

NVO Institūta pētījums

# Kā trūkst Latvijas NVO?

2005.gads

**Satura rādītājs**

---

1. Ievads	1
2. Galvenie secinājumi	1
3. Pētījuma analīze	2
3.1. Aktuālās problēmas NVO darbā	2
3.2. Kā organizācijām trūkst, lai risinātu savas problēmas?	3
3.3. Organizāciju pašnovērtējums un ekspertu novērtējums	6
3.3.1. Organizāciju atpazīstamība sabiedrībā, mediju atsauce	6
3.3.2. Uzņēmumu un privātpersonu atsauce ziedot	7
3.4. Latvijas NVO pozitīvās puses un pievienotā vērtība	11
4. Respondentu profils, eksperti	12
5. Kas ir NVO?	13

Pētījuma autori: Rūta Dimanta, Ilze Šēfere

Pētījums tapis ar Īpašu uzdevumu ministra sabiedrības integrācijas lietās atbalstu

NVO Institūts  
2005.gads

## 1. Ievads

---

Pētījuma "Kā trūkst Latvijas NVO?" mērķis ir noskaidrot Latvijas nevalstisko organizāciju (turpmāk tekstā NVO) galvenās vajadzības un aktuālās problēmas, lai veidotu kvalitatīvas un mērķtiecīgas NVO atbalsta un apmācību programmas, tādējādi palīdzot NVO risināt.

Pētījumā meklētas atbildes uz šādiem NVO darbību raksturojošiem jautājumiem:

- kas kavē Latvijas nevalstisko organizāciju attīstību,
- kādu jomu organizācijas sabiedrība izprot vislabāk,
- kāds ir organizāciju kapacitātes līmenis,
- kas organizācijām nepieciešams, lai tās darbotos efektīvāk.

Pētījums veikts fonda "Ziedot" apmācību programmas "NVO Institūts" ietvaros sadarbībā ar Īpašu uzdevumu ministra sabiedrības integrācijas lietās sekretariātu.

### Pētījuma metodoloģija

Pētījuma priekšmets

Latvijas nevalstisko organizāciju aktuālās problēmas.

Pētījuma dalībnieki

1. NVO - Latvijas reģistrētās sabiedriskās organizācijas, biedrības un nodibinājumi.
2. NVO jomas eksperti.

Pētījumu forma

1. NVO anketēšana saskaņā ar iepriekš izstrādātu jautājumu formu, kas izveidota, balstoties uz materiāliem par NVO tematiku, kā arī konsultējoties ar NVO jomas ekspertiem.
2. Ekspertu intervijas, saskaņā ar iepriekš izstrādātu jautājumu formu, balstoties uz NVO anketu un materiāliem par NVO tematiku.

Pētījuma veikšanas veids

Elektroniski izsūtītas anketas, telefonintervijas un klātienē intervijas.

Pētījuma respondentu profils

Kopumā tika saņemtas 153 organizāciju anketas un veiktas 10 ekspertu intervijas. No aptaujātajām organizācijām 66% ir biedrības, 25% sabiedriskās organizācijas un 9% nodibinājumi.

Pētījuma veikšanas laiks

2005.gada oktobris – novembris

Pētījuma autores

Ilze Šēfere, Rūta Dimanta

## 2. Galvenie secinājumi

---

Latvijas NVO ir pārmaiņu posmā, jo no vienas puses ir mainījusies to darbību regulējošā likumdošana, kas skaidri definē bezpeļņas organizāciju robežas un darbības jomas, no otras puses, ir būtiski mainījies finansētāju profils. Proti, finansējuma jomā ar Latvijas pievienošanās ES, bezpeļņas organizācijām strauji samazinājies ārvalstu finansējums un jāspēj pārorientēties uz vietējo finansējumu, lai varētu sasniegt savu misiju un mērķus.

Lai spētu augt līdzī pārmaiņām, darboties atbilstoši jaunajai likumdošanai un ieviest inovatīva metodes finansējuma piesaistē, NVO jāapgūst jaunas zināšanas un prasmes.

Jomas, kurās NVO nepieciešamas zināšanas un prasmes ir:

- ⇒ Ziedojumu piesaiste no vietējiem ziedotājiem – uzņēmumiem un privātpersonām,
- ⇒ Reklāma, marketinga, sabiedriskās attiecības, vienota vizuālā identitāte – instrumenti, kurus NVO pielieto nedaudz,
- ⇒ Stratēģiskā plānošana, darbības izvērtēšana, personāla vadība,
- ⇒ Grāmatvedība, lietvedība, juridiski jautājumi – saistībā ar jauno likumdošanu un sabiedriskā labuma statusa ieviešanu,

Pēc ekspertu domām, NVO būtu jāspēj skaidri definēt mērķus, kādēļ attiecīgā organizācija ir dibināta un attīstīt savu darbību mērķtiecīgi, mazāk reaģējot, bet vairāk vadot sabiedriski politiskos procesus.

Organizācijai jāspēj skaidri un plašākai sabiedrībai saprotami definēt savas darbības mērķus, misiju, pakalpojumus vai produktus un parādīt to nozīmību.

Viena no būtiskākajām atziņām pētījumā, ir tā, ka NVO jāspēj piemērot visi tie paši instrumenti organizācijas vadībā un attīstībā, kas biznesa organizācijām, vienlaikus spējot sevi pozicionēt kā profesionāliem sadarbības partneriem.

Latvijas NVO ir liels attīstības potenciāls un tikai no viņu profesionalitātes būs atkarīgs, vai sabiedrība ar ziedojumiem spēs pašfinansēt savas pilsoniskās sabiedrības aktivitātes.

### **3. Pētījuma analīze**

---

#### **3.1. Aktuālās problēmas NVO darbā**

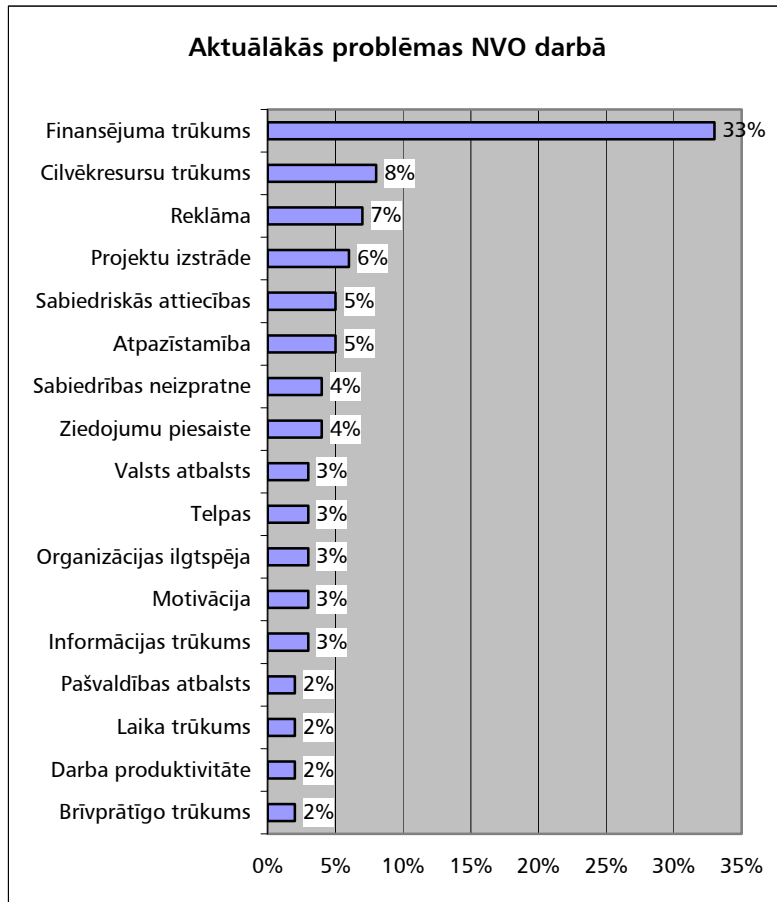
Aptaujājot organizācijas par to aktuālākajām problēmām, kā būtiskākais ir uzrādīts finansējuma trūkums – 33% respondentu to ir uzrādījuši kā galveno savas organizācijas problēmu. Otra biežāk nosauktā problēma ir cilvēkresuru trūkums, tomēr salīdzinoši reti – tikai 8% gadījumos. Kā šķērslī savai darbībai, NVO min arī reklāmas un sabiedrisko attiecību trūkumu, zemu atpazīstamību un sabiedrības neizpratni par NVO darbību. Tiek minēti arī citi iemelsi, kā piemēram, zems valsts un pašvaldības atbalsts, motivācijas, informācijas un laika trūkums, taču šādas problēmas raksturīgas samērā mazam NVO skaitam (skat. grafiku 1.3.1).

Analizējot organizāciju atbildes, tās saistot ar ekspertu atbildēm un korelācijā ar pašu NVO atbildēm par to, kā organizācijām trūkst, lai atrisinātu savas aktuālās problēmas, var secināt, ka finansējuma trūkumu tomēr nevarētu uzskatīt par pamatproblēmu, bet drīzāk gan kā sekas NVO problēmām cilvēkresursu, ziedojumu piesaistes, atpazīstamības un citu resursu jomā.

Kā min pētījumā intervētie eksperti, tad raugoties uz NVO sektoru no malas, būtiskākā nav finanšu trūkuma problēma, bet gan mērķu un uzdevumu definēšanas problēmas. Pēc ekspertu domām, lielai daļai NVO ir raksturīgi reaģēt uz situāciju, nevis pašām vadīt procesus. Gadu gaitā organizāciju darbība ir deformējusies attiecībā pret to dibināšanas mērķi un priekšplānā ir izvirzījusies izdzīvošana par katru cenu. Tas atspoguļojas finanšu piesaistes tendencēs, kad organizācijas savas aktivitātes pakārto pieejamam finansējumam, nevis meklē finansējumu savām noteiktajām prioritātēm un mērķiem.

Analizējot problēmu cilvēkresursu jomā, ko organizācijas pašvērtējumā atzīst kā otro aktuālāko problēmu, eksperti to novērtē kā viena līdera sindromu. Tas nozīmē, ka organizācija ir stipra, pateicoties savam līderim, taču trūkst otrā līmeņa darbinieku un nereti līdera maiņa nozīmē arī organizācijas lejupslīdi. Lai risinātu šo problēmu, organizācijām būtu jāattīsta darbs ar biedriem un brīvprātīgajiem, vairāk tos iesaistot ikdienas darbībā, lēmumu apspriešanā un paaugstinot profesionalitāti.

Grafiks 1.3.1



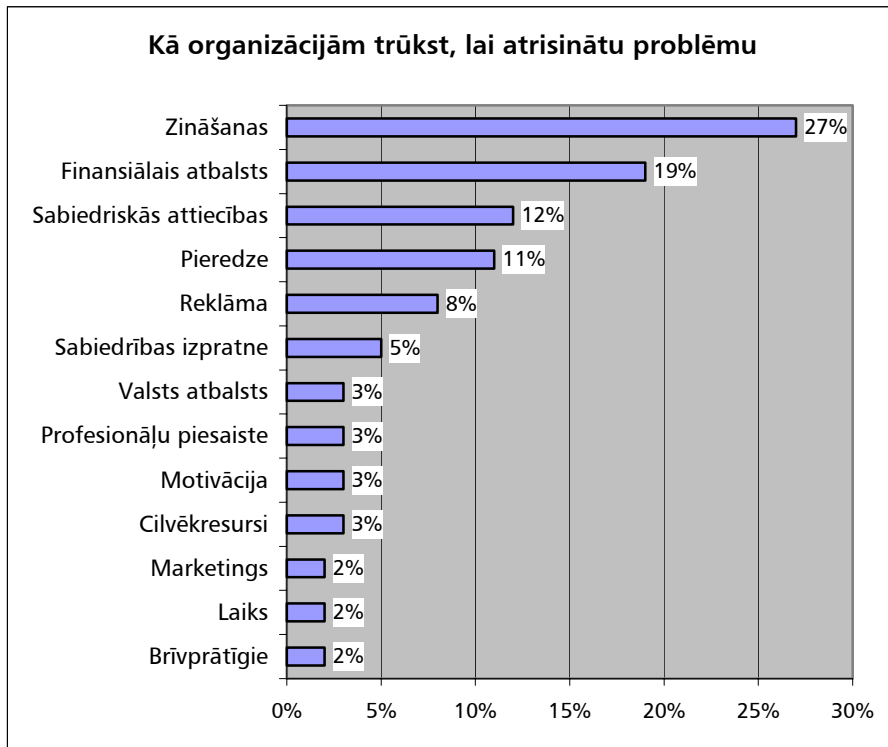
### 3.2. Kā organizācijām trūkst, lai risinātu savas problēmas

Kā galveno trūkumu pastāvošo problēmu risinājumam lielākā daļa organizāciju minējušas zināšanas - to par galveno trūkumu savas organizācijas darbā atzinuši 27% aptaujāto.

Finansiālā atbalsta trūkums problēmu risināšanā minēts 19% gadījumu, savukārt 17% respondentu atzinuši, ka viņiem pietrūkst sabiedriskās attiecības. 11% respondentu minējuši, ka pieredzes trūkums ir iemesls nespējai atrisināt problēmas organizācijas darbā, bet 9% - kā trūkumu minējuši reklāmu. Sabiedrības izpratne, valsts atbalsts, motivācijas un profesionāļu trūkums kavē 3% respondentu risināt problēmas organizācijas darbā, savukārt 2% aptaujāto trūkst laiks, marketinga un brīvprātīgie (skat. grafiku 3.2.1.)

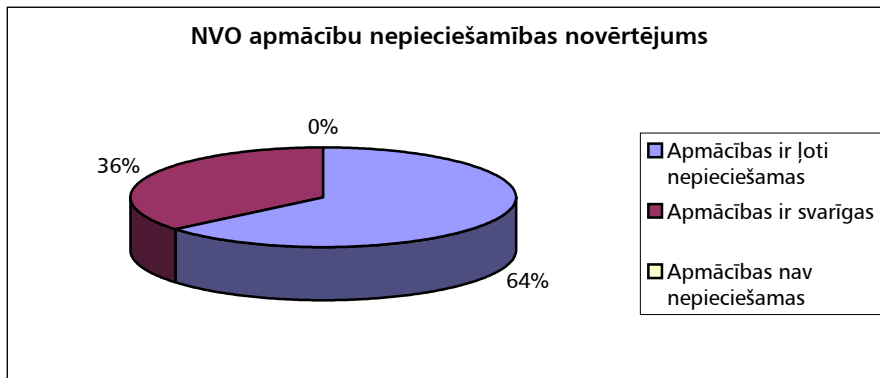
Arī eksperti savos vērtējumos atzīst, ka Latvijas NVO sektoram nepieciešams paaugstināt savu zināšanu un prasmju līmeni, norādot, ka tieši zināšanu trūkums ir viens no galvenajiem šķēršļiem organizāciju sekmīgā darbībai.

Grafiks 3.2.1



Novērtējot organizācijas nepieciešamību pēc apmācībām, visi respondenti šo vajadzību atzinuši par ļoti nepieciešamu. 64% no aptaujātajiem atzinuši, ka viņu organizācijām apmācības ir ļoti nepieciešamas un 36% norādījušas, ka tās būtu svarīgas (skat. grafiku 3.2.2.).

Grafiks 3.2.2



Lai sekmīgi sasniegtu savus mērķus un efektīvi darbotos, organizācijām galvenokārt trūkst zināšanas un iemaņas ziedojumu piesaistē – to atzīst 65% no aptaujātajiem (skat. grafiku 3.2.2). Arī eksperti norāda uz šo pašu problēmu - organizācijām trūkst kapacitātes kvalitatīvu un uz biznesu un privātpersonu ziedošanu vērstu projektu sagatavošanā. Pēdējo 10 gadu laikā NVO ir pieradušas veikt finansu piesaisti pēc fondu principa. Tas nozīmē, ka organizācijas ir vērsušās pie finansētāja, kurš jau skaidri noteicis finansējuma mērķi un kurš ir gatavs finansējumu piešķirt pie nosacījuma, ja organizācija parāda kad un kā tā spēs sasniegt mērķi. Savukārt ziedošanas procesā privātpersonas un bieži arī uzņēmumi nav noteikuši specifisku labdarības mērķi, bet ir gatavi atsaukties uz sabiedrības vajadzībām.

Ziedojumu lūgumu vietējiem ziedotājiem bieži tiek veidoti pēc Eiropas Savienības vai Sorosa fonda pieteikumu procedūrām, tiek lietota profesionāļu terminoloģija, kas potenciālajiem

ziedotājiem no privātpersonu vai uzņēmumu vides nav zināma un saprotama. Tādēļ ļoti svarīgi, pārorientējoties uz citu finansējuma veidu, proti, ziedošanu, spēt arī pārorientēt veidu, kā finansējums tiek piesaistīts.

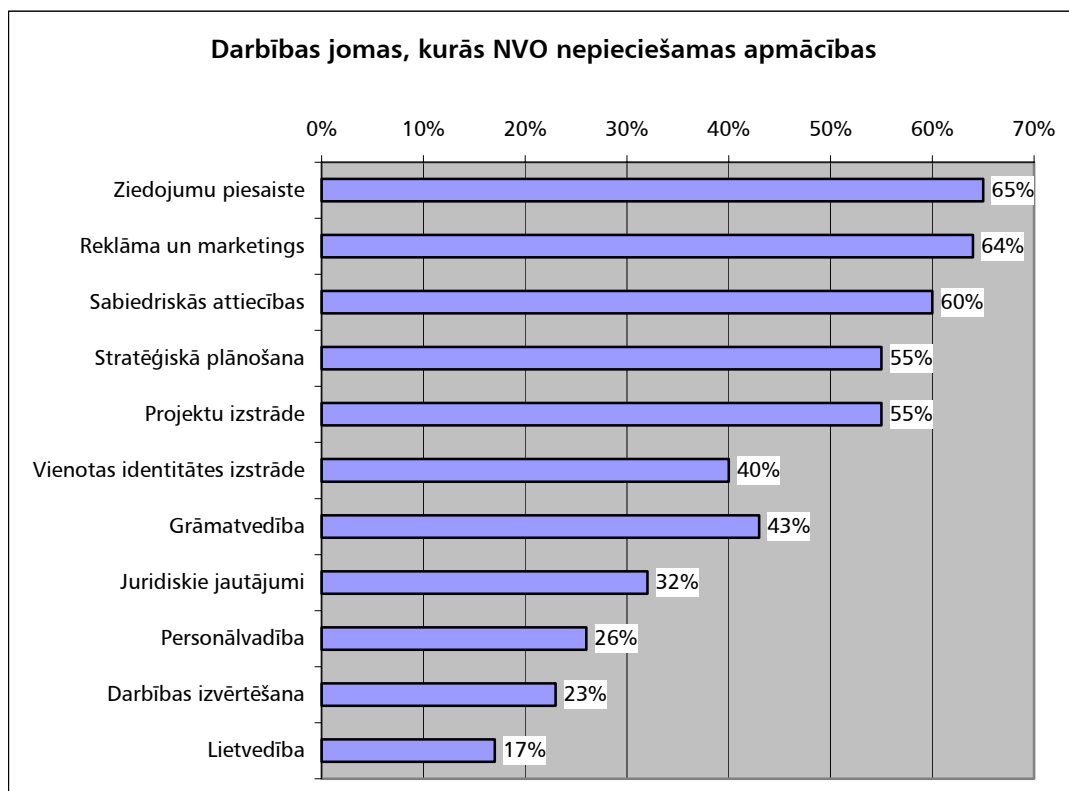
Eksperti atzīst, ka Latvijas sabiedrība ir gatava ziedot, taču nevalstiskās organizācijas ne vienmēr ir gatavas sabiedrību uzrunāt - emocionāli, mērķtiecīgi un ar konkrētu sasniedzamu mērķi.

Organizāciju apmācību vajadzībās augsta nepieciešamība norādīta reklāmas, marketinga (64%) un sabiedrisko attiecību (60%) jomās. Gandrīz tikpat nozīmīgas ir stratēģiskā plānošana (55%) un projektu izstrāde (55%). 40% respondentu atzīst, ka nepieciešamas apmācības arī vienotas identitātes veidošanā (40%) (skat. grafiku 3.2.3). Aptauja parādījusi, ka pirmajās trīs apmācību aktualitātes vietās atrodas NVO sektoram būtībā jaunas tēmas, kas ar vien biežāk ienāk NVO ikdienā, taču līdz šim nav bijušas apmācību piedāvātāju dienaskārtībā.

Kā norāda eksperti, tad bieži vien tieši nespēja profesionāli komunicēt savas organizācijas mērķus un uzrunāt sabiedrību, ir galvenās problēmas sekmīgai darbībai un līdzekļu piesaistei. Un šajā gadījumā zaudētājas ir abas puses - gan organizācija, jo nespēj piesaistīt sev partnerus un atbalstītājus, gan sabiedrība, jo tā neuzzina par iespējām, kas var mainīt dzīves kvalitāti visdažādākajās jomās.

Pēc ekspertu vērtējuma, organizācijām arvien vairāk jāapzinās, ka būtībā NVO ikdienas vadība un inovāciju nepieciešamība neatšķiras no biznesa organizācijām, un arī bezpeļņas organizācijām jāizmanto visi tie instrumenti, kas palīdz sasniegt mērķi un jāspēj „pārdot” savs produkts, sava ideja, sava unikalitāte. Kamēr organizācijas uzskatīs, ka profesionālajā ziņā tās var saņemt atlaides, jo ir bezpeļņas organizācijas un neievēros labas pārvaldes principus, necīnīsies par profesionāliem darbiniekiem un nepielietos sabiedrisko attiecību un marketinga paņēmienus, tikmēr būs grūti iekarot ziedotāju uzticību un apgāzt stereotipu, ka NVO ir brīvprātīgo organizācijas, kas pulcējas vakaros sava prieka pēc. Organizācijām jāspēj pierādīt, ka tās ir profesionālas un to darbībai ir sabiedriski nozīmīgi rezultāti.

Grafiks 3.2.3



Apmācību un profesionālās kvalifikācijas celšanu organizācijas novērtē aizvien vairāk un 31% no respondentu savos gada budžetos ir iekļāvušas līdzekļus apmācību apmaksai. 69% organizācijām līdzekļi apmācībām nav paredzēti un ir nepieciešami dotētie pakalpojumi. Eksperti norāda, ka šāda tendence saglabāsies līdz brīdim, kamēr organizācijas spēs piesaistīt stabilu finansējumu pamatdarbības nodrošināšanai – telpu īrei, grāmatvedības pakalpojumiem, atalgojumam utml. – un spēs atlicināt finansējumu attīstībai.

### **3.3 Organizāciju pašnovērtējums un ekspertu vērtējums**

#### **3.3.1 Organizāciju atpazīstamība sabiedrībā, mediju atsaucība**

Vērtējot organizāciju atpazīstamību sabiedrībā, tikai 4% respondentu atzinuši, ka viņu organizācijām ir ļoti laba atpazīstamība, 37% to vērtē kā labu, savukārt 23% - kā vāju vai ļoti vāju. Ekspertu vērtējumā atpazīstamība kopumā ir vidēja, sabiedrība vairāk saprot sporta, kultūras un sociālās jomas NVO, mazāk izpratnes un līdz ar to atbalsta un uzticības ir interešu aizstāvības, vides un labdarības organizācijām. Sabiedrības uzticību vieglāk ir iekarot vietēja līmeņa organizācijām – pagastos, mazpilsētās -, grūtāk nacionāla līmeņa organizācijām, jo tām komunikācija jāveido pastarpināti, cilvēki ikdienā nesatopas ar šo organizāciju darbību un dažkārt neizprot to ietekmi un ieguldījumu.

Sabiedrības interešu aizstāvības organizācijām vairāk būtu jāpievēršas kvalitatīvai komunikācijai ar dažādām sabiedrības grupām. Nereti šīs jomas organizācijas ir izveidojušas ļoti labas attiecības ar valsts pārvaldi un pētnieku loku, tajā pašā laikā tās nespēj savus mērķus un darbību izskaidrot 90% sabiedrības. Lietojot vārdus ilgtspēja, demokratizācija, pašorganizēšanās, kapacitāte, sociālais kapitāls utml., ir grūti uzrunāt tās sabiedrības grupas, kuras ikdienā šādu terminoloģiju nepielieto, un gūt plašu šo grupu atbalstu.

Sabiedrisko attiecību un marketinga eksperti, analizējot NVO informatīvos izdevumus, norāda uz līdzīgām problēmām. Proti, NVO spēj uzrādīt ļoti daudz informatīvu materiālu, bukletu un publikāciju, taču vairumā gadījumos tie ir orientēti un sabiedrības aktīvo 10% daļu, kurus nav nepieciešams pārliecināt, taču ne tuvu neaizsniedz pilsoņus ar vidējo vai pamata izglītību, kuru intereses, piemēram, pārstāv attiecīgas organizācijas un kuru atbalstu būtu nepieciešams iegūt. Ideālā gadījumā organizācijai, kura viedo sabiedrības politiku un uzrauga politiskos procesus, būtu jāspēj par savu darbību izskaidrot un pārliecināt arī sociāli un politiski neaktīvos individuus, lai publisku diskusiju gadījumā būtu iespējams gūt arī šo grupu atbalstu. Interešu aizstāvības organizācijām sadarbība ar sabiedrību ir ļoti būtiska, līdzīgi kā politiskajām partijām, kurām mērķu sasniegšanai ir nepieciešams stabils elektorāts.

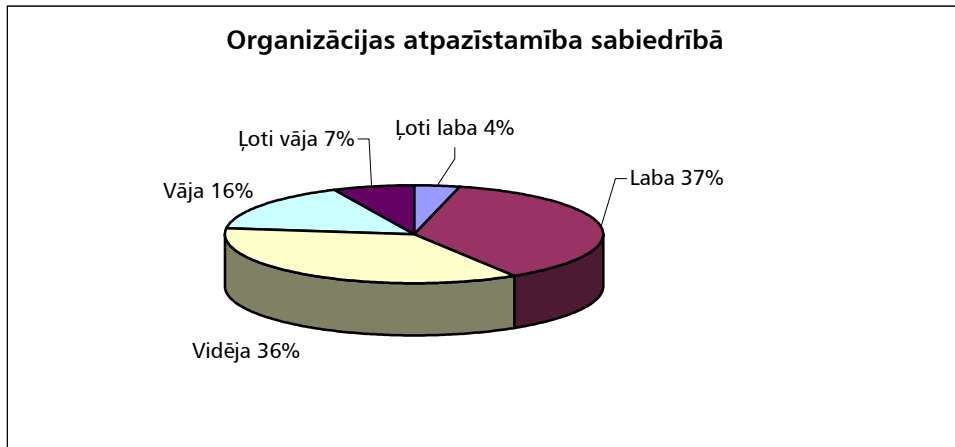
Vides organizāciju galvenās problēmas sabiedrības novērtējuma un atpazīstamības jomā ir neskaidri formulēti mērķi un pievēršanās globālām problēmām, novārtā atstājot tādas pilsētas ikdienas vides problēmas, kas būtu saprotamas un satrauc iedzīvotājus. Vides organizācijām vieglāk būtu pulcēt atbalstītājus, ja tās spētu globālās vides problēmas skaidrot no indivīda interešu viedokļa un veidotu līdzsvaru starp iesaistīšanos globālo korporāciju apkarošanā un vietējās sabiedrības informēšanu. Vides organizācijām uzmanīgi jāveido savas sabiedrisko attiecību un marketinga stratēģijas, lai to oponenti, kuru rīcībā ir vairāk resursu, nenoreducētu šīs organizācijas līdz radikāļiem vai pat sabiedriskās kārtības grāvējiem.

Labdarības organizācijām ir labāka atpazīstamība, tomēr sabiedrības uzticība nav garantēta. Eksperti to skaidro ar līdz šim neskaidro ziedojumu kontroli un faktu, ka pat līdz 2005.gada sākumam no valsts un sabiedrības puses nebija skaidri kontrolēts ziedojumu izlietojums labdarības vai, piemēram, politiskiem mērķiem. Tikai neliela daļa labdarības organizāciju sniedz regulārus pārskatus ziedotājiem par ziedojumu izlietojumu, vēl retāk sabiedrība saņem informāciju par izmaiņām, kas ir notikušas, patiecoties ziedojumiem. Esošie un potenciālie ziedotāji vēlētos redzēt lielāku labdarības organizāciju caurspīdību. Jebkurš, pat neliels skandāls vienā labdarības organizācijā atstāj lielu ēnu uz visu labdarības organizāciju saimi.



Kopumā eksperti min, ka NVO labajiem piemēriem ir ļoti zema publicitāte un sabiedrība nezina par NVO neatsveramo lomu.

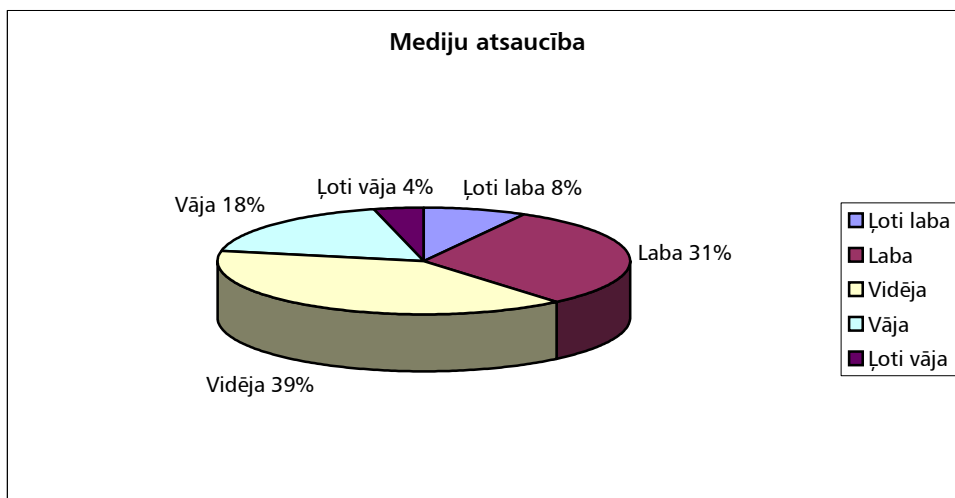
Grafiks 3.3.1



### Mediju atsaucība

Vērtējot mediju atsaucību, 40% organizāciju to atzīst kā labu vai ļoti labu, tāda pati respondentu daļa mediju atsaucību novērtē kā vidēju un tikai 8% respondentu mediju atsaucību novērtē kā vāju vai ļoti vāju. Eksperti sadarbībā ar medijiem min tās pašas problēmas kā citās komunikāciju jomās, norādot, ka organizācijām būtu precīzāk jāapzinās mediju loma un jāsaprot, ka publicitāte nav pašmērķis, bet instruments mērķu sasniegšanā.

Grafiks 3.3.2



### 3.3.2 Uzņēmumu un privātpersonu atsaucība ziedot

Tikai 10% no respondentiem atzīst, ka uzņēmumu atsaucība ziedot viņu organizācijām ir laba. Vērtējumu „ļoti laba atsaucība” nav minējis neviens respondents. 64% respondentu uzņēmumu atsaucību ziedot novērtējusi kā vāju vai ļoti vāju. Tas liecina par NVO vājo sadarbību ar privāto sektoru ziedojumu piesaistē.

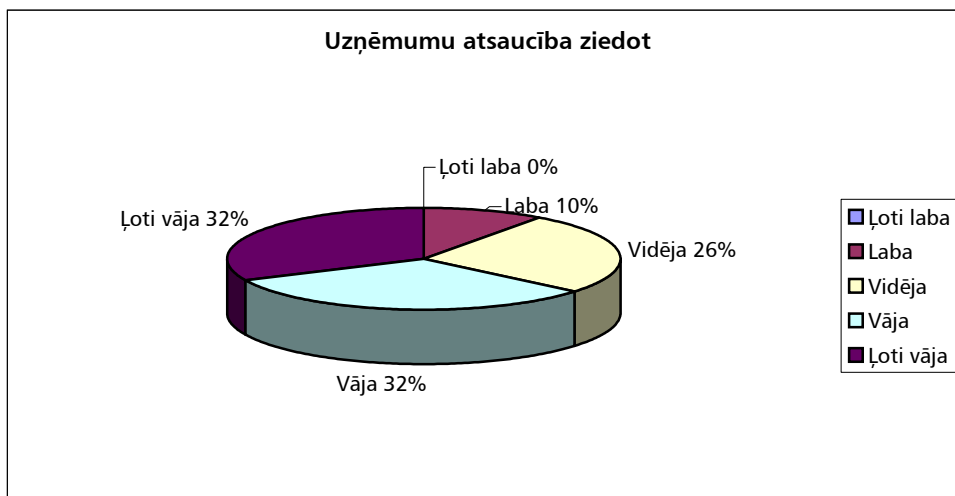
Eksperti norāda vairākas galvenās problēmas NVO sadarbībā ar uzņēmumiem finansējuma piesaistē. Tikai aptuveni 1/3 no ziedojuma lūgumiem ir profesionāli sagatavoti un pozicionēti kā partnerība, nevis kā žēlastības dāvanas lūgums. Aptuveni 1/3 ziedojumu lūgumu ir nepietiekami motivēti un tajos trūkst būtiskas informācijas, lai ziedotājs pieņemtu pozitīvu lēmumu. Atlikusī 1/3 ziedojumu lūgumu ir vai nu nesaprotami, vai bez konkrētā lūguma, dažkārt lūdzot neadekvāti lielas summas.

Eksperti uzsver, ka piesaistot ziedojumus, organizācijām uzņēmumiem jāpiedāvā partnerība, nevis jābūt lūdzēja statusā, kas nereti tiek saistīts ar neveiksmnieka tēlu un pasivitāti. Šajā kontekstā jāatceras, ka uzņēmumiem nav pienākuma ziedot un organizācijai ir jāspēj pārliecināt potenciālais ziedotājs ar kvalitatīvu pieteikumu, spēju atskaitīties par finansējuma izlietojumu un sasniegt apsolītos mērķus.

Organizācijām ziedojumu piesaitē no uzņēmumiem ir problēmas arī tā iemesla dēļ, ka Latvijā korporatīvās ziedošanas tradīcijas nav iesakņojušās un ļoti retos gadījumos uzņēmumi nošķir sponsorēšanu no labdarības. Uzņēmumi vēl neredz NVO kā savus partnerus, jo organizācijas sevi nav šādā veidā pozicionējušas.

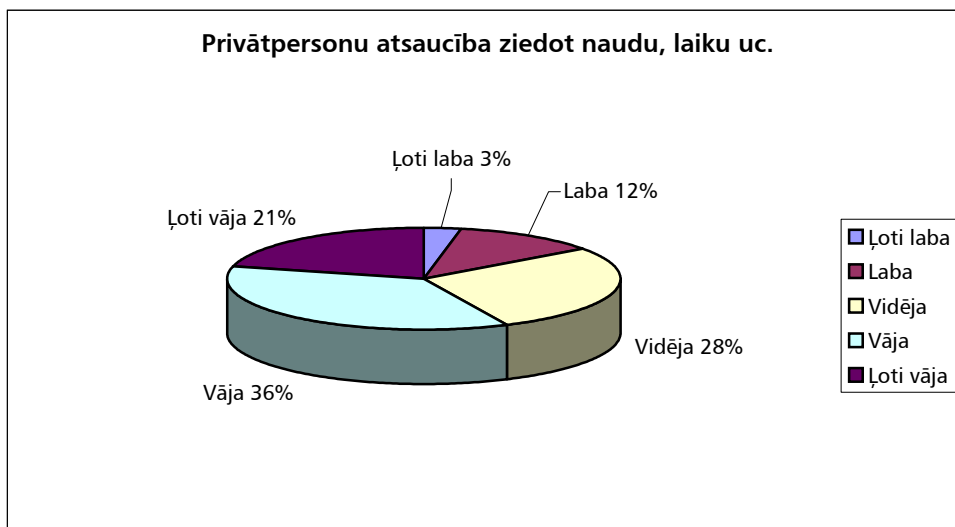
Neviens neziedos tikai tāpēc, ka organizācija pastāv, bet gan tāpēc, ka tā spēj veikt pārmaiņas, kas svarīgas gan organizācijai, gan ziedotājām, gan sabiedrībai.

Grafiks 3.3.3



Privātpersonu ziedojumu novērtēšanā organizācijas ir pozitīvākas un 15% atzīst, ka privātpersonu atsaucība ir laba vai ļoti laba. Tomēr vairāk kā puse (57%) novērtē privātpersonu atsaucību kā vāju vai ļoti vāju (skat. grafiku 3.3.4).

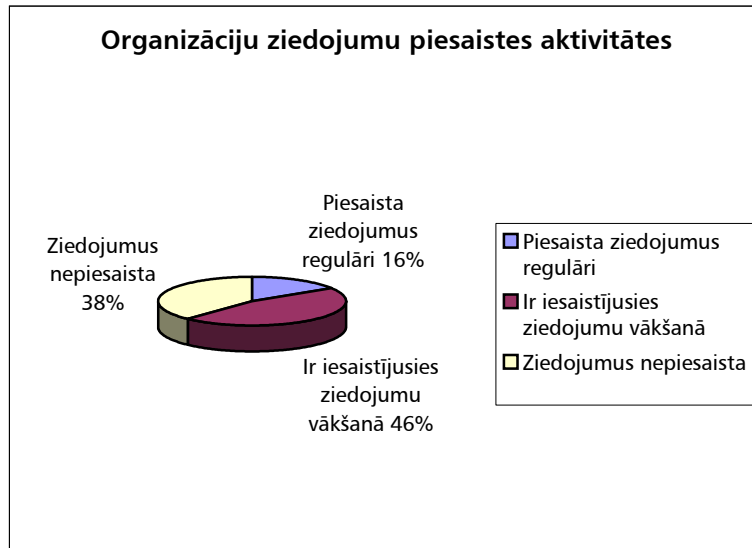
Grafiks 3.3.4



Ekspertu vērtējums šajā jomā ir līdzīgs organizāciju vērtējumam, taču tiek uzsvērts, ka problēma vairāk ir nevis privātpersonu neatsaucībā, bet gan organizāciju pasivitātē. Ja ziedojums netiek lūgts, tad ir ļoti maza varbūtība, ka tas tiks saņemts. Arī pašas organizācijas atzīst, ka to ziedojumu piesaistes aktivitātes ir neregulāras vai netiek īstenotas

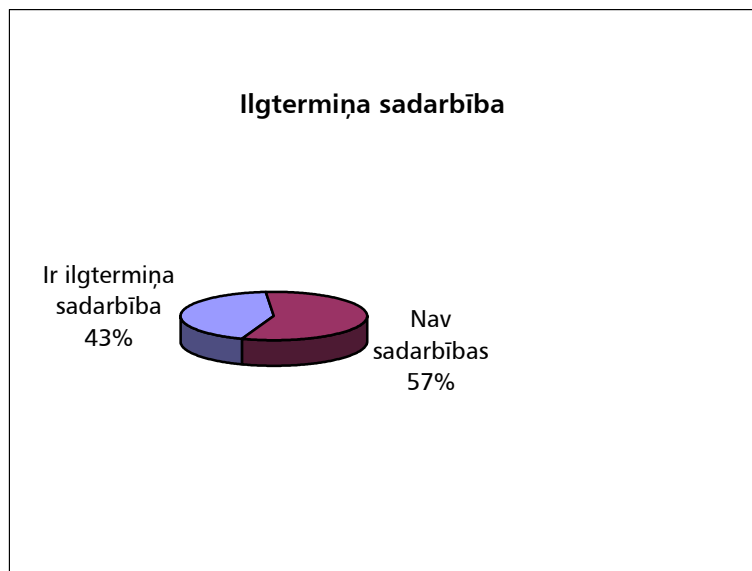
vispār. 38% no respondentiem ziedojumus nepiesaista un gandrīz puse (46%) ziedojumu vākšanā ir iesaistījusies neregulāri. 16% organizāciju, kas regulāri piesaista ziedojumus, ir ļoti mazs apmērs, ņemot vērā, ka ārvalstu finansējuma apjoms ir ļoti strauji samazinājies un ļoti aktuāla ir pārorientēšanās uz vietējo finansējumu (skat. grafiku 3.3.5).

Grafiks 3.3.5

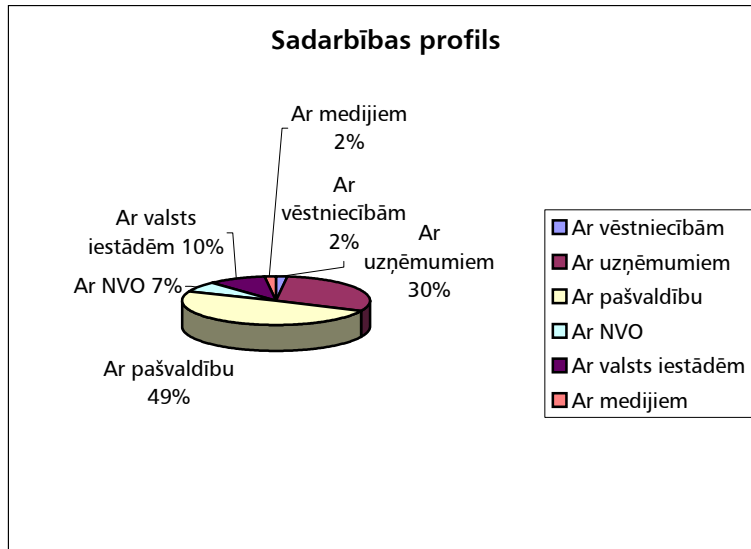


Organizāciju finansiālo ilgtspēju negatīvi ietekmē arī fakts, ka mazāk kā pusei respondentu ir izveidota ilgtermiņa sadarbība ar kādu vietējo finansētāju, turklāt tikai 30% šāda sadarbība ir izveidota ar uzņēmumiem. Galveno vietu ilgtermiņa finansētāju lokā ieņem pašvaldības - šāda sadarbība ir 49% respondentu. Skatīt grafikus 3.3.6 un 3.3.7

Grafiks 3.3.6

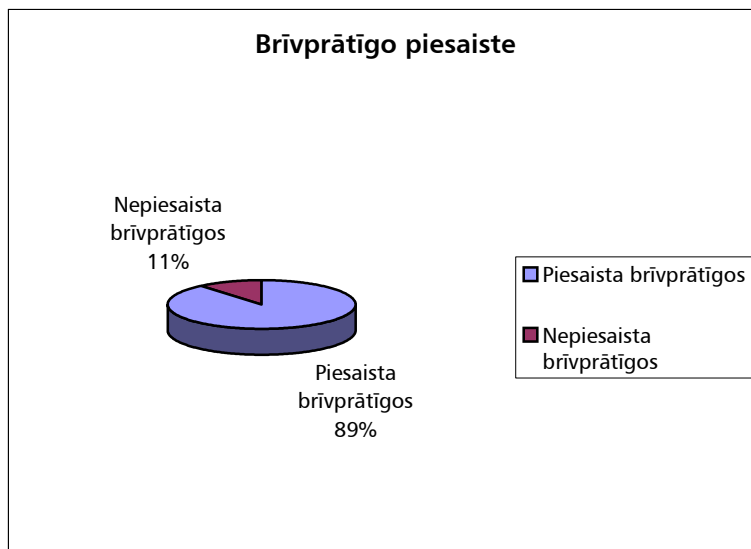


Grafiks 3.3.7



Pozitīvas tendences organizācijas uzrāda brīvprātīgo piesaistes jomā. 89% organizācijas atzīst, ka piesaista brīvprātīgos un tikai 11% šādas aktivitātes neveic. Eksperti šo novērtē kā būtisku atbalstu organizācijām, taču aicina izvērtēt brīvprātīgo izmantošanas efektivitāti un vairāk uzmanību pievērt profesionālo zināšanu ziedošanas veicināšanai.

Grafiks 3.3.8



#### **4. Latvijas NVO pozitīvās puses un pievienotā vērtība**

---

No ekonomiskā viedokļa raugoties, trešais sektors jeb nevalstiskais sektors – nevalstiskās organizācijas - atrodas starp valsts un peļņas jeb privāto sektoru. NVO sniedz dažāda veida pakalpojumus, kuri atrodas ārpus uzņēmējdarbības sektora interesēm.

No sociālā viedokļa NVO ir telpa starp indivīdu vai ģimeni un plašāku sabiedrību.

No politiskā viedokļa NVO ir starp valsts iedzīvotājiem un politisko varu, lēmumpieņēmējiem.

NVO ir sagaidījušas likumdošanas reformu un juridiskais ietvars to darbībai ir pozitīvs un veicinošs.

Lai arī sabiedrībai NVO dažkārt ir svešs jēdziens, tomēr vērtējot organizācijas atsevišķi, tiek uzraudīts pozitīvs vērtējums.

Kā galveno NVO vērtību eksperti min pilsoniskās līdzdalības veidošanos un sabiedrības atsevišķo pārstāvju atbildības uzņemšanos par procesiem sabiedrībā – savā pagastā, pilsētā, novadā. Lai arī ikdienā to ir grūti pamanīt, taču tieši interešu aizstāvības NVO līdztekus ar medijiem pēdējos 10 gados ir bijis tas spēks, kas ļāvis padarīt sabiedrībai atklātākus politiskos procesus, mazinājis korupcijas iespējas, kā arī pārstāvējis dažādo sociālo un etnisko grupu intereses.

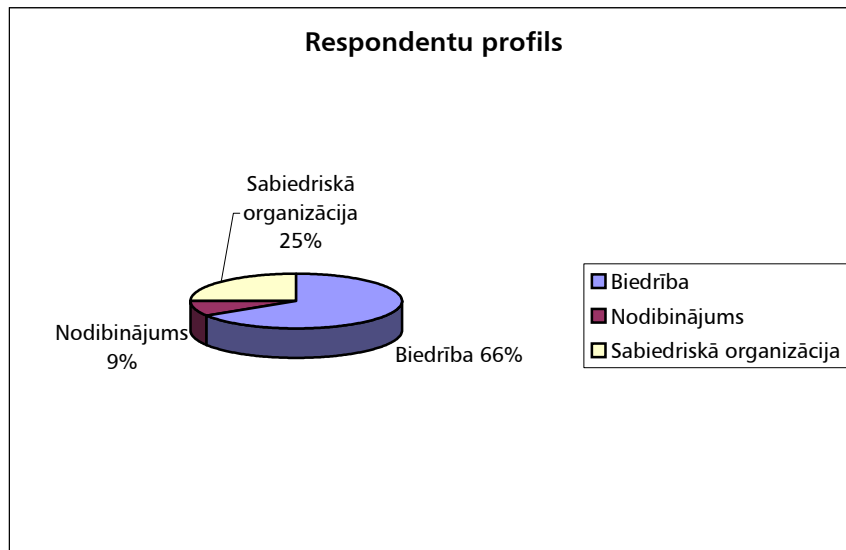
Īpaša nozīme ir bijusi mazajām lauku un mazpilsētu NVO, kuras pilsoniskās sabiedrības, līdzdalības un pašorganizēšanās jēdzienus ir ieviesušas dzīvē pat īpaši to neapzinoties.

NVO, īpaši sociālajā sfērā, ir spējušas piedāvāt inovatīvus un finansiāli efektīvus risinājumus tādu problēmu risināšanā, ko nenodrošina valsts un pašvaldības pakalpojumi.

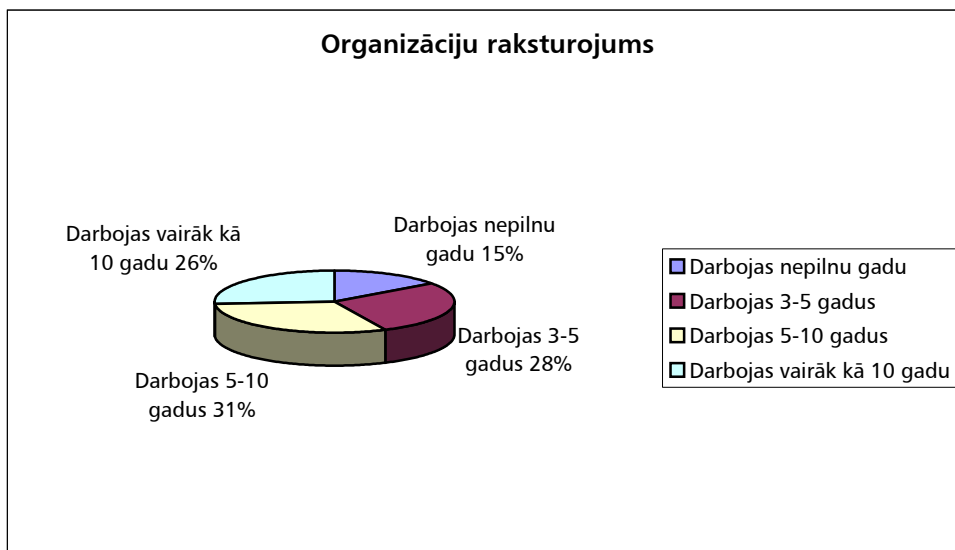
Eksperti uzskata, ka diez vai tiks sasniegts tāds absolūts uzticības līmenis NVO no sabiedrības puses, ka sabiedrība uzticēsies visām organizācijām, jo to profils un mērķi ir atšķirīgi, dažkārt pat savstarpēji pretēji. Tomēr būtiski ir panākt uzticību NVO kā institucionālam veidojumam, kas darbojas pēc brīvprātības un peļņas negūšanas principa.

## 5. Respondentu profils, eksperti

### Pētījuma aptaujas respondentu profils



### Respondentu raksturojums



### Ekspertu interviju dalībnieku saraksts

- Aišpurs Jānis, a/s "Hansabanka" sponsorēšanas projektu speciālists,
- Inese Danga, Baltijas – Amerikas partnerattiecību programmas kopienu filantropijas eksperte,
- Indriksons Mareks, Īpašu uzdevumu ministra sabiedrības integrācijas lietās sekretariāta konsultants pilsoniskās sabiedrības jautājumos,
- Josts Ingus, reklāmas aģentūras "Frank&Stein" radošais direktors,
- Kalniņa Solvita, Latvijas Tiesnešu mācību centra direktore, maģistra grāds NVO pārvaldē,
- Kārklīšs Jānis, juridiskā biroja "Carrington, Hall & Hamburg" partneris,
- Miezaīne Zinta, Sabiedriskā labuma komisijas priekšsēdētāja vietniece,
- Morica Ieva, Baltijas – Amerikas partnerattiecību programmas direktore,
- Priede Laima, a/s "Valmieras piens" sabiedrisko attiecību speciāliste,
- Rāfelde Lelde, Labklājības ministrijas Komunikāciju departamenta vadītājas vietniece.

## 6. Kas ir nevalstiskās organizācijas?

---

Parasti ar nevalstiskajām organizācijām (NVO) tiek saprastas tās organizācijas, kas darbojas pēc brīvprātības un peļņas negūšanas principa. Latvijā tās ir biedrības un nodibinājumi līdz 2005.gada beigām – arī sabiedriskās organizācijas.

Nevalstiskas organizācijas raksturo vairākas būtiskas pazīmes<sup>1</sup>:

1. Tās ir **organizācijas**, t.i., grupas, kurām piemīt zināma organizatoriska forma. Nav būtiski, vai organizācija ir reģistrēta un juridiski atzīta, cik tas, vai tai ir institucionāla realitāte. Par to var liecināt, piemēram, zināms iekšējās organizētības līmenis, mērķu, struktūras un aktivitāšu relatīva pastāvība, organizācijas robežu aprīse. Definīcija ietver gan formālas, gan neformālas organizācijas. Izlēgtas tiek tikai speciāli un īslaicīgi sapulcējušās cilvēku grupas bez reālas struktūras un organizatoriskas identitātes. Ja nebūtu šī nosacījuma, tad par NVO varētu rasties priekšstats kā par kaut ko pārāk neskaidru, īslaicīgu un netaustāmu.

2. Tām ir **privāts raksturs**, t.i., tās ir organizatoriski atdalītas no valsts pārvaldes. Tas nenozīmē, ka organizācijas nevar izmantot valsts atbalstu vai arī, ka to vadībā nevar būt iekļauti valsts institūciju pārstāvji. Noteicošais faktors šajā gadījumā ir tas, ka NVO pamatstruktūra savā būtībā ir privāta.

3. Tās **nesadala savu peļņu**. Tas nozīmē, ka organizācijas peļņa netiek sadalīta starp organizācijas īpašniekiem vai vadītājiem. Nevalstiskai organizācijai drīkst būt peļņa, bet tā noteikti tiek izmantota dotās organizācijas uzdevumu īstenošanai un nevar tikt uzskatīta par organizācijas vai tās vadības peļņu. Šajā gadījumā tā ir privāta organizācija, kuras primārais mērķis nav saistīts ar peļņas gūšanu. Šī pazīme nosaka atšķirības starp bezpeļņas organizāciju un komercorganizāciju privātajā sektorā.

4. Tās ir **pašregulējošas un autonomas**, kas nozīmē, ka organizācijas patstāvīgi kontrolē pašu aktivitātes. Nevalstiskajās organizācijās ir sava regulējoša vadība, kura nav atkarīga no valsts pārvaldes.

5. Tām ir **brīvprātīgs raksturs**, tas ietver divus apstākļus, pirmkārt, organizācijas darbībā un vadībā jābūt iesaistītiem brīvprātīgajiem, t.i., valdes darbs vai brīvprātīgais personāls, otrkārt, "brīvprātīgs" nozīmē, ka nav piespiedu vai obligāts. Organizācijas, kurās dalība tiek noteikta ar likumu vai pieprasīta noteiktam personu lokam, netiek ietvertas jēdzienā "NVO". Ar šo domātas, piemēram, profesionālās asociācijas, kuru biedriem jābūt, lai iegūtu kādu noteiktu licenci vai atļauju.

Pazīme, kas ir būtiska NVO funkcionēšanai, bet nav raksturīga visām NVO, ir sabiedriskais labums. No šī aspekta NVO var iedalīt divās grupās, atkarībā no tā, kā to darbība atbilst publiskā labuma kritērijiem:

**Savstarpēja jeb biedru labuma** organizācijas ir tādas, kuru galvenais mērķis ir kalpot to biedru interesēm. Tādas organizācijas rodas, piemēram, apvienojoties vienas profesijas, sociālā statusa vai vecuma cilvēkiem, un to mērķis nav kalpot sabiedriskajam labumam.

**Sabiedriska labuma** organizācijas savukārt ir tās, kuru galvenais uzdevums ir visai sabiedrībai svarīgu mērķu sasniegšana, nodrošināt sabiedriska labuma pakalpojumus, darbības, aptverot ne tikai savas organizācijas biedrus un viņu intereses.

NVO var tikt definēta arī kā indivīdu grupa, kuri apvienojušies vienam no trīs mērķiem:

- lai veiktu publisku/valstisku funkciju, ko tai deleģējusi valsts,
- lai veiktu publisku/valstisku funkciju, ko tai nav pasūtījusi valsts, bet organizācijas to ir gatavas darīt,
- lai ietekmētu politikas procesus valstī, privātajā sektorā vai NVO sektorā.

---

<sup>1</sup> Lester M. Salamon, Helmut K. Anheier, Regina List, Stefan Toepler, S. Wojciech Sokolowski and Associates "Global Civil Society. Dimensions of Nonprofit Sector", The Johns Hopkins Center for Civil Society Studies, Baltimore, MD, 1999