

# ZIŅOJUMS PAR LABĀS PRAKSES PIEMĒRU LATVIJĀ

---

**Evija Caune**

Zaļā Brīvība

11/19/2015

# Sociālā un ekonomiskā situācija Latvijā

Latvijas Republika atrodas Ziemeļeiropā, Baltijas jūras piekrastē. Valsts platība ir 64,589 km<sup>2</sup>.

## Iedzīvotāji

Latvijas iedzīvotāju skaits ir 1 986 1000. Latvijas iedzīvotāji samazinās (2023,8 milj. 2013. gadā), jo ir visai zemi dzimstības rādītāji (dabiskais pieaugums temps ir -560) un liela iedzīvotāju emigrācija. Iedzīvotāju blīvums ir 32,0 cilvēku uz 1 km<sup>2</sup> (2015. gada dati).

## Etniskās grupas

Latvieši ir 61,1%, krievi 26,2%, baltkrievi 3,5%, ukraiņi 2,3%, poļi 2,2%, lietuvieši 1,3%, citi 3,4% (2013. gada dati).

## Administratīvais dalījums

110 novadi un 9 republikas pilsētas.

## Pārvalde

Daudzpartiju parlamentāra republika.

## IKP

Latvijas ekonomiskai izaugsmei ir augšupejoša līkne. 2015. gada trīs ceturkšņos kopā Latvijas ekonomika ir augusi par 2,7%. IKP ir 24841,6 EUR. IKP pieaugums faktiskajās cenās ir 3,2% (2015. gada dati; 8,6% 2012. gadā). IKP veidojošās nozares (2014. gada dati):

- lauksaimniecība 4,8%,
- ražošana 24,8%,
- pakalpojumi 70,4%.

Inflācijas pieaugums ir 0,4% (4,4% 2011. gadā).

## Nodarbinātība

Latvijā ir 984 6000 ekonomiski aktīvo iedzīvotāju. Nodarbināti ir 885,9 tūkstoši cilvēku. Gada vidējais bezdarba līmenis no ekonomiski aktīviem iedzīvotājiem ir 9,7%. Vidējā bruto alga ir 807,2 EUR mēnesī (2015. gada dati).

Darbaspēks pēc nodarbošanās veida (2010. gada dati):

- lauksaimniecība 8,8%,
- ražošana 24%,
- pakalpojumi 67,2%.

## Ražošana

Latvijā ir tirgus ekonomika ar eksportu, kas sastāda gandrīz trešo daļu no IKP. Pateicoties ģeogrāfiskajai atrašanās vietai, ļoti attīstīti ir tranzīta pakalpojumi, kā arī koksnes un kokapstrādes, lauksaimniecības un pārtikas produktu, kā arī ražošanas iekārtu un elektronikas nozares.

Rūpnieciskā ražošana Latvijā vidēji ir palielinājusies par 3,98% no 2001. līdz 2015. gadam. Centrālās statistikas pārvaldes apkopotie dati liecina, ka, salīdzinot ar februāri, 2015. gada martā rūpniecības produkcijas apjoms pieauga par 10,9%. Galvenās Latvijas eksportpreces:

- koks un koka izstrādājumi,
- mašīnas un iekārtas,
- metāli,

- teksts,
- pārtikas produkti.

Vairākums uzņēmumu, banku un nekustamo īpašumu ir privatizēti, lai gan valstij joprojām pieder prāva kontrolpakete dažos lielos uzņēmumos, tai skaitā 99,8% no īpašumtiesībām Latvijas nacionālajā aviokompānijā Airbaltic. Latvija oficiāli iestājās Pasaules Tirdzniecības organizācijā 1999. gada februārī un Eiropas Savienībā 2004. gada maijā. Latvija pievienojās eirozonai 2014. gadā.

## Izglītība

423389 cilvēku Latvijā ir iesaistīti dažādos formālās izglītības posmos. Izdevumi izglītībai ir 4,9% no IKP (2011. gada dati). Skolas gadu ilgums (no sākumizglītības līdz augstākās izglītības pakāpei) kopumā ir 14 —16 gadi. Lasītprasme: 99.9% no visiem iedzīvotājiem.

## Patēriņš

Vidējais patēriņa cenu līmenis gada laikā palielinājies par 0,2% (salīdzinot 2015. un 2014. gadu). Visaugstākais patēriņa cenu pieaugums ir mājoklim, kā arī precēm un pakalpojumiem, kas saistīti ar mājokli. Tāpat 2015. gada nogalē patēriņa cenu kāpums ir alkoholam un tabakas izstrādājumiem. Patērētāji pārsvarā ir optimistiski par savu finanšu nākotni, viņi arvien vairāk izvēlas tiešsaistes iepirkšanās vietnes. Arvien pieaug pieprasījums pēc vietējā ražojuma pārtikas produktiem. Paredzams, ka banku un norēķinu karšu izmantošana turpinās pieaugt, bet, neskatoties uz ienākumu pieaugumu, patērētājiem joprojām ir grūti ietaupīt.

## Vide

Latvijas vide ir guvusi labumu no pārejas uz pakalpojumu nozarēm pēc valsts neatkarības atgūšanas. Galvenās vides aizsardzības prioritātes ir dzeramā ūdens kvalitātes uzlabošana un notekūdeņu sistēmu sakārtošanu, sadzīves un bīstamo atkritumu apsaimniekošanu, kā arī gaisa piesārņojuma samazināšana. 2001. gadā Latvija noslēdza ES iestāšanās sarunu sadaļu par vidi, apņēmoties pilnībā ieviest ES vides direktīvu līdz 2010. gadam.

## Sociālā aizsardzība

Veselības izdevumi ir 5,7% no IKP (2013. gada dati). 569506 personas vidēji katru mēnesi saņem dažāda veida pensijas no valsts budžeta. 19867 personu no valsts budžeta saņem sociālo pabalstu. 469814 personas saņem vecuma pensiju. Vidējās vecuma pensijas izmaksas mēnesī ir 272,46 EUR. Uz 1000 iedzīvotājiem ir 287 pensionāru jeb 28,7% no visiem iedzīvotājiem (2015. gada dati).

## Sociālās un solidaritātes ekonomikas organizāciju loma

Latvijā nav daudz organizāciju, kas sevi identificē kā sociālās solidaritātes vai ekonomikas organizācijas. Nesen veiktais Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kameras pētījums liecina, ka tikai 34 no 1296 (tikai 3%) uzņēmumiem definē sevi kā sociālu uzņēmumu (5).

Šī pētījuma autori nevarēja atsevišķi norādīt organizācijas, kas sevi definē kā organizācijas, kas darbojas sociālās vai solidaritātes ekonomikas jomā. Intervēto organizāciju pārstāvji nepiedēvēja sociālās vai solidaritātes ekonomikas profilu nedz savai darbībai, nedz sava organizācijas mērķiem vai rezultātiem. Tikai viens informants intervijā zināja jēdzienu "solidaritātes ekonomika" un varēja par to spriest. Vēl divi informanti lietoja terminu "sociālā ekonomika", bet runājot par teorētiskajām pieejām un koncepcijām. Kopīgs termins, ko visi informanti izmantoja, ir "sociālā uzņēmējdarbība" un "sociālais uzņēmums". Tas ir Latvijā lietots termins, ko pētījuma autori izmantoja, intervējot informantus. Termins „sociālā uzņēmējdarbība” ir saistīts ar ES sociālās uzņēmējdarbības iniciatīvu. Pēdējos gados Latvijā ir notikuši vairāki forumi par sociālo uzņēmējdarbību. Sociālās uzņēmējdarbības jēdziens ir iekļauts Nacionālajā attīstības plānā 2014-2020. Tātad šis termins aizvien vairāk tiek iedzīvināts gan biznesa, politikas, akadēmiskās, gan bezpeļņas sektora vidē. Diemžēl termini „sociālā ekonomika” vai „solidaritātes ekonomika” nav tik pazīstami ārpus akadēmiskās vides. Tas tika ņemts vērā, pielāgojot intervijas jautājumus

Latvijas kontekstam.

Pētījuma autori ir pārliecināti, ka mēs varam attiecināt sociālo uzņēmējdarbību uz sociālās un solidaritātes ekonomikas ietvaru, paturot prātā, ka šāda pieeja neaptver visu parādības kopumu.

Lielākā daļa no sociālās uzņēmējdarbības veicējiem ir reģistrētas kā biedrības vai nodibinājumi. Biedrības un nodibinājumi saskaņā ar Latvijas likumdošanu ir nevalstiskās organizācijas. Latvijā NVO dibināšanu, darbību un likvidāciju regulē Biedrību un nodibinājumu likums. Lielākajai daļai sociālo uzņēmēju, kas ir izvēlējušies nevalstisku organizāciju kā juridisku formu, ir līdzīgas īpašības (5):

- pusei no šīm organizācijām ir sabiedriskā labuma statuss,
- lielākā daļa no tiem piesaista līdzekļus no projektu konkursiem,
- tikai neliela daļa no ieņēmumiem budžetā veido saimnieciskā darbība,
- galvenās darbības jomas ir izglītības pasākumu organizēšana un īstenošana,
- tikai dažas no tām algo pastāvīgus darbiniekus,
- visas savās ikdienas darbībās iesaista brīvprātīgos darbiniekus.

Sociālie uzņēmumi vairumā gadījumu ir biedru organizācijas, tāpēc var teikt, šīs organizācijas sastāv no cilvēkiem ar kopīgiem mērķiem un interesēm.

Sociālie uzņēmēji ir tie, kas:

- motivē un veido pilsonisko sabiedrību,
- uzlabo indivīdu dzīves kvalitāti,
- veic sociālās un ekonomiskās aktivitātes,
- veic vides aizsardzību,
- organizē un īsteno labdarību,
- sniedz sociālos pakalpojumus un sociālās rehabilitācijas pakalpojumus,
- saglabā kultūras mantojumu,
- nodrošina izglītības pakalpojumus,
- integrē sociāli nelabvēlīgas grupas sabiedrībā.

Latvijas sociālās uzņēmējdarbības veicēji ir jauni, aizrautīgi cilvēki, kuri nav vērsti uz potenciālo peļņu izvēlētajā uzņēmējdarbības jomā. Viņu darbību nosaka nesavtīgi, bet tajā pašā laikā vērienīgi mērķi. Daļa no sociālajiem uzņēmumiem ir izveidojušās pateicoties finanšu instrumentiem, kas pieejami Latvijā. Piemēram, uzņēmuma Hopp sociālās uzņēmējdarbības aktivitātes tika īstenotas pateicoties Laikmetīgās mākslas centra programmas programmai Brigāde, ko finansiāli atbalstīja Sorosa fonds Latvija. Pateicoties šim ārvalstu finansējumam, Latvijā izveidojās vairāki sociālie uzņēmumi, tomēr daļa no šiem uzņēmumiem ir beiguši savu darbību vai darbība uz laiku ir pārtraukta līdz ar finansiālā atbalsta izbeigšanos vai ja konkrētā darbības joma ir izrādījusies nerentabla.

## **Sabiedriskās un likumdošanas iniciatīvas, kas ietekmē sociālās un solidaritātes ekonomikas jomu Latvijā**

Sociālā un solidaritātes ekonomika tāpat kā sociālā uzņēmējdarbība ir jauni jēdzieni, — nav tiesību aktu, kas atsevišķi regulē šo jomu. Trūkst vienotas definīcijas vai kritēriju kopuma, kas norobežotu sociālās un solidaritātes ekonomikas organizācijas no biedrībām, nodibinājumiem un komerciālām organizācijām. Līdz šim sociālie uzņēmumi var strādāt kā komerciāli uzņēmumi vai nevalstiskās organizācijas (biedrības vai nodibinājumi). Saskaņā ar Biedrību un nodibinājumu likuma 7. pantu, nevalstiskas organizācijas ir tiesīgas veikt papildu saimniecisko darbību, kas saistītas ar to īpašuma uzturēšanu vai izmantošanu, kā arī veikt citas saimnieciskās darbības, lai sasniegtu biedrības vai nodibinājuma mērķus. Biedrības vai nodibinājuma saimnieciskā aktivitāte ir atļauta kā instruments, ko organizācijas var izmantot, lai veicinātu Statūtu mērķus, bet saimnieciskā darbība nedrīkst būt nevalstisko organizāciju pamatdarbība, tāpēc biedrības un nodibinājumus nevar uzskatīt par sociālajiem uzņēmumiem klasiskajā izpratnē.

Patiesībā Latvijā ir tikai pašpasludinātie sociālie uzņēmumi. Ir daudzas organizācijas, kas pat neapzinās savu īpašo misiju vai statusu. Tā kā faktiski sociālie uzņēmumi Latvijā jau darbojas bez valsts atbalsta, 2013. gadā Labklājības ministrija izveidoja darba grupu, kas izstrādāja koncepciju par sociālās uzņēmējdarbības īstenošanu

Latvijā. Galvenais Konceptijas mērķis bija noteikt kritērijus, kas raksturo sociālo uzņēmumu. Labklājības ministrijas Konceptijas izstrādātajiem kritērijiem jābūt vispārējiem un vispatverošiem, lai neliegtu organizācijām kļūt vai īstenot sociālās ekonomikas aktivitātes.

Attīstītot sociālo uzņēmējdarbību zem biedrību vai nodibinājuma karoga, var iegūt dažas privilēģijas. Atšķirībā no uzņēmumiem, biedrības un nodibinājumi ir atbrīvoti no uzņēmumu ienākuma nodokļa un, ja saimnieciskās darbības apgrozījums gada laikā nepārsniedz EUR 50 000, biedrībai vai nodibinājumam nav jāreģistrējas kā pievienotās vērtības nodokļa (PVN) maksātājam.

Izvēloties biedrību vai nodibinājumu kā sociālās uzņēmējdarbības juridisko formu, ir iespēja iegūt sabiedriskā labuma organizācijas statusu un tādējādi gūt iespēju piesaistīt papildu finansējumu, ļaujot ziedotājiem saņemt nodokļu atlaidi. Tas ir netiešs valsts atbalsts, ko Latvijas nevalstiskās organizācijas, kas ir ieguvušas sabiedriskā labuma statusu, bauda pretēji komercorganizācijām, kurām nav šādu tiesību. Turklāt biedrība vai nodibinājums saņem nekustamā īpašuma nodokļa atbrīvojumu, ja tās nomā vai saņem valdījumā pašvaldības īpašumu, ko izmanto medicīnas un sociālās aprūpes pakalpojumiem. Jāatzīmē, ka uz šo labumu var pretendēt kā biedrība vai nodibinājums, tā arī komersants. Papildus iepriekš minētajam, pašvaldība var izdot noteikumus, kas nodrošina privilēģijas atsevišķām nekustamā īpašuma nodokļa maksātāju kategorijām.

Saskaņā ar pašlaik spēkā esošo tiesisko regulējumu, sociālais uzņēmējs var izvēlēties arī komersanta juridisko formu savas darbības veikšanai. Komersants ir komercreģistrā ierakstīta fiziskā persona (individuālais komersants) vai komercsabiedrība (personālsabiedrība un kapitālsabiedrība). Komerclikums paredz, ka komersants veic uzņēmējdarbību, kas ir brīvā tirgus ekonomiskā aktivitāte un kuru peļņas gūšanas nolūkā savā personā veic komersants. Jāatzīmē, ka likums neuzliek par pienākumu sadalīt peļņu vienīgi starp īpašniekiem, tāpēc uzņēmējdarbību var veikt, izvirzot sociālo aspektu kā darbības mērķi, paredzot, ka peļņa tiek izmantota sociālo problēmu risināšanai.

Ja sociālais uzņēmējs izvēlas komersanta tiesisko statusu, tā ir pakļauta visiem noteikumiem un nosacījumiem, kas attiecas uz jebkuru komersantu - pienākumu maksāt nodokļus un nodevas bez iespējas saņemt jebkādas privilēģijas tikai tāpēc, ka uzņēmums veic sociālo uzņēmējdarbību.

Šobrīd valsts nepiedāvā efektīvus atbalsta mehānismus tieši sociālajiem uzņēmējiem, jo, ja valsts atzīs sociālo uzņēmumu veidošanos kā vēlamu, ir nepieciešams izveidot īpašus atbalsta instrumentus tieši šīs uzņēmējdarbības formas attīstībai. Līdz šim brīdim nav izstrādāti un īstenoti īpaši valsts atbalsta mehānismi, lai veicinātu sociālo uzņēmējdarbību Latvijā.

## Sociālās un solidaritātes ekonomikas labās prakses apraksts

2015. gada jūlijā tika izvēlētas un intervētas piecas personas, kas darbojas vai nu ar attīstības sadarbības, vai sociālās un solidaritātes ekonomiku saistītiem jautājumiem. Intervētās personas ir:

1. Valdības pārstāve attīstības sadarbības jomā: **Anda Grīnberga**, LR Ārlietu ministrijas Attīstības sadarbības politikas nodaļas vadītāja.
2. Nevalstisko organizāciju sektora pārstāvis sadarbības jomā: **Andris Bērziņš**, Latvijas Samariešu apvienības direktors.
3. Sociālās un solidaritātes ekonomikas jomas praktiķes: **Sabīne Sīle-Eglīte**, nodibinājuma „Otrā Elpa” valdes locekle un dibinātāja un **Ieva Lāce**, sociālā uzņēmēja, biedrība „Allnatura”.
4. Vietējo pašvaldību pārstāve: **Ilze Tijone**, Bauskas novada pašvaldības Attīstības un plānošanas nodaļas vadītāja.

## Sociālās un solidaritātes ekonomikas labas prakses priekšlikuma pamatojums

Izvēlētais organizācija daļēji vai pilnībā atbilst šādiem sociālās un solidaritātes ekonomikas labas prakses principiem:

**Solidaritāte:** tā raksturo sadarbību starp sociālā uzņēmuma dibinātājiem un darbiniekiem, starp citiem uzņēmumiem un sabiedrību kopumā.

**Kopējais labums:** sociālā uzņēmuma ieņēmumi un resursi sniedz labumu visiem gan uzņēmumā un sabiedrībai kopumā, gan nākamajām paaudzēm. Tas nodrošina kontroles un varas dalīšanu.

**Pašpārvalde:** tiesības sievietēm un vīriešiem, kā arī darbiniekiem un īpašniekiem ietekmēt lēmumu pieņemšanu.

**Kapitāla kontrole:** ir būtiska prakse, lai nodrošinātu labumus atsevišķiem uzņēmumiem, kopienai un solidaritātes ekonomikai plašākā nozīmē.

**Eko-orientēta prakse:** nedestruktīva attieksme pret dabu izejvielu izmantošanā, ražošanas procesā, sniegtajiem pakalpojumiem, patēriņa un mājsaimniecības paradumiem.

**Kopienas ieguvums:** veicina plašāku sabiedrības apziņu kā solidaritātes ekonomikas izpausmes neatņemamu sastāvdaļu.

Organizāciju dalībniekiem ir kopēja izpratne un atbildība par sociālās un solidaritātes ekonomikas ētiskajām vērtībām, proti, rūpes, dalīšanās, pašpaļāvību, godīgums, demokrātija, vienlīdzība, mācīšanās, ekoloģiskā apziņa, sociālais taisnīgums un atklātība.

## Organizācijas nosaukums, atrašanās vieta un nozare

Nodibinājums „Otrā Elpa” ir neatkarīgs nodibinājums, kas darbojas, lai veicinātu sociāli atbildīgu sabiedrību Latvijā.

Veicinot labdarību, piemērojot biznesa risinājumus sabiedrības problēmām un savienojot sociāli atbildīgu uzņēmumu un privātpersonu centienus, „Otrā Elpa” sniedz iespējas gan biznesa sektoram, gan iedzīvotājiem, gan sabiedrības pārvaldes iestādēm ar entuziasmu iesaistīties filantropijas darbā.

Nodibinājums „Otrā Elpa” īsteno korporatīvās sociālās atbildības filozofiju, identificējot tās jomas, kurās nepieciešams atbalsts, piesaistot līdzekļus un veidojot kapitālu, lai palīdzētu maznodrošinātām sabiedrības grupām un sniegtu atbalstu nevalstiskajām organizācijām Latvijā.



Nodibinājums „Otrā Elpa” darbojas kā labdarības veikals „Otrā Elpa”. Labdarības veikals ir mazumtirdzniecības uzņēmums, kura pārdošanas ienākumi tiek izmantoti, lai veicinātu labdarības darbu. Veikala ideja tā dibinātājām radās, iedvesmojoties no Lielbritānijas Oxfam labdarības veikalu tīkla.

Labdarības veikals ir lielisks piemērs tam, kā atkārtoti izmantot lietas, kas citādi tiktu aizvestas uz izgāztuvi. Mantu ziedošana un to pārdošana veikalā ir videi draudzīga rīcība, kas ienes naudu ceļu un nesavtīgu mērķu īstenošanai.

Pateicoties ziedotajām mantām, brīvprātīgajiem darbiniekiem un atbalstītājiem – uzņēmumu un indivīdu nesavtīgam atbalstam, „Otrā Elpa” spēj saglabāt zemas izmaksas un cenas.

Labdarības veikals pārdod galvenokārt labas kvalitātes lietotas mantas, slavenību lietas, arī jaunas preces, kas pagatavotas labdarības mērķiem (piemēram, oriģināli mākslas darbi, apsveikuma kartiņas) un preces, kas ir saistītas ar korporatīvu atbildību (godīgu tirdzniecību, tiešās tirdzniecība produkti).

Ziedotāji ir iedzīvotāji (plaša sabiedrība, mākslinieki, mūziķi u.c.), uzņēmēji, diplomātiskais dienests, slavenības un NVO.

## Īstenotie pasākumi

Nodibinājuma adrese ir Rīga, Marija ielā 13. Tās sociālais mērķis ir labklājības celšana sociāli neaizsargātajām grupām un lietu atkalizmantošana. Šis nodibinājuma aktivitātes ir pielāgotas mērķa grupu īpašajām vajadzībām, kas iezīmējas sabiedrībā un tiek apzinātas sadarbībā ar organizāciju klientiem.

Par darbu labdarības veikalā: divi veikali atrodas Rīgā un viens Liepājā, kur cilvēki var ziedot savas mantas. „Otrā elpa. BB” un „Otrā elpa. Post” Rīgā un „Otrā elpa. Pludmale” Liepājā ir ne tikai labdarības veikali, bet arī tiesisks veids, kā piesaistīt nepieciešamos līdzekļus labdarības un sociālajiem projektiem. Visos veikalos tiek pārdoti privātpersonu, organizāciju, vietējo amatnieku, mākslinieku un ražotāju ziedotās otro elpu ieguvušās lietas, ko var iegādāties par samērā zemām cenām. Daļa no ziedotajām lietām tiek pārdotas, daļa tiek nodota pašvaldībām

un citām organizācijām labdarībai. Ienākumi no uzņēmējdarbības tiek novirzīti dažādiem sociāliem projektiem. Pircēji veikalā balso par projektu pieteikumiem un faktiski viņi izlemj, kam tiks nopelnītā nauda.

## Vadības modelis un ieinteresēto pušu iesaistīšanās

Nodibinājuma valde sastāv no trīs dibinātājiem, kas arī ir valdes locekļi. Nodibinājums apvieno interesētus, pārliecinātus, sociāli atbildīgus cilvēkus, organizācijas un uzņēmumus, lai kopīgiem spēkiem veicinātu sociālas pārmaiņas, īstenojot projektus, lai rastu efektīvus, ilgtspējīgus un uz rezultātiem orientētus risinājumus neatliekamam sociālu problēmu risināšanai.

Kopīgo atbildību un ieinteresēto pušu iesaistīšanos apraksta informants:

“Spilgtākais piemērs ir finansējuma sadalījums mūsu organizācijā. Daudzos gadījumos lēmumus par to, kuru projektu finansēt, nepieņem ne eksperti vai valde, bet pircēji paši. Pircēji - mūsu klienti balso par projektu, kuru viņi vēlas atbalstīt. Tie paši cilvēki, kuri ziedo mantas, no kuru pārdošanas veidojas finansējums, ir tie paši cilvēki, kas izlemj, kam nauda tiek, - nekāda cita kontrole pār šo procesu nav. Mēs kā valde esam atbildīgi par procesa pārskatāmību, bet mēs nekontrolējam, kas saņem naudu”.

2015. gada maijā 3000 EUR tika piešķirti biedrībai „Mini SD” zupas virtuves telpu renovācijai un humānās palīdzības sniegšanai. Pavisam nobalsoja 1807 pircēji, kopumā 902 balsis tika saņemtas tieši par šo projektu. Katru mēnesi labdarības veikali nodrošina 4 līdz 5 NVO ar materiālu palīdzību.

## Apgrozījums, darbavietu nodrošināšana un kvalitāte

Nodibinājums piedāvā vakances gan darbiniekiem, gan brīvprātīgajiem. Informants apstiprina:

“Mūsu darbinieki ir priecīgi strādāt šeit, jo viņi var palīdzēt cilvēkiem. Mūsu darbinieki strādā ar prieku. Ekonomiskās krīzes laikā daudzi ieradās strādāt pie mums kā brīvprātīgie, lai saglabātu pozitīvu noskaņojumu, būtu daļa no kaut kā laba. Te var atrast lielu pozitīvismu, ko ir grūti atrast citās darbavietās. Tas ir gods un liela laime. Mēs piedāvājam darbu ar labu algu, kas ir netipiski NVO, kur cilvēki pārsvarā strādā brīvprātīgi, bez atalgojuma vai saņemot smieklīgi zemu algu. Šādi mēs darām labu darbu, risinām sociālas problēmas un piedāvājam stabilu darbu ar labu algu.”

Šobrīd veikalos un nodibinājumā strādā 17 darbinieki un 15 brīvprātīgie.

## Sociālā un ekoloģiskā ietekme

Nodibinājuma dibinātāji postulē, ka labdarības veikali „Otrā Elpa” ir vieta, kur atgūt elpu pēc steigas un „skriešanās sacīkstēm” mūsdienu pasaulē. Tā ir vieta, kur veidot pozitīvu attieksmi un gūt enerģiju, lai īstenotu tiesības sniegt prieku sev un citiem. Dibinātāji apzinās, ka ar savu darbu cenšas mazināt kaitējumu videi, ietaupīt resursus un enerģiju, dodot otro elpu lietotām lietām. Viņu darbība ir balstīta uz trīs pamatvērtību mijiedarbību - labdarība, vides saudzēšana un sociālā atbildība. „Otrās elpas” filozofija ir veicināt sociālo vērtību izpratni, pozitīvas sociālās pārmaiņas, veikt vides aizsardzību un būt par starpniekiem labdarības projektu īstenošanai.

Veikalu plaukti nav piepildīti ar rūpnīcu masveida precēm, bet to saturu veido paši ziedotāji un pircēji. Ikviens var ziedot lietas, kas vairs nav nepieciešamas, bet var būt ļoti noderīgas citiem. Lietu ziedošana ļauj uzsākt labo darbu ciklu un tādējādi palīdzēt trim cilvēku grupām:

1. tie, kas meklē iespēju lēti iepirkties, var iegādāties sev noderīgas lietas,
2. tie, kuru nonākuši krīzes situācijā, patversmēs, bērnu namos, pansionātos, saņem bezmaksas materiālo palīdzību,
3. tie, kuri gūst labumu no īstenotajām labdarības iniciatīvām.

Pircēju ziedotās mantas pārvēršas par reālu naudu. „Otrās elpas” zemu cenu politika palīdz pircējiem tikt pie labām mantām par samērīgu cenu. Tajā pašā laikā cilvēki ir palīdzējuši paši sev, kā arī viņi palīdz tiem, kas par nopelnīto naudu īsteno labdarības iniciatīvas. Nevajadzīgo lietu atkārtota izmantošana ir videi draudzīga rīcība. Lietas, kas pretējā gadījumā nonāktu izgāztuvē, tiek vēlreiz izmantotas labdarības mērķiem.

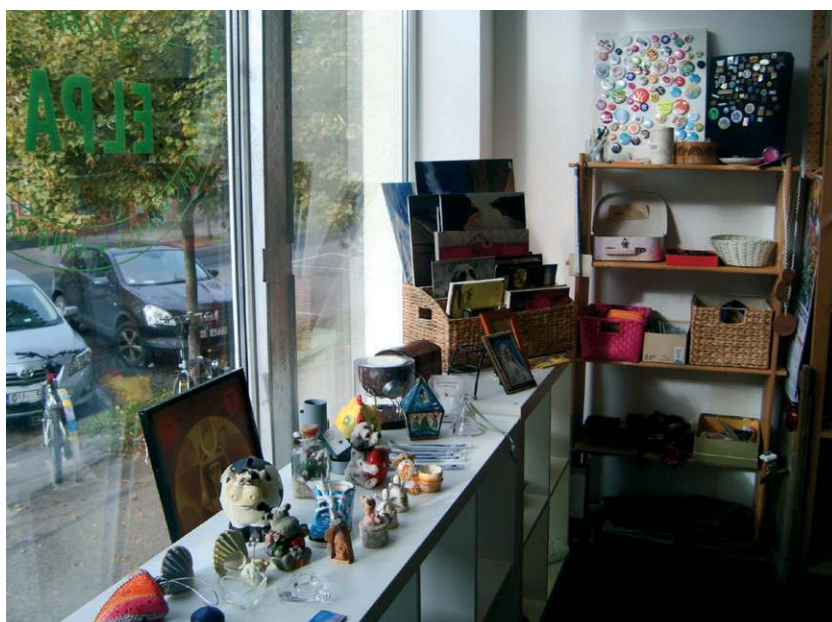
Veikals ir tā vieta, kur notiek savstarpēja apmaiņa starp ziedotājiem un pircējiem. Tomēr peļņa tiek novirzīta uz konkrētām labdarības iniciatīvām, kas agrāk vai vēlāk pozitīvā veidā atmaksāsies visai sabiedrībai, mantu

ziedotājiem un pircējiem ieskaitot.

## Komunikācija un interešu aizstāvība

Nodibinājums ir sociālās uzņēmējdarbības pionieris Latvijā. Ņemot vērā, ka Latvijā nebija un vēl joprojām nav tiesiskā regulējuma šāda veida uzņēmējdarbībai, dibinātāji un valdes locekļi bija spiesti veikt arī interešu aizstāvības darbu. Informante apraksta situāciju:

“Kad mēs 2009.gadā uzsākām darbu, mēs veltījām milzīgu enerģiju un pūles skaidrošanas darbā. Mēs nevarējām kārtīgi strādāt, jo mums nācās piedalīties daudzās komisijās, lai radītu tiesisko vidi tāda veida uzņēmējdarbībai. Mums bija pašiem jāizdomā daudzas lietas, jāatrod revidents, ar ko konsultēties, jāsaņem atļauja no Valsts Ieņēmumu dienesta, lai gan viņi vilcinājās to darīt, - mums bija jābūt „ledzlaužiem”. Sociālās uzņēmējdarbības ideja bija jauna. Mēs arī vēlējamies izskaidrot ideju sabiedrībai, bet mums tika lūgts formulēt juridiskos jēdzienus un darbības formas ... mums bija jācinās par atļauju darīt labas lietas. Mēs vēlētos lielāku iniciatīvu no likumdevēju un lēmumu pieņēmēju puses. Sākumā mums bija atbalsts no diplomātiskā sektora pārstāvjiem — no citu valstu pārstāvjiem, kuru parstāvētajās valstīs sociālās uzņēmējdarbības prakse bija labi zināma, - viņi saprata un atbalstīja mūs. Pirmo reizi, kad mēs devāmies uz Rīgas domi, domes darbinieki, deputāti bija pārsteigti un klausījās mūsos ar plaši atvērtām mutēm un acīm. Viņi bija ieinteresēti un viņi klausījās. Jā, interese bija modināta, bet mums uzdeva izstrādāt likumprojektu. Tas bija mazliet muļķīgi, dīvaini bija tas, ka no mums gaidīja, lai mēs veiktu likumdevēju darbu”.



Nodibinājuma darbs ir vērsts galvenokārt uz sociālās atstumtības riskam pakļautajām iedzīvotāju grupām, bet tā mērķis nav īpašu iedzīvotāju grupu interešu aizstāvība.

Komunikācija ar sabiedrību pārsvarā notiek interneta tīmeklī, mājas lapā, Facebook, Twitter kontos un tiešā, aci pret aci saskarsmē ar saviem klientiem, partneriem un citām ieinteresētajām pusēm. Raidorganizācijas un prese paši uzmeklē nodibinājumu.

## Tīklošana, piederība un atvērtība esošajiem tīklojumiem

Fonds sadarbojas ar Rīgas un Liepājas pašvaldībām un to sociālās aprūpes un atbalsta pakalpojumu aģentūrām un patversmēm, t.sk. Rīgas patversmi, biedrību homo ecos: un biedrību Zaļā Brīvība.

## Organizācijas pieredze savienojot attīstības sadarbības un sociālās un solidaritātes ekonomikas jomas

Ja ar attīstības sadarbību saprot labklājības valstu atbalstu trūcīgām un mazattīstītām valstīm, lai veicinātu to kopienu ilgtermiņa sociālo un ekonomisko attīstību un tādējādi palīdzētu mazināt nabadzību pasaulē, tad „Otrā elpa” neveic mērķtiecīgu darbību šajā jomā. Taču, ja mēs saprotam attīstības sadarbības jēdzienu plašākā nozīmē, proti, kā sadarbību ar dažādām ieinteresētajām pusēm, lai veicinātu kopienu ilgtermiņa sociālo un ekonomisko attīstību un tādējādi mazinātu nabadzību vietējā kopienā un valstī, tad mēs varam apgalvot ka nodibinājums iegulda gan savu darbu, gan resursus.

Mijiedarbība starp attīstības sadarbību un sociālo un solidaritātes ekonomiku ir atrodama šādās iniciatīvās:



1. Dodot iespēju strādāt un uzkrāt darba pieredzi labdarības darbā. 2008. gadā nodibinājums „Ideju partneru fonds”, kas ir „Otrā elpa” idejiskais aizsākums, kopā ar invalīdu un viņu draugu biedrību „Apeirons” izveidoja pagaidu darba aģentūru. Aģentūra mērķis ir nodrošināt darba iespējas cilvēkiem ar invaliditāti, kā arī personām, kas ilgstoši bijušas ārpus darba tirgus tāpēc, ka kopušas cilvēkus ar invaliditāti, nodrošinot pagaidu darba vietas „Otrā elpa” labdarības veikalos. Tāpat veikalā daudzu gadu garumā ir strādājuši vairāki desmiti brīvprātīgo darbinieku, kuriem bija iespēja būt darba kolektīvā, darīt sabiedrībai lietderīgu darbu un uzkrāt darba pieredzi dažādos savas dzīves laika posmos.
2. Dodot iespēju lietišķās mākslas meistariem un rokdarbniekiem gan demonstrēt savas prasmes un izstrādājumus plašākai publikai, gan nopelnīt, izmantojot labdarībai ziedotos tekstilizstrādājumus (t.sk. trikotāžu, džinsu, filcu), lai no tiem ražotu jaunas un interesantas dizaina lietas.
3. Atbalstot Latvijas organizācijas, kuras īsteno labdarības darbu; būt starpniekiem starp ziedotājiem un iegūtā finansējuma gala saņēmējiem, faktiski nodrošinot lietu pieņemšanu, šķirošanu, pārvēršanu naudā un finansiāla atbalsta novirzīšanu dažādiem labdarības mērķiem.
4. Veidojot vietu, kur vietējai kopienai rast savstarpēju atbalstu, nostiprinot ziedošanas kultūras tradīcijas un veicinot solidaritāti.

## Labās prakses piemēra novērtējums

### Ekonomiskās un sociālās ietekmes un potenciāla novērtējums

Nodibinājums ir darba devējs un nodokļu maksātājs. Tā ekonomiskā darbība ir vērsta uz sociāliem mērķiem, - lai apmierinātu dažādu sociālajam atstumtības riskam pakļauto sociālo grupu vajadzības.

### Ietekme uz teritoriju un ārpus tās

Nodibinājuma aktivitātēm ir pārveidojoša ietekme uz sabiedrības domāšanas veidu un attieksmi:

- iepirkties lietotu mantu veikalos ir moderni, videi draudzīgi un taupa resursus,
- ziedot ir solidārs, ekoloģisks un ētisks veids, kā atbrīvoties no nevajadzīgām lietām,
- ziedošana ir veids, kā palīdzēt viens otram. Tādā veidā sabiedrībā tiek ieaudzināta ziedošanas kultūra un ieradumi,
- tālākpārdošana un pārstrāde ir ekoloģisks un ilgtspējīgs patēriņa veids,
- ekoloģiskas un solidāras domāšanas paradigma pilsētas iedzīvotājos tiek iedzīvināta caur šo sociālo praksi.



### Politiskā ietekme

Pateicoties nodibinājuma iniciatīvai jēdzieni „sociālā ekonomika”, „sociālā uzņēmējdarbība” ir ieviesta valsts plānošanas dokumentos. Nodibinājums un labdarības veikali ir viens no sociālās ekonomikas labākajiem piemēriem Latvijā. Izskaidrošanas darbs un nodibinājuma darbība ir labs pamats, lai lēmumu pieņēmēji nostiprinātu sociālās uzņēmējdarbības praksi likumdošanā. Nodibinājums kopā ar četrām citām organizācijām 2015. gada novembra sākumā izveidoja Latvijas sociālās uzņēmējdarbības asociāciju. Asociācija darbojas kā politiskais lobijs, lai veicinātu sociālo uzņēmumu darbības regulējuma normatīvās bāzes izstrādi Latvijā.

## Darbības ilgtspēja

Nodibinājuma darbība nav rūpnieciska, tai nav destruktīva ietekme uz dabas resursiem un vidi. Nodibinājuma darbība ir balstīta cilvēku labākajos nodomos un centienos, tapēc var apgalvot, ka tālākpārdošanas ideja, lietotu mantu ziedošana un ienākumu novirzīšana labdarībai ir vienkārša, humāna, ekoloģiska, ekonomiska un tāpēc arī ilgtspējīga prakse.

## Ieinteresēto pušu labas prakses piemēra novērtējums

Nodibinājumu kā labās prakses piemēru nebija ierosinājis neviens no piecām ieinteresētajām pusēm, to ierosināja vairāki nevalstiskā un akadēmiskā sektora pārstāvji. Labdarības veikals „Otrā elpa” tiek izmantots arī kā labas prakses piemērs vairākās publikācijās un nepublicētos pētījumos par sociālo uzņēmējdarbību.

## Aprakstītās labas prakses pieredzes vēstījums

Ko varam mācīties:

- Latvija nav daudz organizāciju vai cilvēku, kas var pārvērst mantas naudā. Būtu vēlams vairāk tādu indivīdu un organizāciju, kuriem ir zināšanas un prasmes, lai darīt tieši šo transformējošo darbu, ne tikai mācētu savākt un izplatīt lietas. Ir lietderīgāk pārvērst lietas naudā un pēc tam novirzīt to cilvēkiem, kam ir vajadzība pēc tās savu pamatvajadzību nodrošināšanai.
- Jaunās sievietes, kas uzsāka šo uzņēmējdarbību, ir ļoti pārlicinātas, mērķorientētas, viņas ir neatlaidīgas, nekad nepadodas un turpina strādāt. Šāda pieeja dzīvei un darbam arī ir vērtīga mācībstunda ikvienam Latvijas iedzīvotājam savu mērķu īstenošanai un sociālu jautājumu risināšanai.

Veiksmes faktori:

- Izšķirošais faktors ir entuziasms, - ideja ir pirms peļņas.
- Cilvēki un viņu iniciatīva strādāt, darīt labdarības darbu, upurēt savu peļņu sabiedrībai un kalpot sabiedrībai.
- Veiksmīgs biznesa modelis, apvienojot derīgu sabiedrisko darbu ar biznesa darbības nosacījumiem un funkcijām.
- Biznesa filozofija, kas savieno uzņēmējdarbību ar sabiedrisko labumu, sabiedrības vēlmēm un vajadzībām. „Otrā elpa” gan deklarē, gan dzīvo atbilstoši ilgtspējīga dzīvesveida idejai un tā palīdz arī citām organizācijām darīt labu darbu.
- Lojāli algotie un brīvprātīgie darbinieki.

## Organizācijas stāsts

„Mēs neesam sena organizācija. Mēs esam nevalstiska organizācija un mums nebija nekādu līdzekļu. Mēs vēlējamies izveidot zupas virtuvi un mums bija nepieciešams zināms starta kapitāls. Pirmo atbalstu mēs saņēmām no Teterovu fonda. Viņi arī ieteica mums meklēt citus finansēšanas avotus. Mēs piezvanījām uz „Otro elpu” un jautājām, vai viņi var mums palīdzēt ar termosiem zupas pārnēsāšanai. Viņi atbildēja, ka mums nav nepieciešams raktīt jebkādas papīrus vai projektus, — viņi var mums uzreiz iedot termosus. Protams, mēs bijām ļoti priecīgi. Nākamajā reizē mēs jau piedalījāmies konkursā par finansējumu un ieguvām naudu ledusskapim un saldētavai. Tad mēs rakstījām pieteikumu nākamajam finanšu atbalstam. Mēs ļoti rūpīgi izstrādājām pieteikumu par izsludināto finanšu atbalstu 3000 EUR apmērā un arī to dabūjām. Pamatojumu bija grūti izstrādāt, jo uzvarētāju noteica veikala pircēji, nevis nodibinājuma valdes dalībnieki. Mēs arī reklamējam nodibinājumu un mudinām Skrundas iedzīvotājus iegādāties mantas „Otrās elpas” veikalos. Mēs esam ļoti lepnī, ka „Otrā elpa” ir jau labi pazīstama labdarības organizācija”.

Finanšu atbalsta saņēmējs  
Biedrība MINI SD, Skrunda  
Anda Vītola



## Kontaktinformācija

### Nodibinājuma mājas lapas

<http://www.otraelpa.lv>

**Facebook:** <https://www.facebook.com/Otra-Elpa-344592298711/?ref=ts>

**Twitter:** [https://twitter.com/Otra\\_elpa](https://twitter.com/Otra_elpa)

### Kontaktpersona:

Sabīne Sīle-Eglīte

(+371) 67287172, E-mail: [elpa@otraelpa.lv](mailto:elpa@otraelpa.lv)

### Saites uz publikācijām, preses relīzēm

<http://www.mammamuntetiem.lv/articles/25418/atverts-jau-tresais-labdaribas-veikals-otra-elpa/>

<http://www.liepajniekiem.lv/atslegvards/otra-elpa>

<http://financenet.tvnet.lv/nozares/518184-socialais-uznemums-otra-elpa-mtg-tv-projekts-ir-jauns-un-nebijis-latvija>

<http://www.spottedbylocals.com/riga/otra-elpa/>

<http://www.focus.lv/latvija/sabiedriba/labdaribas-veikals-otra-elpa-atvers-ziedojumu-nodosanas-majinu-tirdzniecibas-centra-domina-shopping>

<http://www.videsvestis.lv/content.asp?ID=125&what=4>

<http://www.idejupartneri.lv/>

### Saites uz fotogrāfijām un video

<http://otraelpa.lv/otra-elpa/jaunumi/>

<http://www.idejupartneri.lv/index.php?lang=en&menu=6>

<https://vimeo.com/113523000>

[http://satori.lv/raksts/8354/Veikala\\_Otra\\_elpa\\_ipasniece\\_Elina\\_Zagare](http://satori.lv/raksts/8354/Veikala_Otra_elpa_ipasniece_Elina_Zagare)

<https://www.youtube.com/watch?v=vD4bdiVtjkl>

### Izmantotie avoti

1. Central Intelligence Agency. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/lg.html>
2. Euromonitor International. <http://www.euromonitor.com/consumer-lifestyles-in-latvia/report>
3. Euromonitor International. <http://www.euromonitor.com/latvia/country-factfile>
4. Lesinska A. Kā atlasīt graudus no pelavām jeb kas ir sociālais uzņēmums? (How to select the wheat from the chaff, or who is a social enterprise?) 9/9/2013 <http://providus.lv/article/ka-atlasit-graudus-no-pelavam-jeb-kas-ir-socialais-uznemums>
5. Lesinska A. Sociālie uzņēmumi-nevalstiskās organizācijas Latvijā (Social enterprises — non-governmental organizations in Latvia). Domnīca PROVIDUS. ISBN 978-9934-532-02-3
6. Pīpiķe R. Ielauztais makšķerkāts sociālajām problēmām. (Broken fishing rod for social problems). Satori: online magazine. 19/01/2015. [http://satori.lv/raksts/8548/Ielauztais\\_maksker\\_kats\\_socialajam\\_problemam](http://satori.lv/raksts/8548/Ielauztais_maksker_kats_socialajam_problemam)
7. The Baltic Course. International Magazine for Decision Makers. [http://www.baltic-course.com/eng/good\\_for\\_business/?doc=105745](http://www.baltic-course.com/eng/good_for_business/?doc=105745)