti, pilsoniskās sabiedrības attīstību utt. Svarīgi, ka jūs spējat pamatot, kādēļ jūsu izvēlētais un definētais sociālais mērķis ir pietiekami būtisks, un kā no tā iegūs plašāka sabiedrība⁶.

Sociālā uzņēmuma mērķis:



Kādēļ ir svarīgi rūpīgi pārdomāt sava uzņēmuma sociālo mērķi?

Sociālais mērķis atspoguļo uzņēmuma motivāciju un misiju, sociālo problēmu, ko tas vēlas risināt.

Sociālā uzņēmuma peļņai un visām darbībām ir jābūt vērstām uz uzņēmuma mērķa sasniegšanu.

Sociālais mērķis ir skaidra norāde sabiedrībai, sadarbības partneriem un klientiem par to, ka esat sociālais uzņēmums un ko vēlaties sasniegt.

Sociālais mērķis atšķir jūs no citiem uzņēmumiem, padara unikālus un citādākus.

Sociālais mērķis būs pamats sociālās ietekmes mērīšanai⁷, kas ir svarīgs aspekts sociālā uzņēmuma attīstībai.

Viens no kritērijiem, lai iegūtu sociālā uzņēmuma statusu, ir sociālā mērķa noteikšana uzņēmuma statūtos.

⁶ Sociālo mērķu formulēšanā noderēs sociālo uzņēmumu piemēri, kas atrodami 6. lpp

⁷ Vairāk par sociālās ietekmes mērīšanu lasi 26. lpp

Formulējot savu sociālo mērķi:

» Apzinieties risināmo problēmu, tās cēloņus un sekas.

» Konkrēti definējiet, kā plānotās aktivitātes palīdzēs sasniegt šo mērķi.

» Apsdomājiet, kam un kā vēlaties palīdzēt.

» Pārlicinieties, ka izvirzītais mērķis atbilst darbības veidam un aktivitātem, ar ko plānojat nodarboties.

Konkrēti un saprotami formulēti sociālie mērķi norāda gan vēlamās pārmaiņas un pozitīvo ietekmi, ko uzņēmums vēlas sasniegt, gan līdzekļus/metodes /aktivitātes, kā uzņēmums plāno sasniegt iecerēto.

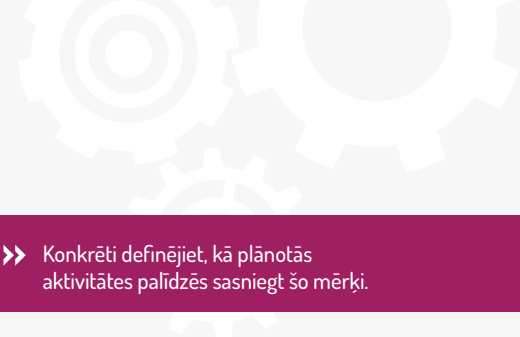
Piemēram⁸:

- Veicināt un atbalstīt cilvēku ar invaliditāti labklājību, izglītību un nodarbinātību, nodrošinot individuāli pielāgotas apmācības un darba vietas.
- Uzlabot bērnu un pieaugušo ar attīstības, uzvedības un emocionāla rakstura grūtībām dzīves kvalitāti, nodrošinot alternatīvus izglītības pakalpojumus un attīstot inovatīvas metodes mentālās veselības uzlabošanai.
- Mazināt plastmasas un apģērbu atkritumu daudzumu Latvijā un pasaulē, veicinot to atkārtotu pārstrādi par apģērbu ražošanā derīgiem izejmateriāliem.

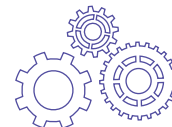
Neveiksmīgi formulēti sociālie mērķi ir pārāk vispārīgi, neparāda konkrēto sociālo pārmaiņu jomu un sociālo ietekmi, ko uzņēmums vēlas sasniegt.

Piemēram:

- Veikt labvēlīgu sociālo ietekmi radošu saimniecisko darbību.
- Veicināt sabiedrības dzīves kvalitātes uzlabošanu.
- Ražot ratiņkrēslus un pārdot Latvijā un Eiropā.

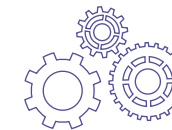


SOCIĀLĀ UZŅĒMĒJA IETEIKUMS:



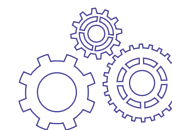
Svarīgi jau sākumā izvirzīt skaidru mērķi. Svarīgi apzināties, ka Tu nevari izglābt visus. Jau sākumā skaidri apzinies savu mērķauditoriju, kam vēlies palīdzēt. Iespējams, ka lielu daļu Tu nesasniegsi, bet galvenais ir šo palīdzību nodrošināt ilgtermiņā.

/Gustavs Upmanis, sociālais uzņēmums
"Visas iespējas"/



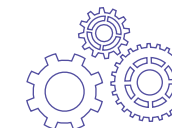
Nemeklē sociālo mērķi tikai tadēļ, ka to vajag. Sociālajā uzņēmējdarbībā ir svarīgi, lai cilvēks pats tic un seko šai idejai. Ir jāpajautā sev – vai bez sociālā uzņēmuma statusa un granta es to darītu, vai nē?

/Natālija Jermolajeva, sociālais uzņēmums "Ova"/



Svarīgi ir skaidri saprast savu personīgo motivāciju, mērķi, kāds ir Tavs devums, lai pasauli šajā vietā padarītu labāku.

/Egils Rupeks, sociālo uzņēmumu komisija/



Ja dari to ar tīrāko sirdsapziņu, aiz vēlmes palīdzēt un atbalstīt, ar skaidru mērķi, manuprāt, tas ir primārais un peļņa nāk tikai pēc tam, un, ja tiks darīts tiešām labs, sabiedrībai svarīgs darbs, atalgojums nāks pats par sevi.

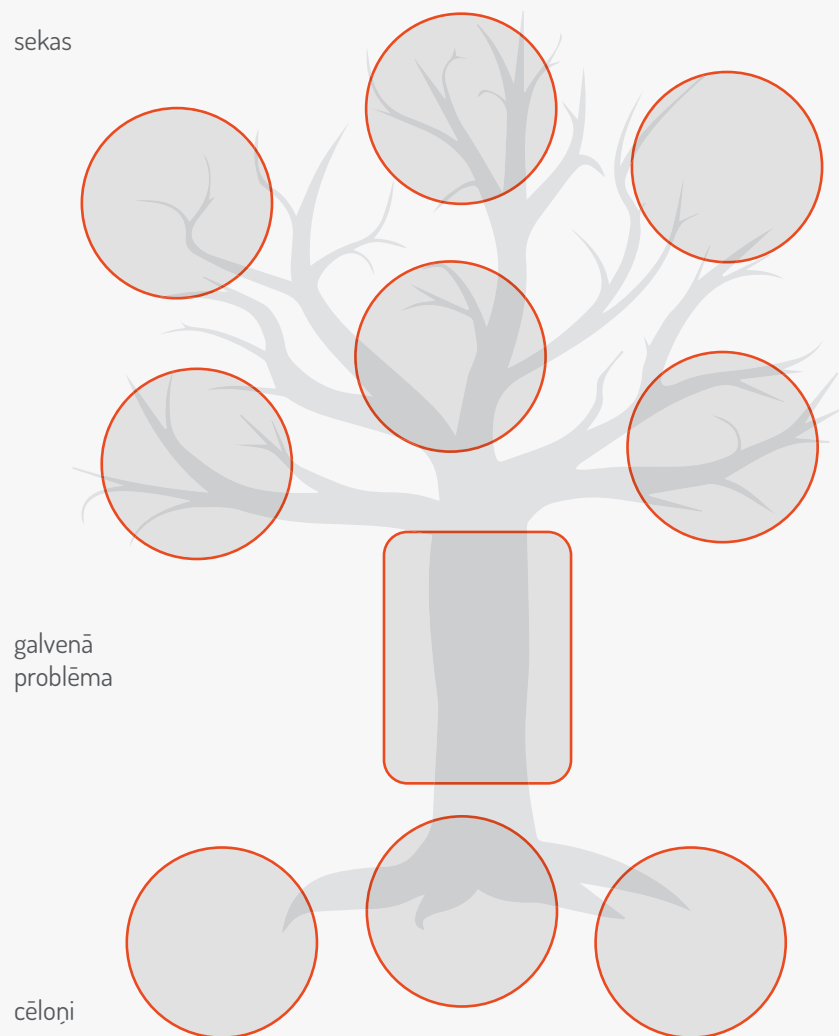
/Valters Krētains, sociālais uzņēmums
"Step bystep care"/



⁸ Citus sociālo mērķu formulēšanas piemērus apskati arī rokasgrāmatas 7. lpp

PROBLĒMU KOKS

“Problēmu koks” ir metode, ko pielieto gan dizaina domāšanā, gan arī jaunu produktu izstrādē. Šī metode palīdz strukturēt sarežģītus izaicinājumus un apzināties, kāds ir risināmās sociālās problēmas konteksts, kādi ir problēmas cēloņi un kādas ir sekas.



“Problēmu koks” ļauj jums izprast risināmās problēmas sarežģītību un precīzāk formulēt uzņēmuma sociālo mērķi. Lai risinātu sociālo problēmu, nepieciešams strādāt ar tās cēloņiem, lai nepieļautu sekas, kas rodas šīs problēmas rezultātā. Tas cieši saistīts arī ar sociālā uzņēmuma izvirzīto sociālo mērķi. Bieži vien, neapzinoties patieso izaicinājumu, ko uzņēmums vēlas risināt, netiek sasniegts

sākotnēji plānotais rezultāts, un īstenotās aktivitātes neko nemaina esošajā situācijā. Tādēļ sākotnēji ir svarīgi skaidri definēt uzņēmuma aktivitāšu mērķi, to, kāds sociālais izaicinājums tiks risināts. Ir jāapzinās, ka tiek risināta problēma, nevis šīs problēmas cēloņi vai sekas. Radot risinājumu un, izvirzot savu sociālo mērķi, ir svarīgi koncentrēties uz problēmu un tās cēloņiem, nevis tās sekām.

“Galvenā problēma” atspoguļo izaicinājumu, ko vēlaties risināt.

Pamatproblēmas noteikšana palīdz apzināties, ko uzņēmums vēlas sasniegt. Lai pilnvērtīgi nedefinētu galveno problēmu, tajā neiekļauj cēloņus un sekas, piemēram, izmantojot saikli “jo”, neizvirzot divas dažādas problēmas, bet koncentrējās uz vienu no problēmām, kas ir galvenā, kura tiks risināta.

“Cēloņi” shēmas apakšā jeb koka “saknēs”, atbild uz jautājumiem:

Kāpēc rodas šī problēma?

Kādi ir problēmas rašanās iemesli?

Kas veicina šīs problēmas rašanos?

Domājot par problēmas cēloņiem, svarīgi definēt tos, kurus šobrīd var identificēt, nav obligāti aizpildīt visas koka sakņu “kastītes”, svarīgi aizpildīt tik, cik iespējams. Lai labāk izkristalizētos problēmas cēloņi, vērtīgi uzdot jautājumu: “Kāpēc?”, savukārt problēmas cēloņi jeb atbildes uz šiem jautājumiem meklējamas, atbildot ar “Jo”.

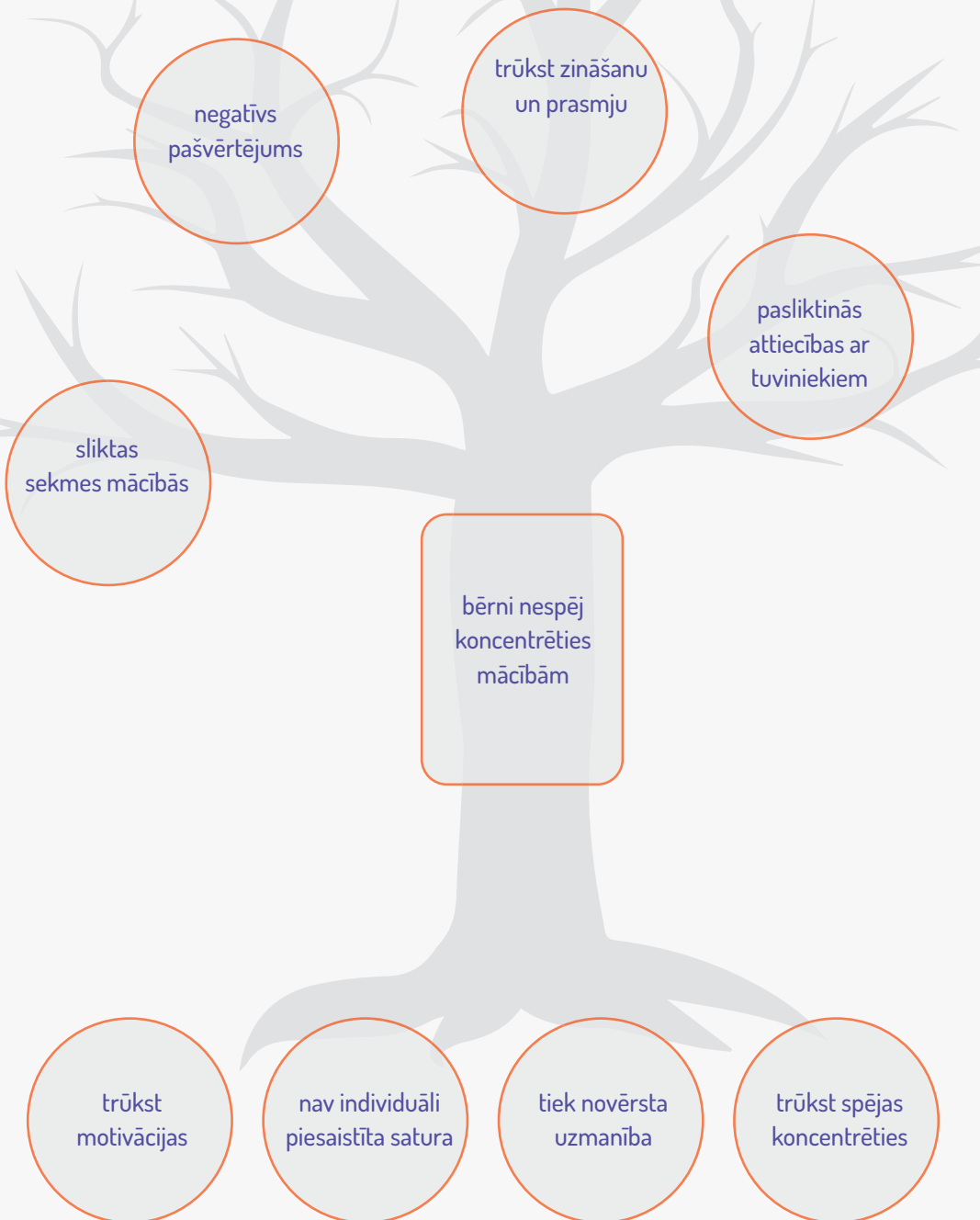
“Sekas” shēmas augšā jeb koka “zari”, atbild uz šādiem jautājumiem:

Kas notiek, ja neviens nerisina šo problēmu?

Kāds ir šīs problēmas tiešais rezultāts?

Kā šī problēma ietekmē tiešo labuma guvēju, viņa nākotni, dzīvi vai sabiedrību kopumā?

Sociālā mērķa kontekstā, problēmu sekas var izmantot kā argumentus, kāpēc jūsu sociālā uzņēmuma mērķis un darbība ir nozīmīga un būtiska. Sekas ilustrē to, kas notiks, ja jūsu uzņēmums nepastāvēs un nedarbosies – iestāsies šīs negatīvās sekas, vai arī tās iestāsies lielākā apmērā, nekā tad, ja darbotos jūsu sociālais uzņēmums.



Sekas:

Kas notiek, ja bērni nespēj koncentrēties mācībām? Uz šo jautājumu vērtīgi atbildēt ar "ja" un "tad". Ja bērni nespēj koncentrēties mācībām, tad viņiem, iespējams, ir sliktas sekmes mācībās, negatīvs pašvērtējums, bērniem trūkst zināšanu un prasmju un bērniem pasliktinās attiecības ar tuviniekiem.

Sociālā uzņēmuma "Pika" mērķis ir veicināt bērnu koncentrēšanās spējas, uzlabojot bērnu motivāciju un veidojot individuālu saturu, lai uzlabotu viņu pašvērtējumu, zināšanas un prasmes, kā arī savstarpējās attiecības ar tuviniekiem. Atbalstīt ģimeni un pedagogus, kas strādā ar bērniem, veicināt iekļaujošas izglītības attīstību, organizējot alternatīvu izglītības metožu, aktivitāšu, pakalpojumu izveidi.

Galvenā "Pika" risinātā problēma:

bērni nespēj koncentrēties mācībām.

Cēloņi:

Galvenie cēloņi šai izvēlētajai problēmai ir ļoti kompleksi un sarežģīti, bet apskatīsim tikai pāris no tiem. Piemēram, bērni nespēj koncentrēties mācībām, jo viņiem trūkst motivācijas, jo nav individuāli piesaistīta satura, trūkst spējas un prasmes koncentrēties, un ir pārāk daudzas lietas, kas bērniem novērš uzmanību. Katram no šiem cēloņiem pamatā ir arī citi cēloņi, kāpēc tas tā notiek, tāpēc šo "Problēmu koku" var turpināt arī ar daudziem citiem cēloņu "līmeņiem", atklājot katra cēloņa rašanās iemeslus. Pastāv "Piecu kāpēc" teorija, kas apgalvo, ka piecas reizes atšķetinot katru no problēmas cēloņiem, var iegūt patieso problēmas cēloni, kāpēc šī problēma rodas.

3.2. SOCIĀLAIS UZŅĒMUMS UN UZŅĒMĒJDARBĪBA

Sociālā uzņēmējdarbība ir 100% bizness – tai ir jābūt balstītai uzņēmējdarbības pieejā un metodēs, sociālajam uzņēmumam ir jāspēj pašam sevi uzturēt un samaksāt rēķinus bez papildu ziedojumu vai projektu grantu palīdzības.

Protams, ziedojumi, projektu granti vai investoru finansējums dažādos uzņēmuma attīstības posmos var būt nozīmīgs un vajadzīgs, tomēr nebūtu pareizi paļauties tikai uz tiem. Uzņēmējdarbības elementam nav gandrīz nekādu ierobežojumu – sociālais uzņēmums var ražot preces vai sniegt

pakalpojumus, var darboties gan vietējos, gan eksporta tirgos, arī uzņēmējdarbības nozares var būt visdažādākās, taču svarīgi, ka uzņēmējdarbība:

- Ir ilgstoša vai sistemātiska ekonomiskā darbība, tai nevar būt gadījuma raksturs.
- Ir vērsta uz tirgus pieprasījumu – jūs piedāvājat ko tādu, kas citiem ir nepieciešams un ko citi gribēs pirkt.
- Ir dzīvotspējīga, var pastāvēt ilgtermiņā un ir ar potenciālu attīstīties.

Par ko svarīgi neaizmirst jau pašā sociālās uzņēmējdarbības sākumā?

Plānojiet savu darbību no ieņēmumu puses – kam uzņēmums izrakstīs pirmo rēķinu?

Neaizraujieties tikai ar idejām, bet atcerieties arī par finansēm! Lai veidotos uzņēmums, ideja ir jāpārvērš skaitļos un konkrētos aprēķinos.

Skaidri apzinieties, kas ir uzņēmuma piedāvājums – produkts, prece vai pakalpojums. Noformulējiet savu piedāvājumu vienā kodolīgā teikumā.

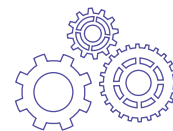
Veiciet aprēķinus, lai zinātu, cik maksās jūsu radītais produkts vai pakalpojums, kādas būs uzņēmuma fiksētās un mainīgās izmaksas.

Nodefinējiet, kas ir uzņēmuma potenciālais klients – ja tā ir persona, kādā vecuma kategorijā, kādi ir viņa hobiji, raksturs, vēlmes un vajadzības, kāpēc viņš pirks radīto preci vai pakalpojumu. Ja tas ir cits uzņēmums vai, piemēram, pašvaldība, mēģini definēt vismaz dažus raksturlielumus, kas atbilst potenciālajam klientam (piemēram, lielums, darbības vieta, darbības nozare, vajadzības utt.).

Izziniet nozari, kurā darbosieties, un izpētiet konkurentus, apzinieties, ar ko jūsu piedāvājums atšķiras no citiem.

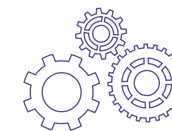
Apzinieties riskus, kas pastāv uzņēmumam, kā arī to, kā šos riskus risināsiet, piemēram, resursu trūkums, piegādātāju risks, klientu risks, darbaspēka risks, tirgus risks, ražošanas risks, ekonomiskās situācijas pasliktināšanās, nozares risks.

SOCIĀLĀ UZŅĒMĒJA IETEIKUMS:



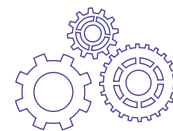
Uzskatu, ka ir būtiski izvērtēt vai topošajam sociālajam uzņēmējam vairāk patīk nodarboties ar labdarību vai ar uzņēmējdarbību. Tās tomēr ir atšķirīgas lietas. Mums noder pieeja, ka granti un projektu nauda ir papildus līdzeklis esošajai naudas plūsmai. Tāpat svarīgi naudas plūsmu veidot tikai uz saimnieciskās darbības pamata un projekta naudas es neiesaku tajā ierēķināt. Šādi domājot, ir ātrāka iespēja panākt stabilitāti – jo, balstoties tikai uz savu kapacitāti, uzņēmējs daudz vairāk domā par gala labuma guvēju un kvalitāti, gala labuma skaita palielinājumu.

/Baiba Blomniece, sociālais uzņēmums “Barboleta”/



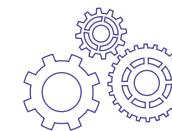
Tev tik un tā ir jāsaprot, vai Tava ideja ir bizness. Ej soli pa solim – testē un saproti, vai Tavs piedāvājums ir vajadzīgais, runā ar visiem, ar kuriem vari, pat ar saviem konkurentiem, sākumā visi ir ļoti atsaucīgi. Nebaidies jau ceļa sākumā iet pie lielajiem klientiem.

/Gustavs Upmanis, sociālais uzņēmums “Visas iespējas”/



Svarīgi uz sociālo uzņēmumu skalities kā uz reālu biznesu, apzināties, kurš maksās par tavu piedāvājumu un cik drīz Tu vari rēķināties ar ieņēmumiem.

/Marina Pjanova, sociālais uzņēmums “Dzīvības Poga”/



Mans ieteikums – domāt par to, kā uzņēmuma biznesa modelis būs ilgtspējīgs jeb kā uzņēmums darbosies ar peļņu, ko var ieguldīt tālāk uzņēmuma attīstībā. Cik ir iespējams pārdot? Cik izmaksās uzturēt uzņēmumu?

/Jānis Kreilis, sociālais uzņēmums “Your Move”/

BIZNESA MODEĻA AUDEKLS

Biznesa modeļa audekls ir metode, rīks, shēma, kas palīdz sastrukturēt uzņēmuma ideju un vienkāršā, ērtā, vizuālā veidā atspoguļo plānoto.

Biznesa modeļa audekls apraksta un vizualizē uzņēmuma darbības pamatelementus, un to, kā tie savā starpā ir saistīti. Biznesa modeļa audekls, kas radīts sociālajai uzņēmējdarbībai, palīdzēs viegli uztveramā formā apzināties uzņēmējdarbības idejas pamata “sastāvdaļas” un ieraudzīt trūkstošos vai nepilnīgos posmus. Šī metode ir arī lielisks palīgs, ja nepieciešams īsi un koncentrēti savu sociālā uzņēmuma ideju prezentēt kādam citam, turklāt tā var kalpot kā pamats un struktūra jau izvērstākam,

detalizētākam biznesa plānam. Kā lietot **biznesa modeļa audeklu**? Padomājiet par katru sadaļu, un īsi, konkrēti formulējiet 3–5 atslēgas vārdus vai īsas frāzes attiecībā uz jūsu sociālo uzņēmumu. Rakstiet tikai pašu galveno, fokusējies uz būtiskāko – uz to, bez kā jūsu uzņēmums nevar pastāvēt. Izmanojiet dažādas krāsas un vizuālus elementus, piemēram, atzīmējot trūkstošos elementus vai lietas, par ko vēl jāpadomā, vai, iezīmējot ciešākās saiknes, vai secību starp dažādām sadaļām.

BIZNESA MODEĻA AUDEKLS

Resursi	Aktivitātes	Darbības formāts	Klientu segmenti	Vērtības piedāvājums
Cilvēki, materiāli, infrastruktūra		Pakalpojums, produkts, darbnīca?	Saņēmējs	Sociālās aspekts
Partneri, ieinteresētās puses		Kanāli		Sociālās ietekmes mērīšana
			Maksātājs	Klienta ieguvumi
Izmaksu struktūra		Peļņa	Ienākumi	
		Kur tā tiks investēta?		

Biznesa modeļa audekla sadaļas un jautājumi, kas palīdzēs tās aizpildīt:

Galvenie resursi: kādi resursi nepieciešami uzņēmuma darbībai – cilvēkresursi, finanšu resursi, materiālie un nemateriālie resursi, infrastruktūra? Šajā sadaļā jāraksta galvenais, kas nepieciešams, lai uzņēmums veiksmīgi darbotos, spētu radīt ieņēmumus un pildīt savu sociālo misiju.

Galvenās darbības un aktivitātes: kādas darbības – gan regulāras, gan neregulāras – uzņēmums veiks, lai radītu jaunu vērtību, ieņēmumus un uzturētu ikdienas procesus?

Galvenie partneri un ieinteresētās puses: kas ir galvenie partneri? Ko ir jāiesaista, ar ko jāsadarbības, lai veiksmīgi īstenotu savu pamatdarbību?

Darbības formāts: šī ir sadaļa, kur precīzi jānoformulē jūsu uzņēmuma produkts – prece vai pakalpojums. Kādā veidā uzņēmums darbosies? Vai sniegs pakalpojumu vai ražos preces? Vai produkti būs savstarpēji saistīti?

Klientu segmenti: kas būs uzņēmuma klienti? Kas maksās par saņemto pakalpojumu vai precī? Kurš iegūs? Kāds ir tipiskais klients, kāpēc viņš pirks tieši šī uzņēmuma piedāvāto precī vai pakalpojumu? Klientu segmenti dalās divās sadaļās: šajā sadaļā svarīgi saprast, kuri ir gala labuma saņēmēji, un kuri ir tie, kas par to maksās? Bieži vien tie būs vieni un tie paši cilvēki, taču reizēm labuma guvējs būs viens, bet maksātājs – pavisam cits. Piemēram, maksās vecāki, bet labuma guvēji – bērni, maksātājs būs pašvaldība, bet labuma guvējs – skolotāji.

Vērtības piedāvājums: kas ir tā vērtība un lielākais ieguvums, ko uzņēmuma produkts vai pakalpojums piedāvā klientam un sabiedrībai?

Sociālais aspekts: kāda ir radītā pozitīvā sociālā ietekme?

Sociālās ietekmes mērīšana: kā tiks fiksētas radītās pārmaiņas? Kā tiks izvērtēta sociālā ietekme?

Klienta ieguvumi: kādu labumu pircējs iegūst no produkta/preces? Kā prece/pakalpojums risina kādu klienta problēmu vai izaicinājumu?

Kanāli: kādi ir veidi, kā sasniegt labuma guvējus un klientus? Kanāli ir, piemēram, pārdošanas kanāli, komunikācijas kanāli, mārketinga kanāli, svarīgi ir padomāt par visiem aspektiem.

Izmaksu struktūra: kādas ir galvenās izmaksu pozīcijas, ar ko jāreķinās? Kādas ir mainīgās izmaksas? Vai izmaksas mainīsies atkarībā no saražotā/piedāvātā apjomā?

Ienākumi: kas veidos uzņēmuma ienākumus? Kādi ir ienākumu veidi? Kā veidosies produkta vai pakalpojuma cena?

Peļņa: vai uzņēmumam ir plānota peļņa? Kur un kā tā tiks investēta? Peļņa ir tas, kas paliek pāri, kad no ieņēmumiem tiek apmaksāti visi izdevumi, tai skaitā darbinieku algas.

Resursi	Aktivitātes	Darbības formāts	Klientu segmenti	Vērtības piedāvājums
<ul style="list-style-type: none"> • Pedagogi • Zināšanas • Metodoloģija • Telpas • Noderīgi kontakti 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuāla diagnostika • Individuālas nodarbības • Konsultācijas vecākiem, pedagogiem • Vasaras nometnes • Apmācību materiālu izstrāde • Apmācības vecākiem, pedagogiem 	<ul style="list-style-type: none"> • Pakalpojumu sistēma dažādām mērķauditorijām • Produkts, kas veicina mērķu sasniegšanu 	<ul style="list-style-type: none"> • Bērns • Vecāki • Pedagogi 	<ul style="list-style-type: none"> • Uzlabojas bērna, ģimenes un pedagogu ikdiena
<small>Cilvēki, materiāli, infrastruktūra</small>		<small>Pakalpojums, produkts, darbnīca?</small>	<small>Šaņēmējs</small>	<small>Sociālais aspekts</small> <ul style="list-style-type: none"> • Ikmēneša izvērtējums par katra bērna uzlabojumiem • Fokusgrupa ar vecākiem un pedagogiem • Anketēšana ik gadu • Novērtējums • Padziļinātas intervijas
Partneri, ieinteresētās puses		Kanāli <ul style="list-style-type: none"> • Vietējā avīze • Sociālie mediji • Ieteikumi, rekomendācijas • Skola • Pašvaldības mājaslapa 	<ul style="list-style-type: none"> • Skola • Pašvaldība • Vecāki 	<small>Sociālais ietekmes mērīšana</small> <ul style="list-style-type: none"> • Bērniem uzlabojas koncentrēšanās spējas • Bērni labprāt mācās • Vecāki spēj individuāli strādāt ar bērniem • Pedagogi mācību ietvaros individualizē savu pieeju
Izmaksu struktūra		Peļņa <ul style="list-style-type: none"> • Tiek ieguldīta uzņēmuma attīstībā, jaunas programmas izveidē 	Ienākumi <ul style="list-style-type: none"> • Samaksa par pakalpojumiem • Mēneša maksa regulārajiem klientiem • Pašvaldības iepirkums • Projekti 	<small>Maksātājs</small> <small>Klienta ieguvumi</small>
<ul style="list-style-type: none"> • Telpu noma • Atalgojums • Nodokļi • Resursu iegāde • Reklāmas izvietošana 		<small>Kur tā tiks investēta?</small>		

Sociālais uzņēmums “Pika” darbojas izglītības jomā, par savu galveno mērķi izvirzot bērnu koncentrēšanās spēju uzlabošanu. “Pika” strādā ne tikai ar bērniem, bet skata šo problēmu sistemātiski, strādājot arī ar vecākiem un pedagogiem.

Darbības formāts: uzņēmums “Pika” piedāvā klātienē apmācības dažādām mērķauditorijām, kas veicina uzņēmuma mērķa sasniegšanu – bērnu koncentrēšanās uzlabošanu.

Resursi: uzņēmumam “Pika” ir nepieciešami pedagogi, jeb galvenais cilvēku resurss, kas varēs pasniegt nepieciešamo vielu mērķauditorijai, nepieciešamas zināšanas un izstrādāta metodoloģija, lai to pasniegtu efektīvi, tāpat arī nepieciešamas telpas, kur to praktiski darīt, kā arī noderīgi kontakti, kas var palīdzēt šo visu īstenot.

Partneri: uzņēmumam “Pika” ir jāiesaista pašvaldība, kas ir stratēģiskais partneris, bērnu darzi un skolas, kas var palīdzēt izplatīt informāciju par programmu, kā arī apmaksāt apmācības skolotājiem un arī ģimenes ārsti, kas var informēt un nosūtīt uz apmācībām savus pacientus.

Aktivitātes: sociālais uzņēmums “Pika” nodrošina individuālu diagnostiku, pēc kuras veido programmas plānu, bērniem ikdienā norisinās nodarbības pēc individuālā plāna, kā arī grupu nodarbības, vecākiem un pedagogiem tiek piedāvātas individuālas konsultācijas, vasarās tiek organizētas nometnes, tāpat arī tiek izstrādāti apmācību materiāli un norisinās apmācības vecākiem un pedagogiem.

Klientu segmenti: “Pika” gadījumā ir trīs gala labuma saņēmēju segmenti: bērni, kas ir galvenā mērķauditorija, bet tāpat arī vecāki

un pedagogi, ar kuriem tiek individuāli strādāts. Var izšķirt vismaz trīs dažādu maksātājus: daļu pakalpojumu apmaksā bērnu vecāki, pedagogu apmācību dažkārt sedz skolas, savukārt daļu pakalpojumu iepērk pašvaldība iepirkuma rezultātā.

Vērtības piedāvājums:

* Sociālais aspekts: “Pika” gadījumā uzlabojas bērna koncentrēšanās spējas, pašsajūta un līdz ar to arī kopējās dzīves kvalitāte, uzlabojas ģimenes un pedagogu ikdiena, kas savukārt palīdz uzlabot sabiedrību kopumā.

* Sociālās ietekmes mērīšana: “Pika” veic ikmēneša izvērtējumu par katra bērna uzlabojumiem, vienreiz pusgadā tiek veikta fokusgrupa ar bērnu vecākiem un pedagogiem, tāpat arī vienreiz gadā notiek anketēšana un ikdienā tiek fiksēti novērojumi par bērna uzvedību un padziļinātas intervijas ar vecākiem, bērniem un pasniedzējiem.

* Klienta ieguvumi: “Pika” gadījumā, bērniem uzlabojas koncentrēšanās spējas, viņi labprāt mācās, vecāki spēj individuāli strādāt ar bērniem, savukārt pedagogi mācību ietvaros individualizē savu pieeju. Skolu ieguvums ir labvēlīgāka mācību vide, izglītoti pedagogi un skolēnu sekmju uzlabošanās, savukārt pašvaldības ieguvums ir izglītības

kvalitātes uzlabošanās, skolēnu panākumi mācībās un sabiedrības labklājības uzlabošanās.

Kanāli: “Pika” ievieto reklāmu vietējā avīzē, pašvaldības mājaslapā, un publicē ziņas sociālajos medijos. Daudzi klienti atrod “Piku” pateicoties ieteikumiem un rekomendācijām, savukārt stratēģiski “Pika” sadarbojas ar skolām, kas piesaista pedagogu apmācībām.

Izmaksu struktūra: “Pika” izdevumus veido telpu noma, kur norisinās nodarbības, atalgojums visiem pasniedzējiem un uzņēmuma darbiniekiem (tai skaitā nodokļi), ilgtermiņa ieguldījumi jeb resursi, piemēram, viss telpu aprīkojums un materiāli, kas nepieciešami nodarbībām, izmaksas veido arī reklāmas izvietošana un citi mārketinga pasākumi.

Ienākumi: uzņēmuma “Pika” ieņēmumus veido samaksa par pakalpojumiem. Vairākiem pakalpojumiem ir noteikti mēneša maksa regulārajiem klientiem, citiem tā ir samaksa par saņemto pakalpojumu, tāpat arī pašvaldība ir veikusi iepirkumu skolotāju apmācībām.

Peļņa: “Pika” iegulda peļņu uzņēmuma attīstībā un jaunas programmas izveidē.

Biznesa plāns

Biznesa plāns ir dokuments, kurā nosaka biznesa darbības un attīstības mērķus noteiktam laika posmam, un jau detalizēti iepļāno un izklāsta plānotos soļus šo mērķu sasniegšanai.

Lai gan biznesa plāns ir labs instruments, lai "saliktu pa plauktiņiem" plānoto uzņēmējdarbību, to reti kad veido un lieto tikai uzņēmuma iekšējām vajadzībām – bieži vien tas ir nepieciešams, lai pārliecinātu kādu trešo pusi par jūsu uzņēmējdarbības dažādiem aspektiem vai prezentētu jūsu biznesa ideju kādam, kas ikdienā nav saistīts ar jūsu uzņēmumu. Biznesa plāns bieži ir nepieciešams, lai pieteiktos kādam uzņēmējdarbības atbalsta instrumentam, piemēram, ALTUM sociālās uzņēmējdarbības grantu programmai, vai biznesa ideju konkursam. Biznesa plānam ir jābūt konkrētam, pārdomātam, jāatspoguļo pašreizējā situācija un nākotnes perspektīvas, kā arī jāuzsver uzņēmējdarbības stiprās un vājās puses. To parasti veido noteiktam laika posmam (piemēram, diviem gadiem), tajā jāiekļauj biznesa attīstības mērķi, kā arī jāizvirza uzdevumi, ko vēlaties sasniegt.

Ja biznesa modeļa kanva vienkāršotā formātā palīdz sastrukturēt uzņēmuma pamatideju, tad biznesa plāns jau detalizētāk atspoguļo plānoto un ietver daudz plašāku jautājumu loku. Lai gan biznesa modeļa kanvai un biznesa plānam daudzas sadaļas pārklājas, tomēr atšķiras detalizācijas un iedziļināšanās pakāpe. Biznesa plāna neatņemama sastāvdaļa būs arī finanšu aprēķini un prognozes, kā arī, iespējams, dažādi pielikumi, kas pārliecina potenciālo investoru vai projekta vērtētāju par jūsu uzņēmējdarbības potenciālu un ilgtspēju. Nav viena pareizā veida, kā rakstīt un sagatavot biznesa plānu – reizēm finansējuma piešķirējiem ir jau sagatavota noteikta forma un prasības (piemēram, ALTUM vai LEADER programmām), citās reizēs to var gatavot brīvā formā. Neatkarīgi no formas, svarīgi atcerēties – jūsu biznesa plāns nereti būs pirmais un vienīgais, ko vērtētāji uzzinās par jums un jūsu biznesu. Tam ir jābūt tik skaidram, konkrētam un pārliecinošam, ka biznesa plāna vērtētājam ir pilnīgi skaidrs gan plānotais, gan arī tas, kā veidosiet savu biznesu.

Ja neesat pārliecināts par to, vai esat biznesa plānā iekļāvis visu, kas nepieciešams, iedodiet to vispirms izlasīt kādam, kas neko nezina par jūsu biznesu, un tad pajautāji – vai viss bija skaidrs? Ja nē, tad kas ir tas, ko lasītājs vēl gribētu noskaidrot? Un, ja viņš vai viņa būtu investors, vai būtu gatavs ieguldīt šādā uzņēmumā? Uzticams, neatkarīgs "skats no malas" labi palīdz saprast, kas vēl jāuzlabo, lai būtu pilnīga pārliecība, ka biznesa plāns sasniegs cerētos rezultātus.



Labs biznesa plāns:

» Atspoguļo projekta realizācijai nepieciešamās aktivitātes.

» Pamato to realizēšanai nepieciešamos resursus.

» Pamato plānotos ieguldījumus.

» Detalizēti izskaidro izvirzīto mērķu sasniegšanas procesu konkrētā laika periodā.

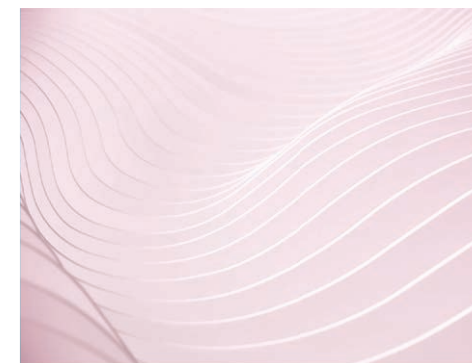
Svarīgi plānot uzņēmuma finanšu plūsmu, kas atspoguļo gaidāmos ienākumus un izdevumus. Finanšu plūsmas pārskats ļauj secināt, vai naudas līdzekļi nākotnē varētu aprūkties, vai palikt pāri, līdz ar to ir iespējams izdarīt pamatotos secinājumus par iespējamajiem finanšu piesaistes veidiem iztrūkuma gadījumā, vai to, kur ieguldīt līdzekļus pārpalikuma gadījumā, lai nodrošinātu uzņēmumam papildus ienākumus. Naudas plūsmas pārskatu var veidot pēc dažādām metodēm un tajā var tikt iekļautas dažādas ienākumu un izdevumu sadaļas, atkarībā no uzņēmuma darbības nozares, veida un situācijas.

Sociālie uzņēmēji bieži jautā – vai labu biznesa plānu ir iespējams sagatavot pašam, vai tomēr labāk piesaistīt pieredzējušu konsultantu, kurš to uzrakstīs jūsu vietā? Jāatceras, ka neviens cits jūsu vietā nevarēs pastāstīt par biznesu tik labi, kā jūs paši. Konsultants varbūt prātis uzdot pareizos jautājumus un palīdzēs atbildes ietērt istajos vārdus, taču "izejas dati" jebkurā gadījumā būs jāgatavo pašam. Tāpat arī neviens cits jūsu vietā nevar prognozēt, kādā virzienā vai apjomā

» Parāda uzņēmuma finanšu situācijas prognozes ilgtermiņā.

» Uzsver uzņēmēja zināšanas un pieredzi darboties izvēlētajā jomā, kā arī uzņēmuma komandu.

» Izvērtē uzņēmējdarbības riskus un novērtē to minimizēšanas iespēju uzņēmējdarbības īstenošanā.



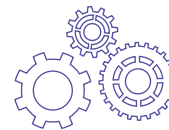
attīstīsies uzņēmums. Taču, ja rakstīšana nav jūsu stiprā puse, ja trūkst laika vai kapacitātes pašam uzrakstīt tiešām labu biznesa plānu, vai arī ja nav pārliecības, ka konkrēto biznesa plāna sadaļu aizpildīšanai ir visas nepieciešamās zināšanas, konsultants var aiztaupīt daudz laika, nervus un galvassāpes, un iedot papildus drošības sajūtu, ka ir izdarīts labākais iespējams. Konsultants var būt labs palīgs, atbalsts un virzītājspēks, taču jūsu iesaiste biznesa plāna veidošanā arī būs nepieciešama.

BIZNESA PLĀNS

Biznesa plānu var veidot dažādos veidos, bet svarīgi tajā iekļaut vismaz šādas sadaļas:

<input type="checkbox"/> <p>Uzņēmuma apraksts Biznesa mērķis, līdzšinējā darbība, juridiskā forma, rašanās ideja, struktūra, darbības pamatvirzieni, īss projekta apraksts.</p>	<input type="checkbox"/> <p>Uzņēmuma vadība un komanda īpašnieku pieredze, prasmes, zināšanas, komanda, nodarbinātais personāls.</p>
<input type="checkbox"/> <p>Nozares raksturojums tirgus situācija un attīstības tendences, nozares pamatrādītāji.</p>	<input type="checkbox"/> <p>Konkurenti konkurentu produktu/pakalpojumu cenas un darbības metožu apraksts, uzņēmuma produkta/pakalpojuma atšķirības no tiem.</p>
<input type="checkbox"/> <p>Produkta, preces, pakalpojuma raksturojums</p>	<input type="checkbox"/> <p>Finanšu plāns ieņēmumu plāns, peļņa un zaudējumi, bilance, naudas plūsma</p>
<input type="checkbox"/> <p>Nepieciešamie resursi ilgtermiņa materiālie ieguldījumi, kas nepieciešami uzņēmumam (iekārtas/aprikojums), ilgtermiņa nemateriālie ieguldījumi, apgrozāmie līdzekļi, atlīdzības izmaksas, apmācības/konsultācijas u.c.</p>	<input type="checkbox"/> <p>Riski apstākļi, kas var ietekmēt uzņēmuma darbību, piemēram, piegādātāju risks, klientu risks, darbaspēka risks, tirgus risks, ražošanas risks, resursu trūkums, ekonomiskās situācijas pasliktināšanās, nozares risks.</p>

SOCIĀLĀ UZŅĒMĒJA IETEIKUMS:



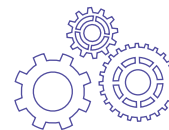
Strādājot sociālajā uzņēmējdarbībā, nedrīkst aizmirst nedz vārdu “sociāls”, nedz “uzņēmējdarbība”. Latvijā dažkārt aizmirst tieši par otro. Savas preces un pakalpojumi pašiem ir jāmacās novērtēt un arī pārdot, nevis lūgt par tiem ziedojumus. Un galvenais – šim precēm un pakalpojumiem ir jābūt augstas kvalitātes.

/Inga Akmentiņa - Smildziņa, sociālais uzņēmums “Mammām un tētiem”/



Svarīgi skaidri apzināties uzņēmuma riskus un finanses, reāli apzināties izdevumus un to, cik ilgi varēsi pats finansēt uzņēmumu, kamēr radīsies ienākumi. Realitāte rāda, ka sākotnēji ir daudz jāiegulda gan nauda, gan laiks, lai gūtu pirmos ieņēmumus.

/Marina Pjanova, sociālais uzņēmums “Dzīvības poga”/



Uzņēmuma attīstībā iesaku izmantot “vērsa principu”: labāk lēnāk, bet stabili un uz priekšu!
Sociālajā uzņēmumā jāiegulda daudz darba un pacietības.

/Santa Beitāne, sociālais uzņēmums “Mobilizng”/



Pirms kļūt par sociālo uzņēmēju, ir jāsaprot, kurš maksās par pakalpojumu vai produktu, jo “like” un “share” sociālajos tīklos vēl nenozīmē, ka produktu pirks. Paļauties tikai uz to, ka valsts iepirks, ir ļoti muļķīgi. Ir jābūt iztikt bez ziedojumiem. Tātad – ir jābūt ļoti skaidri definētam, kā nopelnīs naudu.

/Inga Muižniece, sociālais uzņēmums “SONIDO”/

3.3. SOCIĀLAIS UZŅĒMUMS UN SOCIĀLĀ IETEKME

Sociālā ietekme ir tās pozitīvās pārmaiņas, kas ir sasniegtas uzņēmuma veikto darbību rezultātā.

Veidojot sociālo uzņēmumu, svarīgi saprast, kāds būs aktivitāšu rezultāts jeb pārmaiņas, ko radīs jūsu piedāvājums – mērķgrupu un sabiedrības ieguvumi un ilgtermiņa ietekme. Sociālajam uzņēmumam ir svarīgi plānot, fiksēt, mērīt, izvērtēt un runāt par šo ietekmi, jo tieši tā atšķir sociālo uzņēmumu no citiem uzņēmumiem, konkrētos un

uzskatāmos rādītājos parāda sociālā uzņēmuma pastāvēšanas un darbības jēgu. Sociālo ietekmi fiksēt nepieciešams visa jūsu darbības procesa ietvaros, un to darīt var dažādos veidos, izmantojot gan kvantitatīvas, gan kvalitatīvas metodes. Skaidri definējot mērķus, būs iespējams tiem atrast arī atbilstošus rezultātīvos rādītājus – izmērāmus, saskaitāmus lielumus, kuru skaitam, izmaiņām, apjomiem nepieciešams pievērst uzmanību un sekot līdzi.

Sociālo ietekmi ir svarīgi fiksēt un mērīt, lai:

- 1 Pārlicinātos, cik efektīvs ir izvēlētais risinājums.
- 2 Uzzinātu, vai aktivitātes sasniedz vēlamu rezultātu.
- 3 Apzinātos, kā uzlabot aktivitātes un piedāvājumu, lai palielinātu savu sociālo ietekmi.
- 4 Pārlicinātu investorus un citas trešās puses, ka ir vērts jūsu uzņēmumā ieguldīt naudu un citus resursus.
- 5 Pārlicinātu potenciālos klientus, ka jūsu radītais risinājums tiešām strādā un sasniedz rezultātu.
- 6 Palīdzētu jums pašiem saprast, cik lielā mērā sociālā misija ir sasniegta.
- 7 Izmantotu sociālās ietekmes datus kā rīku uzņēmuma tēla un reputācijas veidošanā, komunikācijā ar iesaistītajām pusēm, medijiem un plašāku auditoriju.

... ir svarīgi plānot, fiksēt, mērīt, izvērtēt un runāt par šo ietekmi, jo tieši tā atšķir sociālo uzņēmumu no citiem uzņēmumiem ...

Nav viena pareizā veida, kā mērīt sociālo ietekmi. Ņemot vērā, ka sociālo uzņēmumu darbība un sociālie mērķi ir ļoti dažādi, katram jāatrod savs veids, kā sociālās ietekmes mērīšanu un izvērtēšanu iekļaut ikdienas darāmo darbu sarakstā.

Sākot domāt par sociālās ietekmes mērīšanu, svarīgi identificēt iesaistītās puses, piemērot konkrētus indikatorus, kas tiks mērīti un sekot līdzi tiem, kad tiek īstenotas aktivitātes.

Metodes, ko var izmantot, lai mērītu sociālo ietekmi:⁹

Anketas un aptaujas – ātra un ērta metode, kā iegūt atgriezenisko saiti no saviem klientiem un citām iesaistītajām pusēm. Svarīgi anketēšanu veikt regulāri, lai rezultāti ir savstarpēji salīdzināmi.

Pieredzes stāsti (atsauksmes) – klientu rekomendācijas, ieteikumi, ieguvumi, kas atspoguļo klienta ieguvumus.

Individuālas sarunas ar klientiem vai fokusa grupa – šī metode ļaus padziļināti uzzināt klientu pieredzi un iedziļināties kādā konkrētā aspektā.

Ekspertu (piemēram, ārstu) **atzinumi** par jūsu sociālā uzņēmuma produkta vai pakalpojuma ietekmi uz jūsu mērķgrupu.

Ekspertu vērtējums un atsauksmes par jūsu darbu.

Pētījumi, kas atspoguļo izmaiņas tajā sociālās ietekmes jomā, kurā strādājat.

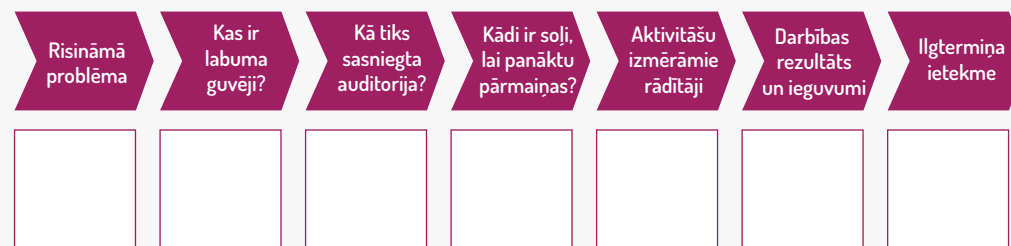
Statistikas dati.

PĀRMAIŅU TEORIJA

“Pārmaiņu teorija” ir viena no metodēm, kas palīdz sociālajiem uzņēmumiem apzināt un definēt savu sociālo ietekmi. Tā ir vizuāli vienkārša shēma, struktūra un ietvars, kas palīdz apzināties sociālā uzņēmuma radītās pārmaiņas, galveno rezultātu un ilgtermiņā radīto sociālo ietekmi.

Līdzīgi kā biznesa modeļa audekla gadījumā, arī Pārmaiņu teorijas¹⁰ galvenie elementi ir aizpildāmie lauki, kas seko viens otram – tos aizpildot ar informāciju par jūsu sociālo uzņēmumu, ir skaidri nolasāma un saprotama loģiskā secība un “ķēde”, kā

uzņēmums no risināmās problēmas nonāk līdz ilgtermiņa ietekmei. Arī šajā uzdevumā katrā laukā jāieraksta 3–5 atslēgas vārdi vai frāzes par uzņēmumu, piefiksējot galveno un svarīgāko.



⁹ Par sociālās ietekmes mērīšanas metodēm vairāk lasi šeit: www.sopact.com/social-impact-measurement, www.socialimpact.tools

¹⁰ Par Pārmaiņu teoriju vairāk lasi šeit: www.theoryofchange.org, <https://diytokit.org/tools/theory-of-change/>

Risināmā problēma. Kādu problēmu uzņēmums risina? Iemesls, kāpēc ir nepieciešams risinājums, izaicinājums, kas tiek risināts, pamatproblēma.

Kas ir labuma guvēji? Kas ir problēmas mērķauditorija – iespējams, ka kāda konkrēta cilvēku grupa visvairāk cieš no šīs problēmas? Iespējams, ka visa sabiedrība? Kas ir ieguvēji no radītā piedāvājuma?

Kā tiks sasniegta auditorija? Kā uzņēmums šo mērķauditoriju un cilvēkus sasniegs? Kā uzņēmums viņus iesaistīs uzņēmuma darbībā, kādas būs uzņēmuma attiecības ar viņiem? Kādi kanāli tiks izmantoti?

Kādi ir soļi, lai panāktu pārmaiņas? Ko uzņēmums dara, lai sasniegtu savu sociālo mērķi, risinātu sociālo problēmu? Šeit ir būtiski aprakstīt uzņēmuma veiktās aktivitātes – saražotās preces, sniegtos pakalpojumus un pārējo.

Aktivitāšu izmērāmie rādītāji. Kādi ir aktivitāšu indikatori? Ko var atspoguļot kvantitatīvi? Kas ir tie rādītāji, kas atspoguļo procesu, ko varat izmērīt?

Sociālā uzņēmuma darbības rezultāts un ieguvumi. Kāds ir ieguvums no šīm aktivitātēm, kāds ir rezultāts, ko rada šīs aktivitātes klientam? Ko iegūst labuma saņēmējs? Ko iegūst klients?

Ilgtermiņa ietekme. Kāda ir vēlamā ilgtermiņa ietekme, ko uzņēmums vēlas panākt? Šī sadaļa saistīta ar vēlamo ilgtermiņa ietekmi, ko uzņēmums vēlas panākt. Ilgtermiņa ietekme būs plašākas pārmaiņas, kas uzreiz var arī nebūt fiksējamas, taču ir vēlamas, un ietekmēs plašāku sabiedrību kopumā vai uzlabos procesus.

Sociālās uzņēmējdarbības un sociālās ietekmes kontekstā ir ļoti būtiski saprast atšķirību starp aktivitāšu izmērāmajiem rādītājiem un sociālā uzņēmuma darbības rezultātiem un ieguvumiem. Būtiskākā atšķirība – aktivitāšu izmērāmie rādītāji skaitliski parādīs ko un cik daudz jūs darījat, savukārt rezultāti un ieguvumi – kāda no šīm aktivitātēm, no jūsu precēm un pakalpojumiem bija paliekošā vērtība, radītās pozitīvās pārmaiņas. Lai gan izmērāmos rādītājos ir visvieglāk uzskaitīt, tomēr aktivitāšu skaits vēl nenozīmē, ka patiešām tiek radītas pārmaiņas un uzņēmums rada sociālo ietekmi. Tieši rezultāti, ieguvumi un ilgtermiņa ietekme būs sadaļas, kas atspoguļo uzņēmuma aktivitāšu radītās izmaiņas un ieguvumus jeb sociālo ietekmi.

Piemēram, ja piedāvājat aplikāciju cilvēkiem ar mentālās veselības traucējumiem, tad aktivitāšu rādītājs būs aplikāciju lietotāju skaits, lejupielāžu skaits utt., taču šie rādītāji paši par sevi neparāda, vai jūsu aplikācija tiešām kādam mainīja dzīvi, palīdzēja uzlabot mentālo veselību vai integrēties

sabiedrībā. Jūsu sociālā ietekme parādīsies jūsu darbības rezultātu un ieguvumu sadaļā, piemēram, kā to aplikācijas lietotāju %, kuri ir snieguši atgriezenisko saiti, par aplikācijas pozitīvo ietekmi uz viņu mentālo veselību, vai mentālās veselības ekspertu novērtējums, ka jūsu radītās aplikācijas lietotāju vidū vērojami būtiski mentālās veselības uzlabojumi.

Savukārt darba integrācijas sociālajiem uzņēmumiem aktivitāšu izmērāmie rādītāji būs gan saražoto preču un nodrošināto pakalpojumu rādītāji, gan nodarbinātības rādītāji, proti, cik cilvēki ir tikuši nodarbināti. Taču tas vien, ka cilvēks ir ticis nodarbināts, bez nekādas citas informācijas vai datiem par nodarbinātības pozitīvo ietekmi uz šī cilvēka sociālo integrāciju vai dzīves kvalitāti, nepasaka gandrīz neko par jūsu sociālo ietekmi. Jūsu darbības istais rezultāts un ietekme parādīsies tad, ja zināsi, vai un kā ir mainījusies to cilvēku dzīve, kuriem mēģināt palīdzēt, vai ir vērojami kādi uzlabojumi viņu veselībā, finanšu stāvoklī, iespējās socializēties utt.



Risināmā problēma: Sociālā uzņēmuma “Pika” risināmā problēma ir tas, ka bērni nespēj koncentrēties mācībām.

Kas ir labuma guvēji? Sociālā uzņēmuma “Pika” labuma guvēji ir trīs – bērni, vecāki un arī pedagogi.

Kā tiks sasniegta auditorija? “Pika” izvietos informāciju vietējā avīzē, izmantos sociālos medijus, kā arī sasniegs jaunu auditoriju ar ieteikumiem un rekomendācijām, komunicēs ar skolām, izmantos pašvaldības mājaslapu

Kādi ir soļi, lai panāktu pārmaiņas? “Pika” sākotnēji veic individuālu diagnostiku bērnam, tad tiek pielāgots individuāls plāns, norisinās nodarbības pie speciālistiem, nodarbības tiek izvērtētas, tiek veikti uzlabojumi nodarbību plānā, beigās tiek veikts kopējais izvērtējums par izmaiņām.

Aktivitāšu izmērāmie rādītāji: “Pika” aktivitāšu izmērāmie rādītāji, kas atspoguļo kopējo procesu, ir kopējais klientu skaits, kas saņēmuši pakalpojumu, piemēram, cik bērni apmeklēja nodarbības, cik pedagogi ir apmācīti, cik individuālās konsultācijas sniegtas, nodarbību skaits.

Darbības rezultāts un ieguvumi: “Pika” darbības rezultātā bērniem uzlabojas koncentrēšanās spējas, uzlabojas saskarsmes prasmes, uzlabojas pašvērtējums. Uzlabojas bērnu attiecības ar vecākiem un pedagogiem, uzlabojas sekmes mācībās. Pieaug pedagogu izpratne un uzlabojas prasmes par to, kā uzlabot bērnu koncentrēšanās spējas. Vecāki apzinās, kā darboties ar bērnu, kļūst atvērtāki un saprotošāki.

Ilgtermiņa ietekme: “Pika” ilgtermiņa ietekme būs tā, ka bērniem uzlabojas dzīves kvalitāte. Pielietotā metode tiek aizvien vairāk izmantota skolās, un arvien vairāk bērnu spēj pilnvērtīgi koncentrēties mācībām. Pedagogi spēj ietekmēt procesus un veidot individuāli pielāgotu plānu skolēniem. Sabiedrībā pieaug izpratne par koncentrēšanās spēju uzlabošanu.

SOCIĀLĀ UZŅĒMĒJA IETEIKUMS:



Strādājot ar klientiem, bieži vien Tev ir jāpārdod sava sociālā ietekme, tāpēc Tev jāatrod pareizs veids, kā Tu mēri savu sociālo ietekmi un tas tiešām ir svarīgi. Daudziem patīk, ka esam sociālais uzņēmums, taču neder tas, ka mēs “palīdzam daudziem”, jānosaka konkrēti indikatori un rādītāji, kas tiks mērīti un komunicēti.

/Gustavs Upmanis, sociālais uzņēmums “Visas iespējas”/

4. SOCIĀLĀ UZŅĒMĒJDARBĪBA LATVIJĀ – KĀ IZVEIDOT SOCIĀLO UZŅĒMUMU?

Sociālā uzņēmējdarbība Latvijā ir salīdzinoši jauna nozare, un sociālo uzņēmumu pagaidām nav daudz. Sociālā uzņēmējdarbība kā process un koncepts sastopami visdažādāko juridisko formu ietvaros – kā atsevišķi projekti biedrībās un nodibinājumos, kā SIA vai citā juridiskajā formā, vai kā atsevišķu aktivistu personīgās iniciatīvas.

Tomēr termins “sociālais uzņēmums” ir juridiski definēts normatīvajos aktos, un tiem uzņēmumiem, kas grib sevi saukt par sociālo uzņēmumu, ir jāatbilst šo normatīvo aktu prasībām. Latvijā kopš 2018. gada 1. aprīļa darbojas Sociālā uzņēmuma likums¹¹, kas juridiski definē, kas ir sociālais uzņēmums, un nosaka šādu uzņēmumu darbības principus, tiesības un pienākumus. Ņemot vērā, ka sociālais uzņēmums ir SIA ar sociālā uzņēmuma statusu, tad sociālo uzņēmumu darbu regulē arī citi likumi (piemēram, Komerclikums), kas attiecas uz komercdarbību, kā arī tie likumi un normatīvie akti, kas attiecas uz katra sociālā uzņēmumu specifisko saimnieciskās darbības nozari.

Sociālā uzņēmuma likums nosaka, ka:



Svarīgākais, kas jāzina par sociālā uzņēmuma darbību Latvijā:

» Sociālā uzņēmuma statusu var iegūt gan jau esoši SIA, kas atbilst Sociālā uzņēmuma likuma kritērijiem, gan arī jaundibināti SIA¹³.

» Par sociālā uzņēmuma statusa ieviešanu un piešķiršanu ir atbildīga Labklājības ministrija. Lai izvērtētu uzņēmuma atbilstību kritērijiem, Labklājības ministrija ir izveidojusi Sociālo uzņēmumu komisiju 10 cilvēku sastāvā.

» Lai iegūtu sociālā uzņēmuma statusu, SIA jāizpilda pieci kritēriji:

1. SIA statūtos ir noteikts sociālais mērķis.
2. SIA dalībnieku sapulce ir pieņēmusi lēmumu par sociālā uzņēmuma statusa iegūšanu.
3. SIA iegūto peļņu nesadala, bet iegulda statūtos noteikto mērķu sasniegšanai.
4. SIA nodarbina algotus darbiniekus (sociālajam uzņēmumam ir jābūt vismaz vienam darbiniekam uz darba līguma pamata, darbinieks var strādāt arī nepilnu slodzi).
5. SIA izpildinstitūcijā vai pārraudzības institūcijā ir iesaistīts mērķa grupas pārstāvis vai SIA konsultatīvajā institūcijā, ja tāda izveidota, ir iesaistīts mērķa grupas pārstāvis vai mērķa grupu pārstāvošas biedrības vai nodibinājuma pārstāvis, vai konkrētās nozares eksperts.

» Likuma kontekstā sociālos mērķus iedala trīs grupās, piešķirot katrai grupai konkrētas darbības rādītājus¹⁵:

1. sociālās atstumtības riskam pakļauto iedzīvotāju grupu (mērķa grupu) nodarbinātība – vismaz 50% no nodarbinātajiem jābūt Ministru kabineta (MK) noteikto mērķa grupu personām;
2. noteiktu sabiedrības grupu dzīves kvalitātes uzlabošana, tai skaitā, ja tiek sniegti pakalpojumi mērķa grupu personām – ne mazāk kā 30% no kopā sniegtajiem pakalpojumiem ir sniegti mērķa grupai;
3. citi sociālie mērķi, kas rada ilgstošu pozitīvu sociālo ietekmi.

» Sociālajiem uzņēmumiem ir paredzēti vairāki atbalsta instrumenti, turklāt ir pieejami arī ALTUM sociālās uzņēmējdarbības granti biznesa uzsākšanai un attīstīšanai.¹⁶ Sociālā uzņēmuma likumā ir minēti vairāki atbalsta instrumenti:

1. Īpaši atvieglojumi (uzņēmumu ienākuma nodokļa bāzes samazinājums) attiecībā uz atsevišķām ar saimniecisko darbību nesaistīto izdevumu grupām;
2. pašvaldība ir tiesīga piešķirt sociālajam uzņēmumam nekustamā īpašuma nodokļa atvieglojumus;
3. publiska persona var nodot kustamo mantu bez atlīdzības sociālā uzņēmuma īpašumā;
4. sociālais uzņēmums ir tiesīgs piesaistīt brīvprātīgā darba veicējus darbībām, kas

nav saistītas ar uzņēmuma pārvaldi un grāmatvedību, kā arī uzņēmuma pamatfunkcijām.

Ja sociālā uzņēmuma mērķis ir sociālās atstumtības riskam pakļauto iedzīvotāju grupu personu integrācija darba tirgū vai šo cilvēku dzīves kvalitātes uzlabošana, sniedzot pakalpojumus, tad jāiesaista konkrētas sociālās atstumtības riskam pakļautās iedzīvotāju grupas:

- personas ar invaliditāti;
- personas ar garīga rakstura traucējumiem;
- personas, kurām noteikta atbilstība trūcīgas ģimenes (personas) statusam;
- bezdarbnieki, kuriem ir apgādājāmie,
- bezdarbnieki, kas vecāki par 54 gadiem, un ilgstošie bezdarbnieki;
- etniskā minoritāte romi;
- ieslodzītie vai personas, kuras atbrīvotas no ieslodzījuma vietas;
- personas ar alkohola, narkotisko, psihotropo vai toksisko vielu, azartspēļu vai datorspēļu atkarības problēmām;
- personas, kuru dzīvesvieta ir deklarēta naktspatversmē;
- cilvēktirdzniecības upuri;
- personas, kurām Latvijas Republikā ir piešķirts bēgļa, alternatīvais vai bezvalstnieka statuss;
- bērni un bez vecāku gādības palikušie bērni vecumā no 15 gadiem, kā arī šai grupai atbilstošas pilngadīgas personas līdz 24 gadu vecuma sasniegšanai.

KĀDĒĻ KLŪT PAR SOCIĀLO UZŅĒMUMU?

> Sociālā uzņēmuma statuss ir skaidrs vēstījums un atšķirības zīme, kas noder komunicējot ar sadarbības partneriem, investoriem, pašvaldību, klientiem un citām iesaistītajām pusēm.

> Sociālā uzņēmuma statuss ļauj izmantot tās priekšrocības, kas minētas Sociālā uzņēmuma likumā un citur.

Arvien vairāk privātā sektora pārstāvju vēlas

dažādos veidos atbalstīt sociālos uzņēmumus, piedāvājot īpašas sadarbības iespējas.

> Sociālā uzņēmuma statuss dod iespēju pievienoties dinamiskai un radošai sociālās uzņēmējdarbības kopienai Latvijā un Eiropā, iegūt jaunus domubiedrus un sadarbības partnerus.

> Sociālie uzņēmumi var pieteikties ALTUM grantu programmas atbalstam sociālās uzņēmējdarbības attīstībai.

¹¹ Sociālā uzņēmuma likums: ej.uz/SU-likums

¹² Komerclikums: <https://likumi.lv/ta/id/5490-komerclikums>

¹³ Par uzņēmuma dibināšanu informāciju meklē Uzņēmuma reģistra mājaslapā: ur.gov.lv

¹⁴ Labklājības ministrijas sadalītu par sociālo uzņēmējdarbību meklē šeit: ej.uz/LM-SU

¹⁵ un ¹⁷ Ministru kabineta 2018. gada 27. marta noteikumi Nr. 173 "Noteikumi par sociālās atstumtības riskam pakļauto iedzīvotāju grupām un sociālā uzņēmuma statusa piešķiršanas, reģistrēšanas un uzraudzības kārtību": ej.uz/MK-SU

¹⁶ Par ALTUM grantiem vairāk lasi ALTUM mājaslapā: www.altum.lv

Kā kļūt par sociālo uzņēmumu Latvijā?

01

Sākotnēji jāsaprot, kāds būs plānotais bizness un sociālais mērķis. Ja ir iespējams, tad īsi un skaidri jānoformulē, kas tiks ražots vai piedāvāts, un, kādu problēmu ar to vēlaties risināt.

02

Dibiniet SIA, iekļaujot statūtos savu sociālo mērķi, vai pielāgojiet jau esošo SIA.

03

Izpildiet kritērijus, lai uzņēmums atbilstu sociālā uzņēmuma statusa kritērijiem:

1. SIA dalībnieku sapulcei ir jāpieņem lēmums par sociālā uzņēmuma statusa iegūšanu.
2. Nepieciešams lēmums par peļņas nesadalīšanu.
3. SIA izpildinstūcijā vai pārraudzības institūcijā ir jāiesaista mērķa grupas pārstāvis vai SIA konsultatīvajā institūcijā ir jāiesaista mērķa grupas pārstāvis vai mērķa grupu pārstāvošas biedrības vai nodibinājuma pārstāvis, vai konkrētās nozares eksperts.
4. SIA jānodarbina vismaz viens algots darbinieks.

04

Aizpildiet pieteikumu sociālā uzņēmuma statusa iegūšanai¹⁸

Īpaši pievērs uzmanību:

1. Aprakstam par sociālo problēmu, ko risināsi.
2. Izvirziet konkrētus, izpildāmus uzdevumus sociālā mērķa sasniegšanai, ko varēsiet izpildīt kalendārā gada laikā (līdz 31.12.).
3. Uzņēmuma aprakstā pamatojiet savu pieredzi un plānotās aktivitātes.

07

Pozitīva lēmuma gadījumā, darbojieties kā sociālais uzņēmums!

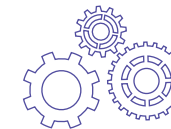
06

Pedalieties Sociālo uzņēmumu komisijā, kurā jums būs vēlreiz īsi jāizstāsta par savu sociālo uzņēmumu un jāatbild uz komisijas jautājumiem.

05

Iesniedziet dokumentus Labklājības ministrijā un gaidiet atbildi! Ministrija mēneša laikā sazināsies ar jums par nākamajiem soļiem.

SOCIĀLĀ UZŅĒMĒJA IETEIKUMS:



Pirms sociālā uzņēmuma statusa iegūšanas iesaku atbildēt uz šiem pieciem jautājumiem:

1. Vai mana biznesa ideja risina sabiedrībai svarīgu problēmu?
2. Vai es esmu gatavs/-a lēmumu pieņemšanā iesaistīt savus darbiniekus, klientus vai ekspertus - valdē vai padomē?
3. Vai es esmu gatavs/-a atteikties no peļņas?
4. Vai es esmu gatavs/-a papildus uzraudzībai no valsts?
5. Vai, izpētot visus noteikumus, manā situācijā sociālā uzņēmuma statusa priekšrocības atsver ierobežojumus?

Tikai tad, ja atbildes uz visiem šiem 5 jautājumiem ir "Jā!", ir jāvirzās tālāk uz sociālā uzņēmuma statusa iegūšanu.

/ Laura Žukovska - Supe, sociālais uzņēmums "Mans peldkostīms" /

¹⁸ Pieteikums sociālā uzņēmuma statusa iegūšanai ir atrodams šeit.

5. PAŠVALDĪBAS UN SOCIĀLIE UZŅĒMUMI: SADARBĪBA UN ATBALSTS

Pašvaldībām ir būtiska loma sociālās uzņēmējdarbības ekosistēmā Latvijā gan kā potenciālajiem sadarbības partneriem un klientiem, gan kā sociālās uzņēmējdarbības atbalstītājiem¹⁹. Pašvaldību interesēs ir tas, ka to teritorijas darbojas spēcīgi sociālie uzņēmumi, kas palīdz risināt tās sociālās problēmas, kas ir pašvaldību redzeslokā, taču nevienai pašvaldībai nav pienākums automātiski atbalstīt konkrētus sociālos uzņēmumus. Pašvaldības pašas var izvēlēties, ar ko sadarboties un ar ko – nē, kādas iniciatīvas atbalstīt, un, kādas – nē. Ja vēlaties sadarboties ar pašvaldību vai plānojat savu pakalpojumu vai precī pārdot pašvaldībai, svarīgi konkrēti nedefinēt, kādi ir pašvaldības ieguvumi no jūsu sociālā uzņēmuma piedāvājuma. Ko pašvaldība iegūs kā sadarbības partneris un klients? Seit noderēs jau iepriekš noformulētā sociālā ietekme, jeb pārmaiņas, ko jūsu uzņēmums rada.

Tiešā sadarbība:

>> Sociālais uzņēmums var piedāvāt savas ražotās preces vai sniegtos pakalpojumus pašvaldībai. Jāatceras, ka uz pašvaldībām attiecas cenu aptauju un publiskā iepirkuma noteikumi. Pašvaldības noteiktos gadījumos var izsludināt iepirkumus, kuros aicina piedalīties tikai sociālos uzņēmumus.

>> Sociālais uzņēmums var saņemt pašvaldības nodokļu (piemēram, nekustamā īpašuma nodokļa) atlaides, tomēr jāņem vērā, ka pašvaldība ir tiesīga piešķirt šīs nodokļu atlaides, bet tas nav pašvaldības pienākums.

Sociālais uzņēmums kā pašvaldības sadarbības partneris:

>> Pašvaldība var nodot sociālajam uzņēmumam bez atlīdzības īpašumā kustamo mantu (piemēram, mēbeles vai iekārtas), tomēr jāņem vērā, ka pašvaldība ir tiesīga to darīt, bet tas nav pašvaldības pienākums.

>> Pašvaldība var nodot sociālajam uzņēmumam bez atlīdzības lietošanā kustamo mantu un nekustamo īpašumu.

>> Pašvaldība var deleģēt sociālajam uzņēmumam konkrētu pašvaldības uzdevumu un piešķirt tam attiecīgu finansējumu.

>> Pašvaldības var radīt arī citus atbalsta instrumentus (piem., īpašas grantu programmas).

Netiešā sadarbība un atbalsts:

Pašvaldības var arī netiešā veidā atbalstīt sociālos uzņēmumus:

>> Iekļaujot jomu politikas plānošanas dokumentos.

>> Nodrošinot nepieciešamo infrastruktūru.

>> Sniedzot informatīvo atbalstu.

>> Iekļaujot informatīvajos materiālos sociālos uzņēmējus un piedāvātās iespējas.

>> Organizējot izglītojošus pasākumus par sociālo uzņēmējdarbību.

>> Veicot citas darbības un aktivitātes, kas palīdz radīt piemērotu vidi sociālo uzņēmumu darbībai.

Ieteikumi sociālajiem uzņēmumiem, veidojot sadarbību ar pašvaldībām:

☉ Pašvaldībai nav pienākums interesēties par jūsu sociālo uzņēmumu. Esiet proaktīvi un piedāvājiet savas preces un pakalpojumus pašvaldībai! Uzziniet, kurš ir tas cilvēks, kurš pieņem lēmumus par jums interesējošo jomu, un ierosiniet tikšanos, kuras laikā prezentēsiet savu darbu un pašvaldības potenciālos ieguvumus.

☉ Jums ir jāspēj skaidri formulēt, kas jums ir vajadzīgs no pašvaldības, kāpēc, un ko pašvaldība no tā iegūs. Attieksme "es esmu sociālais uzņēmums – man viss pienākas" nederēs, jums ir jāspēj skaidri un pārliecinoši pierādīt, kādi būs pašvaldības un tās iedzīvotāju ieguvumi, un kāpēc pašvaldībai jāsadarbjas tieši ar jums.

☉ Pašvaldības darbam, tai skaitā finanšu un budžeta plānošanai, ir sava specifika – budžets tiek plānots gada ietvaros, un parasti aktīvākais darbs pie nākamā gada budžeta izstrādes notiek laikā no augusta līdz oktobrim. Ja jums nepieciešamais pašvaldības atbalsts vai sadarbība ietver arī finanses, tad tas ir jāņem vērā.

☉ Esiet neatlaidīgi – neapstājieties pēc pirmā "nē", izsakiet savu piedāvājumu atkārtoti! Meklējiet, kā jūsu uzņēmums var atbildēt uz pašvaldības vajadzībām, kā var padarīt pašvaldības darbinieku un lēmumu pieņēmēju dzīvi vieglāku un pašvaldības iedzīvotāju dzīvi labāku.

Ieteikumi pašvaldībām, veidojot sadarbību ar sociālajiem uzņēmumiem:

☉ Apzināt savā pašvaldībā esošos sociālos uzņēmumus un organizācijas, kas potenciāli var attīstīties kā sociālie uzņēmumi. Veidojiet datubāzi un reģistru, kas palīdzēs vajadzības gadījumā ātri atrast informāciju un kontaktus.

☉ Ietvert sociālās uzņēmējdarbības jomas attīstību plānošanas dokumentos un stratēģiskajos plānos. Tas dos leģitīmu pamatu pēc tam jau veidot konkrētas aktivitātes un pasākumus sociālās uzņēmējdarbības veicināšanai.

☉ Vienu pašvaldības darbinieku nozīmēt kā atbildīgo darbinieku par sociālās uzņēmējdarbības jomu, un nodrošināt, ka šis darbinieks ir informēts par sociālās uzņēmējdarbības iespējām un aktualitātēm.

☉ Veidot izglītojošus pasākumus un materiālus par sociālo uzņēmējdarbību. Esošajā uzņēmējdarbības atbalsta sistēmā uzsvērt atbalstu sociālajai uzņēmējdarbībai.

☉ Izrādīt iniciatīvu un veidot atbalsta mehānismus, kas palīdz sociālās uzņēmējdarbības attīstībai – piemēram, iekļaut sociālo uzņēmumu preces un pakalpojumus pašvaldības mārketinga materiālos, izmantot sociālo uzņēmumu preces kā suvenīrus un reprezentatīvas dāvanas sadarbības partneriem utt.

¹⁹ Video par pašvaldību iesaisti sociālās uzņēmējdarbības vides veidošanā: <https://www.youtube.com/watch?v=YX66nhsTVI>

6. IESPĒJAS SOCIĀLĀS UZŅĒMĒJDARBĪBAS ATTĪSTĪBAI ²⁰

Labklājības ministrijas un finanšu institūcijas ALTUM sociālās uzņēmējdarbības atbalsta grantu programma

Sociālie uzņēmumi sava biznesa sākšanai vai paplašināšanai var pieteikties ALTUM sociālās uzņēmējdarbības programmas grantam 5 000–200 000 EUR apmērā. Maksimālo katram uzņēmumam pieejamo grantu apmēru aprēķina, ņemot vērā gan uzņēmuma darbības ilgumu, gan pēdējo trīs gadu finanšu rādītājus. Granti pieejami uzņēmumiem, kas saņēmuši sociālā uzņēmuma statusu. Biznesa idejai jābūt dzīvotspējīgai, ar būtisku sociālo ietekmi ilgtermiņā. Biznesa projektu dzīvotspēju izvērtē ALTUM, savukārt sociālo ietekmi – LM. Grantu var izmantot darbinieku atalgojumam, kā arī ilgtermiņa materiālajiem un nemateriālajiem ieguldījumiem, apgrozāmajiem līdzekļiem, apmācību un konsultāciju izdevumiem. Grantu nevar izmantot nekustamā īpašuma iegādei, uzlabošanai vai remontam, infrastruktūras uzlabojumiem, teritorijas labiekārtošanai, kā arī ar konkrēto biznesa projektu nesaistītām izmaksām. Biznesa projekta īstenošanas laiks – līdz 2 gadiem. Atbalsta saņēmējam jāpiesaista 10% līdzfinansējums no biznesa projekta attiecināmajām izmaksām – savi resursi vai ārējais finansējums, kas nav valsts vai pašvaldības atbalsts. Programma darbosies līdz 2022. gadam.

ej.uz/soc-uznemejdarbiba

LIAA biznesa inkubatori

Latvijas lielākajās pilsētās darbojas 15 LIAA biznesa inkubatori, kuru mērķis ir atbalstīt jaunu, dzīvotspējīgu un konkurētspējīgu uzņēmumu izveidi un attīstību. Arī sociālie uzņēmumi vai to ideju autori var pieteikties dalībai LIAA inkubatoru pirmsinkubācijas vai inkubācijas programmās. Pirmsinkubācijas programma ir piemērota gan fiziskām, gan juridiskām personām, kuras vēlas izvērtēt savas biznesa idejas dzīvotspēju. Sešu mēnešu garumā tā nodrošina dalībniekiem visu nepieciešamo biznesa idejas attīstīšanai – aprīkotas darba telpas, mentoru un citu uzņēmēju atbalstu, seminārus un mācības par dažādām uzņēmējus saistošām tēmām, kas palīdz risināt viņu biznesa izaicinājumus, kā arī vērtīgus kontaktus un dalību lielākajā jauno uzņēmēju kopienā Latvijā. Inkubācijas programmā papildus pirmsinkubācijā pieejamajam atbalstam dalībnieks saņem 50% līdzfinansējumu biznesa attīstībai nepieciešamo pakalpojumu iegādei, piemēram, grāmatvedībai, telpu nomai, dizainam, mārketingam, tehnoloģiskajām konsultācijām un prototipu izstrādei, sertificēšanai, laboratoriju izmaksām u.c. Tāpat iespējams pretendēt 50% līdzfinansējumam līdz 5 000 EUR aprīkojuma un izejmateriālu iegādes izmaksu segšanai. Inkubācijas programmā aicināti pieteikties uzņēmumi, kas nav reģistrēti ilgāk par trim gadiem.

www.inkubatori.magneticalvatvia.lv/

Sociālās uzņēmējdarbības akcelerators “NewDoor”

Starptautiskā sociālās uzņēmējdarbības akcelerators „NewDoor” mērķis ir apmācīt, virzīt un iedvesmot sociālā biznesa inovatorus, kā arī veicināt sociālās uzņēmējdarbības vides attīstību kopumā. Gan esošiem, gan jauniem sociālajiem uzņēmējiem „NewDoor” pieredzējušo profesionāļu komanda kopā ar vietējo un ārzemju lektoru un mentoru atbalstu piedāvā attīstīt savas sociālās iniciatīvas ilgtspējīgā biznesā. Akcelerators dalībniekiem piedalās intervijās un publiskos pasākumos, iegūstot atpazīstamību gan apmācību laikā, gan pēc tam, prezentējot savas idejas potenciāliem investoriem, partneriem, žurnālistiem un plašākai sabiedrībai. Akcelerators programmu īsteno vienu reizi gadā.

www.newdoor.lv

Sociālās uzņēmējdarbības inkubators “Reach for change”

Inkubators mērķis ir palīdzēt uzņēmējiem sasniegt finansiālo ilgtspēju un mērogot ietekmi. Sociālajiem uzņēmējiem tiek piedāvātas apmācības un konsultācijas par uzņēmuma attīstību, sociālās ietekmes mērīšanu, mārketingu un komandas paplašināšanu, kā arī partneru organizāciju finansiālais atbalsts. Inkubators programma sniedz iespēju pievienoties starptautiskam sociālo uzņēmēju tīklam. Šo programmu īsteno vienu reizi gadā.

www.reachforchange.org

Nodarbinātības valsts aģentūras atbalsta pasākumi

Nodarbinātības valsts aģentūra sniedz finansiālu atbalstu personu ar invaliditāti, ilgstošo bezdarbnieku, personu vecumā no 55 gadiem nodarbināšanai, kā arī personu, kuras ieguvušas bēgļa vai alternatīvo statusu, nodarbināšanai. Nodarbinātības valsts aģentūras dotācijas līdzfinansē šo personu darba algu izmaksu daļu noteiktā laika periodā, noteiktos gadījumos sedz darba vadītāju atlīdzības izmaksas, darba vietas pielāgošanas izmaksas, kā arī citas izmaksas, kas saistītas ar konkrēto personu grupu nodarbināšanu.

ej.uz/uj7

Latvijas Sociālās uzņēmējdarbības asociācija

Latvijas Sociālās uzņēmējdarbības asociācija ir lielākā sociālo uzņēmēju biedrība Latvijā, kurā apvienojušies vairāk nekā 100 biedri ar mērķi veicināt un stiprināt sociālo uzņēmējdarbību Latvijā. Asociācijas īstenoto aktivitāšu lokā ietilpst sociālās uzņēmējdarbības vides ekosistēmas veidošana Latvijā, sociālo uzņēmumu problēmu un aktuālo jautājumu risināšana, sociālo uzņēmumu interešu pārstāvēšana, semināru, apmācību un citu informatīvu un izglītojošu pasākumu rīkošana, konsultāciju sniegšana un informatīvo materiālu veidošana par sociālo uzņēmējdarbību. Asociācija ik gadu rīko Sociālās uzņēmējdarbības Forumu, kas kļuvis par vienu no nozīmīgākajiem sociālās uzņēmējdarbības nozares pasākumiem Latvijā. Gan pavisam jauni, gan pieredzējuši sociālie uzņēmumi var gūt atbalstu, zināšanas, prasmes, pieredzi un kontaktus, tīklojoties ar Asociācijas biedriem, apmeklējot dažādus pasākumus, piesakoties konsultācijām, kā arī izmantojot Asociācijas veidoto un uzturēto interneta platformu:

www.sua.lv

²⁰ Informācija par pieejamo atbalstu ir spēkā uz rokasgrāmatas izveides laiku (2020. gadu), tā var mainīties

INFORMĀCIJA PAR ROKASGRĀMATAS IZDEVĒJIEM

Rokasgrāmata sagatavota un izdota LEADER sadarbības projekta "Veiksmīgs sociālais uzņēmējs lauku teritorijā" ietvaros. Projekta mērķis ir sociālās uzņēmējdarbības popularizēšana, aktivizēšana un attīstīšana lauku teritorijās, lai veicinātu iedzīvotāju, uzņēmēju un pašvaldību sadarbību un izpratni par sociālo uzņēmējdarbību kā līdzvērtīgu uzņēmējdarbības virzienu. Projektā iesaistītas biedrība "Partnerība Daugavkrasts", biedrība "Lauku partnerība "Lielupe"", biedrība "Darīsim paši!", biedrība "SATEKA" un biedrība "Pierīgas partnerība".

Projekts „Veiksmīgs sociālais uzņēmējs lauku teritorijā”, projekta Nr.19-00-A019.332-000009, tiek īstenots Latvijas Lauku attīstības programmas 2014.-2020. gadam apakšpasākuma „Starpterritoriālā un starpvalstu sadarbība” ietvaros.

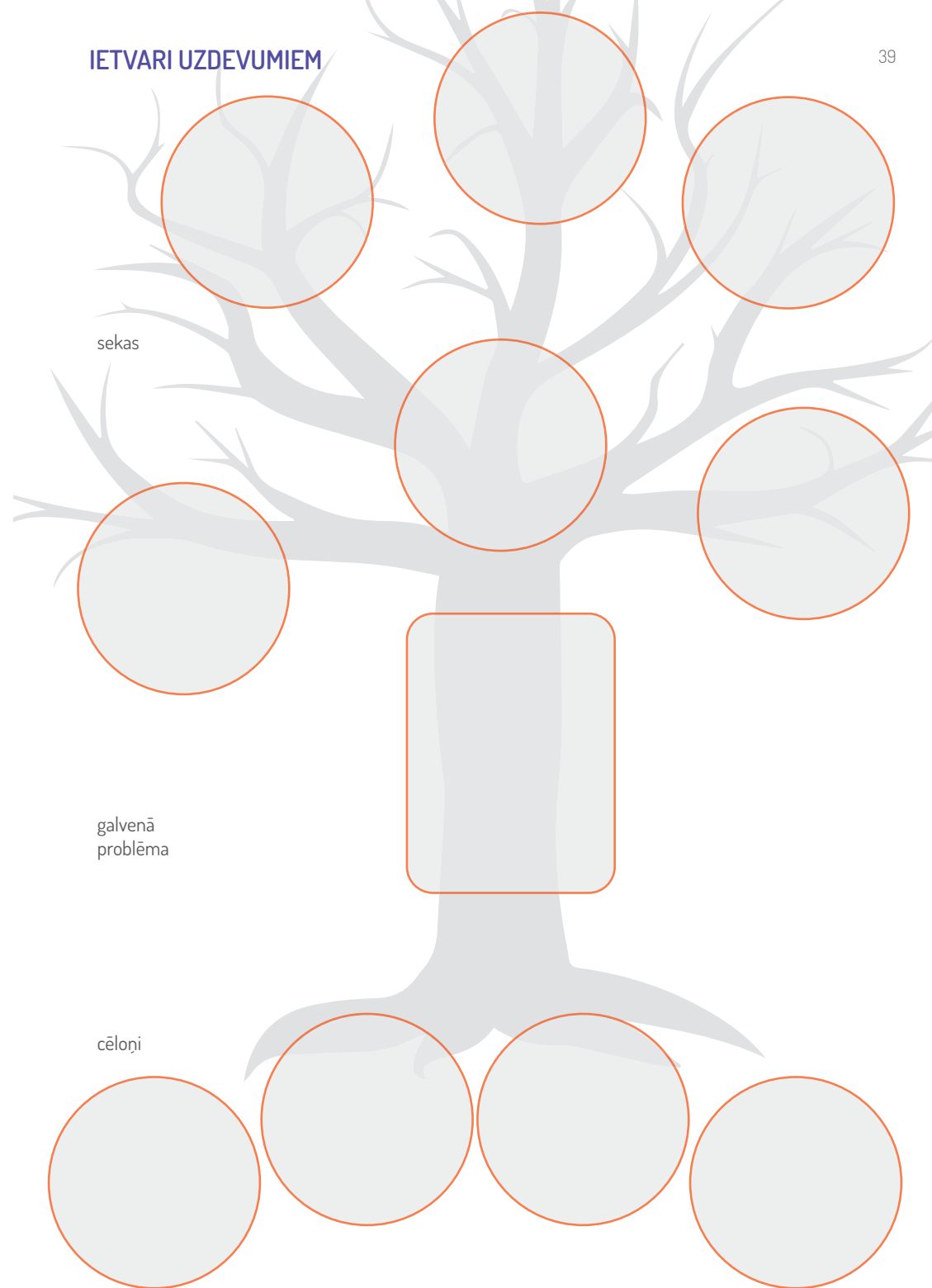
Rokasgrāmata izdota 2020. gadā.

Rokasgrāmatas izdevējs: Partnerība Daugavkrasts
Rokasgrāmatas autori: Regita Zeiļa, Madara Ūlande



Atbalsta Zemkopības ministrija un Lauku atbalsta dienests

IETVARI UZDEVUMIEM



Risināmā problēma

Kas ir labuma guvēji?

Kā tiks sasniegta auditorija?

Kādi ir soļi, lai panāktu pārmaiņas?

Aktivitāšu izmērāmie rādītāji

Darbības rezultāts un ieguvumi

Ilgtermiņa ietekme

Resursi	Aktivitātes	Darbības formāts	Klientu segmenti	Vertības piedāvājums
Oļveki, materiāli, infrastruktūra		Pakalpojums, produkts, darbonība?	Sanemējs	Sociālās aspekts
Partneri, ieinteresētās puses		Kanāli		Sociālās ietekmes mērīšana
			Maksātājs	Klienta ieguvumi
Izmaksu struktūra		Peļņa		
		Kur tā tiks investēta?		

