



Funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



14.jūnija pasākuma “Kā veicināt jauniešu iesaistīšanos sociālajā uzņēmējdarbībā” Alsungas diskusijas galvenās atziņas

IZAICINĀJUMI UN PROBLĒMAS

- Šobrīd nav viegli sasniedzamas datubāzes par Kurzemes reģiona sociālajiem uzņēmējiem (vai arī informācija par esošajām datubāzēm/uzņēmējiem netiek izplatīta pietiekoši plaši un skaji, lai vietējie iedzīvotāji to būtu redzējuši)
- Jaunieši kopumā nav vērsti uz uzņēmējdarbību - tiem pietrūkst uzņēmīguma gara. Jautājums ir nevis “kā veicināt sociālo uzņēmējdarbību jauniešu vidū”, bet gan uzņēmējdarbību un vēlmi pašiem kaut ko darīt kopumā.
- Pēc Covid jaunieši ir ierūsējuši - negrib tikties, nemāk tikties un socializēties ar citiem jauniešiem.
- Šobrīd jaunieši daudz laika pavada sociālajos tīklos un sazinās caur tiem - vai tā varētu būt, ka šādā komunikācijas formā tikšanās vietas trūkums vairs nav problēma?
- Alsungā problēma ir kultūras tradīciju saglabāšana un ar pievienošanos Kuldīgas novadam, jauniešu aktivitātes tiek centralizētas un tādā veidā tiek zaudēta vietējā identitāte (īpaši suitu, bet līdzīga tendence arī Ēdolē).
- Jāpatur prātā, ka jaunieši ir dažādi un dažiem iesaistīšanās aktivitātēs interesēs, bet dažiem nē. Un tajā pašā laikā tiem jauniešiem, kuri ir īpaši aktīvi ir liels risks ātri izdegt, jo viņus iesaistīt vēlas gan skola, gan NVO, gan virkne citu organizāciju (jo visiem nepieciešami darbīgi jaunieši, kuru kopumā reģionā ir maz).
- Viens no sociālās uzņēmējdarbības šķēršļiem ir tieši neizpratne par to, kāpēc “būtu jādalās” ar savu peļņu. Visticamākais, ka šāds stereotips ir plaši izplatīts starp tiem, kas jau zin par sociālo uzņēmējdarbību, tāpēc arī tā tik bieži netiek uzsākta.
- Sociālā problēma ir vietējais bezpajumtnieks, kas pats nevēlas neko darīt lietas labā. Un tāpēc arī neviens cits viņam nevar palīdzēt mainīties. Bet ideālā scenārijā viņš tiktu iesaistīts kādās sabiedrības/uzņēmējdarbības aktivitātēs un tādā veidā tiku risināta sociāla problēma.
- Vietējā kopienā nav plaši pazīstamu sociālo uzņēmēju, kurus kopiena saredz kā piemēru un sava veida ziņnesi par šo tēmu.
- Arī sociālās uzņēmējdarbības likums ir sarežģīts un pinķerīgs, tāpēc daudziem uzņēmējiem apstājas interese un vēlme kaut ko darīt to izlasot.
- Vecāki kā problēma jauniešu uzņēmīguma gara attīstīšanā - vecākiem pašiem nav laika/iespēju aktīvi iesaistīties un tāpēc jaunietim šāda motivācija nav ieaudzināta.

RISINĀJUMI UN LABIE PIEMĒRI, IETEIKUMI

- Tuvākais mērķis būtu nevis jaunieši, kuri rada un vada ilgtspējīgus sociālos uzņēmumus, bet gan sociālās uzņēmējdarbības izglītības veicināšana un izplatīšana ar mērķi veicināt jauniešu prasmes, uzņēmīguma garu un pielāgoties spēju kā vērtīgu kopumu, kas nodrošinās viņu konkurētspēju nākotnes darba tirgū.

- Sociālo uzņēmējdarbību būtu nepieciešams izplatīt caur NVO, nevis uzņēmumiem - kā sava veida praksi jauniešiem, kurā mācīties nepieciešamās prasmes. Tieši SIA statuss varētu būt vēl viens no šķēršļiem - biedrībās var mācīties tieši to pašu, tikai caur citu biznesa modeli.
- Jāņem vērā, ka ne visi vēlas būt uzņēmēji, bet dažiem pilnīgi apmierina būt tikai darbiniekiem.
- Savulaik bija iespēja skolēniem sēt burkānus un pašiem uzņemties rūpes par savām pāris vagām, taču šī iniciatīva drīz izplēnēja. Lētāk esot iegādāties burkānus no Polijas. Bet šim arī esot bijis liels pozitīvais aspekts - jauniešiem bija iespēja socializēties savā starpā.
- Ieteikumi jauniešu aktivizēšanai - jaunieši redz un saprot savas kompetences izaugsmi, slavenības un influenceri, galvenais ir pasākuma saturs nevis kas organizē šo pasākumu.
- Labais Engures piemērs par programmēšanas darbnīcām jauniešiem (viedie ciemi).
- Piedzīvojumu gars (un citas jauniešu organizācijas) ir labs piemērs, kā var veidoties jauniešu uzņēmējdarbība un uzņēmīguma gars sākot no NVO vides. Tas varētu būt pamats labai sistēmai jauniešu izaugsmei, bet kurš par to maksātu - IZM vai kura institūcija?
- Ir jāsāk uzrunāt skolas un izglītot skolotājus, jo tas ir viens no veidiem, kā sasniegt jauniešus par šo tēmu. Ekonomikas, sociālo zinību skolotājus u.c.
- Vecāki kā motivators jauniešu aktivitātes līmeņa paaugstināšanā.

IDEJAS SOCIĀLAJĒM UZŅĒMUMIEM

- Katru gadu pēc 9.klases jaunieši tiek iesaistīti aktivitātēs, kurās tiek sniegta palīdzība senioriem (malkas sanešana, produktu iegāde u.c.). Šis ir potenciāli viens no labajiem veidiem, kā jauniešus varētu iesaistīt uzņēmējdarbībā (uzņēmums ar sociālu mērķi, kas nodarbina jauniešus). Bet vai šajā modelī ir iespējas peļņai - vai būtu iespējams rast ienākumus no kādas citas mērķauditorijas, lai nodrošinātu uzņēmuma darbību?
- Uzņēmums, kas veicina iepazīšanos starp jauniešiem - risina demogrāfijas problēmas, kā arī mazina antisociālas tendences šī brīža sabiedrībā pēc Covid.
- Jaunietes - auklītes (atsauksmes no runātājiem - šāds esot jau pastāvējis kā skolēnu uzņēmums Liepājā, bet ātri esot beidzis pastāvēt)

JAUTĀJUMI

- Plaši pieņemts uzskatīt, ka trūkst jauniešu, kurus iesaistīt aktivitātēs, bet tomēr ar pareizo motivēšanas stratēģiju tos būtu iespējams iesaistīt. Patiesā problēma ir - kur rast sociālās uzņēmējdarbības idejas ieviešanai jauniešu vidū?
- Vai jaunietis var risināt Alsungas problēmas?
- Jebkurai rīcībai būtu nepieciešams pamats (definēta problēma), nevis jauniešu darbināšana tikai darīšanas pēc.
- Kā cīnīties ar jauniešu motivācijas trūkumu un atkarību no datora/telefona ekrāniem?
- Kas ir tā motivācija, jeb "burkāns", kas varētu tikt izmantots jauniešu aktivizēšanai?