

SELF ieinteresēto pušu kopējā mediju stratēģija

| Fokusa grupas | Atslēgvārdi | Kanālu rīki |
|---|---|---|
| Jaunieši (Skolēni, jaunieši, kuri nestrādā un nemācās, pusaudži) un cilvēki ar invaliditāti. | Vērtības: pārmaiņas, emocijas, cilvēka ētika, ietekme, morāle, attīstība. | Tradicionālie kanāli (Laikraksti, TV/ radio programmas, publiskie plakāti un baneri). |
| Patērētāji un klienti. | Augsta produktu un pakalpojumu kvalitāte. | Izbraukumi (Prezentācijas dabiskajā vidē un personīgie stāstnieki). |
| Valsts iestādes (Reģionālās un vietējās iestādes, un lēmumu pieņēmēji). | Uzņēmējdarbības modeļa caurredzamība. | Influenceri (Tik Tok/Instagram). |
| Uzņēmēji un uzņēmumu vadītāji. | Strukturēti skaitļi, organizācijas pieredze, fakti, rezultāti, SKAITĻI! | Iestāžu komunikācija (Ikgadējie pasākumi, reģionālie atbalvojumi). |

SELF

Social Ecosystem Leads the Future



Sociālās ekosistēmas vadīta attīstība

“Sociālās ekonomikas misijas: sociālā noturība”

Mērķis - veicināt sociālās ekonomikas potenciāla attīstību un atpazīstamības stiprināšanu, izmantojot starpreģionu apmācības un sadarbību.

Sociālās ekonomikas misijas

Seminārs- Savstarpējās mācīšanās aktivitātes- Vebinārs



Ņemot vērā to, ka par sociālās ekonomikas un noturības jēdzieniem nav viennozīmīga izpratne, SELF konsorcijs rosināja starptautisku diskusiju, lai ne tikai identificētu teritoriju stiprās un vājās puses sociālās ekonomikas jomā (teritoriālā analīze), bet arī sekmētu valsts politikas attīstību sociālās ekonomikas nozarēs, atbalstot sociālo uzņēmumu izveidi (politiskā analīze) un izvērtējot COVID19 ietekmi uz reģiona sociāli ekonomisko struktūru (sociālās uzņēmējdarbības analīze).



Pirmā sociālās ekonomikas misija

42 dalībnieki, tostarp 24 SELF konsorcija ieinteresētās puses

SELF partneru skatījumā, viens no galvenajiem izaicinājumiem ir tiesiskā regulējuma pielāgošana, lai veicinātu sociālās uzņēmējdarbības attīstību un kohēziju, tam vajadzētu būt plašākam un elastīgākam. Sadarbība starp sociālo uzņēmumu grupām un starp sociālajiem uzņēmumiem un valsts iestādēm var radīt ieguvumus, jo īpaši lokālās kopienās, kur sociālai uzņēmējdarbībai ir potenciāls risināt aktuālos jautājumus:

- Kādas darbavietas rada sociālās ekonomikas uzņēmumi? Mērķa grupas - jaunieši, personas, kas bijuši

bezdarbnieki, sievietes, personas ar atšķirīgu izglītības līmeni utt. Kurās nozarēs? Lauksaimniecības pārtikas, sociālās aprūpes, sabiedrisko pakalpojumu, kultūras utt.

- Vai ir viegli izveidot sociālās ekonomikas uzņēmumu? Noteikumi, finansējums, palīdzība, valsts un privātās partnerības.

- Kādus pasākumus mēs varam ierosināt sociālās ekonomikas veicināšanai? Kādi plāni vai stratēģijas pastāv citās valstīs un/vai reģionos?

Reģiona ekosistēma

KANTABRIJA

Pašreizējā situācija reģionā ir akcentējusi nepieciešamību veicināt sociālās Ekonomikas attīstību, identificējot to kā potenciālo nozari ar reģiona IKP reprezentativitāti 3,91%. 2021. gada martā tika izveidota, 'Kantabrijas sociālās ekonomikas padome':

- Augstākā institūcija sociālās ekonomikas veicināšanai un izplatīšanai.
- Sadarbība un koordinācija starp organizācijām un reģiona administrāciju.
- Priekšlikumu sagatavošana, ziņojumu iesniegšana par projektiem un noteikumiem, kas ietekmē sociālo ekonomiku vai tās organizācijas; sociālās ekonomikas jautājumu izskaidrošana sabiedrībā un pētījumu veikšana.
- Dalībnieki: Kantabrijas reģiona vadība, sociālo ekonomiku pārstāvošās institūcijas, speciālisti, sociālie darbinieki (arodbiedrību organizācijas un uzņēmēju organizācijas).

VIDZEME

Kopš 2018. gada sociālā uzņēmējdarbība juridiski tiek definēta kā atsevišķs uzņēmējdarbības veids ar savu juridisko statusu - sabiedrība ar ierobežotu atbildību (SIA). 44% ir jaundibināti uzņēmumi; lielākā daļa no tiem ir mazie un vidējie uzņēmumi; daži var uzrādīt peļņu un sociālo ietekmi, un daži eksportē savus produktus/pakalpojumus. Šobrīd reģistrēti vairāk nekā 140 sociālo uzņēmumu un puse no tiem savu darbību veic ārpus Rīgas.

Reģionālajā ekonomikā lielākā sociālās uzņēmējdarbības aktivitāte ir darba integrācijas uzņēmumi, kas nodarbina mērķa grupas (26%); galvenokārt tādi pakalpojumi kā mākslas, veselības, sporta, izklaides, ēdināšanas, sociālie pakalpojumi.

ALTUM grants programma ir valsts līmeņa finansēšanas instruments, kas atbalsta sociālo uzņēmējdarbību, lai veicinātu augsta līmeņa kvalitāti un ilgtspējīgu nodarbinātību.

POMOŽES VOJEVODISTE

Polijas sociālā un solidārā ekonomika galvenokārt atbalsta cilvēkus, kuri ir atstumti vai kuriem draud sociālā atstumtība, tostarp: cilvēkus ar invaliditāti, ilgstošos bezdarbniekus, cilvēkus, kas nonākuši bezpajumtnieku centros, audžuģimeņu jauniešus, atkarīgos un citus atstumtos cilvēkus.

Pomorskas reģionā 2021. gada aprīlī bija 80 sociālie uzņēmumi, kas izveidoti ar sociālās ekonomikas atbalstu centru palīdzību (statusa sertifikāts). Lielākā daļa no tiem sniedz pakalpojumus saistībā ar ēdināšanas un sociālajām jomām, kā arī sniedz pakalpojumus pašvaldībām. Turklāt Pomorskas reģionā (2021. gada marts) ir 73 sociālie kooperatīvi, kurus kā juridiskas personas dibinājusi sociālās atstumtības riskam pakļautu cilvēku grupa (vietējā pašvaldība, komūna utt.). Sociālajiem uzņēmumiem specifiskais tiesiskais regulējums: Sociālās ekonomikas nacionālā programma.

Attīstības plānā 2019-2023.gada mērķis ir radīt 35 000 jaunas darba vietas sociālās atstumtības riskam pakļautām personām. Tiek gatavota reģionālā stratēģiskā programma veselības, drošības un sociālā jūtīguma jomā (Sociālās ekonomikas attīstības novada programma 2021.-2027. gadam), tomēr pastāv tematiskas ievirzes, lai izstrādātu atbalsta sistēmu NVO un un sociālās ekonomikas struktūru institucionalizācijai un īstenošanai

Nozaru ekosistēma



AGROINDUSTRIJA

“Vietējā pārtikas patēriņa” prioritizēšana ES, lai pievērstos ilgtspējīgam patēriņam, un paplašinātu ražotāju atbildību koncepcijas īstenošanai lauksaimniecības jomā attiecībā uz kvalitāti un ilgtspējību. Šie elementi saistās ar sociālās ekonomikas vērtību un filozofiju;

Veicināt dalību Eiropas programmās. Alianses ietvaros ir subjekti, kas jau ir piedalījušies un sadarbojas Eiropas programmās (piem., LIFE), iesaistoties jaunu lauksaimniecības uzņēmējdarbības iespēju atklāšanā, lai veicinātu ilgtspējīgu ražošanu;

Sabiedriskie iepirkumi, kas ir sociāli atbildīgi, var palīdzēt nodrošināt vietējo lauksaimniecības uzņēmumu ekonomi-

sko ilgtspēju un arī palielināt iedzīvotāju informētību par viņu sociālo ieguldījumu.



DIGITALIZĀCIJA

Darbs pie digitālo prasmju attīstības rada zināšanas un izpratni par digitālo platformu pakalpojumiem, un tas ir pirmais solis, lai darba ņēmējiem dotu iespēju strādāt sociālās ekonomikas struktūrās. Taustāmākā pieeja būtu pielāgot tehnoloģijas, lai tās būtu pieejamas plašākai sabiedrībai. Jebkurā gadījumā šiem pieteikumiem, ko paredzēts pieņemt, pielāgot un izmantot sociālās ekonomikas organizācijās, nepieciešami resursi un ieguldījumi;

Digitālās tehnoloģijas tiek uzskatītas par vērtīgām, uzlabojot produktu, padarot to populāru un apgūstot jaunus tirgus. Lai gan digitalizācija kalpo vairāk, lai lai sazinātos ar labuma guvēju vai

patērētāju, sociālo organizāciju mērķis ir izcelt cilvēku attīstības centrā. Darbs digitālajā vidē neaizstās klātienē darbību, pakalpojumus. Piemēram, agroindustrijas starpnieku skaita samazināšana un mērķa “nišas” tirgu atrašana, pamatojoties uz kvalitāti (piemēram, Km0 iniciatīvas), nevis cenu un kvantitāti);

Lai palielinātu sociālās ekonomikas uzņēmumu ietekmi un dzīvotspēju, ir svarīgi no valsts iestādēm (valsts, reģionālām un vietējām struktūrām) saņemt palīdzību noliktavu loģistikai un ātrai un efektīvai preču un pakalpojumu piegādei par pieņemamu cenu.



UZŅĒMĒJDARBĪBA

Sociālā uzņēmējdarbība ietver dažādus mērķus un darbības, taču tai vajadzētu izvirzīt cilvēkus, solidaritāti un demokrātiju sava darba priekšplānā. Sabiedrības labklājība kā pamats darbam un analīzes veikšanai. Sociālās uzņēmējdarbības veicināšana kā veids, kā atvērt jaunus modeļus un formas tradicionālajai sociālās ekonomikas struktūrai, jo īpaši attiecībā uz kooperatīviem.

Strādāt pie vietējo jauniešu vēstnieku izveides, kuri saprot, ka sociālā ekonomika ir interesanta un iespējama uzņēmējdarbības forma, kurai vietējās vai reģionālās organizācijas varētu pārstrukturēt, lai nodrošinātu apmācību šajā nozarē. Piemēram, Kantabrijā ir izveidota vietējās attīstības aģentūras (ADL), kas darbojas Ar tādiem tādu uzņēmējdarbības mērķiem kā sociālās ekonomikas uzņēmējdarbības modeļa veicināšana.

Pakalpojumu reorganizācija ir būtiska, lai gūtu panākumus sociālās uzņēmējdarbības iniciatīvu pirmajos soļos. Sociālās ekonomikas filozofijas pamatā ir peļņas atkārtota ieguldīšana un tā-

das būtiskas uzņēmējdarbības iezīmes kā inovācija un ieguldījumi produktu ražošanā, kas paredzēti sabiedrībai.

Veselība/labjūtība

Sociālās ekonomikas struktūras papildina publisko iestāžu darbību, jo tās spēj pielāgoties sociālajām vajadzībām. Neraugoties uz COVID19 ietekmi, šīs struktūras nav cietušas no darbinieku skaita samazināšanās, un pat sadarbība ar citām sociālajām struktūrām tiek veicināta, lai pārveidotu ekonomikas un uzņēmējdarbības modeļus un kooperatīvus, jo īpaši pamatpakalpojumu saņēmējiem, piemēram, enerģētikas nozarē (Solabria).

Sabiedrības pārstāvju iesaistīšana sociālā atbalsta modeļu uzlabošanas programmu izstrādē un paplašināšanā: sociālās ekonomikas organizācijām ir būtiska nozīme mūžizglītībā sociālo pakalpojumu jomā, sniedzot vairāk atbalsta aprūpei ģimenē vai programmu ierobežojumu novēršanai.



Otrā sociālās ekonomikas misija

24 dalībnieki, tostarp 15 SELF konsorcijs ieinteresētās puses.

Pašreizējā situācijā saistībā ar COVID pandēmijas radīto ietekmi, viens no galvenajiem izaicinājumiem SELF konsorcijs ir piemērotā un noturīgā veidā atbalstīt ekonomisko un sociālo attīstību savā teritorijā, veicinot sociālās ekonomikas turpmāku attīstību kā potenciālu reģionālu risinājumu, kas skar strukturālus problēmjautājumus - nodarbinātību un uzņēmējdarbības prasmju trūkumu:

- Kādus terminus jūs izmantojat, lai aprakstītu sociālo uzņēmējdarbību savā valstī?
- Kā jūs atpazīstat sociālo uzņēmējdarbību?
- Vai tas ir sociāls uzņēmējs vai sociālais uzņēmums?
- Kā šie jēdzieni tiek uztverti jūsu valstīs?
- Jūsu idejas par dažādu vietējo/reģionālo iestāžu sadarbību ar sociālajiem (un iekļaujošiem) uzņēmumiem/uzņēmējiem.
- Kādi statistikas dati atspoguļo sociālās ekonomikas sociālo un ekonomisko ietekmi?

Dažas no šīs misijas galvenajām pieejām bija diskusijas par pārmaiņu teoriju; sociālās uzskaites, pārskatu un revīzijas plūsmas; dažādi sadarbības nozares izstrādāti instrumenti; Francijā izstrādātais jēdziens “utilité sociale” (sociālā lietderība); ieguldījumu sociālā atdeve (SROI); IRIS rādītāju katalogs; ietekmes novērtējuma sistēma, ko izstrādājusi B Lab u.c. Īpaša uzmanība tiek pievērsta šo pieeju izcelsmei un izplatīšanai, rādītāji var būt svarīgi, novērtējot sociālās ekonomikas ieguldījumu ilgtspējīgas attīstības mērķu sasniegšanā un citos būtiskos jautājumos, kas saistīti ar šo jomu.

Savstarpējā
saistība

Pēdējos gados izpratne par šī modeļa būtību ir palīdzējusi sociālajā uzņēmējdarbībā iesaistītajām personām kļūt neatkarīgākām un pāriet no ārējā atbalsta uz klasiskajiem uzņēmējdarbības principiem – produkta vērtības piedāvājuma formulēšanu, ienākumu radīšanu, izmaksu optimizāciju, tirgus izpēti un attīstību.

“Neviens netiek atstāts novārtā” un tiek nodrošinātas vienlīdzīgas iespējas dažādām sabiedrības grupām. Brīžos, kad nepieciešams nošķirt biznesa un sociālos aspektus, dominē sociālie aspekti.”

Sociālo uzņēmumu vispārējie aspekti

Attīstība

Nereti uz NVO bāzes veidojas sociālie uzņēmumi, kas, meklējot iespēju samazināt savu neatkarību no atbalsta fondiem, sāk īstenot saimniecisko darbību un tādējādi pārtop par sociālo uzņēmumu. Sociālā uzņēmuma ideja nāk arī no personām, kuras nepārstāv NVO, bet nav apmierinātas ar kāda jautājuma risināšanu un ir gatavas iesaistīties, sākot ar iespējamu neatkarīgas darbības modeli - darbojoties atbilstoši sociālā uzņēmuma konceptam.

Veidi

Privātpersonas ir gatavas dažādām iesaistes formām – pakalpojumu sniegšanai, ražošanai, starpniecībai, pārstāvniecībai, uzņēmējdarbības apvienošanai ar līdzekļu piesaisti u.c. uzņēmējdarbības modeļiem.

Izpratne par sociālo ekonomiku vēl tikai veidojas, jo tā ir saistīta ar redzesloka paplašināšanu un tās klātbūtni nereti ietekmē personas nodarbošanās – un to, vai tā ļauj saskatīt kopainu. Tāpēc ir svarīgi šādos projektos iesaistīt ne tikai politiku veidotājus un atbalsta organizācijas, bet arī pašus sociālos uzņēmējus un šajā jomā ieinteresētās puses – sociāli atbildīgas personas, kuras spēj izprast sociālās ekonomikas nozīmi caur līdzdalību un fizisku personu lomām, uzlabojot viņu dzīves kvalitātes attīstību.





Trešā sociālās ekonomikas misija

26 dalībnieki, tostarp 16 SELF konsorcijs ieinteresētās puses

Pēdējās desmitgades laikā ir pieaugusi interese par sociālās un solidaritātes ekonomikas (SSE) dalībnieku ietekmes un snieguma novērtējumu. To, cita starpā veicina tas, ka pēdējos gados strauji pieaug nozīme, kas piešķirta sociālajiem uzņēmumiem, sociālajai uzņēmējdarbībai un ietekmes investīcijām. Pašlaik paralēli tiek izstrādātas dažādas ietekmes novērtējuma sistēmas, kas netiek savstarpēji sinhronizētas, kā rezultātā netiek veicināta vienota izpratne par SSE ietekmi.

Ir zināms, ka kartēšanas process nenošķir sociālo uzņēmumu ekosistēmu pilnīgu novērtējumu, bet vismaz ietver pašreizējo iezīmju un tendenču aprakstu, lai atbalstītu reģionālās politikas veidošanu. Valsts vai reģionālie sociālo

uzņēmumu sociālās ietekmes novērtējuma ziņojumi liecina par "ietekmes kritēriju" definīciju un metožu daudzveidību.

Trešās sociālās ekonomikas misijas uzdevums ir pievērsties tam, kā definēt, kādi instrumenti/rādītāji ir lietderīgi, lai palielinātu kolektīvo izpratni par "atšķirību, ko rada sociālais uzņēmums", pieņemot pilnīgi "augšupējo" pieeju (no ieinteresētajām personām līdz reģionālajām iestādēm). Kopēju sociālās ietekmes novērtēšanas sistēmu izstrāde varētu palielināt izpratni, caurredzamību, atbildību, sociālo uzņēmumu ietekmi un tādējādi palielināt privāto ieguldītāju un plašākas sabiedrības interesi.

Sociālie uzņēmumi un sociālā ekonomika arvien vairāk tiek atzīti sociālajos plašsaziņas līdzekļos, radot sabiedrībā diskusijas. Šie rezultāti, šķiet, liecina par vispārēju aktivitātes un popularitātes pieaugumu, ko sociālo mediju diskusijas par SE ir novērojušas saistībā ar vispārējo sociālo plašsaziņas līdzekļu izmantošanas pieaugumu. Sociālo uzņēmumu ārējās ietekmes analīze galvenokārt balstījās uz diviem metodoloģiskiem elementiem: pirmkārt, intervijas ieinteresētajām personām, valstu un reģionu politikas veidotājiem (aptaujas lapa tiešsaistē) par vispārējo izpratni par sociālo ekonomiku un ietekmi uz iedzīvotāju ikdienas dzīvi. Otrkārt, sociālo mediju kanālu analīze tiek izmantota kā starpnieks, lai atspo-

guļotu vispārējo izpratni par konkrētiem terminiem un jēdzieniem sociālajos tīklos. Tiek piedāvāti tādi izaicinājumi kā piemēram, plaši zināmu "zīmolu" vai komunikācijas rīcības plānu popularizēšana dažādām personām vai organizācijām. SELF ieinteresēto pušu plašsaziņas līdzekļu darbības joma ir jāuztver kā reāls rādītājs sociālo tīklu kanālu ieguvumiem sociālajai atpazīstamībai.

- Praktiska izpratne par sociālo mērījumu un ietekmes pārvaldību.
- Instrumentu izstrāde, lai stiprinātu kapacitāti un identificētu skaidras sociālās ieguldījuma kopsakarības praktiskā darbā.

Vispārīgi kritēriji sociālekonomisko vienību ietekmes mērīšanai



Procenti vai proporcijas (kvantitatīvs rīks)
Tiešsaistes anketas un aptaujas, intervijas (kvalitatīvs rīks)



Klimata pārmaiņas, jo īpaši attiecībā uz CO2 emisijām (vides rīks)



Nelabvēlīgās grupas vai sociālās atstumtības risks (sociālais rīks)



Darbinieku skaits un sociālo uzņēmumu skaits (ekonomiskais rīks)