

Ilgtspējīgas sociālās uzņēmējdarbības modelis

Projekts Nr.2012.EEZ/PP/1/MEC/060/020.

„Integrēta pieeja atkarīgo personu sociālai iekļaušanai»

Nodibinājums «Nova Vita»

J.Balevičs

2015.gada 5.oktobris

SU stratēģisko mērķu dualitāte

- * **sociālais un/vai vides mērķis**
- * **ekonomiskais mērķis**

Sociālie uzņēmumi vienlaicīgi nodrošina klientu , kuri maksā par sniegto preci vai pakalpojumu, vērtību kā arī sociālo vērtību, kuru saņem organizācijas, kopienas vai indivīdi. Sociālās vērtības ieguvēji ir arī finansētāji, kuri tādējādi īsteno savu misiju un mērķus.

Sociālās uzņēmējdarbības iespēju avoti

- * *galvenie aktīvi*, piemēram, bezmaksas pamatlīdzekļi, leģitimitāte, sociālās darbības atpazīstamība, īpaši sadarbības tīkli, speciāla tehniskā ekspertīze,
- * *pašpalīdzība*, no labuma guvējiem kā klientiem un bieži vienlaicīgi arī darbiniekiem,
- * *filantropija*, ieguldījums bieži ietver vērtīgu padomu biznesa uzsākšanai un izaugsmei,
- * *brīvprātīgo darbs*.

SU spēju jomas

Galvenās sociālo uzņēmēju spēju jomas sasniedzamo resursu izmantošanai ir :

- * sadarbības tīklu izveidošana un uzturēšana
- * kopīga biznesa procesu centralizācija
- * zināšanu/informācijas apmaiņa
- * koplietošanas aktīvu un brīvprātīgo piesaiste
- * inovācijas

SU vērtības piedāvājuma kritēriji

- * **skaidram pamatojumam** kāpēc gala patērētājs izvēlēsies sociālā uzņēmuma preci vai pakalpojumu;
- * **mērogojams ieņēmumu modelis**, kur palielinoties preču vai pakalpojumu apjomam, palielinās uzņēmuma peļņas procents;
- * **vairāku ieņēmumu** straumju modelis
- * radītās **sociālās vērtības skaidrība**.

Tirgus kļūdas radītās iespējas

- * Sociālie uzņēmumi rodas tad, kad ir sociāla-tirgus kļūda, piemēram, komerciāli tirgus spēki neapmierina sociālu vajadzību vai nepilda līgumu. Tas bieži notiek tāpēc, ka tie, kuriem šie pakalpojumi vai preces ir vajadzīgi, nav spējīgi par tām samaksāt. Komerčiāla uzņēmēja problēma ir sociāla uzņēmēja iespēja.

Zemo cenu tirgus segmenti

- * **Sociālie uzņēmumi bieži darbojas zemo cenu tirgus segmentos, kur nepieciešami inovatīvi risinājumi izmaksu segšanai.**
- * **Komerčiālā uzņēmējdarbība ir tendēta koncentrēties uz jaunām vajadzībām un atklājumiem, kamēr sociālā uzņēmējdarbība bieži koncentrējas uz pamata, ilgi neatrisinātu vajadzību apkalpošanu, darot to efektīvāk inovatīvā veidā.**

Jaunrades stratēģijas pieeja

- * **Sadarbība starp sociālās uzņēmējdarbības iesaistītajām pusēm ir inovāciju pamats.**
- * Inovācija ir arēna, kur sociālais uzņēmējs īsteno jaunas vēl nebijušas pieejas, kamēr resursi ir līdzekļi kā šīs inovācijas īstenot.
- * Sadarbība un tīkli ir svarīga atšķirības dimensija, kura nodrošina nepieciešamās priekšrocības tirgū.

Kolektīvas piegādes ķēdes un zīmolvedība

- * SU, apvienojoties sadarbības tīklos, iespējams gūt labumu no kopīgu biznesa procesu, centralizēšanas.
- * Ņemot vērā sociālā uzņēmumu sociālos mērķus, vērtības un iesaistīto pušu orientāciju, pastāv priekšnoteikumi viena reģiona ietvaros kolektīvu zīmolu izveidei un vadībai, kā arī kolektīvu piegādes ķēžu izveidošanai un uzturēšanai.

Rīcība

- inovāciju vides un atbalsta nodrošināšana
- likums par sociālajiem uzņēmumiem
- pilotprojekts 9.1.1.3.pasākuma "Atbalsts sociālajai uzņēmējdarbībai» ietvaros, t.sk. granti;
- sadarbības tīklu izveidošana
- kopīgu biznesa procesu un zīmolvedības centralizācija
- aktīvu apzināšana un to koplietošana
- zināšanu un informācijas apmaiņa (labākā prakse).



Paldies!

Jānis Balevičs

balevics@apollo.lv

Mob.tel.+371 29212745