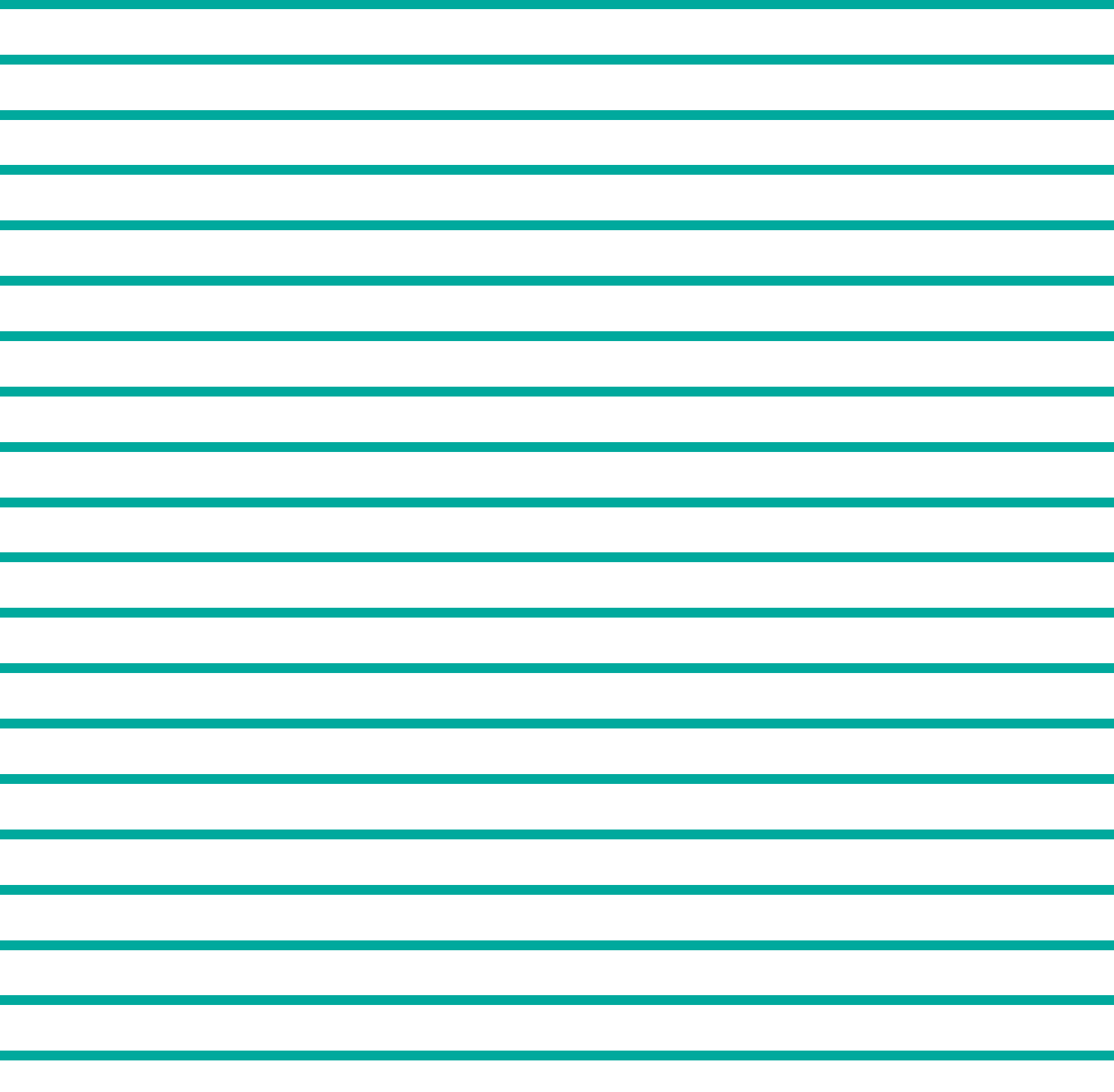


S O C I A L
E N T E R P R I S E
S U M M I T

A T A S K A I T A



VILNIUS 2014

Turinys

- 2 Socialinis verslas Lietuvoje
- 6 2014 m. Socialinio verslo forumas
„Geri darbai gali būti verslūs!“
- 9 Valdžios vaidmuo remiant socialinę
ekonomiką
- 13 Parama socialinei ekonomikai
- 16 Žinomumo didinimas
- 19 Bendradarbiavimo tarp trečiojo, privataus
ir viešo sektorių skatinimas
- 21 Apibendrinimas ir tolesni žingsniai
- 24 Socialinio verslo forumas: jūsų atsiliepimai
ir pastabos
- 30 Šaltiniai ir informacija
- 34 Socialinio verslo forumo organizatoriai ir
partneriai

Artūras Vasiliauskas, Britų tarybos Lietuvoje direktorius



Britų taryba – tai Jungtinės Karalystės kultūrinių ryšių su užsienio šalimis įstaiga, suteikianti tarptautinės veiklos galimybes JK bei užsienio šalių žmonėms ir visame pasaulyje kurianti jų tarpusavio pasitikėjimą. Esame pasaulinio masto organizacija, kuri savo veiklą vykdo 108 pasaulio šalyse.

Viena mūsų veiklos sričių – keistis idėjomis ir patyrimu, tuo siekiant paremti labiau integruotas, atviras ir klestinčias visuomenes. Tai formuoja pasitikėjimo dviasią tiek vietos, tiek ir užsienio šalyse. Mes pripažįstame, kad siekiant šio tikslo, viena iš priemonių yra socialinis verslas.

Jaunimo nedarbas Europoje siekia vidutiniškai 23,5 proc., o 7,5 mln. jaunų europiečių nedirba ir niekur nesimoko. Britų taryba Europoje yra įsipareigojusi ištiesti ranką tokiems nepalankioje padėtyje atsidūrusiems jaunuoliams, todėl mes pripažįstame, kad reikia naujų sprendimų, kuriuos galėtų atrasti, sukurti ir pateikti socialinis verslas.

JK ir kitos pasaulio šalys stengiasi sukurti socialiniam verslui skirtą ekosistemą, kuri aprėptų juridinį jo modelį, viešųjų pirkimų politikas, finansinius produktus ir socialinių verslininkų konsultavimą. Šią kryptį Britų taryba remia viso pasaulio mastu, siekiant abipusio bendradarbiavimo, dalindamosi žiniomis ir geriausios praktikos pavyzdžiais.

2009 m. pradėjome įgyvendinti Pasaulinę socialinio verslo programą. Šiuo metu ši programa veikia 18 šalių ir sparčiai auga. Rengdami stažuotes, skatindami dialogus politikos klausimais, konkursus, jaunimo forumus tiesiogiai įtraukėme daugiau nei 60 000 žmonių. Dar 4000 socialinio verslo atstovų dalyvavo mokymuose, o daugelis iš jų teikė ir konkursines paraiškas investicijoms pritraukti. Mes norime prisidėti prie ilgalaikės socialinio verslumo vizijos, todėl Britų taryba užsakė specialią apžvalginę analizę „Kaip atrodys socialinis verslas Europoje 2020 m.“

Pirmasis nacionalinis Socialinio verslo forumas Vilniuje subūrė draugėn platų suinteresuotų šalių, atstovaujančių valdžios institucijoms, verslui ir NVO, ratą ir pademonstravo tvirtą siekį aiškiau suprasti socialinio verslo galimybes bei iššūkius čia, Lietuvoje.

Esu įsitikinęs, kad šis Forumas tapo stipriu pradiniu impulsu visoje šalyje plėtoti socialinį verslą, kaip svarbią teigiamų pokyčių, kurie pasireiškia tiek nuoseklių nacionalinių politikų, tiek ir pasitikinčio bei energingo socialinio verslo judėjimo atsiradimu, dalį. Ypač džiaugiuosi galėdamas paminėti, kad Forumo dalyviai suformulavo daug naudingų įžvalgų ir kad – kas netgi dar svarbiau – pasisėmė įkvėpimo iš JK pranešėjų, kurie dalinosi savo žiniomis nacionalinių politikų ir teisės aktų srityje, propagavo socialinio verslo idėją ir stiprino supratimą bei papasakojo mums daugybę sėkmės istorijų.

Tikiuosi, kad viena apžvalginės analizės „Kaip atrodys socialinis verslas Europoje 2020 m.“ mintis bus aktuali ir Lietuvai: „Socialinio verslo idėjos ir idealai sparčiai paplės visos visuomenės mastu ir taps vyraujančia kryptimi. Nepriklausomai nuo nuosavybės modelio, visos organizacijos bus vertinamos pagal poveikio visuomenei mastą. Socialiniai finansai sukurs naujas galimybes ir kartu su naujomis grėsmėmis vers organizacijas ieškoti bei diegti tokius modelius, kurie duotų ir socialinę, ir finansinę grąžą. Investicijos bus nukreipiamos nebe į naujoves, o į pasitvirtinusių modelių atkartojimą, bus siekiama ne trumpalaikių rezultatų, o ilgalaikio poveikio. Sudėtingi bendradarbiavimo tinklai leis bendradarbiauti su užsienio šalimis ir užtikrinti sparčią sėkmingų idėjų sklaidą.“

Kęstutis Trečiokas, LR Ūkio vice-ministras

Pavienių socialinių iniciatyvų gausa Lietuvoje liudija apie bendruomenių norą vienyti bendrą tikslą labai, tačiau žinių ir politinio palaikymo stoka stabdo tokių iniciatyvų peraugimą į socialinį verslą. Socialinio verslo suvokimas Lietuvoje yra mažai išplėtotas ir sunkiai suprantamas, nors pasaulinės tendencijos ir Europos Sąjungos dėmesys šiai ekonominės veiklos formai aiškiai rodo jos naudą visuomenei. Lietuvos verslumo rodikliai iliustruoja sparčiai gerėjančius žmonių gebėjimus ir augantį žinių bagažą, tad sukūrus palankią socialinio verslo ekosistemą, kuri galėtų sudominti pradedančiuosius verslininkus, galima tikėtis pažangaus socialinių verslų augimo.

Europos Sąjunga išskėlė socialinį verslą kaip vieną iš prioritetinių sričių kuriai turėtų būti skirtas padidintas struktūrinių fondų dėmesys ir parama. Tikėtina, kad ir Lietuvoje dalis ES paramos bus skirta socialinio verslų kūrimui ir auginimui, socialinio verslumo plėtrai, populiarinimui bei žinomumo didinimui.

Sunku pasakyti, ar Lietuva jau pasirengusi socialiniam verslui. Nors socialinio verslo supratimas Lietuvoje dar neišplitęs ir mažai žinomas, o valstybė kol kas išskiria tik vieną socialinio verslo modelį – tikslinių grupių atstovų įdarbini-

mą socialinėse įmonėse, augantis iniciatyvių žmonių bei nevyriausybinų organizacijų susidomėjimas socialinio verslo teikiamomis galimybėmis skatina ieškoti naujų veiklos priemonių ir formų.

Socialinis verslas yra itin svarbus įrankis mūsų šalies plėtrai, nes jis gali lanksčiai reaguoti į rinkos pokyčius ir yra tvaresnis nei tradicinis verslas; skatina pažangų augimą socialinėmis inovacijomis; kuria galimybes padidinti užimtumą ir kurti naujas, ilgalaikes darbo vietas; mažina socialinę atskirtį ir aplinkosaugines problemas; mažina pašalpoms skirtas biudžeto lėšas; skiria itin daug dėmesio žmonėms ir socialinės sanglaudos skatinimui; sudaro galimybes kurti inovatyvius socialinių, ekonominių ir aplinkosauginių problemų sprendimus įvairiuose sektoriuose, įskaitant: išsilavinimą, sveikatos apsaugą, aplinkosaugą, verslo vystymą ir teisėsaugą.

Tikiuosi, kad pirmas Lietuvoje Socialinio verslo forumas padės pagrindus tolimesnei socialinio verslo plėtrai Lietuvoje, leis identifikuoti prioritetines sritis, prisidės prie socialinio verslo sampratos suvienodinimo tarp valstybės institucijų ir socialinių bei ekonominių partnerių.

p. David Hurt, Didžiosios Britanijos ambasadorius Lietuvoje



Man labai malonu, kad esu pakviestas dalyvauti pirmajame Lietuvoje surengtame Socialinio verslo forume. Nuostabu, kai matai, jog tiek daug žmonių domisi socialiniu verslu. Neabejoju, kad kai kurie iš Jūsų jau eina užsibrėžtu keliu, siekdami įgyvendinti novatoriškus sprendimus ir taip kurti socialinę vertę jūsų bendruomenėms.

Socialinis verslas – tai dalykas, kuris naudinga visai visuomenei, pradedant kavinėmis ir baigiant bankais. Socialinė vertė reiškia daugiau nei vien tik finansinę naudą. Tai – su-

balansuoto požiūrio į žmogų, kai siekiame užtikrinti jo sveikatą, laimę ir gerovę – dalykus, kurie šiuolaikiniame pasaulyje ypač svarbūs, –išraiška.

Tikiuosi, kad Socialinio verslo forumas bus geras akstinas daugiau domėtis socialiniu verslu ir jo idėjomis bei paskatins spartesnę socialinio verslo augimą Lietuvoje.

Arūnas Survila, NVO Avilyš direktorius

Lietuvoje socialinio verslo sąvoka aktyviau pradėta minėti prieš tris metus ir ypač aktyviai ji buvo pradėta linksniuoti baigiantis 2007 – 2013 m ES periodui ir pradedant planuoti naująjį periodą 2014 – 2020 m. Šiai dienai socialinio verslo sąvoka atsispindi Lietuvos pažangos strategijoje „Lietuva 2030“, patvirtintoje, 2020 metų nacionalinėje pažangos programoje. Nors socialinis verslas vis dažniau minimas konferencijų, renginių metu, Lietuvoje dar nėra priimta bendrų sutarimų, kas yra socialinis verslas ir kaip jis turi plėtotis artimiausiu metu ir ateityje. Iki 2014 m. Lietuvoje nebuvo nei vienos nacionalinės programos ar konkurso stiprinančio, skatinančio ar kitaip palaikančio socialinį verslą. Šiuo metu yra parengta socialinio verslo koncepcija, bet kaip ji darys įtaką skirtingų institucijų priemonių planams ir kaip veiks praktiškai – išlieka klausimas ateičiai.

Kitas esminis trukdis tinkamam socialinio verslumo koncepcijos įtvirtinimui yra žinomumo visuomenėje trūkumas. Socialinis verslas Lietuvoje neretai yra tapatinamas su socialinėmis įmonėmis. Skirtumas tarp šių dviejų veiklos formų yra esminis – socialinės įmonės, remiantis LR socialinių įmonių įstatymu, yra pelno siekiančios verslo organizacijos, kurios vykdydamos savo veiklą įdarbina asmenis priklausančius socialinę atskirtį patiriančioms grupėms. Remiantis Lietuvos Socialinio verslo plėtros koncepcija, patvirtinta Ūkio ministerijos, socialinis verslas gali būti socialinė įmonė, taip išnaudojant šiai verslo organizacijos formai suteikiamas lengvatas, tačiau tai nereiškia, jog visas socialinis įmones yra galima pavadinti socialiniu verslu.

Iki socialinio verslo koncepcijos, nebuvo jokio nacionalinio dokumento apibrėžiančio tokio pobūdžio verslo aplinką ir galimybes. Nors Lietuvoje dar nėra daug ir gerų socialinių verslų pavyzdžių, bet vis aktyviau apie tai kalbama, orga-

nizuojami mokymai, ISM ir Klaipėdos kolegijoje pradėtos dėstyti socialinio verslo paskaitos. Vis didesnis dėmesys socialiniam verslui skiriamas jaunimo bei kituose fonduose, buriasi organizacijos kalbančios apie socialinį verslą. Vilniuje, miesto centre, jau trečius metus iš eilės veikia Socialinio verslo ir inovacijų bendradarbiystės erdvė – NVO Avilyš. Didelis dėmesys socialiniam verslui skiriamas organizuojant kaimo plėtrą pasitelkiant LEADER+ programą. Socialinio verslo koncepcija leido skirtingoms ministerijoms, institucijoms bei organizacijoms susėsti prie bendro stalo ir daryti viską, kad socialinis verslas turėtų kuo geresnę aplinką Lietuvoje. Socialinės apsaugos ir darbo ministerija yra numačiusi, kad valstybė ateityje turi vis daugiau savo atliekamų funkcijų deleguoti privačiam sektoriui, kai kurios savivaldybės savo veiklos planuose jau numato skirti daugiau dėmesio socialinio verslo plėtrai, kooperatyvų skatinimui ir atsiradimui.

Vis gi Lietuvoje dar daug dėmesio reikia skirti orientuojantis į švietimą apie socialinį verslą. Tai reikia daryti siekiant, kad ši sąvoka ir veiklos forma būtų žinoma dar mokyklos suole sėdinčiam jaunimui ir taptų jiems patrauklia veiklos sritimi. Taip pat reikia konkrečių ir aiškių socialinio verslo palaikymo konsultavimo formų – tam kad atsiradusios idėjos galėtų lengvai progresuoti ir tvariai vystytis Lietuvoje. Socialinis verslas turi būti skatinamas ir savivaldos lygmeniu, kaip šiuo metu yra skatinami ekologiniai produktai (5 proc. Viešųjų pirkimų dalies), teikiamas prioritetas perkant paslaugas iš socialinių įmonių. Savivaldoje verslas gali daugiau dėmesio skirti aplinkos tvarumui, bendruomenių palaikymui perkant produktus ir paslaugas iš aplinkoje esančių socialinių verslų.

2014 m. Socialinio verslo forumas

„Geri darbai gali būti verslūs!“

Apžvalga

„Forumas buvo labai naudingas. Pranešėjai tiesiog nuostabūs! Viliuosi ir tikiu, kad su partneriais netrukus dalyvausime ir kitame forume, nes to reikia Lietuvos socialinio verslo ateičiai.“

Socialinio verslo forumas dviem dienom diskusijai sukvietė Lietuvos, Latvijos, Estijos, Baltarusijos ir Jungtinės Karalystės socialinio verslo atstovus. Šis Lietuvai žymus renginys vyko kovo 21 d. Vilniuje, „Radisson Blu“ viešbutyje, o diena anksčiau – kovo 20 d., ketvirtadienį, Užupio meno inkubatoriuje organizatoriai kvietė į kontaktų užmezgimo vakarą.

Pagrindinis dviejų dienų trukmės Forumo, kuris buvo ne tik informatyvus, bet ir leido šiek tiek atsipalaiduoti, tikslas – sukviesti pagrindines suinteresuotąsias šalis, taip paklojant tvirtus pagrindus glaudžiam bendradarbiavimui, ir pamėginti nustatyti, kokia kryptimi toliau galėtų plėtotis socialinis verslas Lietuvoje.

Daugiausia dėmesio Forume skirta 4 pagrindinėms bendrojo pobūdžio temoms, kurios suformuluotos atsižvelgus į Forumą rengusių partnerių patirtį ir kelių apskrito stalo diskusijų rezultatus:

1. Valdžios vaidmuo remiant socialinę ekonomiką.
2. Parama socialinei ekonomikai.
3. Socialinio verslo žinomumo didinimas.
4. Viešojo, privataus sektoriaus, įmonių ir socialinio verslo bendradarbiavimo stiprinimas.

Pagal Forumo programą iš ryto vyko plenarinė sesija, kurioje pranešimus skaitė 4 Jungtinės Karalystės atstovai, turintys darbo patirties visose 4 minėtose srityse. Tai Jungtinės Karalystės Ministrų kabineto vyresnysis patarėjas politikos klausimais Tim Pearse, mokymų ir konsultavimo socialinio verslo klausimais įmonės „Red Ochre“ generalinis direktorius Uday Thakkar, nepriklausomas socialinio verslo konsultantas Phil Tulba bei kaimo vietovėje veikiančios socialinės įmonės „Hill Holt Wood“ generalinė direktorė ir Jungtinės Karalystės socialinio verslo tarybos narė Karen Lawthrop.*

Plenarinės sesijos tikslas – apibrėžti Forumo kontekstą ir pagrindinius sekcijų, kurių darbas vyko po pietų, dalyvius. Darbas sekcijose vyko visomis keturiomis Forumo temomis. Dirbant sekcijose, įžanginį žodį kiekvienoje jų tarė Jungtinės Karalystės atstovai.

Sekcijoje, kurioje buvo nagrinėjamas valdžios vaidmuo socialinės ekonomikos srityje, Tim Pearse padėjo Latvijos Respublikos gerovės ministrė Daina Fromholde, o Uday Thakkar talkininkavo vyriausybės remiamos paramos nevyriausybinėms organizacijoms programos, kurią vykdo Estijos nacionalinis pilietinės visuomenės fondas (NFCS), vadovė Mari-Liis Dolenko.

Sekcijoje, skirtoje socialinio verslo žinomumo klausimui, Phil Tulba padėjo Imantas Bernotas, o bendradarbiavimui skirtoje sekcijoje Justė Šemetaitė talkininkavo Karen Lothrop.

Po kavos pertraukėlės Forumo dalyviai susirinko į popietinę plenarinę sesiją, kurios metu vyko atvira diskusija aptartomis temomis ir toliau nagrinėtos pagrindinės temos bei galimi sprendimų variantai. Sesijos pradžioje moderatoriai trumpai papasakojo apie sekcijose vykusį darbą.

Popietinės sesijos metu plenarinės sesijos dalyvius siekta sugrąžinti prie klausimų esmės – iššūkių ir sprendimų – bei suformuoti platesnės diskusijos, į kurią įsijungtų visi dalyviai, pagrindą.

Šios ataskaitos 9-20 puslapiuose diskusijų santraukos forma pateikiamos iš pagalbinių moderatorių ir kitų aktyvių dalyvių surinktos pastabos, kuriose atsispindi užduoti klausimai, aptarinėtos temos ir parodytas dėmesys sprendimams bei veiksams. Dvidešimt pirmame puslapyje pateikiamas Forumo apibendrinimas bei keli tolesnių veiksmų variantai.

Socialinis verslas: kontekstas ir sąvokos

Lietuva

Šiuo metu Lietuvoje ir daugelyje kitų Europos valstybių socialinio verslo apibrėžimo nėra. Tačiau Lietuva yra viena iš nedaugelio šalių, kurioje priimtas socialinio verslo įstatymas (2004 m. Socialinių įmonių įstatymas), įgalinantis valstybę įvairiais būdais teikti paramą socialiniam verslui, įskaitant ir subsidijas įvairių rūšių organizacijoms, tačiau, su sąlyga, kad jos laikosi tokių sąlygų:

„Socialinių įmonių tikslas – įdarbinant šiame įstatyme nurodytoms tikslinėms grupėms priklausančius asmenis, praradusius profesinį ir bendrąjį darbingumą, ekonomiškai neaktyvius, negalinčius lygiomis sąlygomis konkuruoti darbo rinkoje, skatinti šių asmenų grįžimą į darbo rinką, jų socialinę integraciją ir mažinti socialinę atskirtį.“

Šis apibūdinimas rodo, kad socialiniam verslui priskiriamos organizacijos, kuriose dirba „iš darbo rinkos iškritę“ asmenys. Daugeliu atveju tai yra žmonės, turintys fizinę negalią, mokymosi sunkumų, priklausomybę nuo narkotikų ir alkoholio. Todėl pagal šį apibūdinimą socialinio verslo veiklos sritis susiaurinama iki veiklos, padedančios įveikti nelygybę darbo rinkoje, tačiau faktiškai socialinis verslas daugeliu atvejų sukuria ir kitokių formų socialinės ir aplinkos apsaugos vertę.

2004 m. Socialinių įmonių įstatymas - <http://www.socmin.lt/en/social-enterprises.html>

Jungtinėje Karalystėje

Nacionalinė institucija, užsiimant socialinio verslo klausimais Jungtinėje Karalystėje, yra SEUK. Jų interneto svetainėje pateiktas aprašymas, įvardijantis, kad socialinis verslas – tai subjektai, turintys socialinius ir aplinkos apsaugos tikslus, ir kad savo pelną jie naudoja socialinės ir aplinkos apsaugos problemoms spręsti.

„Socialinis verslas – tai verslas, kuris savo veikla siekia spręsti socialines problemas, pagerinti bendruomenių gyvenimą arba aplinką, sudaryti žmonėms geresnes galimybes gyvenime. Pajamas jis uždirba parduodamas prekes ir paslaugas atviroje rinkoje, o gautą pelną investuoja į verslą arba vietinę bendruomenę.“

<http://www.socialenterprise.org.uk/about/about-social-enterprise>

* 32 puslapyje pateikiamos išsamios visų JK pranešėjų biografijos.

Valdžios vaidmuo remiant socialinę ekonomiką

Europos Komisija

Europos Komisijos interneto svetainėje pateikiamas socialinio verslo apibūdinimas, pagal kurį pirmenybė teikiama socialiniams, visuomenės gerovės ir aplinkos apsaugos tikslams, o ne kaip galima didesniam pelnui.

„Socialinis verslas siekia tarnauti bendruomenės interesams (socialiniai, visuomeniniai ir aplinkos apsaugos tikslai), o ne gauti kaip galima didesnę pelną. Savo prekėmis ar siūlomomis paslaugomis bei taikomais veiklos organizavimo būdais jis dažnai būna novatoriškas. Socialinio verslo subjektai dažnai įdarbina labiausiai pažeidžiamus visuomenės narius (socialinės atskirties paveiktus piliečius) ir taip prisideda prie visuomenės sanglaudos stiprinimo, užimtumo didinimo ir nelygybės mažinimo.“

http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/index_en.htm

Pirmoji bendro pobūdžio tema, kuri sumanyta planuojant Forumą, buvo tema apie valdžios vaidmenį. Per diskusijas, apskrito stalo susitikimus ir įvertinus patirtį suformuluotas toks klausimas:

„Koks yra valdžios vaidmuo ir kaip ji galėtų efektyviau dirbti socialinės ekonomikos srityje?“

Ar apskritai kurti paklausą ar galbūt pasiūlą, arba galbūt kurti tokią aplinką, kurioje socialinė ekonomika galėtų klestėti, yra valdžios vaidmuo? Konkrečiai kalbant, ar valdžia yra šio sektoriaus šalininkė ir propaguotoja, socialinės ekonomikos organizacijų paslaugų tarpininkė (pirkėja), reguliuotoja ar paprasčiausiai finansuotoja per gaunamas dotacijas?

O gal galima sutikti, kad nebuvo tokio vaidmens, kokį valdžia galėtų vaidinti: socialinės ekonomikos organizacijas palankiau veiktų savarankiškumas, o ne kišimasis į jų veiklą.

Pradedant darbą sekcijoje, įžanginę kalbą pasakė Tim Parse, kuris apibendrino svarbiausius savo pranešimo momentus. Apie patirtį Latvijoje papasakojo Daina Fromholde, o jai kalbant, kartu vyko ir diskusijos apie tai, kaip reikėtų apibrėžti socialinio verslo sąvoką.

Diskutuojant tokiu klausimu Lietuvoje, kartais atsiranda painiavos vartojant sąvoką „socialinis verslas“, nes manoma, kad ši sąvoka reiškia organizacijas, kurios daugiausia dirba su vadinamosiomis darbo rinkos rizikos grupėmis, t. y. žmonėmis, kurie turi fizinę negalią, mokymosi sunkumų, kurie susiduria su priklausomybės nuo narkotikų ar alkoholio problemomis. Taip sąvoka kažkiek susiaurinama ir ji neprėpia kitų verslo formų, kurių misija – pokyčių vykdymas socialinės ir (arba) aplinkos apsaugos misijos labui.

Pokalbio sekcijoje metu daug dėmesio skirta ir centrinės valdžios vaidmens, kuriant bendrą supratimą apie socialinį verslumą, klausimui, taip pat kalbėta apie vietinius mokesčius, savivaldybių turto nuomą ir vietinio lygmens viešuosius pirkimus ar mažų apimčių sutartis.

Vienas dalyvis pastebėjo, kad valdžia turi ne pati imtis verslo, o kurti palankią aplinką socialiniam verslui, įskaitant teisinės sistemos ir veiksmingų paramos mechanizmų kūrimą.

Diskutuojant aštuntojoje sekcijoje, kilo mintis dėl veiksmų, kurių turėtų imtis socialinis verslas, nacionalinė ir vietinė valdžia tam, kad būtų žengta pirmyn. Kaip ir reikėtų tikėtis tokios bendro pobūdžio temos, kokia yra „Valdžios vaidmuo remiant socialinę ekonomiką“, atveju, kai kurie veiksmai ir apskritai temos iš dalies sutapo.

Veiksmai, kurių galėtų imtis socialinis verslas

1. Socialinio verslo vaidmuo – daryti spaudimą vyriausybei, nustatant ir propaguojant geros praktikos pavyzdžius. Tikslas – stiprinti socialinio verslo žinomumą ir supratimą valdžios kabinetuose. Manoma, kad vos tik valdžia (ministrai ar kiti valstybės tarnautojai, arba ir vieni, ir kiti) sužinotų, kokią naudą duoda socialinis verslas, jie imtųsi reikšmingų pastangų jam remti.

Veiksmai, kurių galėtų imtis nacionalinė valdžia

2. Nors žinomumo klausimas ir buvo viena iš 4 pagrindinių Forumo temų, manoma, kad reikėtų sukurti aiškių pranešimų sistemą, t. y. papasakoti apie socialinio verslo naudą ir kad valdžia nori padėti socialiniam verslui augti. Tokie pranešimai būtų nukreipti plačiajai visuomenei, kitoms viešojo sektoriaus dalims, vietinės valdžios įstaigoms bei pačiam socialiniam verslui.

3. Valdžia turėtų pasiūlyti socialiniam verslui ir tarpininkavimui bendraujant su valdžios įstaigomis paslaugas tada, kai reikia reklamuoti paslaugas ir paslaugų teikimo galimybes. Tai reikštų, kad padedama socialiniam verslui ir valdžios įstaigoms veikti kartu.

4. Dar vienas valdžios vaidmuo – priimti teisės aktus, kurie leistų viešajam sektoriui viešųjų pirkimų atveju atsižvelgti į socialinę vertę (panašiai kaip JK reglamentuojama Socialinės vertės įstatymu¹). Tai reikštų, kad paslaugas perkantys užsakovai galėtų atsižvelgti ir į kitus veiksnius, o ne tik į kainą.

5. Valdžia gali atlikti ir savo vaidmenį remiant tarpininkų rinką, t. y. organizacijas, kurios finansinę ir verslo paramą teikia tiesiogiai socialiniam verslui. Tai galėtų būti lėšų, kurios investuojamos kartu su arba į SIFI (Socialinių investicijų finansavimo tarpininkai)** Tai leistų pritraukti taip reikalingo kapitalo ir duotų impulsą rinkai.

6. Valdžia galėtų įsteigti centrinę socialinių investicijų (socialinio verslo) padalinį, kuris turėtų pakankamai reikšmingą įtaką ir būtų pakankamai finansuojamas tiek, kad galėtų plėtoti šią sritį.

7. Ūkio sektoriuose pastebimas didelis susidomėjimas šia sritimi, todėl valdžia galėtų imtis iniciatyvos pajungti ir paremti šį šaltinį taip, kad pokyčiai iš tiesų įvyktų.

Vietinės valdžios vaidmuo

8. Viena pagrindinių sričių, kuri aptarta diskusijų metu, – pradėti svarstyti galimybę užsakyti, kokias paslaugas galėtų teikti socialinis verslas. Prie tokių paslaugų būtų galima priskirti vaikų priežiūros, pagyvenusių žmonių priežiūros, sveikatos priežiūros, švietimo ir daugelį kitų paslaugų.

Geroji patirtis: Latvija

Latvijos Gerovės ministerijos atstovė Daina Fromholde trumpai supažindino su socialinio verslo plėtra Latvijoje, papasakojo ir apie valdžios vaidmenį, Latvijos patirtį įvedant naują paradigmą ir apie iššūkius, su kuriais tenka susidurti.

Pastaraisiais metais didėjo visuomenės poreikis ir susidomėjimas socialiniu verslu. Tokia tendencija yra susijusi ir su didėjančiomis veiklos Europos Sąjungos (ES) lygmeniu apimtimis, pavyzdžiui, Latvijoje veikia Socialinio verslo iniciatyva.²

Teisinės sistemos, kuri remtų socialinį verslą Latvijoje, istoriškai nebuvo, tačiau Gerovės ministerija 2013 m. gegužės mėn. sudarė specialią darbo grupę socialinio verslo klausimams spręsti. Darbo grupei duota užduotis nustatyti geros praktikos pavyzdžius, jos darbe dalyvauja įvairiausių institucijų – ministerijų, NVO, mokslo, socialinio verslo ir parlamento – atstovai.

Pagrindiniai momentai:

- Nacionalinis kontekstas: kaip **sujungti esamas socialinės ekonomikos veiklos formas, mokslą ir naujas Europos fondų lėšas**, kurios gaunamos socialiniam verslui plėtoti.
- Pristaikymas prie kintančių aplinkybių: **per daug nevaržyti, tačiau tuo pačiu metu neprarasti krypties**, o galiausiai – prestižo ir visų suinteresuotųjų šalių pasitikėjimo.
- Socialinio verslo apibrėžimas turi būti naudojamas **lygiagrečiai su charakteristikomis**, kurios apibūdina socialinį verslą.
- Sutelkti dėmesį į bendrą privataus sektoriaus ir NVO darbą, tuo siekiant sustiprinti **kokybiškų darbo vietų** kūrimo potencialą (atlyginimai turi atitikti vyraujančius ūkyje) padedant į visuomenės užribį nustumtiems žmonėms pereiti į bendrąją darbo rinką.

Specialūs pasiūlymai dėl valdžios vaidmens

- Vadovaudamasi Latvijos patyrimu, Daina Fromholde pasiūlė kelias sritis, kuriose valdžia galėtų vaidinti aktyvų vaidmenį.
- Poreikių ir galimybių subalansavimas: pragmatiškai galvoti apie tai, ko reikia, ir ką galima pasiekti.
- Pagalba surandant kompromisus: siekiant užtikrinti, kad veikla nenutrūktų, reikia sudaryti susitarimus, kuriuose atsispindėtų įvairūs (ir galimai tarpusavyje konkuruojantys) interesai.
- Sukurti efektyvios paramos sistemos fondus ir žengti pirmyn, atsižvelgiant į nacionalinę padėtį (požiūrio „visiems rūpimas“ taikymas).
- Pasirašyti ir remti Strasbūro deklaraciją³ (raginimas imtis veiksmų).

Latvijos patirtis pradėdant taikyti naują paradigmą

Latvijos patirtis – tai prieštaraujančių nuomonių ir vizijų patirtis, taigi, procesas vyko lėtai. Aišku viena: kaip ir daugelyje šalių, trūksta įrodymų apie socialinio verslo „vertę“ arba išsiskiria nuomonės apie, pavyzdžiui, viešojo sektoriaus vaidmenį, įskaitant klausimą apie tai, kaip giliai jis turėtų įsitraukti į verslą. Konkrečiai kalbant, supratimas apie socialinį verslą ir jo poveikį visuomenei yra ribotas. Kita vertus, yra ryškus visų sektorių entuziazmas ir susidomėjimas bei auganti NVO sektoriaus parama.

Prie didžiausių iššūkių galima būtų priskirti pastarojo meto įvykių Ukrainoje poveikį ekonomikos plėtrai ir ekonominę padėtį pasaulyje apskritai. Be to, ilgalaikis nedarbas, neaktyvumas, nelygybė ir skurdas yra realios problemos, kurias dar labiau pasunkina emigracija, darbų arba gyventojų koncentracija tankiai apgyvendintose ar retai gyvenamose vietovėse.

Taip pat reikia pasakyti, kad vyksta veiksmingas valdžios ir savivaldybių bendradarbiavimas, įtraukiant ir privatų sektorių.

Daina Fromholde dirba Latvijos Darbo jėgos rinkos politikos departamente prie Latvijos Respublikos Gerovės ministerijos vyresniąja specialiste. Ji prisideda prie programų, susijusių su darbo jėgos rinkos politika, o ypač – su darbo jėgos rinkos politikos priemonių įgyvendinimu, taip pat dirba su Europos darbo jėgos rinka ir politikos iniciatyvomis susijusiais klausimais.

D. Fromholde turi socialinių mokslų magistrės laipsnį. Prieš pradėdama dirbti ministerijoje, ji dirbo Europos Komisijoje, Užimtumo, socialinių reikalų ir įtraukties generaliniame direktorate nacionaline eksperte.

Parama socialinei ekonomikai

¹ 2012 m. vasario mėn. viešosios paslaugos (Socialinės vertės įstatymas) Anglijoje ir Velse pradėtos reglamentuoti įstatymu. Šis įstatymas reiškia, kad pirmą kartą nustatyta, jog visos Anglijos ir Velse valstybės institucijos turi apsvarstyti, kaip jų užsakomos ir viešųjų pirkimų ar kitaip perkamos paslaugos galėtų pagerinti regiono ekonominę ir socialinę gerovę bei aplinkos apsaugą.

Jungtinės Karalystės socialinio verslo interneto svetainėje pateikta informacija apie tai, kokią įtaką tokio įstatymo buvimas turi socialiniam verslui: <http://www.socialenterprise.org.uk/news/new-guide-the-public-services-social-value-act>

JK Vyriausybės interneto svetainėje 2014 m. sausio mėn. paskelbta informacija apie pasiektą pažangą įgyvendinant minėtą įstatymą: <https://www.gov.uk/government/publications/public-services-social-value-act-2012-1-year-on>

² Socialinio verslo iniciatyva – http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/index_en.htm

³ Strasbūro deklaracija: raginimas imtis veiksmų socialinio verslo potencialui realizuoti

„2014 m. sausio 16–17 d. Strasbūre bendram darbui susirinkusių daugiau nei 2000 socialinių verslininkų ir įmonių rėmėjų, atstovaujančių turtingai socialinės ekonomikos įvairovei, patvirtino savo požiūrį, kad kuriant Europos ateitį, socialinis verslas turi vaidinti didesnę vaidmenį ir įvardijo naujas idėjas bei veiksmus, kurie padės realizuoti jų pažangaus, tvaraus ir integracinio augimo potencialą.“

6 iš 10 sukonkretintų raginimų imtis veiksmų yra aktualūs nacionalinei, regioninei ir vietos valdžiai.

3. Drauge kuriant naują politiką, remiančią socialiai atsakingas įmones ir tinkančią vietos sąlygoms, turi būti stipresnis ES, nacionalinio, regionų ir vietos valdžios įstaigų ryšys su socialinio verslo bendruomene.

5. Bendradarbiaudamos su socialinio verslo sektoriumi, valstybės narės bei vietos ir regionų valdžios institucijos privalo visapusiškai remti šio verslo augimą ir padėti jam ugdyti gebėjimus, tam tikslui, pavyzdžiui, įdiegiant teisinę sistemą, užtikrinant finansavimo praeinamumą, suteikiant paramą verslo pradžiai ir jo plėtojimui, įgyvendinant profesinio mokymo ir švietimo programas, organizuojant viešuosius pirkimus.

6. ES institucijos ir valstybės narės turėtų sustiprinti socialinio verslo vaidmenį įgyvendinant struktūrines reformas, nukreiptas krizei įveikti, ir pirmiausia tose srityse, kuriose socialinė ekonomika yra mažiau išvystyta.

7. Komisija, valstybės narės ir regionai privalo sustiprinti socialinio verslo tarpvalstybinį ir regioninį bendradarbiavimą taip, kad būtų galimybė dalytis žiniomis ir praktika. Analogiškai visos valdžios institucijos turėtų glaudžiau tarpusavyje bendradarbiauti ir stiprinti savo gebėjimus remti socialinio verslo augimą.

8. Viešojo ir privačiojo sektorių subjektai turi sukurti visą tinkamą finansinių priemonių ir tarpininkų spektrą socialiniam verslui remti per visą jo gyvavimo ciklą.

9. Reikia toliau tirti socialinį verslą ir rinkti nacionalinius statistinius duomenis, kad būtų galima geriau suprasti bei pripažinti šį sektorių ir didinti jo žinomumą tiek tarp politikos formuotojų, tiek ir plačiojoje visuomenėje.

Strasbūro deklaracija <http://www.socialeconomy.eu.org/IMG/pdf/declarationen-2.pdf>

Darbuose sektoriuje vadovavo „Red Ochra“ atstovas Uday Thakkar, kuris tęsė savo mintis, išsakytas per rytinę plenarinę sesiją. Pradžioje pranešimą skaitė Estijos nacionalinio pilietinės visuomenės fondo (NFCS) atstovė Mari-Liis Dolenko.

Aplinka Estijoje yra visiškai kitokia negu Lietuvoje – Estijoje įstatymais nustatyta, kad pagalba socialiniam verslui yra teikiama per visoje šalyje išsidėsčiusius paramos verslui centrus. Toks struktūriškai apibrėžtas modelis yra įdomus, tačiau neaktualus Lietuvos sąlygomis.

Po įžangos, pradėjus klausimų ir atsakymų sesiją, kilo plataus masto diskusija, kurioje buvo nagrinėjami įvairūs klausimai. Kalbėta apie apibrėžimus, teisinius klausimus, modelius, finansavimą, poveikio vertinimą, mažumos grupes ir apie tai, ar apskritai reikia socialinio verslo. Aptarinėtas temas suskirstėme į atskiras grupes ir toliau trumpai jas apžvelgsime.

Kas yra socialinis verslas?

Kalbant apie socialinį verslą, labai painiojama labdara ir socialinis verslas. Taigi, kur baigiasi viena ir prasideda kita? Tai nuolat kylanti bendro pobūdžio tema, o atsakymas, dėl kurio sutarta bendrai, yra toks: imdamasis spręsti socialinę ar aplinkos apsaugos problemą, socialinis verslas vykdo ūkinę veiklą ir siekia pelno. Labdara reiškia, kad svarbiausias dalykas yra misija arba problema bei lėšų pritraukimas jai spręsti, paprastai ieškant rėmėjų ar filantropiniais būdais.

Su šiais klausimais siejosi ir diskusija apie teisinę struktūrą bei veiklos reguliavimą, nes kai kuriais atvejais būna taip, kad socialinio verslo struktūra arba leidžia vykdyti tam tikrą veiklą, ar to daryti neleidžia (jei kalbėsime apie ūkinę veiklą ir pajamų generavimą). Lietuva yra viena iš nedaugelio šalių, kuriose užtikrinta parama socialinio verslo sektoriaus darbdaviams: 2004 m. priimtas Socialinių įmonių įstatymas.

Dirbant sektoriuje atsirado ir tokių dalyvių, kurie negalėjo suprasti, kodėl apskritai reikia socialinio verslo modelio, nes jų manymu, svarbiausias interesas yra auginti tik į pelną orientuotas įmones.

Natūralu, kad po tokios diskusijos buvo aptarta nemažai tvaraus verslo modelių, kurie laikomi galimu būdu imtis įveikti socialines ir aplinkos apsaugos problemas.

Finansavimas, finansai ir parama

Dirbant sektoriuje, aptartos galimybės, kaip pritraukti pirmą ir galimai nuolatinę finansinę paramą. Aptarti tokie galimi šaltiniai:

- Valdžios institucijos;

- ES;
- filantropija;
- stambios įmonės.

Taip pat aptarti praktiniai pavyzdžiai, iliustruojantys, kaip kitoms šalims pavyko užsitikrinti finansavimą ir paramą. Kalbėta apie valstybės paramą Estijoje ir filantropinę paramą, gautą iš Sorošo fondo Latvijoje. Kadangi palyginti su JK Lietuva yra nedidelė šalis, dirbant sektoriuje pasiūlyta padiskutuoti apie galimą išorinę partnerystę, kuri leistų pasinaudoti ES ir filantropine parama.

Bendruomenės: žmonės, vietos ir poveikis

Diskusija kilo apie tai, kaip įtraukti mažumos grupes (įskaitant ir bendruomenes, kurios buriasi pagal tikėjimą), apie tai, kuo skiriasi miesto ir kaimo bendruomenės, nes kaimo bendruomenės gauna labai mažai paramos; aptarta tai, kad netgi stokojama tarpusavio paramos, nes daugelis socialinių verslininkų dirba vienuose.

Diskusijos dalyviai sutarė, kad prioritetas yra jaunimas, todėl toliau daug kalbėta apie tai, kaip sudominti jaunąją kartą įsitraukti į darbą bendruomenėje ar imtis savanorystės. Nors nedaug, bet kilo ir klausimų apie tai, kaip pastebėti ir įvertinti poveikį visuomenei. Šioje srityje reikėtų pagalbos, todėl daug kalbėta ir diskutuota apie tai, koks būtų geriausias tokios paramos pateikimo būdas.

Diskusijos dalyviai priėjo prie išvados, kad būtų pageidautina sukurti paramos tinklą, tačiau jokių pasiūlymų apie tai, kaip reikėtų mokėti už dalyvavimą tokio tinklo darbe, nepateikta. Tačiau Estijos modelis rodo vieną galimą kelią.

Geroji praktika: Estija

Mari-Liis Dolenko yra paramos nevyriausybinėms organizacijoms programos, kurią įgyvendina Estijos Nacionalinis pilietinės visuomenės fondas (NFCS), vadovė. Pradedant darbą sekcijoje, kuri moderavo svečias iš Jungtinės Karalystės Uday Thakkar, Mari-Liis pasidalino savo patirtimi apie paramą socialinei ekonomikai Estijoje.

Mari-Liis manymu, Estijoje apie socialinį verslą iš tikrųjų pradėta kalbėti tik prieš 5 metus. Kitaip nei Lietuva, Estija neturi specialaus socialines įmones ar jų teisinę formą reglamentuojančių teisės aktų, tačiau kaip ir Lietuvoje, Estijoje nėra nustatytos teisinės socialinio verslo struktūros.

Kalbėdama apie kovo 20 d. Užupio meno inkubatoriuje vykusį kontaktų užmezgimo vakarą, Mari-Liis atkreipė dėmesį į vieną dalyką:

„Kai ketvirtadienio vakare UMI klausiausi apie kai kuriuos pavyzdžius, atrodė, kad apskritai, kalbėdami apie socialinį verslą, tiek Estijoje, tiek ir Lietuvoje turime omenyje tuos pačius dalykus, tačiau mūsų atveju socialinis verslas dažniausia veikia NVO forma.

Mūsų visuomenėje apibrėžimą lemia būtent socialinis tikslas – daugelis NVO tik neseniai pradėjo galvoti apie tai, kad reikėtų nuoseklaus verslo modelio tam, kad viskas pradėtų veikti. Be to, už paramos sistemą buvo atsakinga Vidaus reikalų ministerija (regioninių reikalų ministras, kuris, dirbdamas Vidaus reikalų ministerijoje, sprendė pilietinės visuomenės kūrimo klausimus).

Žinau, kad šiais klausimais Lietuvoje užsiiminėjo Ūkio ministerija. Estijoje lig šiol nesame tikri, kuris būdas iš tikrųjų būtų efektyvesnis, daug diskutuota apie tai, ar čia turėtų aktyviau dalyvauti Estijos Ūkio ir įmonių ministerija.“

Koks Estijos valdžios ir NFCS vaidmuo remiant socialinį verslą?

Praktiškai būtent NFCS padeda Estijos NVO formuoti savo gebėjimus kurti pilietinę visuomenę ir formuoti tokią aplinką, kuri skatintų pilietinius veiksmus. NFCS metinis biudžetas – apie 1,28 mln. eurų.

NFCS yra valstybės finansuojamas (Vidaus reikalų ministerijos) pilietinės visuomenės fondas, kuris įsteigtas 2008 m. ir įgyvendina Estijos pilietinės visuomenės koncepciją bei 2011–2014 m. pilietinės visuomenės stiprinimo planą. Yra daug dotacijų programų ir kvietimų teikti konkursinius siūlymus, kurių tikslas – stiprinti NVO gebėjimus arba, veikiant pilietiškamą, užtikrinti pokyčius pilietinės visuomenės organizacijose.

Konkretūs darbai, kuriuos NFCS nuveikė socialinio verslo srityje:

- Specialūs atviri konkursai teikti pasiūlymus socialinio verslo atstovams (šiuo atveju – NVO); pirmiausia NFCS parėmė jas finansiškai taip, kad jos galėtų parengti tvarius verslo planus, o tada suteikė dotacijas planams įgyvendinti.
- NFCS yra ir Šveicarijos-Estijos NVO fondo, kuris remia NVO ir viešojo sektoriaus bendradarbiavimą teikiant viešąsias paslaugas, valdytojas.
- NFCS suteikė paramą steigiant Estijos socialinio verslo tinklą (ESEN)⁴ (internetu svetainė <http://sev.ee/eng>).
- NFCS suteikė paramą ir pirmajam socialinio verslumo inkubatoriui SEIKU, kuris veikia Pietų Estijoje, Tartu mieste: <http://seiku.ee/en/>

Estijoje veikia ir Apskričių plėtros centrų tinklas,⁵ kurio darbe dalyvauja 15 kiekvienoje apskrityje veikiančių organizacijų ir kuris nemokamai konsultuoja įmones, vietines valdžios įstaigas ir NVO. Jis konsultuoja ir socialinio verslo atstovus, padėdamas jiems pagilinti žinias ir supratimą apie socialinį verslą. Konsultavimo kokybė skiriasi priklausomai nuo apskrities, tačiau konsultacinė pagalba pagrindiniais klausimais teikiama visur – tai universali paslauga.

Mari-Liis Dolenko dirba NVO konsultavimo ir kitų susijusių klausimų srityje jau daugiau nei 10 metų. Aštuonerius metus Mari-Liis dirbo Harju apskrities plėtros centre, teikdama NVO konsultacijas veiklos, finansavimo pritraukimo ir joms skirtų mokymų organizavimo klausimais.

Pastaruosius dvejus metus Mari-Liis tapo nacionalinio pilietinės visuomenės fondo (NFCS) komandos nare ir čia įgyvendina paramos NVO programą. Per visą dešimtmetį Mari-Liis dalyvavo įvairių vertinimo komisijų darbe ir turėjo galimybę susidurti su įvairiausiomis Estijoje taikomomis finansavimo sistemomis.

www.kysk.ee

⁴ Estijos socialinio verslo tinklas – tai pagrindinė socialinio verslo plėtros agentūra ir yra šio judėjimo balsas. Šiuo metu ESEN turi 36 narius.

⁵ Estijos apskričių plėtros centrų tinklas: <http://www.eas.ee/en/for-public-and-non-profit-sectors/civil-society/county-development-centres?showall=&limitstart>

Žinomumo didinimas

Pagrindinis šios temos klausimas:

„Ką būtų galima nuveikti, gerinant supratimą apie socialinę ekonomiką, o ypač – apie socialinį verslą?“

Buvo nemažai ir konkretesnių klausimų, kurie nagrinėti plenarinės sesijos pranešimuose bei dirbant sekcijose. Daugiausia dėmesio sulaukė klausimas apie tai, kas yra pagrindinė socialinio verslo auditorija, kokie pranešimai ir kaip turėtų būti pateikiami kiekvienam tikslinės auditorijos segmentui.

Kilo klausimas ar verta paprasčiausiai didinti žinomumą, taip pat diskutuota apie tai, kaip būtų galima „paleisti kelionėn“ tikslinę auditoriją – ypač tuos, kurie nori imtis socialinio verslo arba tik pradeda tokią veiklą. Tai reikėtų sistemingą jų kelią pažinimo link, pradedant nuo žinojimo, kad yra toks socialinis verslas, ir baigiant gilesniu supratimu, kuris atsiranda matant ir veikiant.

Kokybės užtikrinimo idėja ir „socialinio verslo žyma“ arba etiketė taip pat buvo aptariama kaip galimas žinomumo didinimo įrankis ir ženklas patvirtinantis, kad produktą pagamino ar paslaugą suteikė socialinis verslas.

Aptartas ir žiniasklaidos, kaip kanalo, per kurį būtų galima papasakoti tinkamas istorijas bei paskelbti apie veikiančius geros praktikos pavyzdžius, vaidmuo.

Pradedant darbą sekcijose, vienas dalyvis pareiškė, kad „mes esame beveik nežinomi.“ Tuo norėta pasakyti, kad Lietuvoje apie socialinį verslą žinoma labai mažai, o ypač mažai žino pagrindinės tikslinės grupės – NVO, potencialūs socialiniai verslininkai ir valdžios institucijos.

Dar vienas pačioje pradžioje pateiktas pastebėjimas – kad socialinis verslas labai stipriai siejamas su NVO bei amatais ir kad reikia propaguoti esamą socialinio verslo įvairovę. Aktualu ir tai, kad yra painiavos, nes socialinis verslas siejamas tik su į visuomenės užribį nustumtų grupių įdarbinimo schemomis, o ne su didėjančia esamos veiklos, produktų ir paslaugų įvairove.

Specifikos klausimas. Jaučiama, kad psocialiniam verslui ir jų produktams prisegta etiketė „socialinis“ turi ir savų pliusų, ir minusų, ypač Lietuvoje. Vyrauja nuomonė, jog vieni žmonės produktus pirktų tik todėl, kad jie turi žymą „socialinis“, o kiti būtent dėl tokios žymos jų apskritai nepirktų. Gali būti, kad tokia padėtis yra todėl, jog daugelis žmonių žodį „socialinis“ sieja su labdara, o ne įteisintu verslu, ir labai dažnai neįstengia pamatyti tikrosios produkto kokybės.

Veiksmi. Visa komunikacija ateityje turėtų būti nukreipta į tuos, kurie turi „socialinę sąžinę“, ir į tuos, kurie nori įsigyti gerą produktą ar paslaugą tinkama kaina.

Koordinavimo stoka. Nėra jokios organizacijos, kuri veiksmingai komunikotų apie tai, kuo vertingas socialinis verslas, apie įvairėjančias tokio verslo veiklos sritis.

Veiksmi. Siekiant paskleisti kolektyvinį ir stipresnį pranešimą apie socialinį verslą, Lietuvoje būtina įsteigti atskirą organizaciją, kuri veiktų kaip šiai sričiai atstovaujanti įstaiga arba asociacija (arba tokią funkciją perduoti esamai organizacijai).

Tai galėtų būti žingsnis pirmyn nuo paprasto žinomumo didinimo iki supratimo formavimo, padedant žmonėms suprasti, kas yra socialinis verslas ir kokią vertę jis sukuria, jiems į jį įsitraukus. Tai reikėtų, kad socialinis verslas turėtų būti organizuojamas taip, kad žmonės galėtų dažniau susirinkti ir keistis idėjomis bei gerosios praktikos pavyzdžiais ir bendradarbiauti, t. y. būtų įgyvendinta idėja matyti ir veikti.

Tarptautinis ir regioninis bendradarbiavimas. Vienas dalyvis pastebėjo, kad įvedant NVO koncepciją Baltarusijoje, iš pradžių socialinis verslas buvo paliktas nuošalyje, todėl dirbant visame regione, įskaitant Latviją ir Estiją, būtų galima dalytis žiniomis, patirtimi ar idėjomis.

Pavyzdžiui, Latvijos Sorošo fondas padėjo įsteigti 2/3 socialinio verslo subjektų, o Nacionalinis pilietinės visuomenės fondas (NFCS) ir Estijos socialinio verslo tinklas

(ESEN) teikė paramą ir didino žinomumą tiek nacionaliniu, tiek ir regioniniu lygmeniu.⁶

Šiam požiūriui pritarė ir vienas dalyvis, pastebėdamas, kad turėtų būti daugiau projektų skirtų žinomumo didinimo veikloms, kad reikėtų interneto svetainės, kurioje visos NVO ir socialinio verslo subjektai galėtų pateikti informaciją apie įgyvendinamus projektus ir gaminamus produktus bei teikiamas paslaugas. ESEN veikla yra geras galimo darbo regioniniu lygmeniu pavyzdys.

Bendra vizija. Socialinių verslininkų nuomonės, požiūriai ir taikomi apibrėžimai skiriasi, tačiau galų gale jie siekia to paties tikslo: teigiamų socialinių ir aplinkosauginių pokyčių.

Vienas informacijos apie veiklą sklaidos ir dalijimosi ja būdas – pranešimus skelbti naudojantis internetu ir socialinės žiniasklaidos priemonėmis. Idėjų, žinių ir priemonių sklaida padės „besivystančioms šalims“ (toms, kuriose socialinis verslas yra naujovė) greičiau pasiekti tų pačių tikslų. Tai aprėpia ir „atgalinį“ idėjų bei naujovių, kurios galėtų būti atsiradusios besivystančiose šalyse ir kurios būtų naudingos kitose šalyse, kuriose yra brandesnė socialinio verslo ekosistema, srautą.

Vienas geras pavyzdys „M-pesa“⁷, t. y. mokėjimo už mobiliojo ryšio paslaugas būdas, kurį 2007 m. pradėjo taikyti „Safaricom“ ir „Orange“. Jis leidžia naudotojams, kurie neturi banko sąskaitų ir abonentinų sutarčių, pagal kurias kas mėnesį mokėtų už paslaugas, nusiųsti ir gauti mokėjimus. Pagal apytikrius skaičiavimus, 2012 m. 55 mln. Afrikos gyventojų naudojo šiuo būdu paslaugomis, kad galėtų pervesti 61 mlrd. JAV dolerių.⁸

Ši naujovė buvo tokia sėkminga, kad 2012 m. „Barclays Bank“ paleido veikti „Pinglt“⁹ mokėjimo iš mobilų telefonų paslaugą. Kiti JK bankai irgi kuria panašias paslaugas.

Auditorijos. Bendroji auditorija – tai NVO, įvairūs valdžios sluoksniai, švietimo sektorius, plačioji visuomenė ir įmonės bei privatus sektorius. Reikia suprasti kiekvieną segmentą, todėl komunikacija turėtų būti tokia, kad rezonuotų su tų segmentų poreikiais, kad pažadintų jų reakciją ir paskatintų veikti.

Pagrindinės auditorijos, kurios daugiausia buvo aptarinėjamos dirbant sekcijose, yra mokyklose besimokantis jaunimas ir studentai, kuriuos reikia specialiai nukreipti ir kuriems reikia atskirų įtraukiančių iniciatyvų, pavyzdžiui, verslo plano sudarymo konkursų, panašių į „Kūrybinio šoko“ konkursą, kurį surengė ISM Vadybos ir ekonomikos universitetas (Vilnius).¹⁰

Reikėtų tarti ir kelis žodžius apie perspėjimą, kurį dalyviai išsakė kalbėdami sekcijose. Manoma, kad dėl triukšmingos reklamos ir skatinimo daugybė NVO panorės tapti socialinio verslo subjektais. Dėl to gali atsitikti, kad nepavyks pasiekti paramos programų (iniciatyvų) ir galiausiai nepavyks gauti paramos.

Pasiūlyta teigiamus pavyzdžius reklamuoti valdžios įstaiigoms ir visuomenei, parodydami socialinio verslo naudą, taip pat reikia, kad valdžios lygmeniu įsitrauktų vyresnieji valstybės tarnautojai ir pareigūnai, o ne pagrindiniai politikai. Tai užtikrins tęstinumą per visus politinius ciklus, kurie atsiranda keičiantis vyriausybioms ir politikams.

⁷ „M-pesa“, pinigų pervedimo iš mobilų telefonų paslauga. <https://www.mpesa.in/portal/>

⁸ Businessweek.com straipsnis apie „M-pesa“: <http://www.businessweek.com/articles/2013-03-06/what-africa-can-teach-us-about-the-future-of-banking>

⁹ Barclays Bank paslauga „Pinglt“: <http://www.barclays.co.uk/Mobile/BarclaysPingit/P1242603570446>

¹⁰ ISM vadybos ir ekonomikos universitetas tarptautinis „Kūrybinio šoko“ verslo atvejų kursas: <http://creativeshock.lt>

Reverse Innovation (Atgalinio srauto inovacijos, aut. past.) <http://downtoearth.danone.com/2013/10/29/reverse-innovation-how-developing-countries-inspire-the-developed-world-to-innovate/>

Bendradarbiavimo tarp trečiojo, privataus ir viešojo sektorių skatinimas

⁶ Estijos socialinio verslo tinklas: <http://sev.ee/eng>

ESEN prioritetai tarptautinio bendradarbiavimo ir keitimosi patirtimi srityje:

1. Kurti teigiamą klientų supratimą (pavyzdžiui, sukuriant žymą vartotojui) apie socialinio verslo prekes ir paslaugas taip, kad padidėtų jų pardavimai. Šiuo metu kaupiame užsienio šalių patirtį ir formuojame komandą, kuri imtųsi įveikti šį iššūkį.

2. Apibrėžti, įvertinti ir paskelbti apie socialinio verslo poveikį. Šiuo metu esame sukūrę standartizuotą formą, kuri leidžia socialiniam verslui formuoti vertinimo gebėjimus ir patrauklia forma skelbti savo teorijas apie pokyčius, rodiklius, suinteresuotųjų šalių pasakojimus.

Iki pavasario sezono pabaigos būsime parengę ne mažiau kaip 20 tokių pranešimų. Be to, sukūrėme plataus masto išdavų ir poveikio vertinimo rodiklių rinkinį savo nariams. Daugiau informacijos: <http://sev.ee/impact-measurement/>

3. Brandinti finansiškai tvarius naujus socialinio verslo subjektus. Pirmasis Estijos inkubatorius, kuris buvo skirtas išimtinai socialiniam verslui, savo veiklą pradėjo 2013 m. rudenį. Taip pat surengtos (vykdomos) ir kitos verslo pradžios programos. Todėl mums būtų labai naudinga keistis patyrimu apie efektyvią inkubatorių veiklą.

Daugiau informacijos: <http://seiku.ee/en/>

Darbą šioje sekcijoje moderavo Karen Lawthrop, kuri ta pačia tema kalbėjo ir plenarinėje sesijoje. Diskusijoms ir debatams paskatinti bei palaikyti Karen pateikė šiuos klausimus:

„Ką būtų galima nuveikti, siekiant paskatinti 3 pagrindinių sektorių (viešojo, privataus ir socialinės ekonomikos) bendradarbiavimą?“

Ką būtų galima nuveikti, siekiant paskatinti bendradarbiavimą vertikalioje kryptimi, t. y. tarp viešųjų paslaugų ir socialinio verslo subjektų?“

Kokia forma galėtų vykti toks bendradarbiavimas – bendradarbiaujant tarpusavyje, steigiant partnerystes, bendras įmones, remiant naujoves, plėtojant produktus ir paslaugas, užsakant (perkant) produktus ir paslaugas?“

Kokios galėtų būti kitos bendradarbiavimo formos?“

Atsiliepimai leido manyti, kad dalyviams užduoti klausimai būtų aktualesni po metų nuo Forumo, nes maždaug 80 proc. dalyvavusiųjų sekcijos darbe buvo nevyriausybinė organizacijų atstovai, o kad debatai nebūtų vienpusiški, reikia, kad juose dalyvautų ir viešojo bei privataus sektoriaus ir socialinės ekonomikos atstovai.

Be to, pačios NVO dar yra pačioje savo kelio į socialinį verslą pradžioje, todėl idėjos ir sąvokos, pavyzdžiui, bendros įmonės, partnerystės, užsakymai, produktų ir paslaugų plėtojimas bei tokios ūkinės veiklos, kuri būtų vadinama socialine, vykdymas joms vis dar yra nauja.

Atsiliepimai bylojo, jog siekiant, kad įvyktų perėjimas į socialinio verslo sritį, NVO aiškiai reikia pagalbos plėtros srityje. Nors šis klausimas ir nebuvo sekcijoje nagrinėtos temos dėmesio centre, tačiau aišku, kad pradėdant bet kokią veiklą, kuria būtų siekiama paremti socialinio verslo plėtrą Lietuvoje, būtent jis iškilis pirmiausia.

Diskusijos: viešieji pirkimai

Viešieji pirkimai – tai atvejai, kai institucija ar organizacija paslaugas ir produktus iš kitų subjektų perka surengdama viešuosius pirkimus taip, kad produktai ar paslaugos atitiktų to perkančiojo subjekto reikalavimus dėl kokybės ir kiekio, laiko ir vietos. Tokie pirkimai – tai (užsakymo) gairių, kuriose nustatyta, ko reikėtų strategiškai siekiant užtikrinti, kad organizacija ar valstybės tarnyba galėtų veiksmingai funkcionuoti, išraiška.

Pripažinta, kad ši tema yra vienas pagrindinių iššūkių ir varomųjų jėgų, kurios leistų skatinti socialinį verslą Lietuvoje. Akcentuota, kad viešieji pirkimai iš tiesų padėtų stiprinti sektorių bendradarbiavimą ir skatintų tvarų socialinio verslo augimą Lietuvoje.

Bendruomenės formavimas

Forumo dalyviai išsakė mintį, kad reikia kurti bendruomenę, aprėpiančią visus sektorius ir rengiančią įvairių asmenų, užsimeriančių socialiniu verslu, susirinkimus, kurie galėtų būti tribūna padedanti skleisti savo idėjas ir bendradarbiauti.

Prie dabartinių bendradarbiavimo renginių galima priskirti kas mėnesį organizacijos „Geri norai“ (www.gerino-rai.lt) rengiamus susitikimus. Tai tribūna, kurioje suinteresuotosios šalys dalijasi gerosios ir nevykusios praktikos pavyzdžiais bei teikia įžvalgas dėl galimų įvairių suinteresuotųjų asmenų bendradarbiavimo projektų.

Gebėjimų stiprinimas

Šiuo metu didžioji dalis rinkos yra pasidalijusi: įmonės ir NVO dirba kas sau ir nepriklausomai viena nuo kitos. Kai kurios stipresnės NVO jau aktyviai ieško partnerystės galimybių, tačiau vis tik šioje srityje būtų galima nuveikti gerokai daugiau.

Pastebėta, kad yra neatitikimas įmonių ir NVO kompetencijos srityje. Rinkoje gerai matyti tendencija, kad bandydamos užmegzti bendradarbiavimą, NVO nekalba „verslo kalba“. Kita vertus, įmonėms neatrodo, kad jos turės stiprų partnerį, iš kurio galima būtų tikėtis, jog jis bus pajėgus pasiekti rezultatų. Taigi, trūksta tarpusavyje ryšio ir reikia, kad atsirastų tarpininkas, kuris padėtų sektoriams bendradarbiauti.

Be to, kai įmonės stipriai spaudžia partnerėmis tapusias NVO, kad šios būtų „orientuotos į verslą“, ir reikalauja pasiekti nustatytus tikslus, atsiranda papildoma įtampa. Kartais pastebima, kad toks reiškinys turi neigiamą socialinį poveikį – socialinis verslas praranda savo prasmę.

Apibendrinimas ir tolesni žingsniai

Veiksmai

Dirbant sekcijoje buvo aišku, kad NVO yra labai suinteresuotos bendradarbiavimu. Kai kurios jau bendradarbiauja, tačiau dėl „verslo kalbos“ naudojimo bei dėl to, kas įmonės ne visada jas laiko stipriais partneriais, iš kurių galima laukti rezultatų, tarp NVO ir įmonių yra tam tikros įtampos.

Pačios NVO tarpusavyje irgi bendradarbiauja nepakanamai, todėl siekiant daugiau drauge dirbti ir daugiau nuveikti, reikėtų stiprinti esamus bendradarbiavimo tinklus, pavyzdžiui „Geri norai“ ir NVO „Avilys“.

Daug galimų veiksnių, kurie buvo pasiūlyti šioje diskusijoje, daugiausia dėmesio skiria bendram NVO darbui ir jų darbui su kitais partneriais, pavyzdžiui, su valstybės įstaigomis ir įmonėmis. Gebėjimų stiprinimo programa, mokymai apie tai, kaip būti pasirengus dirbti pagal sutartis, suteiktų galimybę NVO ir socialinio verslo subjektams dalyvauti viešųjų pirkimų konkursuose dėl paslaugų teikimo ir juos laimėti. Tai atitinka ir veiksmus, kurie buvo pasiūlyti sekcijose, nagrinėjusiose valdžios vaidmens ir paramos socialiniam verslui klausimus.

Savo pagalbą pasiūlė ir nacionalinė JK įstaiga, kurioje yra socialinio verslo klausimus – SEUK. Jos pasiūlymo esmė – sukurti tokią politiką, kad vietinės valdžios įstaigos ir savivaldybės suprastų, kokią socialinę vertę ir naudą duoda privataus ir viešojo sektoriaus parama socialiniam verslui, šių sektorių prekyba su socialinio verslo subjektais ir buvimas socialinio verslo šalininkais.

SEUK – tai Jungtinės Karalystės socialinio verslo reikalų įstaiga. Ji atstovauja savo nariams stiprinant JK socialinio verslo judėjimą ir padedant jam toliau augti.

www.socialenterprise.org.uk

Socialinio verslo forumas tapo reikšmingu įvykiu Lietuvoje. Pagrindinis jo tikslas – sukviesti dalyvius bendrai aptarti, kaip būtų galima prisidėti prie tolesnės socialinio verslo plėtros Lietuvoje.

Į dvi dienas trukusį Forumą, kuriame vyravo laisva ir informatyvi atmosfera, suteikusi galimybę organizatoriams ir bendraminčiams nevaržomai dalintis idėjomis, atvyko Lietuvos, Latvijos, Estijos, Baltarusijos ir Jungtinės Karalystės atstovai.

Daugiausia dėmesio Forumo metu skirta keturioms pagrindinėms bendro pobūdžio temoms:

1. Valdžios vaidmuo remiant socialinę ekonomiką.
2. Parama socialinei ekonomikai.
3. Socialinio verslo žinomumo didinimas.
4. Viešojo, privataus sektoriaus, įmonių ir socialinio verslo bendradarbiavimo stiprinimas.

Rytinėje plenarinėje sesijoje pranešimus skaitė Jungtinės Karalystės specialistai, o po pietų vyko darbas lygiagrečiose sesijose, kur minėtos keturios temos buvo nagrinėjamos atskirai.

Valdžios vaidmuo

Iškėlęs klausimą „Koks yra valdžios vaidmuo ir kaip ji galėtų efektyviau dirbti socialinės ekonomikos srityje?“, Tim Pearse vadovavo darbui sekcijoje kartu su antrąja moderatore – Latvijos atstove Daina Fromholde.

Nuo pat pradžios kilo sunkumų dėl sąvokos „socialinis verslas“, nes Lietuvoje ji reiškia būtent įmones¹, kurios darbo rinkoje dirba su į užribį nustumtais žmonėmis, t. y. su tais, kurie turi fizinę negalią, mokymosi sunkumų, kurie susiduria su priklausomybėmis nuo narkotikų ar alkoholio problemomis.

Manoma, kad valdžia turi atlikti įstaigos, kuri „suteikia galias“ vaidmenį, t. y. būtent valdžia turi sukurti tokią sistemą, kuriai esant, socialinis verslas galėtų klestėti. Tai apskritai padėtų kurti tokią ekosistemą, kurioje įvairūs veikiantys asmenys įvairiais socialinio verslo veiklos etapais teiktų jam paramą, socialinį kapitalą bei kitokias kapitalo formas.

Forumo metu įvardyti aštuoni veiksmai, kurių reikėtų imtis socialiniam verslui, nacionalinei valdžiai ir vietinėms savivaldybėms.

Socialinio verslo veiksmai

1. Propaguoti socialinio verslo sėkmės istorijas, įskaitant

socialinio verslo tikslą, vertės kūrimą ir poveikį nacionalinei valdžiai bei savivaldybėms, ypač tose srityse, kurias vyriausybė laiko prioritetinėmis.

Nacionalinės valdžios veiksmai

2. Sukurti nacionalinę žinomumo didinimo kampaniją, kuri būtų nukreipta į plačiąją visuomenę, kitas viešojo sektoriaus dalis, vietinės valdžios įstaigas ir į patį socialinį verslą, akcentuojant jo vertę.

3. Pasiūlyti tarpininkavimo paslaugas – užsakymų ir viešųjų pirkimų forma padėti socialiniam verslui ir valdžios institucijoms bendrai dirbti.

4. Sukurti tokius teisės aktus, kurie leistų valdžios įstaigoms perkant paslaugas viešojo konkurso būdu atsižvelgti ir į socialinę vertę bei kitus aspektus, o ne vien tik į kainą.

5. Teikti tiesioginę paramą tarpininkų rinkai taip, kad jie galėtų finansinę ir verslo paramą teikti tiesiogiai socialiniam verslui.

6. Vyriausybės lygmeniu įsteigti padalinį, kuris užsiimtų socialinio verslo reikalais ir būtų pakankamai finansuojamas tiek, kad šioje srityje iš tiesų įvyktų pokyčiai.

7. Pasitelkti vyraujančią entuziazmą, energiją ir „buvimą ant bangos“ įvairiuose sektoriuose, nes tai yra puikus šaltinis, kurį galima panaudoti socialinio verslo naudai.

Vietinių savivaldybių veiksmai

8. Apsvarstyti galimybę užsakyti iš socialinio verslo vietinės priežiūros (vaikų, suaugusiųjų, socialines ir sveikatos priežiūros) ir švietimo paslaugas.

Daina Fromholde pateikė išsamų socialinio verslo sistemos Latvijoje pristatymą, tuo pačiu paliesdama ir valdžios vaidmens klausimą. Tai buvo vienas iš požiūrių, kaip galėtų atrodyti socialinio verslo ateitis.

Parama socialinei ekonomikai

Kita sekcija savo darbe daugiausia dėmesio skyrė klausimui apie paramą socialinei ekonomikai. Plenarinėje sesijoje pranešimą skaitė „Red Ochre“ atstovas Uday Thakkar (Jungtinė Karalystė), o jam talkininkavo Estijos vyriausybės remiamo Nacionalinio pilietinės visuomenės fondo (NFCS) atstovė Mari-Liis Dolenko.

Paramos sistema Estijoje yra visai kitokia nei Lietuvoje – Estijoje valdžia paramą teikia per įvairiausius mechanizmus, pavyzdžiui, teikdama tiesioginę paramą per pilietinės visuomenės fondą ir apskrityse įsteigtus centrus, kurie dažniausiai teikia skirtingo kokybės lygio pagalbą. Nežiū-

¹ www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=235368&p_query=&p_tr2

rint skirtumų, toks modelis yra dar vienas kelias, kuriuo einant, būtų galima remti socialinį verslą.

Diskusija greitai ėmė sukltis apie apibrėžimus, teisinius modelius, finansavimą, poveikio vertinimą ir darbą su tautinių mažumų grupėmis. Atsirado ir abejojančių tuo, kad reikia socialinio verslo, nes kai kurie dalyviai mano, kad tai, ko negali padaryti verslas, padarys valdžia.

Žinomumo didinimas

Plenarinėje sesijoje Phil Tulba skaitė pranešimą žinomumo didinimo tema, o sekcijoje diskutujai iškėlė tokį klausimą: „Ką būtų galima nuveikti, gerinant supratimą apie socialinę ekonomiką, o ypač – apie socialinį verslą?“

Dviem aspektais diskusijoje atsiliepta iš karto. Pirma, Lietuvoje NVO, o ypač socialinio verslo žinomumas yra labai prastas. Bendrą nuomonę, kuri vyravo sekcijos darbo metu, galima apibūdinti pastebėjimu „mes esame beveik nežinomi“.

Antra, nors žmonės žino, kad yra toks socialinis verslas, dažnai jį painioja su NVO (labdaros, pelno nesiekiančių organizacijų) veikla arba mano, jog tai yra subsidijuojamos darbo jėgos rinkos programos. Taigi, kol žinomumas yra nedidelis, nors žmonės ir būna girdėję apie socialinį verslą, vis tik Lietuvoje dažnai jį painioja su NVO ir pelno nesiekiančia veikla arba socialinėmis įmonėmis, kuriose pagal Lietuvoje taikomą apibūdinimą 50 proc. darbuotojų yra negalią turintys asmenys.

Vykstant diskusijai, atsirado ir kitų temų, todėl kalbant apie veiksmų kryptį, teikta daug siūlymų dėl veiksmų ir paskesnės veiklos.

Socialinio verslo „specifikos“ propagavimas. Vienoje iš temų pareikšta, kad socialinis verslas yra specifinis dalykas ir kad bet kokia žyma, kuria būtų paženklintos socialinio verslo pagamintos prekės ar teikiamos paslaugos, galėtų būti tiek privalumu, tiek ir trūkumu.

Privalumas būtų tas, kad kai kurie klientai aktyviai ieškotų tokių produktų vien dėl jų sukurtos socialinės vertės. Nei-giamas aspektas yra tas, kad dėl asociacijos su „labdara“ būtų manoma, jog tokie produktai ir paslaugos neatitinka standartų arba yra antrarušiai.

Teikiant rekomendacijas dėl veiksmų, pasiūlyta, kad komunikacija (ir reklama) ateityje turėtų būti nukreipta tiek į tuos asmenis, kurie turi „socialinę sąžinę“, tiek ir į tuos, kurie norėtų geros kokybės prekių ar paslaugų tinkama kaina.

Koordinavimo stoka. Klausimo esmė yra ta, kad Lietuvoje

nėra jokios organizacijos, kuri užsiimtų socialinio verslo, jo vertės, poveikio visuomenei, jo prekių ir paslaugų skatinimu. Rekomenduota įsteigti organizaciją, kuri galėtų būti tokios Lietuvoje atsirandančio sektoriaus atstove, arba šią misiją pavesti kokiai nors jau veikiančiai organizacijai.

Šį tikslą būtų galima pasiekti paskleidžiant geros praktikos pavyzdžius, remiant „pamatyti savo akimis“ vizitus, organizuojant bendradarbiavimo renginius ir pristatant socialinį verslą įvairiausioms tikslinėms auditorijoms, taip pat bendradarbiaujant regiono mastu su kitomis organizacijomis. Pavyzdžiui, Sorošo fondas Latvijoje, Estijos Nacionalinis pilietinės visuomenės fondas ir Estijos socialinio verslo tinklas yra trys partneriai, su kuriais būtų galima bendradarbiauti propaguojant socialinį verslą visame regione.

Bendros vizijos sukūrimas ir sklaida. Išryškėjo nuomonė, kad nepaisant to, jog socialinių verslininkų nuomonės, požiūriai ir taikomi apibrėžimai skiriasi, galiausiai jie visi siekia, kad pasaulyje būtų galima geriau gyventi. Dalyviai buvo tos nuomonės, kad paskleidžiant idėjas, naujoves, žinias ir išteklius, daug naudos duotų internetas ir socialinė medija. Taip pat pastebėta, jog galima bendradarbiauti ir bendrus darbus įgyvendinti sudarant galimybes internete nevaržomai dalinti idėjomis viso pasaulio socialiniams verslininkams.

Auditorijos. Prieita prie išvados, kad didinant žinomumą, būtų labai naudinga žinoti, kokios yra tikslinės auditorijos, suskirstyti jas į segmentus ir nukreipti atitinkamą komunikaciją. Tokių veiksmų tikslas – nuo tiesiog didesnio žinomumo pereiti prie supratimo formavimo ir įkvėpimo imtis veiksmų.

Išsakyta ir atsargių minčių apie tai, kad nereikėtų formuoti per didelių lūkesčių – socialinis verslas nėra panacėja, kuri galėtų išgydyti visas socialines ir aplinkos apsaugos problemas.

Lūkesčių valdymas irgi yra svarbus dalykas, nes reikia, kad, pavyzdžiui, NVO nepultų persiregistruoti į socialinio verslo subjektus. Atkreiptas dėmesys į tai, kad pernelyg triukšmingas reklamavimas gali atsisukti antruoju lazdos galu, nes socialinis verslas nepateisins žmonių lūkesčių.

Jei nebūtų sukurta tikslinė ir tinkamai finansuojama žinomumo didinimo kampanija reikėtų bent jau valdžios institucijoms ir visuomenei reklamuoti geros praktikos pavyzdžius taip, kad būtų pastebėta socialinio verslo teikiama nauda.

Bendradarbiavimas

Po pranešimo rytinėje plenarinėje sesijoje darbui sekcijoje šia tema ėmėsi vadovauti Jungtinės Karalystės įmonės „Hill Holt Wood“ ir nacionalinės socialinio verslo įstaigos SEUK atstovė Karen Lowthrop, kuriai talkininkavo Andželika Ruseikienė.

Daugiausia dėmesio skirta dviem socialiniam verslui naudingomis bendradarbiavimo kryptims: pirma, viešojo, privataus ir socialinės ekonomikos sektorių bendradarbiavimui, o antra – bendradarbiavimui visų minėtų sektorių viduje. Taip pat daug dėmesio skirta diskusijai, kuria steng-tasi suprasti, kaip toks bendradarbiavimas galėtų atrodyti, pateikiant kai kuriuos galimus variantus, pavyzdžiui, bendras darbas, partnerystės, bendros įmonės, naujovių skatinimas, produktų ir paslaugų plėtojimas.

Diskusija šioje sesijoje buvo labiau vienpusiška, nes 80 proc. sekcijos dalyvių atstovavo NVO. Jei būtų buvę daugiau valdžios ir viešojo sektoriaus atstovų, diskusija būtų buvusi platesnė.

Be to, daugelis NVO dar tik pradeda savo veiklą, todėl pokalbis greitai pasisuko apie tai, kokios reikėtų paramos NVO tais atvejais, kai jos pasuka prie socialinio verslo. Idėjos dėl bendrų įmonių, užsakymų teikimo yra santykinai naujos, o daugelis tokių organizacijų dar neturi ir reikiamų įgūdžių.

Sekcijos darbe kalbėta ir apie viešuosius pirkimus. Vyravo nuomonė, kad gera pradžia būtų šviesti tuos, kurių galioje pakeisti užsakymų teikimo tvarką. Ši mintis siejasi su 3 ir 8 veiksmiais, kurie suformuluoti sekcijoje „Valdžios vaidmuo“, ją turėtų paremti geresnis supratimas apie socialinės vertės užsakymų teikimą (4 veiksmas).

Šie veiksmai prisidėtų prie visų sektorių bendradarbiavimo stiprinimo ir socialinio verslo sektoriaus augimo. Juos remtų ir esami bendradarbiavimo tinklai, pavyzdžiui, gerinorai.lt ir NVO Avily.

„Geri darbai gali būti verslūs“: tolesni žingsniai

Tikimasi, kad šiuo Forumu bus pirmasis žingsnis, pradėdant rengti kasmetinius socialinio verslo forumus Lietuvoje. Tikslas – remiantis jau nuveiktais darbais, panaudoti Forumą kaip tribūną pažangai apžvelgti ir nustatyti, koku keliu eiti pirmyn, kai aplinkoje atsiranda naujų klausimų, iššūkių ir galimybių.

Šių metų Forumo temos buvo daugiau bendro pobūdžio ir daug kuo iš dalies sutapdavo. Reikėtų, kad ateityje vyksiantis forumas dar kartą tas temas panagrinėtų, tuo užtikrinant, kad jos iš tiesų vis dar aktualios Lietuvai.

Konkrečiai kalbant, šių metų Forumo temos palietė iššūkius, susijusius su dabartiniu socialinio verslo sąvokos api-

brėžimu, kai jis siejamas tik su užimtumo skatinimu, darbo jėgos rinka ir valdžios vaidmeniu. Visų lygių valdžios įstaigos turi suvaidinti savo vaidmenį padedant didinti socialinio verslo ir socialinės ekonomikos organizacijų žinomumą bei skatinant jų veiklą. Siekiant šio tikslo, galėtų padėti tarpininkai ir remiančios įstaigos, taip pat reikėtų sudaryti galimybes socialiniam verslui bendradarbiauti su valdžia, teikiant savo produktus ir paslaugas.

Koordinavimas yra gyvybiškai svarbus veiksnys. Šiuo metu veikia ir atsiranda nauji tinklai, kurie galėtų padėti didinti socialinio verslo žinomumą ir padėti jam kuriant sąžiningą, teisingą ir lanksčią visuomenę. Tokios organizacijos sugeba mobilizuoti šiuo metu bendruomenėse esantį turtą ir socialinį, žmogiškąjį, žinių bei finansinį kapitalą. Didžiausias iššūkis – paleisti šį kapitalą veikti ir nuo pat apačios sukurti ekosistemą socialiniam verslui.

Tokia ekosistema yra ypač svarbi, jei planuojama, kad judėjimas išsiplėstų į gyvybingą sektorių. Socialinio verslo, socialinių verslininkų ir jų rėmėjų atsakomybė – įrodyti savo darbo vertę (kuri būtų daugiau nei tik prekių ir paslaugų teikimas) ir „savą“ socialinio verslo darbotvarkę Lietuvoje.

Auga ir konferencijų, seminarų ir bendradarbiavimui skirtų renginių poreikis. Kai tik yra galimybės, partneriai turėtų susirinkti ir pasidalinti ištekliais bei aptarti savo poreikius, nesvarbu, ar kalbėtume apie dalijimąsi naujovėmis, bendradarbiavimą, žinių mainus, mokymąsi iš savo kolegų, ekspertų patarimus ir darbą tinkluose – reikia, kad būtų kalbama ir daroma.

Iki šiol socialinio verslo plėtra Lietuvoje buvo stichiška. Tikimasi, kad judėjimui plėtojantis ir formalizuojantis, prie jo prisijungs daugiau suinteresuotųjų šalių bei partnerių. Partneriai gali būti ir iš Lietuvos, tačiau labai domimasi ir partnerystės su Latvijos ir Estijos, Jungtinės Karalystės ir kitų šalių organizacijomis galimybėmis. Tikslas aiškus: plėtoti tokį socialinį verslą, kuris būtų naudingas bendruomenėms, visuomenei ir aplinkai.

„Šis Forumas yra labai reikšmingas įvykis Lietuvai ir jos tolesnei socialinei bei ekonominei plėtrai, nes socialinio verslo iniciatyvos suteikia naujas galimybes lanksčiau reaguoti į rinkos pokyčius ir kurti tvaresnį verslą. Socialinis verslas skatina pažangias socialines naujoves, didina užimtumo galimybes, kuria naujas, ilgalaike darbo vietas ir mažina socialinę atskirtį bei aplinkos apsaugos problemas.“

Kęstutis Trečiokas
Lietuvos Respublikos Ūkio ministro pavaduotojas
(Šaltinis: <http://www.baltic-course.com/eng/forums/?doc=89358>)

Socialinio verslo forumas: jūsų atsiliepimai ir pastabos

Trumpas apibendrinimas

Siekdami sužinoti atsiliepimus, Forumo rengėjai paprašė, kad baigiantis Forumui, dalyviai užpildytų anketas, kurios buvo pateiktos renginio pradžioje kartu su dalyviams skirtos medžiagos paketu. Visos šiame skyriuje pateikiamos lentelės ir diagramos sudarytos vadovaujantis atsakymais į minėtų anketų klausimus. Į šio Forumo atskaitą įtrauktos ir pastabos, kurias dalyviai pateikė atsiliepimų anketose – jos cituojamos atitinkamose atskaitos vietose.

Pildant atsiliepimų anketas, reikėjo atsakyti į klausimus dviem platesnio pobūdžio temomis – „Komunikacija“ ir „Nuomonė apie Socialinio verslo forumą“. Komunikacijos temoje užduoti klausimai apie registracijos procesą ir informacijos sklaidą prieš kontaktų užmezgimo vakarą, kuris vyko kovo 20 d., bei prieš patį Forumą, kuris vyko kovo 21 d. Dalyvių buvo klausiama ir apie tai, kaip jie vertina Forumą, ar jų manymu, Forumas pasiekė savo tikslus, ar temos buvo aktualios.

Į anketą buvo įtraukti ir klausimai, kuriais siekta suprasti, ar dalyviai norėtų, kad ateityje būtų rengiami panašūs renginiai ir kiek jie būtų pasirengę sumokėti už dalyvavimą tokio pobūdžio renginyje.

Apklauskos rezultatai. Komunikacija

Pirmoji platesnio pobūdžio anketos klausimų tema – komunikacija. Atsiliepimų anketoje dalyviams užduotas vienas bendro pobūdžio klausimas „Kaip vertinate procesą?“ ir 4 konkretesni papildomi klausimai, atsakant į kuriuos reikėjo pateikti vertinimus pagal skalę nuo 1 iki 5.

Pirmasis konkretesnis klausimas – apie komunikaciją prieš Forumą („Komunikacija prieš Forumą“). 1 lentelėje matyti, kad iš 45 respondentų 19 arba 42 proc. komunikaciją prieš Forumą vertino puikiai. Pridėjus vertinimus „gerai“, gauta, kad bendras palankių vertinimų skaičius yra 33 arba 73 proc. Tačiau 3 respondentai (arba 7 proc.) teigė, kad komunikacija buvo prasta.

1 lentelė. Komunikacija prieš Forumą

Komunikacija prieš Forumą	Vertinimų skaičius	Procentais
Puiki	19	42.2 %
Gera	14	31.1 %
Vidutiniška	8	17.8 %
Prastesnė nei vidutiniška	1	2.2 %
Prasta	3	6.7 %
Iš viso	45	100.00 %

Atsakant į daugumą klausimų, dalyviams reikėjo pateikti savo vertinimus pagal skalę nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „prastai“, o 5 – „puikiai“. Į anketos baigiamosios dalies klausimus reikėjo atsakyti „taip“ arba „ne“. Prie klausimų, abiem anksčiau minėtomis temomis, buvo palikta vietos ir pastaboms. Organizatoriai ypač pageidavo gauti pastabų apie komunikacijos veiksmingumą, apie temas ir klausimus, kuriuos dalyviai tokių renginių programose norėtų matyti ateityje.

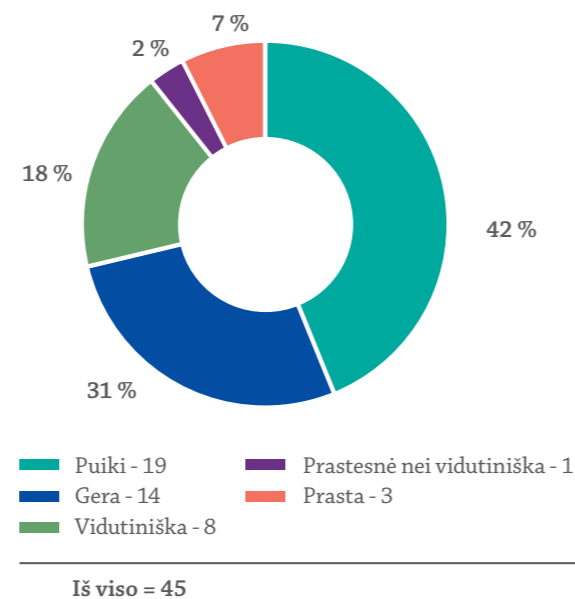
Iš 93 dalyvių (neskaitant pranešėjų, organizatorių ir savanorių) atsiliepimų anketas užpildė 46 arba 46 proc. Forume dalyvavusių žmonių.

Pažvelgus į registracijos duomenis, matyti, kad dauguma dalyvių buvo iš Lietuvos ir kad jie atstovavo NVO bei socialiniam verslui. Savo atstovus delegavo Ūkio ministerija bei Socialinės apsaugos ir darbo ministerija.

Forumas turėjo ir tarptautinį atspalvį: į jį atvyko ir pranešimus skaitė svečiai iš Latvijos, Estijos, Baltarusijos bei Jungtinės Karalystės.

1 diagramoje matyti kiekvienos rūšies vertinimų procentas. Pastabose vienas dalyvis pareiškė: „Šiek tiek per vėlai patvirtinau, kad dalyvausiu.“ Šį apgailestavimą atkartoję ir kita pastaba: „Informaciją apie renginį gavau paskutinę dieną.“

1 diagrama. Komunikacija prieš Forumą



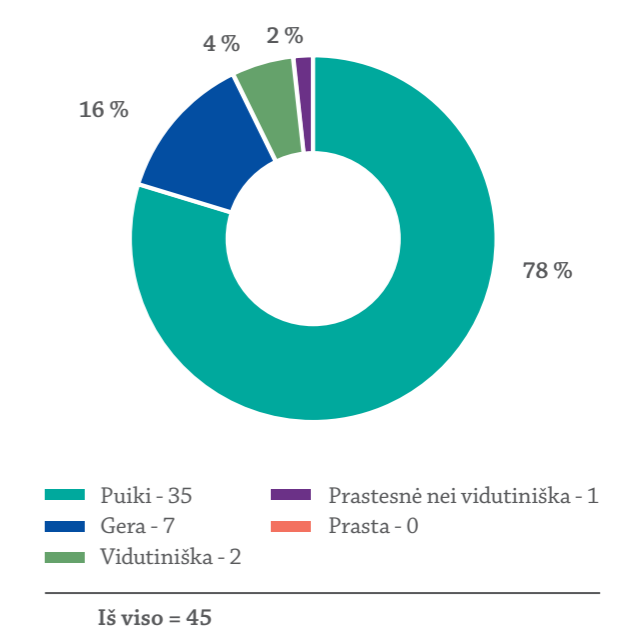
Į klausimą „Ar registracijos procesas buvo aiškus ir lengvas?“ 35 respondentai atsakė „puikus“, o 7 – „geras“.

Tai reiškia, kad sudėjus kartu, gauta 93 proc. palankių atsakymų. Nė vienas dalyvis, vertindamas registracijos procesą, nenurodė, kad jis būtų buvęs prastas, taip pat negauta jokių su registracijos procesu susijusių pastabų. Vertinimai pateikti 2 lentelėje, o vertinimų pasiskirstymas procentais – 2 diagramoje.

2 lentelė. Ar registracijos procesas buvo aiškus ir lengvas?

Registracijos procesas	Vertinimų skaičius	Procentais
Puiki	35	77.8 %
Gera	7	15.6 %
Vidutiniška	2	4.4 %
Prastesnė nei vidutiniška	1	2.2 %
Prasta	0	0.0 %
Iš viso	45	100.00 %

2 diagrama. Ar registracijos procesas buvo aiškus ir lengvas?



Toliau anketoje buvo du klausimai apie tai, ar informacija ir nurodymai dėl kovo 20 d. vykusio kontaktų užmezgimo vakaro ir kovo 21 d. vykusio Forumo buvo tinkami. 3 lentelėje matyti atsakymai į klausimą „Ar apie kontaktų užmezgimo vakarą, vykusį kovo 20 d. Užupio meno inkubatoriuje, gavote tinkamą informaciją ir nurodymus?“

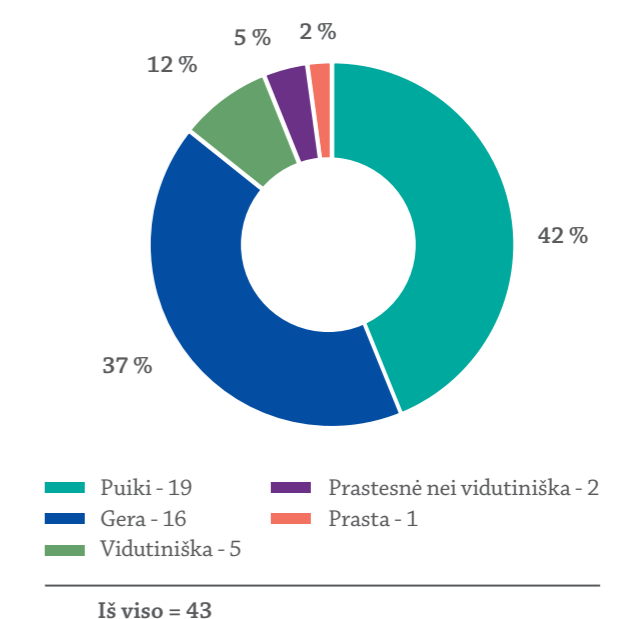
3 lentelė. Informacijos ir nurodymų dėl kontaktų užmezgimo vakaro vertinimas

Kontaktų užmezgimo vakaras	Vertinimų skaičius	Procentais
Puiki	19	42.2 %
Gera	16	37.2 %
Vidutiniška	5	11.6 %
Prastesnė nei vidutiniška	2	4.7 %
Prasta	1	2.3 %
Iš viso	43	100.00 %

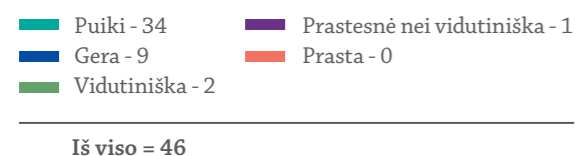
Bendras palankių (puikiai ir gerai) atsakymų skaičius yra 36 arba 81 proc. visų atsakymų (žr. 3 diagramą). Trys dalyviai teigė, kad informacija ir nurodymai dėl kontaktų užmezgimo vakaro buvo prastesnio nei vidutiniškas arba prasto lygio (7 proc.). Tokią nuomonę pastiprino ir ši pastaba:

„Viskas buvo gerai organizuota. Vienintelis dalykas, kuris, mano manymu, galėtų būti naudingas – tai el. paštu atsiųstas žemėlapis, išsami informacija apie transportą. Ačiū.“

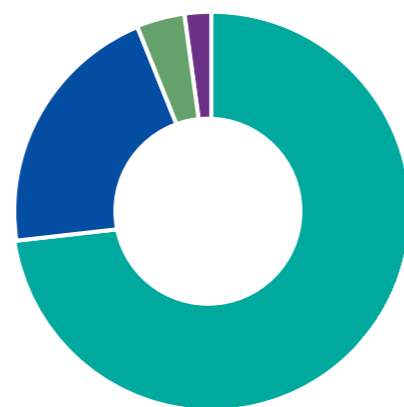
3 diagrama. Informacijos ir nurodymų apie kontaktų užmezgimo vakaro vertinimas



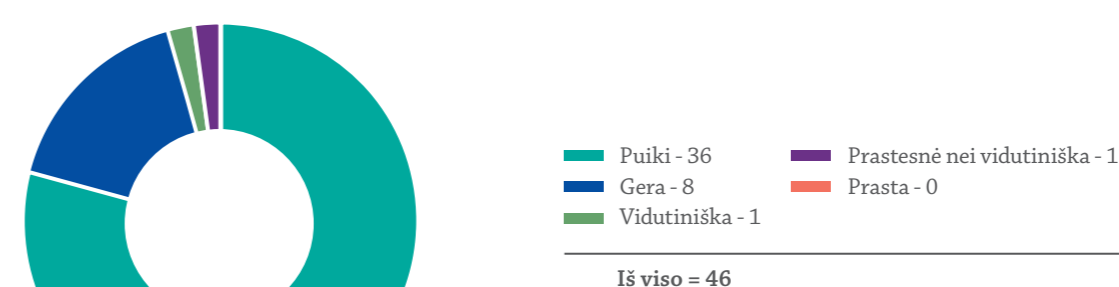
Ir paskutinis klausimas komunikacijos tema – „Ar gauta informacija ir nurodymai dėl Socialinio verslo forumo, vykusio kovo 21 d. buvo tinkami?“ Iš 46 į šį klausimą atsakiusių respondentų 43 pateikė vertinimą „puikiai“ arba „gerai“. Tai reiškia, kad 96 proc. visų vertinimų buvo palankūs. Nė vienas dalyvis nenurodė, kad informacija ir nurodymai apie Forumą būtų buvusi **prasta**. Vertinimų suvestinė pateikta 4 diagramoje.



4 diagrama. Informacijos ir nurodymų apie Forumą vertinimas



6 diagrama. Kaip vertintumėte Jungtinės Karalystės pranešėjus?



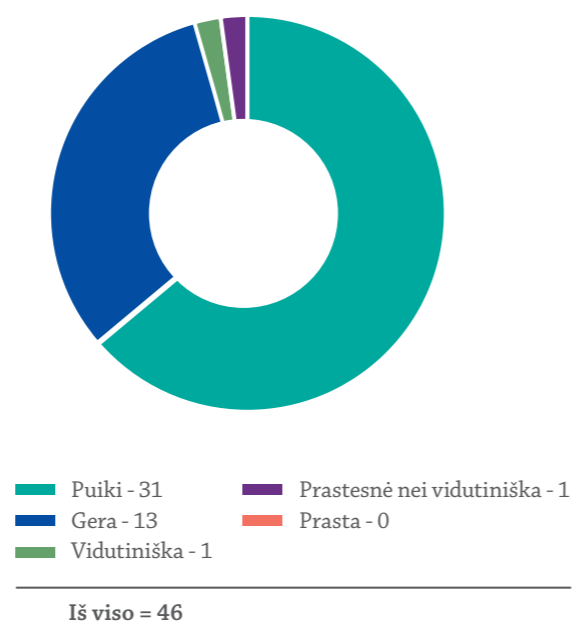
Apklausoje rezultatai. Socialinio verslo forumo vertinimas

Antroji platesnio pobūdžio tema aprėpė klausimus apie Forumą ir tolimesnius veiksmus. Pirmiausia paprašyta, kad dalyviai įvertintų Forumą pagal tą pačią skalę – nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia „prastai“, o 5 – „puikiai“.

Pateikdami vertinimą pagal pirmąjį klausimą – „Įvertinkite Socialinio verslo forumo organizavimą“ – 44 iš 46 atsakiusių respondentų organizavimą vertino **gerai** (13) arba **puikiai** (31). Taigi, 96 proc. visų vertinimų buvo palankūs. Nė vienas dalyvis nenurodė, kad Forumo organizavimas būtų buvęs **prastas**.

Pateikdami vertinimą klausimu „Kaip apskritai vertintumėte Jungtinės Karalystės pranešėjus?“, 8 respondentai JK pranešėjus vertino gerai, o 36 respondentai – puikiai (iš visų 46 vertinimų 44 yra palankūs). Taigi, bendras palankių vertinimų procentas – 96 proc. 5 ir 6 diagramoje pateikiami vertinimų atsakant į pirmuosius du klausimus apie Forumą rezultatai procentais.

5 diagrama. Forumo organizavimo vertinimas



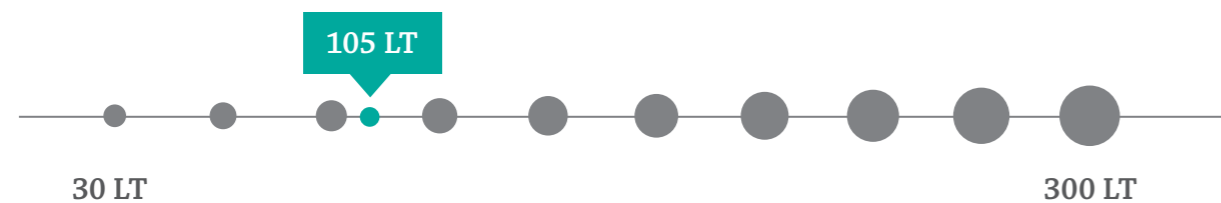
Į tolesnius klausimus reikėjo atsakyti paprasčiausiai „Taip“ arba „Ne“. Atsakymai pateikti 4 lentelėje. Pagal juos matyti, kad 91 proc. respondentų (42 iš 46) manė, jog Forumas pasiekė savo tikslus. Atsakydami į klausimą, ar jų manymu, keturios Forumo temos (valdžios vaidmuo, parama socialinei ekonomikai, žinomumo didinimas ir bendradarbiavimas) buvo aktualios (tinkamos), 96 proc. respondentų atsakė teigiamai.

Kiti du klausimai buvo skirti paskesniems veiksams, įskaitant kitą Forumą per 12 mėnesių laikotarpį (maždaug 2015 m. kovo mėn.) ir konferenciją, kurioje dalyvautų užsienio šalių pranešėjai. Į abu klausimus 94 proc. respondentų atsakė, kad norėtų, jog 2015 m kovo mėn. būtų surengtas kitas Forumas, o laikotarpiu tarp dviejų forumų – tarptautinė konferencija.

4 Lentelė. Bendrieji klausimai.

	Taip	Ne	Neatsakė	Iš viso	Procentas
Ar manote, kad Forumas pasiekė savo tikslus?	42	1	3	46	91.3 %
Ar keturios Forumo temos buvo aktualios (tinkamos)?	44		2	46	95.7 %
Jei per 12 mėn. būtų surengtas kitas Socialinio verslo forumas, ar jame dalyvautumėte?	43	1	2	46	93.5 %
Jei būtų surengta konferencija, kurioje dalyvautų užsienio pranešėjai ir kurios metu būtų mokymai, ar joje dalyvautumėte?	43	1	2	46	93.5 %

Į klausimą, kiek būtų pasirengę mokėti už dalyvavimą konferencijoje, dalyviai atsakė, kad nuo **30 iki 300 litų**, o vidutinė suma – **105 litai**.



Galiausiai dalyvių paklausta, kokias temas ir klausimus jie norėtų matyti tokio pobūdžio renginio programoje. Apibendrinus 28 atsakymus į šį klausimą bei kelias pastabas, pateiktas atsakant į klausimus platesnio pobūdžio temomis, matyti, kad dalyviai pageidautų tokių temų:

- Potencialių investuotojų pristatymas ir pritraukimas.
- Praktiniai mokymai šiais klausimais:
 - socialinio verslo pradžia (juridinė forma);
 - verslo plano rengimas
 - finansai ir finansavimo [socialiniam verslui] pritraukimas, įskaitant lėšų surinkimą iš įvairiausių rėmėjų;
 - socialinio verslo išlaikymas ir auginimas;
 - poveikio visuomenei vertinimas.
- Sėkmės istorijos (geros praktikos pavyzdžiai), pokalbiai apie nesėkmes ir kaip iš jų pasimokyti.
- Konkretūs viešojo ir privataus sektoriaus partnerystės bei bendradarbiavimo su NVO pavyzdžiai.
- Žinomumo didinimas (propagavimas) patyrimą turinčiose ES valstybėse ir mokymai komunikacijos, skirtos socialinio verslo skatinimui, srityje.
- Socialinės naujovės (projektai) ir problemų nustatymas (poreikių analizė).
- Savanorių valdymas.
- Konsultacijos ir mokymai, ypač švietimo apie socialinį verslą srityje.

Atsiliepimų apibendrinimas ir išvados

Atsakymai atsiliepimų anketose rodo, kad dauguma dalyvių teigiamai vertino komunikaciją prieš Forumą ir paties Forumo organizavimą. Atsiliepimuose nurodyta, kad informacija apie kontaktų užmezgimo vakarą bei apie patį Forumą vėlavo, ir kad informacijos apie kontaktų užmezgimo vakarą buvo nepakankamai.

Pateiktas ir toks pastebėjimas apie Forumo organizavimą:

„Tačiau formatas yra pernelyg tradicinis, trūko galimybės aktyviau įtraukti dalyvius... [ir kad] baigiamoji diskusija buvo labai anonimiška – dalyviai neprisistatinėjo, buvo neišaiškiau, iš kokios perspektyvos jie kalba.“

Tačiau apskritai dalyviai nurodė, jog jie mano, kad Forumas pasiekė savo tikslus ir kad temos buvo tinkamos.

Forumo metu išryškėjo vienas labai svarbus aspektas: buvo painiojamos dvi sąvokos, t. y. socialinė įmonė, suteikianti galimybę į visuomenės užribį nustumtiems žmonėms „veikti darbo rinkoje“, ir platesnė sąvoka, socialinis verslas, kuris veikia dėl naudos visuomenei ir (arba) aplinkai.

Painiava padidėjo dar ir todėl, kad vertėjams nebuvo pakankamai paaiškinta, kokie yra šių sąvokų skirtumai ir niuansai. Tai buvo ypač akivaizdžiai pastebima per popietinę plenarinę sesiją, kai prasidėjo debatai apie sąvokas ir apibrėžimus, kurių vertimus vertėjai pateikė su savo pastabomis.

Skyriuje apie Forumo apibendrinimą ir tolesnius žingsnius jau buvo aptarta, kad reikia toliau dirbti apibrėžiant sąvokas ir suformuluoti tokį apibrėžimą, kuris Lietuvos, regioniniame ir Europos kontekste būtų priimtinas ir veikiantis. Bendra kalba leis dirbant eiti vienu keliu ir tuo pačiu užtikrins efektyvų išteklių naudojimą.

Galiausiai atsiliepimų anketa buvo siekta nustatyti, ar dalyviai domintų kitas Socialinio verslo forumas, kurį būtų galima surengti 2015 m. kovo mėn., bei socialinio verslo atstovų konferencija su mokymų programa, kuri būtų surengta laikotarpiu iki kito forumo.

Dauguma dalyvių teigė, kad jie norėtų abiejų renginių, kad jie pageidautų, jog į renginių programą būtų įtraukti mokymai apie tai, kaip pradėti ir auginti socialinį verslą. Toks noras tikriausiai atspindi tą faktą, kad dauguma dalyvių atstovavo NVO ir kad jie apskritai domisi mokymais.

Bendresne prasme galima pasakyti, kad yra susidomėjimas geros ir prastos praktikos pavyzdžiais (mokymasis iš nesėkmių) bei viešojo ir privataus verslo partnerystėmis, socialinėmis naujovėmis ir žinomumo didinimu. Kalbant apie žinomumo didinimą, matyti, kad dalyviai domisi, kas nuveikta skatinant socialinį verslą kitose šalyse ir kaip jos buvo propaguojamos.

Pasvėrus interesus matyti, kad pageidaujama daugiau praktinio mokymo ir pagalbos, siekiama keistis idėjomis ir praktika, kurią rodo užsienio šalių pavyzdžiai. Dalyviai nurodė, kad už dalyvavimą tokiame renginyje jie būtų pasirengę mokėti vidutiniškai 105 litus (nuo 100 iki 125 litų). Buvo ir nemaža dalis tokių, kurie mokėtų 30–50 litų. Todėl nepriklausomai nuo to, koks bus sprendimas, reikia, kad renginys būtų prieinamas, ir kad būtų subsidijuojamų vietų galimybės mažas pajamas gaunančių NVO ir socialinio verslo atstovams.

Šaltiniai ir informacija

Jungtinės Karalystės socialinio verslo reikalų įtaiga (SEUK)



SEUK – tai Didžiosios Britanijos socialinio verslo reikalų įtaiga. Ji atstovauja savo nariams stiprinant JK socialinio verslo judėjimą ir padedant jam toliau augti. SEUK įsteigta 2002 m. ir siekia tokių tikslų:

- vykdyti veiksmingas savo nariams skirtas kampanijas ir lobistinę veiklą savo sektoriaus vardu;
- atlikti patikimus ir objektyvius tyrimus, kurie padėtų suformuoti JK socialinio verslo judėjimo kryptį;
- formuoti socialinio verslo bendradarbiavimo tinklus;
- sustiprinti sektoriuje veikiančių žmonių ir socialinio verslo žinomumą.

www.socialenterprise.org.uk

„Guardian“ socialinio verslo tinklas



„The Guardian“ socialinio verslo tinklas – tai bendruomenė internete, kurioje socialinio verslo specialistai gali susirasti savo kolegas, su jais susitikti ir tarpusavyje dalintis savo patyrimu. Tinklo partneriai – ir Britų taryba bei „Co-operative“ atstovybė Jungtinėje Karalystėje.

Visi, kurie tampa registruotais nariais, gauna naujienų biuletenius ir nemokamą prieigą prie internete veikiančios bendruomenės. Be to, naudodamiesi socialinio verslo „improvizuotos tribūnos“ platforma, tinklo nariai gali skelbti savo straipsnius, tapti diskusijų nariais ateinančioje klausimų ir atsakymų sesijoje, prisijungti eksperto konsultanto teisėmis, gauti nuolaidas renginiams ir per atvirus gijų kanalus dalyvauti debatuose.

www.theguardian.com/social-enterprise-network

Europos Komisija



Europos Komisija ypač domisi socialiniu verslu, todėl organizuoja įvairius renginius ir imasi įgyvendinti įvairių veiklos sričių iniciatyvas.

EK interneto svetainės puslapyje, kuris skirtas mažoms ir vidutinėms įmonėms (**tema „Įmonės ir pramonė“**), yra skyrius apie verslumą ir socialinės ekonomikos skatinimą.

Šiame skyriuje daugiausia dėmesio skiriama:

- iniciatyvų ekonominei esmei ir verslumui;
- iniciatyvų socialinei dimensijai;
- paramai, kurią Komisija teikia socialiniam verslui.

Be to, yra kelios nuorodos į Europos socialinio fondo (ESF) ir Europos regionų plėtros fondo (ERDF) šaltinius.

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/social-economy/social-enterprises/index_en.htm

Temoje „ES bendra rinka“ pateikiamas socialiniam verslui skirtas skyrius, kuriame lankytojai gali rasti vaizdo medžiagos ir informacijos apie parengiamąją veiklą bei paskesnes priemones, kurių imtasi pradėjus įgyvendinti Socialinio verslo iniciatyvą 2011 m..

http://ec.europa.eu/internal_market/social_business/index_en.htm

Pranešėjai

Tim Pearse – *Jungtinės Karalystės Ministrų kabineto sekretoriato atstovas.*

Tim Pearse dirba Socialinių įsipareigojimų poveikio centro Socialinių investicijų ir finansų grupės vyresniuoju patarėju.



Uday Thakkar – *„Red Ochre“ atstovas.*

Uday Thakkar yra „Red Ochre“ generalinis direktorius ir mokymus baigęs atestuotas apskaitos specialistas. Daugiau kaip 20 metų dirbo vadybos konsultantu Jungtinėje Karalystėje ir Afrikoje. Jis yra ir socialinis verslininkas, įsteigęs ir sėkmingai vadovavęs daugeliui komercinių įmonių, labdaros fondui ir dviem socialinio verslo subjektams.

www.redochre.org.uk



Phil Tulba, *socialinio verslo konsultantas.*

Phil yra laisvai samdomas socialinio verslo konsultantas, pranešėjas ir dėstytojas. Be to, jis yra ir „Adrenaline Alley“ – stambiausio Europoje BMX dviračių ir riedučių parko, esančio Korbio mieste JK, – direktorius ir vicepirmininkas.

www.tulba.co.uk

www.adrenalinealley.co.uk



Karen Lowthrop – *„Hill Holt Wood“ atstovė*

Karen Lowthrop yra „Hill Holt Wood“ socialinio verslo veikiančio 34 akrų mišrių lapuočių miško teritorijoje Konkolnšyre, generalinė direktorė. Karen yra ne tik Jungtinės Karalystės Socialinio verslo reikalų įstaigos valdybos narė, bet ir Karališkosios meno draugijos bendradarbė.

www.hillholtwood.com

www.socialenterprise.org.uk



Forumo moderatoriai

Plenarinės sesijos moderatoriais dirbo Phil Tulba ir Andželika Rusteikienė, kurie pristatė išangą anglų ir lietuvių kalbomis bei moderavo diskusijas. Be to, abu dalyvavo planuojant, organizuojant ir surengiant Socialinio verslo forumą.

Andželika Rusteikienė

Andželika Rusteikienė yra asociacijos „Investuotojų forumas“ komunikacijos ir projektų vadovė. Ji aktyviai dalyvauja skatinant socialinį verslą ir įmonių bei NVO partnerystę Lietuvoje, rengia mokymus ir plėtoja idėjas. Andželika yra NVO „Gerais norais pragaras grįstas“ partnerė.

www.investorsforum.lt

www.gerinorai.lt



Socialinio verslo forumo organizatoriai ir partneriai

Be nurodytų partnerių tikrai nebūtų buvę galima surengti pirmojo Lietuvos istorijoje Socialinio verslo forumo. Partneriai prisidėjo ne tik pinigine parama, apmokėdami patalpų nuomos, maisto ir gėrimų išlaidas, bet ir natūra – planuojant ir organizuojant Forumą, daug padėjo jų atsiųsti darbuotojai.

Įgyvendinant šį reikšmingą renginį, kuris Lietuvoje vyko 2014 m. kovo 21 d., didelę reikšmę turėjo partnerių atvirumas, nuoširdus darbas ir bendradarbiavimas. Atskirai dėkojame ir savanoriams, padėjusiems mums Forumo dieną.

Social Enterprise Summit – Organisers and Partners

Without the following partners the first ever Social Enterprise Summit in Lithuania would not have been possible. Contributions included sponsorship, funding for facilities and refreshments and in-kind support by providing staff to work on the planning and delivery of the Summit.

Partners contributed openly, wholeheartedly and in the spirit of collaboration to deliver this landmark event for Lithuania on 21 March 2014. A special thank you is also extended to the volunteers that assisted on the day of the Summit.

Organizatoriai / Organised By

Britų taryba / British Council
<http://www.britishcouncil.lt>



Ūkio ministerija /
Ministry of Economy



NVO Avilys



Partneriai / Partners

Kurk Lietuvai – JPP



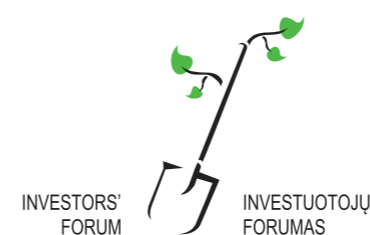
HUB, Vilnius



Geri Norai



Asociacija "Investors' forum" / Investors Forum



Didžiosios Britanijos Ambasada Vilnius /
British Embassy Vilnius



British Embassy
Vilnius