



europa  
social enterprise  
**monitor**

2023  
2024

# Europos socialinių verslų stebėsenos Lietuvos ataskaita



**Autoriai:**

Dr. Ieva Žebrytė, Lietuvos socialinio verslo asociacija ir ISM Vadybos ir ekonomikos universitetas,  
Viktorija Bražiūnaitė, Lietuvos socialinio verslo asociacija.

**Konsultuojantys ekspertai:**

Tiffany Bennett, Euklido tinklo tyrimų vadovė (EN),  
Toby Gazeley, Euklido tinklo politikos vadovas (EN),  
Dr. Irina Liubertė, ISM Vadybos ir ekonomikos universitetas, Lietuva.

**Duomenų rinkimo bendradarbiai:**

Dovilė Petreikienė, Aistė Bagdonaitė, Faustina Zaicevaitė, Manuelis Mathias Kriščiokaitis, ISM Vadybos ir ekonomikos universiteto studentai.

**Duomenų ir literatūros analizės bendradarbis:**

Klara Kedmenec, ISM Vadybos ir ekonomikos universiteto studentė.

**Tekstą lietuvių kalba redagavo** Rita Škutienė.

**Dizainas ir formatavimas:**

LĮ „Kriventa“.

**Viršelio dizainas:**

Inês de Barros Macieira, Euklido tinklas.

**Rėmėjai:**

Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerija yra ESEM Lietuva 2023–2024 metų rėmėja. Ši parama buvo teikiama per Lietuvos socialinio verslo asociacijos stiprinimo projektą „G-A-L-I-U’24 (gebėjimai-atstovavimas-lyderystė-inovacijos-užimtumas 2024)“.

ISM Vadybos ir ekonomikos universitetas yra ESEM Lietuva 2023–2024 mokslo partneris ir rėmėjas: šis tyrimas iš dalies finansuotas iš Lietuvos mokslo tarybos dotacijos Nr. S-MIP-23-111 ir ISM Vadybos ir ekonomikos universiteto Mokslo ir akademinų darbuotojų padalinio lėšomis.

**Pastaba:**

Lietuvos socialinio verslo asociacija yra Europos socialinių verslų stebėsenos tarptautinio konsorciumo, vadovaujamo Euklido tinklo, nacionalinis partneris. Nacionalinis partneris yra atsakingas už ESEM Lietuva 2023–2024 m. ataskaitos turinį.

# PARTNERYSTĖS IR RĖMIMAI

**ESEM nacionalinis partneris:**



**ESEM Lietuva 2023–2024 tyrimų partneris ir rėmėjas:**



Vadybos ir  
ekonomikos  
universitetas

**ESEM Lietuva rėmėjas:**



Lietuvos Respublikos  
socialinės apsaugos  
ir darbo ministerija

**ESEM Lietuva 2023–2024 m. informacinis partneris:**



# Turinys

PARTNERYSTĖS IR RĖMIMAI / 3

PADĖKA / 5

AKRONIMAI IR TRUMPINIMAI / 5

ĮVADAS / 6

1. LIETUVOS SOCIALINIO VERSLO KRAŠTOVAIZDIS PER ESEM PRIZMĘ / 7

1.1. Verslo sektoriai ir teisinės formos / 8

1.2. Pastovumas, plėtros etapas ir paramos poreikiai / 10

1.3. Poveikio sritys ir matavimas / 12

1.4. Rinkos, pinigai ir finansai / 14

1.5. Finansiniai modeliai ir iššūkiai / 16

2. LIETUVOS SOCIALINIO VERSLO IR INOVACIJŲ EKOSISTEMOS IŠŠŪKIAI IR GALIMYBĖS / 18

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS / 20

NUORODŲ SĄRAŠAS / 22

I PRIEDAS. ESEM METODIKA / 24

II PRIEDAS. ANTRINIAIS DUOMENIMIS PAREMTA LIETUVOS  
SOCIALINIO VERSLUMO IR INOVACIJŲ EKOSISTEMOS ANALIZĖ / 25

ESEM tarptautinio konsorciumo koordinatorius: Euklido tinklas.  
ESEM nacionalinis partneris Lietuvoje: Lietuvos socialinio verslo asociacija.  
ESEM Lietuva 2023–2024 mokslo partneris ir rėmėjas: ISM Vadybos ir ekonomikos universitetas.  
ESEM Lietuva 2023–2024 rėmėjas: Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerija, pagal G-A-L-I-U'24 projektą.  
ESEM Lietuva 2023–2024 žiniasklaidos ir informacinis partneris: Inovacijų agentūra.

# PADEKA

ESEM vykdo Euklido tinklas, projekto konsorciumas ir daugiau nei 200 nacionalinių ir tarptautinių informacinių partnerių. ESEM tyrimas skirtas socialiniams verslams, veikiantiems tyrime dalyvaujančiose Europos šalyse, kurių pagrindiniai partneriai yra kiekvienos šalies nacionaliniai SV tinklai, universitetai ir tyrimų centrai. Tyrimą remia Europos Komisija, Google.org, SAP, Bertelsmann Stiftung, ImpactCity, Pasaulio ekonomikos forumo pasaulinis socialinių verslininkų aljansas ir Schwab fondas.

Tyrimo rezultatai pateikiami ESEM svetainės informacijos suvestinėse ir informaciniuose lapuose. Šiose informacijos suvestinėse pateikiamos išsamios įžvalgos apie socialinių verslų ypatybes, veiklą ir poveikį visoje Europoje.



Europos socialinių verslų stebėsenos rezultatų svetainė pasiekama paspaudus nuorodą po šiuo QR kodu:

Lietuvos socialinio verslo asociacija (toliau – LiSVA) yra nacionalinis ESEM partneris ir ėmėsi iniciatyvos inicijuoti, rengti ir skelbti ESEM Lietuva 2023–2024 m. ataskaitą. Tai buvo pasiekta glaudžiai bendradarbiaujant su ISM Vadybos ir ekonomikos universitetu (toliau – ISM universitetas), kuris yra ESEM Lietuva 2023–2024 projekto nacionalinis mokslinių tyrimų partneris ir rėmėjas. ESEM Lietuvos ataskaitą 2023–2024 m. rėmė ir LR socialinės apsaugos ir darbo ministerija pagal projektą „Lietuvos socialinio verslo asociacijos stiprinimo projektas G-A-L-I-U'24 (gebėjimai-atstovavimas-lyderystė-inovacijos-užimtumas 2024).

## AKRONIMAI IR TRUMPINIMAI

Akronimas / Santrumpa	Apibrėžimas / reikšmė
EIMIN	Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministerija
ESG	Aplinkosaugos socialinis valdymas
Inovacijų agentūra	Inovacijų agentūra prie Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministerijos
ISM universitetas	ISM Vadybos ir ekonomikos universitetas
LiSVA	Lietuvos socialinio verslo asociacija
SDG / JT SDGs	Jungtinių Tautų tvaraus vystymosi tikslai
SADM	Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerija
SV	Socialinis verslas
SVIE	Socialinio verslumo ir inovacijų ekosistema
SEO	Socialinės ekonomikos organizacija
SESO	Socialinių verslų paramos organizacija (anglų k. – <i>Social Enterprise Support Organization</i> )
SI	Socialinės inovacijos
IT	Informacinės technologijos
WISE	Darbo integracijos socialinė įmonė (anglų k. – <i>Work Integration Social Enterprises</i> )

# ĮVADAS

Socialinis verslas Lietuvoje demonstruoja entuziastingą augimą, vis daugiau asmenų užsiima socialinę ir aplinkosauginę vertę kuriančiais verslais. Nors šis sektorius turi didelį potencialą ir siūlo novatoriškus visuomenės iššūkių sprendimo būdus, jo plėtrą riboja aiškios ir nuoseklios teisinės sistemos trūkumas bei kitos svarbios sąlygos. Lietuvos socialinis verslas išlieka tvirtai pasiryžęs sukurti reikšmingą poveikį, tačiau, norint visiškai išnaudoti jo potencialą, reikia daugiau struktūrinės paramos.

Šis dokumentas yra Lietuvos nacionalinė ataskaita, parengta pagal Europos socialinių verslų stebėsenos (ESEM) tyrimo projektą, stebintį Europos socialinių verslų ekosistemą. Duomenys šiai ataskaitai surinkti socialinių verslininkų ir SV atstovų apklausos būdu. Išsamią informaciją apie tyrimo planą, duomenų rinkimo ir analizės procesus bei ESEM nacionalinių ataskaitų rengimo metodiką rasite ESEM Lietuva 2023–2024 m. ataskaitos I priede.

2023 metų gruodį Lietuvos Seimas žengė esminį žingsnį į priekį, į Smulkiojo ir vidutinio verslo (SVV) plėtros įstatymą įtraukdamas formalų socialinio verslo apibrėžimą. Šis naujas teisės aktas įpareigoja nustatyti socialinio verslo statuso suteikimo ir panaikinimo tvarką. Lietuvos socialinio verslo asociacija (LiSVA) prisidėjo prie šio pasiekimo – vadovavo advokacijos pastangoms, organizavo konsultacijas su įvairiomis suinteresuotosiomis šalimis ir teikė ekspertines rekomendacijas politikos formuotojams. Būdamą nacionaliniu socialinių verslų balsu, LiSVA stengėsi suderinti teisės aktus su geriausia tarptautine praktika, kartu užtikrindama, kad jie atitiktų specifinius SV sektoriaus poreikius (EBPO, 2022).

Po šio teisės aktų pakeitimo Ekonomikos ir inovacijų ministerija lapkritį paskelbė apie visapusės socialinio verslo statuso suteikimo sistemos sukūrimą. Ši iniciatyva, sukurta bendradarbiaujant su kitomis Vyriausybės ministerijomis, apima naujoves, skirtas socialinių verslų ekosistemai stiprinti.

Lietuvos duomenys buvo renkami nuo 2023 m. lapkričio 10 d. iki 2024 m. kovo 31 d. ir gauti 48 tinkami atsakymai. Nors tai yra palyginti mažas imties dydis, gautas taikant patogios atrankos metodą, vis dėlto tai suteikia vertingų įžvalgų apie socialinio verslumo būklę Lietuvoje. Šioje ataskaitoje pateikiama išsami socialinių verslų kraštovaizdžio Lietuvoje apžvalga, remiantis apklausa, siekiant iširti pagrindinius šių 48 SV subjektų veiklos aspektus, įskaitant jų demografinius rodiklius, vystymosi etapus, poveikio sritis, finansinius modelius ir iššūkius, su kuriais jie susiduria.

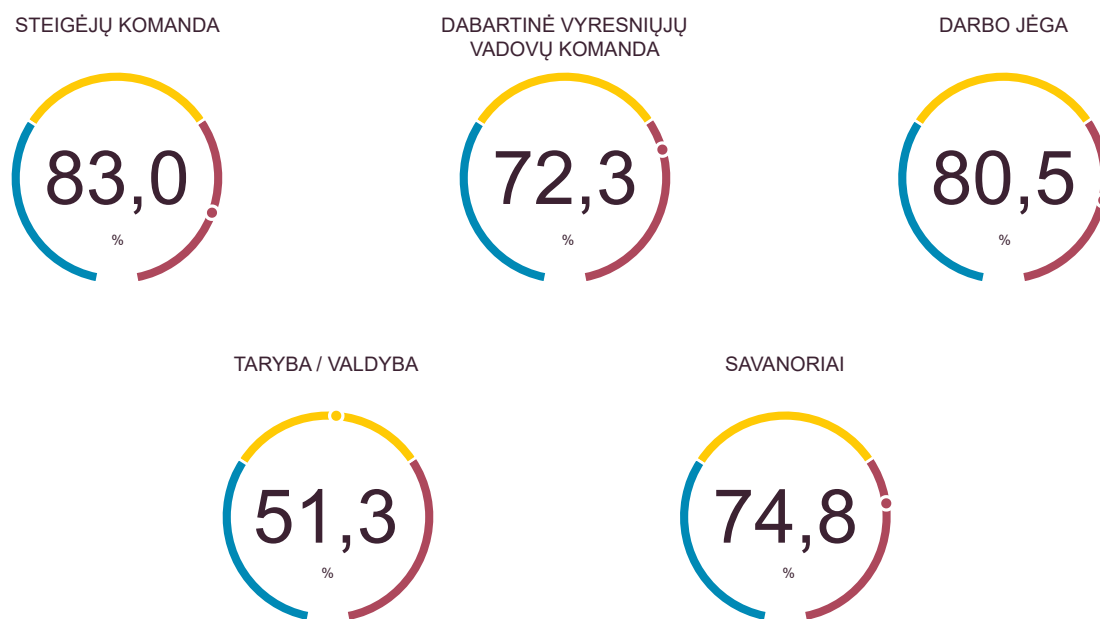
Šios ataskaitos struktūra yra tokia. Pirma, Lietuvos socialinių verslų kraštovaizdis detalai aprašomas per ESEM prizmę. Antra, iššūkių ir galimybių, su kuriais susiduria Lietuvos socialinių verslų ir socialinių inovacijų ekosistema, yra nuodugnai išnagrinėti naudojant įvairias studijas ir analizes, įskaitant technines ataskaitas, magistro darbus ir mokslinius tyrimus 2018–2023 m. Galiausiai, šios ataskaitos II priede pateikiamas teminis antrinių duomenų aiškinimas, siekiant pagilinti ESEM Lietuva 2023–2024 m. tyrimo pirminių duomenų supratimą. Šios interpretacijos, pateiktos taikant „ekosisteminį požiūrį“, pateikiamos atsižvelgiant į pagrindinius poveikio skatinamos socialinio verslumo ir inovacijų ekosistemos (-ų) elementus ir dimensijas (Audretsch et al., 2022; Johannisson, 2011, 2018, 2023; Theodoraki et al., 2018, 2020; Stam & Van de Ven, 2020, 2021; Žebrytė, 2024): politika, rinkos, finansai, parama, talentai (žmogiškieji ištekliai) ir kultūra. Šis ekosisteminis požiūris į Lietuvos socialinio verslo kraštovaizdį leidžia šios ataskaitos autorėms įveikti atotrūkį tarp praeities, turinčios ribotus duomenis apie Lietuvos socialinius verslus, ir ateities, kurioje ESEM Lietuva nuosekliai teiks metodiškai pagrįstas ir tinkamas įgyvendinti įžvalgas apie Lietuvos socialinio verslo ir socialinių inovacijų kraštovaizdį.

# 1. LIETUVOS SOCIALINIO VERSLO KRAŠTOVAIZDIS PER ESEM PRIZMĘ

ESEM Lietuva 2023–2024 tyrimas atskleidžia, kad dauguma respondentų (83,3 %) savo organizacijas įvardija kaip socialinius verslus, o likusieji išreiškia neapibrėžtumą arba tapatinasi su kitais organizaciniais modeliais. Tai rodo didelį socialinio verslo modelio žinomumą ir įsisavinimą tarp apklaustų organizacijų. Tuo metu, kai buvo atlikta apklausa, socialinio verslo statuso įgijimo ar praradimo kriterijai dar nebuvo nustatyti. Tačiau šios ataskaitos rašymo metu šie kriterijai buvo patvirtinti ir neseniai įsigaliojo.

Dauguma apklausos respondentų buvo savo socialinio verslo organizacijų steigėjai arba steigėjų komandos nariai. Tarp 48 apklaustų socialinių verslų vidutinis individualių steigėjų amžius yra 37,2 metų, o steigėjų komandų amžiaus vidurkis yra šiek tiek didesnis – 40,3 metų. Be to, Lietuvos socialinis verslas demonstruoja savo asmeninių ir valdymo struktūrų įvairovę. Pažymėtina, kad šiose organizacijose moterys sudaro vidutiniškai 80,5 % darbuotojų.

## 1 pav. Socialinio verslo organizacijų sudėtis. Kiek procentų organizacijos darbuotojų yra moterys?



Tai rodo palyginti jauną ir dinamišką lyderystės demografiją Lietuvos socialiniame versle. Kalbant apie lyderio poziciją, didelę dalį (41,7 %) sudaro individualūs steigėjai, o po jų seka tarybos, valdybos ar kito organo, atsakingo už svarbesnius, strateginius, organizacijos valdymo sprendimus, nariai (20,8 %). Šie faktai pabrėžia steigėjų vadovaujamų socialinių verslų svarbą, akcentuojant verslumo dvasią, kuri skatina šį sektorių.

Socialinis verslas yra besiformuojantis ir augantis Lietuvos ekonomikos sektorius, apimantis daugybę organizacijų, sprendžiančių socialinius ir aplinkosaugos iššūkius. Šios ataskaitos duomenų rinkimo fazėje socialinis verslas buvo apibrėžiamas kaip organizacijų, diegiančių „verslo modelį, pagal kurį, išnaudojant rinkos mechanizmą, pelno siekimas susiejamas su socialiniais tikslais ir prioritetais, remiamasi socialiai atsakingo verslo bei viešojo ir privataus sektorių partnerystės nuostatomis, taikomos socialinės inovacijos. Socialinis verslas apima tris pagrindinius aspektus: verslumo (nuolatinė ūkinė komercinė veikla), socialinį

(socialinių tikslų siekimas) ir valdymo (ribotas pelno paskirstymas, skaidrus valdymas)“. Socialinio verslo apibrėžimas pateiktas 2015 m. ministro įsakymo dėl socialinio verslo koncepcijos 2016 m. redakcijoje. Šis apibrėžimas buvo naudojamas anksčiau, tačiau vėliau jį pakeitė 2024 metais įsigaliojęs Lietuvos smulkiojo ir vidutinio verslo plėtros įstatyme įtvirtintas apibrėžimas: „Socialinis verslas – ekonominė veikla, kuria siekiama visuomenei naudingų tikslų, socialinio ar (ir) aplinkosauginio poveikio ir kurią vykdo socialinei ekonomikai priskiriami socialinio verslo subjektai“. Iš esmės SEO suprantamos kaip organizacijos, turinčios socialinę misiją ir besinaudojančios komercinėmis strategijomis, kad gautų pajamas ir reinvestuotų pelną savo misijai vykdyti.

Šiame skyriuje aptariami atsakymai atskleidžia, kad Lietuvos socialinių verslų ekosistema yra sudėtinga ir fragmentuota. Siekiant efektyviai interpretuoti ir visapusiškai pateikti ESEM duomenis, Lietuvos socialinių verslų ekosistemos aprašymas suskirstytas į šiuos skyrius: 1.1. Verslo sektoriai ir teisinės formos; 1.2. Pastovumas, plėtros etapas ir paramos poreikiai; 1.3. Poveikio sritys ir matavimas; 1.4. Rinkos, pinigai ir finansai; 1.5. Verslo modeliai ir iššūkiai.

## 11.1. Verslo sektoriai ir teisinės formos

Socialinių verslų ekosistemą Lietuvoje sudaro įvairios organizacijos, įskaitant asociacijas, fondus, viešąsias įstaigas, kurios gauna pajamas iš rinkos veiklos ir reinvestuoja jas į savo socialines ar aplinkosaugos misijas. Be to, kas aptarta šiame poskyryje, kai kurie SV subjektai veikia pagal tokias teisines formas kaip MB (mažosios bendrijos) arba UAB (lygiavertė LLC). Išsamiau žr. 1 lentelę. Vienas respondentas nurodė, kad jo organizacija yra AB (akciniu kapitalu viešai parduodama bendrovė). Tačiau tai greičiausiai klaida, pasirenkant tinkamą variantą iš plataus Lietuvoje galimų steigti teisinių formų sąrašo, nes šiuo metu nė vienas žinomas SV subjektas neveikia pagal AB teisinę formą.

Be to, Lietuvoje kai kuriems socialinio verslo modelius įgyvendinantiems subjektams ir organizacijoms suteikiamas NVO statusas, jei jie atitinka Nevyriausybinių organizacijų plėtros įstatyme nustatytus kriterijus. Taip pat kiti pagrindiniai ekosistemos veikėjai yra vyriausybės agentūros, savivaldybės, universitetai ir tyrimų centrai, kurie aktyviai remia arba turi potencialo remti SV įgyvendinant savo misijas.

Apklausti socialinio verslo subjektai veikia įvairiuose verslo sektoriuose, įskaitant švietimą, sveikatos priežiūrą ir socialinį darbą, kitą paslaugų veiklą ir pan. Švietimas išryškėjo kaip labiausiai paplitęs sektorius, po to seka sveikatos priežiūros ir socialinio darbo veikla. Ši įvairovė atspindi platų šių organizacijų socialinių poreikių spektrą. Tarp respondentų vyrauja teisinė forma „Viešoji įstaiga“ (66,7 %), trečioje vietoje – „Asociacija“ (12,5 %), teikiant pirmenybę teisinėms struktūroms, kurios derėtų prie socialinių verslų visuomeninės naudos pobūdžiu, o ne pelno siekimu. Be to, respondentai išreiškė didelį susidomėjimą konkrečia „socialinių verslų“ teisine forma arba statusu.<sup>1</sup>

Lietuvoje nėra vieno visa apimančio įstatymo, apibrėžiančio ir reguliuojančio socialinius verslus. Nors įstatyme buvo įtrauktas socialinio verslo subjektų apibrėžimas, o rengiant šį pranešimą įgyvendinami žemesnio lygio teisės aktai dėl socialinio verslo teisinį statusą reglamentuojančių taisyklių, specialios teisinės formos nebuvimas ir toliau kelia painiavą ir netikrumą socialiniams verslininkams ir kitiems ekosistemų dalyviams. Kad būtų lengviau suprasti šią ataskaitą, 1-oje lentelėje apibendrinamos teisinės formos parinktys, kurios gali būti

1 Per pastaruosius du dešimtmečius Lietuvoje darbo integracijos socialinės įmonės (WISE) buvo socialinės įmonės sinonimas. Deja, šios įmonės, veikiančios pagal specifinį *socialinės įmonės teisinį statusą* (lietuviškai) ir atskirą mokesčių režimą, pirmiausia turėjo įdarbinti tam tikrą procentą žmonių iš socialiai remtinų grupių, tačiau dažnai neturėjo platesnės aplinkosaugos ar socialinės misijos. Šis istorinis kontekstas prisidėjo prie siauro sociokultūrinio sąvokos „socialinė įmonė“ supratimo lietuvių kalba. Tokios organizacijos kaip LiSVA aktyviai dirba siekdamos didinti informuotumą ir pasisakyti už platesnių sąvokų, įskaitant socialinį verslą, socialinės ekonomikos organizacijas ir socialinius novatorius, priėmimą. Pažymėtina, kad terminas „socialinė įmonė“ yra skirtas komunikacijai anglų kalba, pavyzdžiui, šios ESEM Lietuva 2023–2024 m. ataskaitos tekste.



naudingos į socialinę misiją orientuotiems ar socialiniams verslininkams, steigiantiems savo organizacijas ir paverčiantiems savo verslo idėjas veikiančiais subjektais.

## 1 lentelė. Lietuvoje esančios juridinių asmenų steigimo teisinės formos

Teisinės formos	Lietuvos juridinių asmenų registras	Komentarai dėl suderinamumo su socialinio verslo modeliais arba socialine iniciatyvine veikla
Akcinė bendrovė (AB)	Akcinė bendrovė (LLC)	Atviras, gali būti prekiaujama viešai; paprastai orientuota į akcininkus, o ne į misiją.
Uždaroji akcinė bendrovė (UAB)	Uždaroji akcinė bendrovė	Uždaroji akcinė bendrovė, neįtraukta į viešąją apyvartą; akcijų viešai perleisti negalima.
Kooperatinė bendrovė (kooperatyvas)	Kooperatinė bendrovė (kooperatyvas)	Socialinio verslo modelius įgyvendinančių kooperatyvų Lietuvoje neužfiksuota ( Socialinis Architektas, 2023).
Žemės ūkio bendrovė (ŽŪB)	Žemės ūkio bendrovė	Pagal socialinio verslo modelius veikiančių ŽŪB šio pranešimo autoriams nėra žinoma.
Asociacija	Asociacija	Maždaug 12 % respondentų (48 apklaustieji) yra asociacijos; tipiškas platesnės SEIE atstovas.
Tikroji ūkinė bendrija (TŪB)	(Bendroji) partnerystė	Pagal socialinio verslo modelius veikiančių TŪB šios ataskaitos autoriams nėra žinoma.
Komanditinė ūkinė bendrija (KŪB)	(Limituota) partnerystė	Pagal socialinio verslo modelius veikiančių KŪB šio pranešimo autoriams nėra žinoma.
Mažoji bendrija (MB)	(Mažoji) partnerystė	Narystės pagrindu veikianti maža įmonė.
Individuali įmonė (IĮ)	Individuali įmonė	Priklauso vienam fiziniam asmeniui.
Valstybės įmonė (VI)	Valstybės įmonė	Valstybės ir savivaldybės įmonės (VI ir SI) negali vykdyti socialinio verslo modelių; jie griežtai reglamentuojami.
Savivaldybės įmonė (SI)	Savivaldybės įmonė	
Viešoji įstaiga (VŠĮ)	Ne pelno institucija	„Viešojo intereso institucija“ yra tiesioginis vertimas. Ši teisinė forma dažnai palaiko socialinio verslo modelius, nes leidžia gauti pajamų teikiant socialines paslaugas, kurios anksčiau pirmiausia buvo viešosios (valstybės ar savivaldybės biudžetas ir veiksmų sritis).
Labdaros ir paramos fondas (fondas)	Ne pelno fondas	Labdaros fondai iš esmės yra orientuoti į misiją ir gali apimti pajamų generavimą per socialinio verslo modelius.
Bendrija	(Namo savininkų) partnerystė	Naudojamas bendrijoms, atstovaujančioms bendriams namų savininkų, sodų savininkų ar panašių grupių interesams. Nepainioti su mažąja bendrija (MB), kuri orientuota į verslo veiklą ir komercinę veiklą (pajamų gavimą ir užimtumą).
Sodininkų bendrija	(Sodo savininkų) partnerystė	

Šaltinis: Adaptuota iš RE:IMPACT projekto, pateikto pagal Interreg Lat-Lit programą (Zeiļa et al., 2024).

Toliau pateikta atsakymų santrauka išryškina respondentų išreikštą norą ar poreikį dėl didesnio socialinių verslų pripažinimo ir paramos Lietuvos teisinėje ir reguliavimo sistemoje.

## 2 pav. SV specifinės teisinės formos ir (arba) statuso / registro / paskyrimo poreikis



Nepaisant neapibrėžtumo ir dviprasmybių, susijusių su tuo, kad nėra teisės aktų dėl konkrečios SV teisinės formos (6,3 % organizacijų pasirinko „kita“ kaip atsakymą į klausimą apie jų organizacijos teisinę formą), ir nuolatinio taisyklių ir nuostatų kūrimo, socialiniai verslininkai Lietuvoje ir toliau deda pastangas plėtoti socialinio verslo modelius, plėsti organizacijas, kurti vertę ir poveikį, skatinti teigiamus socialinius pokyčius (TV 3, 2020). Kaip minėta anksčiau, naujaisi socialinių verslų statuso teisinės sistemos pokyčiai įvyko prieš pat šios ataskaitos paskelbimą. Todėl tikimasi, kad ateityje pasikeis SV teisinių formų, statuso, registrų ar apibrėžimų analizė.

## 1.2. Pastovumas, plėtros etapas ir paramos poreikiai

Surinkti duomenys rodo, kad pastaraisiais metais pastebimai išaugo socialinių verslų steigimas. Nors keli verslai buvo sukurti praėjusio amžiaus dešimtajame dešimtmetyje, dauguma jų buvo įkurti per pastaruosius du dešimtmečius ir ypač išaugo per pastaruosius penkerius metus. Dauguma organizacijų buvo įsteigtos 2010–2023 m., nors nedaugelis jų veikia nuo 1991–2000 m. Vidutiniškai šie verslai veikia 8,3 metų, jų veiklos trukmė svyruoja nuo pirmaisiais metais besikuriančių organizacijų iki seniai veikiančių subjektų. Tačiau dauguma veikia nuo 1 iki 5 metų, o tai dar labiau pabrėžia santykinį šio sektoriaus jaunumą. Ši tendencija atspindi didėjančią socialinio verslumo įsibėgėjimą ir žinomumą apie jį Lietuvoje.

Kalbant apie plėtros etapus, maždaug trečdalis organizacijų mano, kad jos yra ankstyvosiose arba vėlyvosiose įgyvendinimo ir augimo fazėse. Tai rodo, kad dėmesys sutelkiamas į buvimo rinkoje kūrimą, operacijų mastą ir santykių su suinteresuotosiomis šalimis stiprinimą. Pažymėtina, kad tik nedidelė dalis respondentų teigia esantys sąstingio arba nuosmukio stadijoje, o tai atskleidžia apskritai teigiamas sektoriaus plėtros ir augimo perspektyvas.

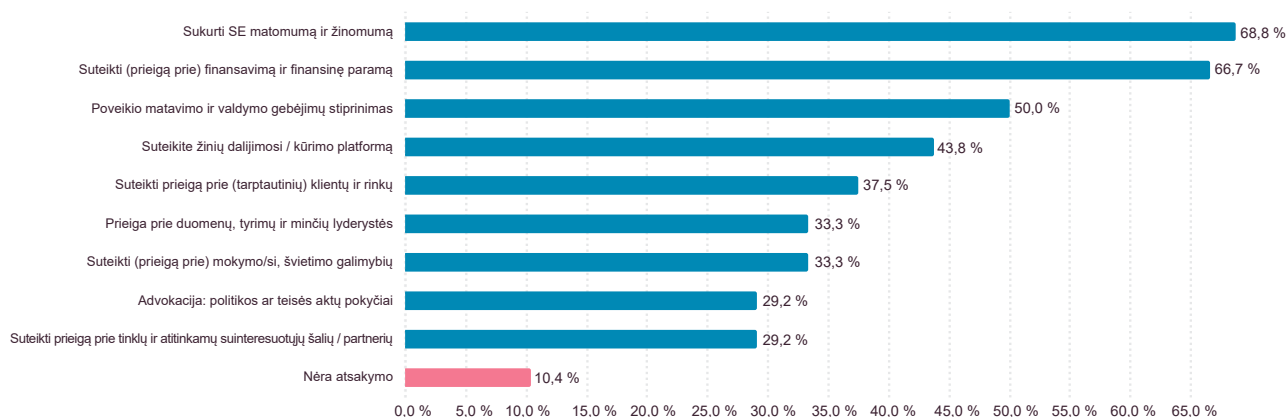
### 3 pav. Lietuvos SV raidos etapas



Informuotumas ir parama, teikiama per vyriausybės politiką, programos ir vietinės arba su projektu susijusios iniciatyvos yra labai svarbios nuolatiniam SV vystymuisi, jų pažangai per etapus (žr. paveikslą dešinėje viršuje) ir socialinių inovacijų pastangoms (Audretsch et al., 2022; Schwab fondas ir Pasaulio ekonomikos forumas, 2024 b; Pasaulio ekonomikos forumas, n.d.). Atsakydami į ESEM anketą Lietuvos atstovai nurodė, kad sulaukia „šiek tiek“ politinės paramos. Tačiau suvokiamas paramos lygis skyrėsi – nacionaliniu, regioniniu ir savivaldybių lygmeniu pranešama apie vidutinę ar mažą paramą. Tai rodo, jog reikia tobulinti politiką, paramos mechanizmus ir reguliavimo sistemas, kad būtų skatinamas socialinių verslų augimas. Galiausiai, paklausti apie paslaugas, kurių jiems reikia iš verslo paramos organizacijų, respondentai nurodė du pagrindinius prioritetus: informuotumo ir matomumo didinimą bei finansavimo palengvinimą, kaip parodyta kitame paveiksle..

### 4 pav. Socialinių verslų paramos paslaugos

Kokių verslo paramos (skatinimo) organizacijų paslaugų jums reikia?



Kaip parodyta 4 paveiksle, trečias labiausiai minimas poreikis yra „Poveikio matavimo ir valdymo gebėjimų stiprinimas“. Tai atitinka ketinimus ir suvokimą dėl poveikio vertinimo, kurie aptariami kitame skyriuje. Nuolatinės paramos įrodymas – valstybės finansuojama ir prižiūrima socialinio verslo platforma (Inovacijų agentūra, n.d. a).

### 1.3. Poveikio sritys ir matavimas

Didžiausią susirūpinimą respondentams kelia socialinis ir aplinkosauginis poveikis, dauguma savo strateginiuose sprendimuose šiems veiksniams skiria didelę reikšmę. Nors finansinė grąža išlieka svarbi, ji atlieka antraeilį vaidmenį, pabrėžiant šių organizacijų socialinę misiją. Norimos poveikio sritys yra įvairios, įskaitant nelygybės mažinimą, tvarių miestų ir bendruomenių puoselėjimą, geros sveikatos ir gerovės skatinimą ir pan. **Tai rodo tvirtą įsipareigojimą spręsti įvairius socialinius ir aplinkosaugos iššūkius.**

Šio tyrimo rezultatai rodo, kad Lietuvos socialinis verslas yra labai pasiryžęs kurti socialinį poveikį. Didžiausias šių organizacijų nustatytas socialinis poveikis yra suderintas su „SDG 10. Sumažėjusi nelygybė“. Be to, Lietuvos socialinių verslų prioritetinė poveikio sritis yra „SDG 3. Gera sveikata ir gerovė“, kuri taip pat tiesiogiai susijusi su poveikiu aplinkai, kaip matyti iš toliau pateiktos statistikos. Pažymėtina, kad 35,4 % organizacijų savo svarbiausiu prioritetu nurodė „SDG 3: gera sveikata ir gerovė“.

Socialinis ir aplinkosauginis poveikis:

- 70,8 % organizacijų nurodė, kad socialinis poveikis yra labai svarbus jų strateginiams verslo sprendimams.
- 54,2 % organizacijų teigė, kad jų strateginiams verslo sprendimams labai svarbus poveikis aplinkai.

Nors daugelis socialinių verslų praneša apie savo socialinio ir aplinkos poveikio matavimus, matavimo mastas, dažnumas ir metodai labai skiriasi. Kai kurios organizacijos poveikį vertina nuolat, o kitos tai daro kasmet arba *ad hoc* pagrindu. Naudojamos įvairios priemonės ir sistemos – nuo apklausų ir interviu iki individualiai sukurtų metodų. Kūrybiškumas yra būtinas, nes 68,4 % įmonių neskiria jokio biudžeto arba skiria labai mažai biudžeto poveikio matavimo veiklai. Tai pabrėžia itin svarbų SESO, teikiančių gebėjimų stiprinimo galimybes, gaires ir poveikio vertinimo priemones kartu su kitomis SV paramos priemonėmis, vaidmenį (Atviras Seimas, 2022, 2023, 2024).

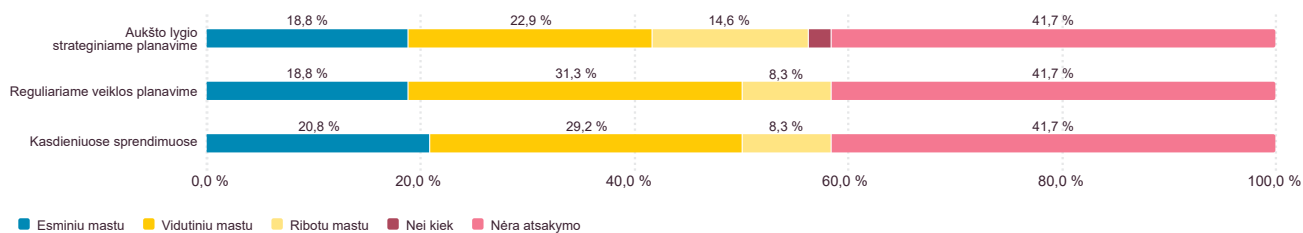
#### 5 pav. Lietuvos SV poveikio matavimo pajėgumai



Poveikio matavimo ir gautų duomenų panaudojimo motyvai yra daugialypiai, apimantys sukurto poveikio skaidrumą, pasiekimų komunikavimą, misijos vykdymo užtikrinimą, finansavimo pritraukimą ir pagrįstų sprendimų priėmimą. Tai atspindi strateginį požiūrį į poveikio vertinimą, kuriuo siekiama pagerinti organizacijos efektyvumą ir atskaitomybę.

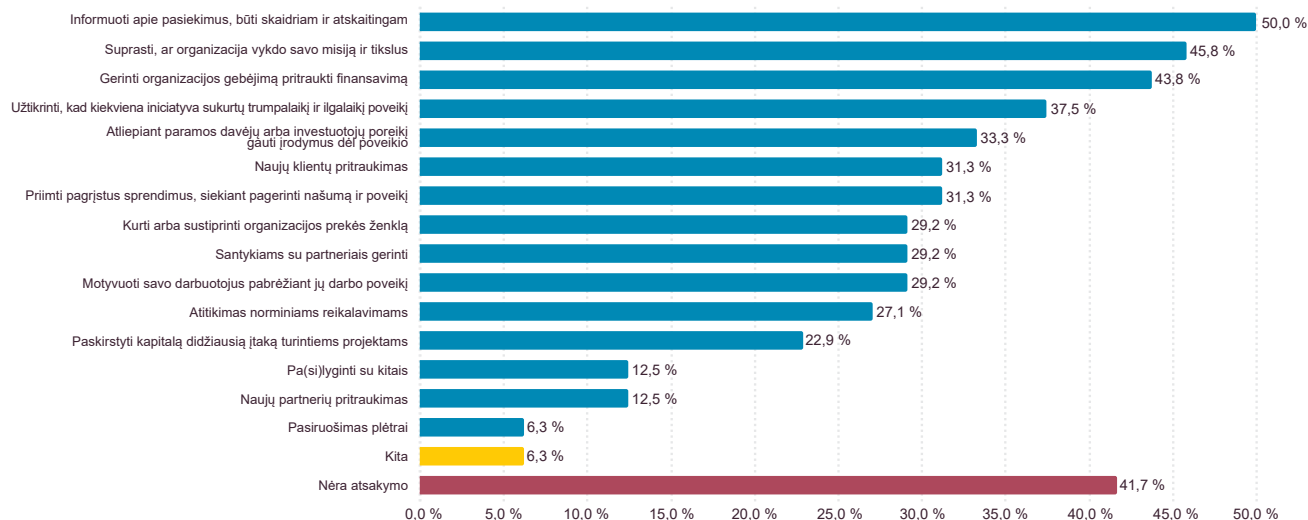
## 6 pav. Laipsnis, kuriuo poveikio duomenys naudojami priimant SV sprendimus

Kokiu mastu poveikio duomenys naudojami priimant skirtingus sprendimus?



## 7 pav. Lietuvos SV poveikio matavimo motyvacija

Kokios priežastys ar motyvai lemia jūsų organizacijos poveikio matavimą?



Atsakymuose teigiama, kad Lietuvos SV ateityje ketina vis plačiau matuoti savo socialinį poveikį. Šiuo metu dažniausia poveikio vertinimo priežastis yra „perteikti pasiekimus ir būti skaidriam bei atskaitingam“. Antra dažniausia priežastis – įvertinti, ar organizacija vykdo savo misiją. Rečiausia priežastis yra pasiruošimas plėtrai.

Apibendrinant galima teigti, kad trys labiausiai paplitę JT tvaraus vystymosi tikslai (SDG), kurių siekia organizacijos, yra šie:

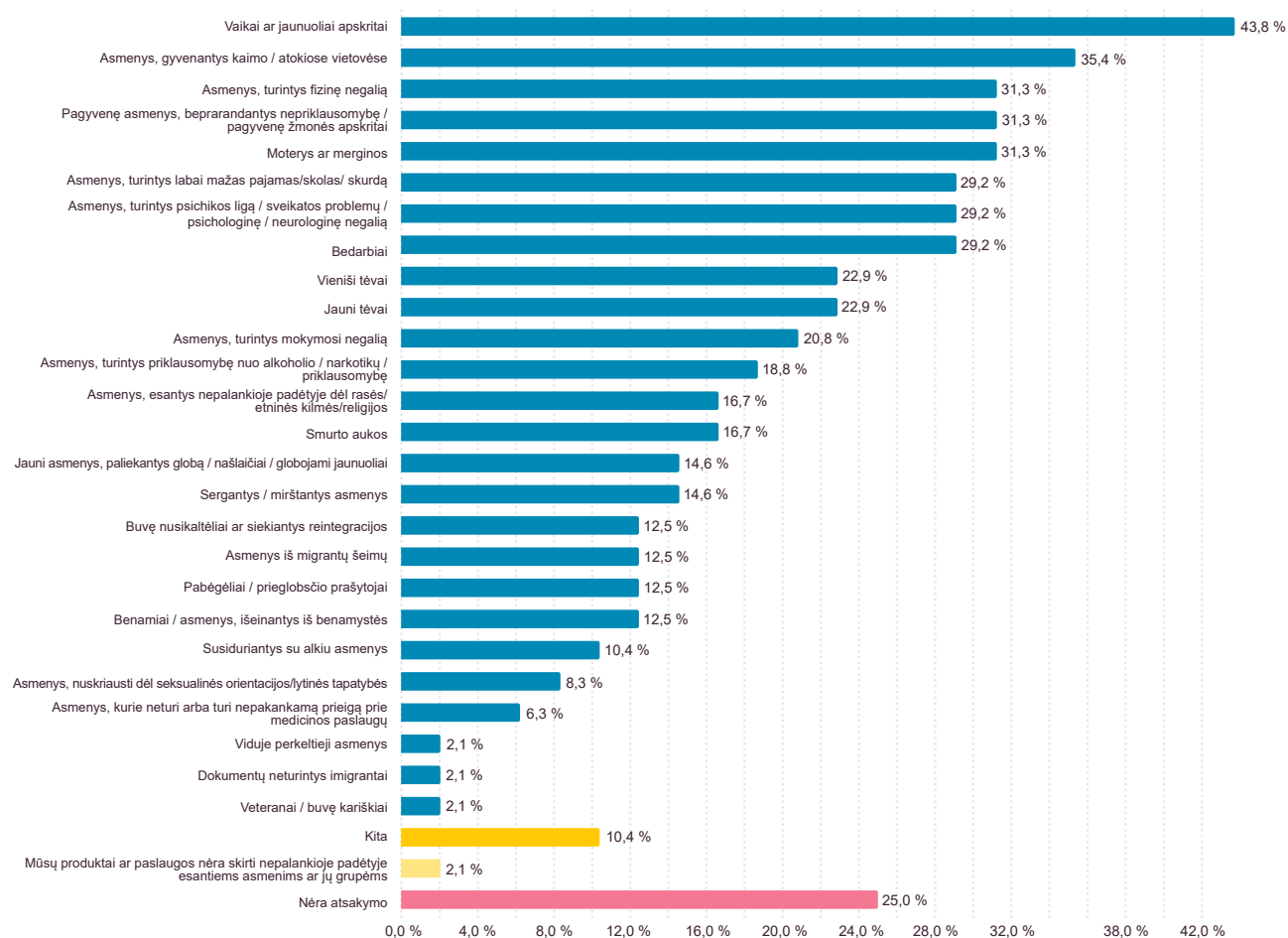


## 1.4. Rinkos, pinigai ir finansai

Lietuvos socialinis verslas veikia įvairiose rinkose. Dažniausias pajamų šaltinis, apie kurį pranešama, yra prekyba su vartotojais (B2C asmenimis), o po to seka prekyba su pelno siekiančiomis įmonėmis (B2B). Trečias labiausiai paplitęs pajamų šaltinis yra viešasis finansavimas (daugiausia iš ES programų), skirtas vertei kurti ir naudos gavėjų gyvenimui gerinti. Taigi, tuo pat metu respondentai nurodė, kad dažniausiai jų naudos gavėjai yra „vaikai / jaunuoliai apskritai“ ir „asmenys, gyvenantys kaimo / atokiose vietovėse“. Lietuvos SV aptarnaujamų naudos gavėjų įvairovė leidžia manyti, kad perkėlus tam tikras komunalines paslaugas į ketvirtąjį sektorių atsirastų galimybių rinkai plėstis (Inovacijų agentūra, n.d. b). Šią perspektyvą savo atsakymuose pakartojo ESEM apklausos dalyviai.

### 8 pav. Naudos gavėjai ir SV tikslinės grupės

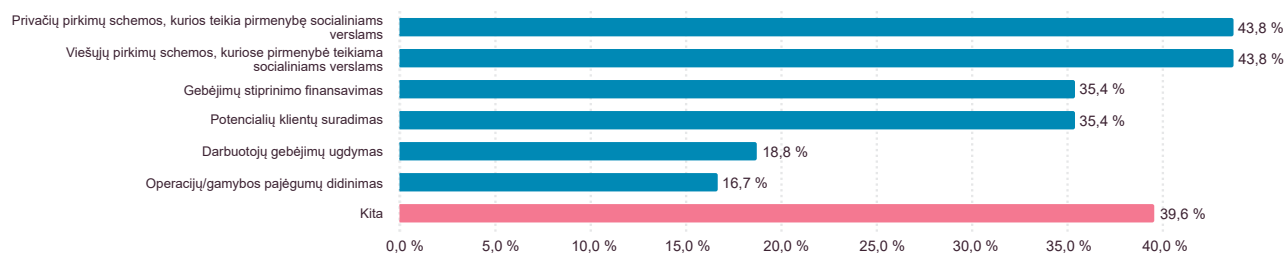
Kokioms konkrečioms tikslinėms grupėms ar asmenims teikiate tiesiogines paslaugas ar naudą?



Vidutinės bendros apklaustų organizacijų pajamos – 24 353,90 €. Nors 47,9 % organizacijų pranešė apie pajamų padidėjimą per pastaruosius 12 mėnesių, 29,2 % organizacijų tikisi, kad jų pajamos padidės per ateinančius 12 mėnesių. Tik 31,3 % organizacijų pranešė, kad per pastaruosius 12 mėnesių gavo pelno. Tačiau ši informacija turi būti vertinama nevienareikšmiškai, nes, pirma, 27,1 % organizacijų teigė, kad joms neleidžiama gauti pelno. Antra, sąvoką „pelnas“ respondentai iš esmės supranta kaip pajamas, kurios gali būti toliau naudojamos organizacijų veikloje ar skatinant socialinių verslų misiją. Taip yra dėl to, kad dauguma respondentų veikia pagal teisinę formą, kuri neleidžia siekti pelno. Taigi socialinio verslo modeliai yra skirti generavimo pajamoms ir poveikiui, o ne pelnui. Galiausiai, nerimą kelianti tendencija yra ta, kad tik 27,1 % organizacijų pranešė, jog per pastaruosius 12 mėnesių joms nesisekė.

## 9 pav. SV išorinės paramos poreikis pardavimams didinti

Kokios pagalbos jums reikia norint parduoti (daugiau) produktų ar paslaugų verslo ar valstybiniais klientams?

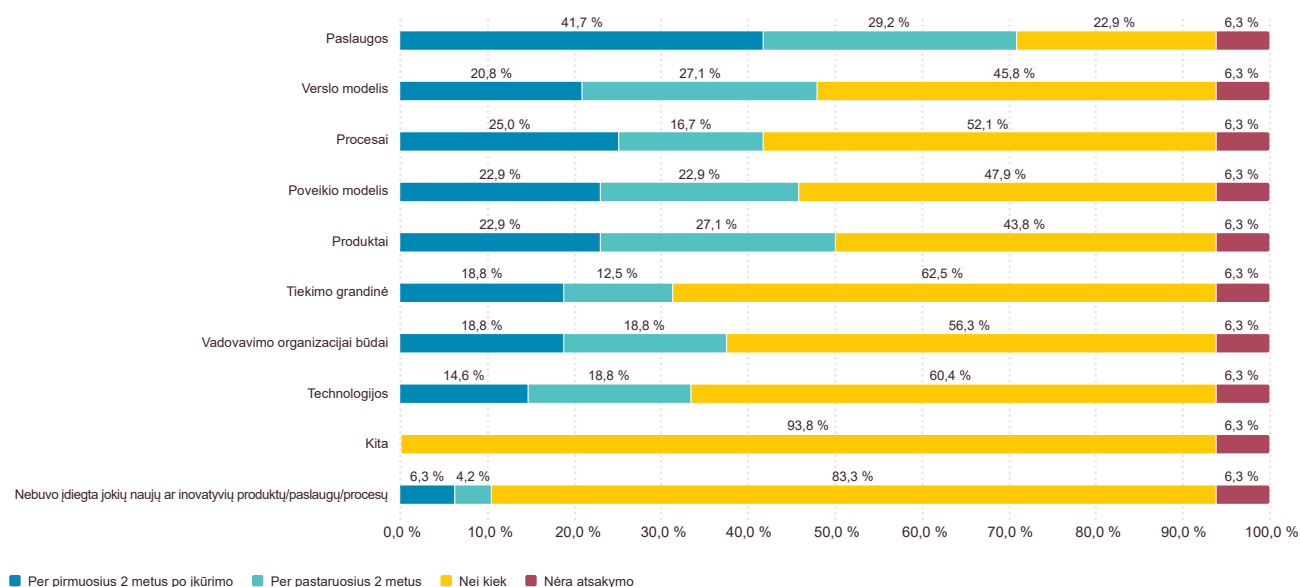


Apklaustos SV organizacijos pranešė apie numatomą 6,4 mėnesio finansinį saugumą, o tai rodo, kad jos planuoja tęsti veiklą tiek laiko, kai pinigų srautas bus minimalus arba labai lėtas. Labiausiai pageidaujama veiklos finansavimo rūšis yra viešasis finansavimas. Vidutiniškai finansinis išorės investicijų poreikis jų organizacijoms remti ir toliau plėtoti per pastaruosius 12 mėnesių buvo 12 500 eurų. Dažniausiai minimas finansinis reikalavimas susijęs su poreikiu padengti kasdienes veiklos išlaidas.

Finansinis saugumas yra palankus arba susijęs su ES socialinių verslų naujoviškų metodų pritaikymu (Europos Komisija, 2020). Lietuvos SV yra atviras naujoviškų verslo modelių, produktų, paslaugų ir procesų diegimui. Dažniausia inovacinės veiklos plėtojimo sritis yra „Paslaugos“, kaip parodyta kitame paveiksle.

## 10 pav. Lietuvos SV inovatyvių metodų naudojimo sritys

Ar jūsų organizacija pasirinko naują ar novatorišką požiūrį bet kurioje iš šių sričių?



Aplinkai nekenksmingų medžiagų ar žaliavų tiekimas yra svarbus toms SV organizacijoms, kurios siekia „dvigubos misijos“ – poveikio aplinkai ir socialinio poveikio, ir toms, kurios daugiausia dėmesio skiria komercinės vertės ir socialinio poveikio kūrimui, kaip parodyta 11 paveiksle.

## 11 pav. Lietuvos SV tiekimo ir vertės grandinės pirmenybės



Paskutinis socialinio verslo modelių elementas, gautas iš ESEM tyrimo rezultatų ir aptartas čia, yra finansinė arba pajamų ir finansavimo generavimo dimensija.

## 1.5. Finansiniai modeliai ir iššūkiai

Pagrindiniai šių organizacijų pajamų šaltiniai yra įvairūs, įskaitant prekybą su vartotojais ir įmonėmis, viešąjį finansavimą ir aukas:

- 37,5 % organizacijų parduoda produktus ar paslaugas nacionalinėms vyriausybėms.
- 35,4 % organizacijų parduoda produktus ar paslaugas regionų ar provincijų vyriausybėms.
- 29,2 % organizacijų parduoda produktus ar paslaugas vietos valdžiai ar savivaldybėms.

Šis diversifikuotas pajamų modelis atspindi strateginį požiūrį į finansinį tvarumą. Tačiau šis sektorius ir toliau susiduria su dideliais iššūkiais. Bendros pajamos per pastaruosius 12 mėnesių labai skiriasi, dauguma organizacijų patenka į 0–50 000 EUR intervalą. Tai atspindi palyginti nedidelio masto operacijų paplitimą. Nors daugelis organizacijų pranešė apie padidėjusias pajamas per pastaruosius 12 mėnesių ir tikisi tolesnio augimo ateinančiais metais, didelė dalis respondentų taip pat išreiškė susirūpinimą dėl finansinio saugumo, nes buvo pranešta tik apie kelių mėnesių saugų finansų planavimą.

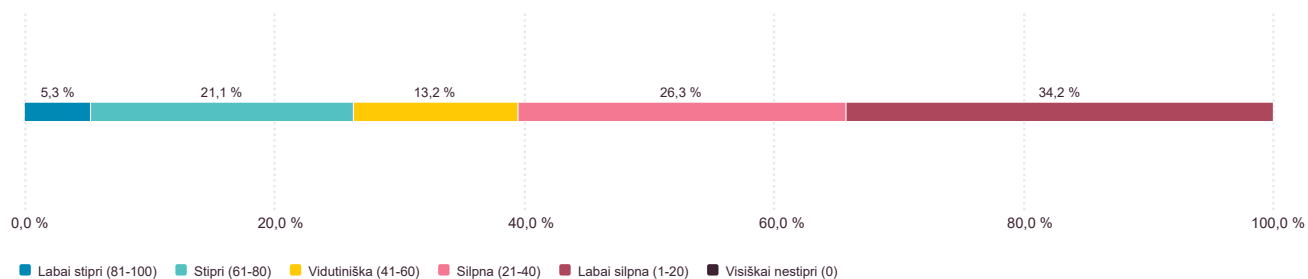
Galimybė gauti finansavimą Lietuvos SV yra didelis iššūkis – ribotas tinkamų finansavimo šaltinių prieinamumas ir dideli užstato reikalavimai dažnai įvardijami kaip pagrindinės kliūtys. Tarp pagrindinių respondentų nurodytų kliūčių yra „finansinių galimybių trūkumas kuriant organizaciją“, „ilgalaikio kapitalo be greito pelno lūkesčių trūkumas (ilgalaikis kapitalas / nesitiki greito pelno)“ ir „nebuvimas galimybių finansuoti organizaciją, kai ji pradėjo veikti“. Šias problemas Lietuvos SV apibūdino kaip „labai (labai) trukdančias“ veiklai. Papildomos kliūtys, kurias respondentai nurodė kaip „labai trukdančias“, yra: 25 % – „nepalankios ekonominės / politinės sąlygos (t. y. infliacija, energetikos krizė, karas Ukrainoje)“ ir „per sudėtingas viešasis finansavimas“, taip pat 22,9 % – „pagalbos trūkumas, fiskalinė sistema“ ir „prastas visuomenės / klientų supratimas ir (arba) informuotumas apie socialinius verslus“. Šie iššūkiai pabrėžia, kad skubiai reikia didesnės finansinės paramos ir naujoviškų sprendimų, pritaikytų specifiniams socialinių verslų poreikiams tenkinti. Respondentai pabrėžė didesnio matomumo, galimybės gauti finansavimą, gebėjimų stiprinimo iniciatyvų ir tvirtesnės politikos propagavimo svarbą siekiant stiprinti ekosistemą. Iš viso 43,8 % respondentų pareiškė poreikį dėl viešųjų pirkimų schemų, kurios teikia pirmenybę socialiniams verslams.

Toliau pateikiamas bendras respondentų suvokimas apie dabartinę Lietuvos socialinių verslų ekosistemos būklę.



## 12 pav. Lietuvos SV ekosistemos santykinio stiprumo / silpnumo suvokimas

Kaip įvertintumėte savo nacionalinės socialinio verslo ekosistemos stiprumą?



Iš viso 38 iš 48 respondentų atsakė į klausimą „Kaip įvertintumėte savo nacionalinės socialinio verslo ekosistemos stiprumą?“ Norint padaryti tikslesnę išvadą apie Lietuvos socialinių verslų ekosistemos būklę, buvo įtraukti antriniai kitų tyrimų duomenys. Šių papildomų išteklių išvados išsamiai aprašytos kitame šios ataskaitos skyriuje.

## 2. LIETUVOS SOCIALINIO VERSLO IR INOVACIJŲ EKOSISTEMOS IŠŠŪKIAI IR GALIMYBĖS

Siekiant visapusiško Lietuvos socialinių verslų ir inovacijų ekosistemos supratimo, buvo analizuojami antriniai duomenys, papildantys pirminius duomenis, surinktus ESEM 2023–2024 tyrimo metu. Buvo atlikta teminė analizė iš įvairių šaltinių, įskaitant technines ataskaitas, magistro darbą, akademinis darbus ir atsakymus į atviros apklausos klausimus, pvz., raginimus „jei „kita“, nurodykite“. Temos buvo paimtos iš esamų verslumo ir inovacijų ekosistemų tyrimų (Audretsch et al., 2022; Johannisson, 2011, 2018, 2023; Theodoraki et al., 2018, 2020; Spigel, 2020; Stam & Van de Ven, 2021) ir apima politiką, rinkas, finansus, paramą, talentus ir kultūrą.

Daugybė studijų ir politikos dokumentų, nagrinėjančių įvairius Lietuvos socialinių verslų ir inovacijų ekosistemos aspektus (Bartkutė et al., 2022; Bruschi et al., 2023; Europos Komisija, 2018; Geryba, 2020; LiSVA & Diesis Network, 2022; LiSVA, 2019, 2021, 2022 a, b, 2023; PEnCIL, 2022), nustatė daugybę iššūkių ir galimybių. Autoriai taikė teminę atranką ir abdukcinį samprotavimą tirdami studijas, kurios nagrinėjo įvairias Lietuvos socialinių verslų ir inovacijų ekosistemos dimensijas ir elementus. Šios analizės ir antrinių duomenų interpretavimo išvados pateikiamos toliau.

Socialinis verslas Lietuvoje susiduria su keliais iššūkiais, įskaitant, bet neapsiribojant:

- **Galimybė gauti finansavimą:** dėl įvairių kliūčių socialiniams verslams dažnai sunku gauti finansavimą tiek iš viešųjų, tiek iš privačių šaltinių.
- **Sąmoningumo stoka:** visuomenė, politikos formuotojai ir potencialūs investuotojai mažai supranta socialinius verslus.
- **Biurokratinės kliūtys:** socialinis verslas dažnai susiduria su administraciniais iššūkiais kurdamas savo verslo idėją ir verslo modelius, taip pat steigimo ir veiklos etapais.
- **Nelygi konkurencija:** socialinis verslas dažnai nelygiomis sąlygomis konkuruoja su tradicinėmis įmonėmis dėl išteklių ir rinkos dalies.

Šis paskutinis iššūkis reikalauja tolesnio tyrimo. Pirma, kaip pažymima šiame skyriuje minimuose tyrimuose ir ESEM tyrimo dalyvių (žr. ankstesnį skyrį), SV atstovai praneša, kad visuomenė, potencialūs klientai ir kartais net naudos gavėjai neturi informacijos apie socialinio verslo vaidmenį rinkoje. Antra, nors SV steigėjai, bendraįkūrėjai, darbuotojai ir savanoriai turi tvirtą supratimą, kad socialinis verslas iš esmės yra verslas, ši perspektyva dar nėra visiškai pritaikyta platesnėje Lietuvos verslo ekosistemoje. Vietoj to, SV dažnai tapatinamas su „socialinėmis paslaugomis“ – funkcija, kuri tradiciškai siejama su šalies viešuoju sektoriumi.

Nepaisant iššūkių, Lietuvoje yra keletas socialinių verslų augimo **galimybių, įskaitant:**

- **Galimybė gauti ES finansavimą:** Lietuvos SV gali panaudoti ES finansavimą, o vyriausybė gali gauti papildomų išteklių socialinei ekonomikai ir socialinių verslų plėtrai.
- **Stipri pilietinė visuomenė:** Lietuvoje gyvuoja gyvybinga pilietinė visuomenė, kurioje daug NVO aktyviai dalyvauja socialinių verslų sektoriuje.
- **Besiplečianti tvarių produktų rinka:** auga vidaus ir tarptautinė tvarių produktų ir paslaugų, kuriuos dažnai gamina SV, rinka ( EuroMonitor International, 2022 a, b).
- **Didėjantis susidomėjimas:** politikos formuotojai, visuomenė ir potencialūs investuotojai rodo vis didesnę susidomėjimą socialinėmis įmonėmis ir jų potencialu.

Šią paskutinę galimybę, ypač dėl didėjančio potencialių investuotojų susidomėjimo, reikia atidžiau patyrinėti, nes nepaisant to, ką atskleidžia tyrimų prielaidos, realybė rodo, kad potencialūs investuotojai nežino apie SV ir socialinių novatorių potencialą Lietuvoje (TV 3, 2020; Verslo pozicija.lrt.lt, 2022; Society.lrytas.lt, 2024).

Kaip minėta ankstesniame skyriuje, ESEM Lietuva 2023–2024 metų tyrimo dalyviai Lietuvos socialinių verslų ekosistemos stiprumą apibūdino kaip „silpną ar vidutinį“. Kartu su išvalgomis iš ankstesnių tyrimų ir pranešimų, tokių kaip Bartkutė et al. (2022), Bruschi et al. (2023), Europos Komisija (2018), Geryba (2020), LiSVA & Diesis Network (2022), LiSVA (2019, 2021, 2022 a, b), OECD (2018) ir PEnCIL (2022), Lietuvos socialiniai verslai gali būti klasifikuojami kaip „besikuriantys“.

# IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

Apklausoje rezultatai rodo gyvybingą ir augantį socialinio verslumo sektorių Lietuvoje. SV organizacijos, vadovaudamosi stipriomis socialinėmis ir aplinkosaugos misijomis, yra įsipareigojusios spręsti neatidėliotinas visuomenės problemas. Nors SV subjektai susiduria su didelėmis kliūtimis, ypač siekdami gauti finansinę paramą ir pereiti prie reguliavimo sistemų, jų atsparumas ir optimizmas ateičiai yra akivaizdūs. Nuolat remiant ir diegiant naujoves, socialinio verslumo sektorius Lietuvoje gali sukurti reikšmingą ir ilgalaikį poveikį. Manoma, kad vyriausybė yra įsipareigojusi remti sektoriaus plėtrą, todėl vis labiau pripažįstamas socialinių verslų vaidmuo sprendžiant socialinius ir aplinkosaugos iššūkius. Tačiau norint sukurti palankesnes sąlygas jų augimui ir sėkmei, būtina pašalinti kliūtis, su kuriomis socialinis verslas susiduria.

Remiantis šiame dokumente pateikta informacija, Lietuvos socialinių verslų ekosistemos analizės išvados:

- 1. Augantis sektorius, turintis tvirtas visuomenines ir aplinkosaugos misijas:** Lietuvos socialinius verslus skatina tvirtas įsipareigojimas kurti socialinę ir aplinkosauginę vertę. Jie aktyviai sprendžia visuomenės problemas taikydami naujoviškus metodus ir jų tikslai yra suderinti su pagrindiniais JT tvaraus vystymosi tikslais (DVT), įskaitant nelygybės mažinimą, tvarius miestus ir gerą sveikatą bei gerovę.
- 2. Pasiiekti teisiniai ir politikos etapai:** Neseniai į Lietuvos Respublikos smulkiojo ir vidutinio verslo plėtros įstatymą įtrauktas socialinio verslo apibrėžimas – tai reikšminga pažanga, suteikianti pagrindinę teisinę bazę socialiniams verslams apibrėžti ir pripažinti. Tačiau norint užtikrinti veiksmingą šios sistemos įgyvendinimą, reikia papildomų veiksmų, įskaitant aiškių registracijos procesų, poveikio vertinimo gairių ir pagrindinių suinteresuotųjų šalių informuotumo didinimo iniciatyvas.
- 3. Suskaidyta ekosistema ir riboti ištekliai:** Nepaisant pastarojo meto pažangos, socialinių verslų ekosistema Lietuvoje tebėra susiskaldžiusi, ribota galimybė gauti finansavimą, pritaikytą paramą ir formalų pripažinimą. Daugelis socialinių verslų susiduria su iššūkiu valdydami sudėtingus biurokratinis procesus ir užtikrindami finansinius bei žmogiškojo kapitalo išteklius, ypač steigimo ir veiklos poreikiams.
- 4. Poveikio matavimas išlieka iššūkiu:** Nors socialiniai verslai pripažįsta savo socialinio ir aplinkos poveikio matavimo svarbą, įgūdžių, išteklių ir standartizuotų metodikų trūkumas dažnai riboja jų galimybes tai daryti efektyviai. Paramos organizacijos atlieka labai svarbų vaidmenį mažinant šią spragą, teikdamos reikiamas priemones, mokymus ir rekomendacijas.
- 5. Galimybės vykdamas viešuosius pirkimus ir rinkos plėtrą:** Vyriausybės dėmesys socialiai atsakingiems viešiesiems pirkimams suteikia galimybę socialiniams verslams plėsti savo buvimą rinkoje. Visgi, kad SV galėtų visapusiškai pasinaudoti šiomis galimybėmis, būtinas labiau struktūrizuotas požiūris, pvz., sutarčių skaidymas į mažesnes, lengviau prieinamas dalis.
- 6. Labai svarbi žmogiškojo kapitalo plėtra:** Nors talentingų asmenų susidomėjimas socialiniu verslu auga, sektoriaus gebėjimui pritraukti ir išlaikyti kvalifikuotus specialistus trukdo specialių mokymo programų ir gebėjimų stiprinimo iniciatyvų trūkumas. Šias spragas gali pašalinti bendradarbiavimas su universitetais ir mokymo centrais.
- 7. Finansiniam tvarumui reikalingi inovatyvūs sprendimai:** Socialinių verslų tvarumo ir augimo užtikrinimas priklauso nuo geresnės galimybės gauti finansavimą, pritaikytą finansavimo priemonių ir lankstesnių finansavimo schemų. Dabartinę priklausomybę nuo ES ir valstybės finansavimo turi papildyti tvirtesnė socialinių investicijų rinka.
- 8. Besiformuojanti kultūra ir ekosistema:** Lietuvoje formuojasi socialinio verslumo kultūra, kurią remia vis daugiau suinteresuotųjų šalių, įskaitant NVO, mokslinių tyrimų institucijas ir privataus sektoriaus partnerius. Norint maksimaliai išnaudoti sektoriaus potencialą, reikia glaudesnio bendradarbiavimo ir geresnio ekosistemų koordinavimo.
- 9. Skėtinių organizacijų, asociacijų ir tinklų, vienijančių socialinius verslus tiek nacionaliniu, tiek ES lygiu, stiprinimas:** Asociacijos ir tinklai atlieka itin svarbų vaidmenį skatinant bendradarbiavimą, ginant socialinio verslo interesus ir palengvinant dalijimąsi žiniomis. Jų pajėgumų didinimas gali sustiprinti kolektyvinį socialinių verslų balsą, pagerinti prieigą prie išteklių ir padidinti jų matomumą bei poveikį tiek nacionaliniu, tiek tarptautiniu lygiu. Sustiprinti tinklai leistų socialiniams verslams veiksmingiau įveikti iššūkius ir paspartintų platesnės ekosistemos vystymąsi.

**Rekomendacijos.** Stiprinant Lietuvos socialinių verslų ekosistemą, reikėtų apvarstyti šiuos veiksmus:

- Sukurti gerai apibrėžtą teisinę bazę socialiniams verslams, kad būtų aiškumo ir paramos.
- Didinti visuomenės, politikos formuotojų ir potencialių investuotojų informuotumą apie socialinius verslus.
- Pagerinti galimybes gauti finansavimą bei finansavimą socialinių verslų plėtrai ir inovacijoms.
- Supaprastinti biurokratinis procesus, kad SV būtų lengviau veikti, ir daugiau dėmesio skirti poveikiui ir verslo plėtrai, o ne nereikalingiems reikalavimams.
- Remti socialinių inovacijų iniciatyvų augimą ir plėtrą.
- Skatinti SV, tradicinių įmonių ir viešojo sektoriaus bendradarbiavimą.
- Stiprinti verslo paramos organizacijas ir tokias organizacijas kaip Lietuvos socialinio verslo asociacija, kurios veikia kaip įgalintojai ir orientuojasi į socialinį verslumą bei socialinių inovacijų plėtrą.

Socialinio verslo svarbos augimas akivaizdus Lietuvoje ir Europoje. Socialiniai verslai tampa vis svarbesni ekonomikoje, o jų įtaka plečiasi, nes sukuria vertę vietos bendruomenėms ir sprendžia pasaulinius iššūkius.

Apibendrinant galima teigti, kad Lietuvos socialinių verslų ekosistema atsidūrė kartinėje sandūroje. Nors buvo padaryta didelė pažanga pripažįstant ir remiant socialinius verslus, išlieka keletas iššūkių, kuriems reikia tikslingų įsikišimų ir bendradarbiavimo pastangų. Siekiant sukurti klestinčią socialinių verslų ekosistemą Lietuvoje, labai svarbu šalinti finansavimo, gebėjimų stiprinimo ir poveikio vertinimo spragas, kartu puoselėjant inovacijų ir bendradarbiavimo kultūrą. Tokia ekosistema gali paskatinti tvarų ekonomikos augimą, spręsti neatidėliotinus visuomenės ir aplinkos iššūkius ir padėti Lietuvai tapti socialinio verslumo lydere Europoje. Su tinkama parama ir kolektyviniais veiksmais socialinio verslo ateitis Lietuvoje yra daug žadanti.

# NUORODŲ SĄRAŠAS

- Atviras Seimas (2022). Socialinio verslo ir inovacijų forumai 2022 • LT. Video lietuvių kalba. <https://www.youtube.com/live/5TuSno4Cqu0?si=mSh-9FRmFcaYTT9z>
- Atviras Seimas (2023). Socialinio verslo ir inovacijų forumai 2023 • LT. Video lietuvių kalba. <https://www.youtube.com/live/8MoVnuOJEEQ?si=chW2G-c-niGFdtRD>
- Atviras Seimas (2024). Socialinio verslo ir inovacijų forumai 2024 • LT. Video lietuvių kalba. [https://www.youtube.com/live/5p6C\\_9A\\_PD0?si=b7Kdwj\\_B-RA3njuR](https://www.youtube.com/live/5p6C_9A_PD0?si=b7Kdwj_B-RA3njuR)
- Audretsch, D. B, Eichler, G. M. ir Schwarz, E. J. (2022). Kylantys socialinių novatorių ir socialinių inovacijų ekosistemų poreikiai. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1–38. <https://doi.org/10.1007/s11365-021-00789-9>
- Bartkutė, R. ir Skėruvienė, V. (2022). Socialinio verslo iššūkiai Lietuvoje. Regiono formavimo ir plėtros studijos, 36(1). <https://doi.org/10.15181/rfds.v36i1.2385>
- Bruschi, M., Pastorelli, G., Pompermaier, F. ir Bražiūnaitė, V. (2023). Socialinės ekonomikos ekosistemos plėtros Lietuvoje keliai: remiantis Europos patirtimi. Galimybių studija. *Diesis & LiSVA*. <https://lisva.org/wp-content/uploads/2023/03/Feasibility-Study-Diesis-LISVA-FINAL.pdf>
- Buraitytė, A. ir Lekavičiūtė, E. (2019). Darnaus vystymosi tikslų rekomendacijų rinkinys. „Kurk Lietuvai“. [https://lr.lt/uploads/main/documents/files/Darnaus%20vystymosi%20tiksl%C5%B3%20rekomendacij%C5%B3%20rinkinys\(1\).pdf](https://lr.lt/uploads/main/documents/files/Darnaus%20vystymosi%20tiksl%C5%B3%20rekomendacij%C5%B3%20rinkinys(1).pdf)
- Euklido tinklas (2022). Europos socialinių verslų stebėsenos ataskaita, 2020–2021 m. <https://knowledgecentre.euclidnetwork.eu/european-social-enterprise-monitor-2021-2022/>
- Europos Komisija (2018, a). Socialiniai verslai ir jų ekosistemos Europoje. Šalies ataskaita Lietuva. <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=20565&langId=en>
- Europos Komisija (2020). Socialiniai verslai ir jų ekosistemos Europoje – Lyginamoji sintezės ataskaita. <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=738&langId=en&pubId=8274&furtherPubs=yes>
- Europos Komisija, Mokslinių tyrimų ir inovacijų generalinis direktoratas, Dixon-Declève, S., Balland, P., Bria, F. et al. (2021). Transformacija po COVID – inovacijų sutelkimas žmonėms, planetai ir klestėjimui. Leidinių biuras. <https://data.europa.eu/doi/10.2777/034554>
- Geryba, L. (2020). Socialinių inovacijų plėtros barjerų įveikimo būdai Lietuvoje (Magistro baigimo projektas, Kauno technologijos universitetas). <https://epubl.ktu.edu/object/elaba:58725529/>
- Inovacijų agentūra ( n.d. a). Socialinis verslas. <https://socialinisverslas.inovacijuagentura.lt/ecosystem/>
- Inovacijų agentūra ( n.d. b). Viešųjų paslaugų perdavimo gidas. <https://inovacijuagentura.lt/site/binaries/content/assets/dokumentai/socialinis-verslas/viesuju-paslaugu-perdavimo-gidas.pdf>
- Johannisson, B. (2011). Verslumo praktikos teorijos link. *Smulkaus verslo ekonomika*, 36 (2), 135–150. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9212-8>
- Johannisson, B. (2018). Kasdienės praktikos, sudarančios socialinį verslumą, atskleidimas – būtinybės įgyvendinimo atvejis. *Verslumas ir regioninė plėtra*, 30 (3–4), 390–406. <https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1413770>
- Johannisson, B. (2023). Akademinis verslumas kaip ilgalaikis įsipareigojimas regioninei plėtrai. *Verslumas ir regioninė plėtra*, 35 (1–2), 146–161. <https://doi.org/10.1080/08985626.2022.2126014>
- Lietuvos socialinio verslo asociacijos pasiūlymai 19-osios Lietuvos Respublikos Vyriausybės programai (2024 m. lapkričio 15 d., Vilnius). <https://lisva.org/lietuvos-socialinio-verslo-asociacijos-pasiulymai-xix-osios-lietuvos-respublikos-vyriausybes-programai/>
- LiSVA & Diesis tinklas (2022). Socialinės ekonomikos ekosistemos plėtros Lietuvoje keliai: remiantis Europos patirtimi. <https://lisva.org/socialinis-verslas/>

- LiSVA (2019). Socialinio verslo galimybių studija. [https://lisva.org/wp-content/uploads/2022/01/Socialinio\\_verslo\\_galimybiu\\_studija\\_final-1.pdf](https://lisva.org/wp-content/uploads/2022/01/Socialinio_verslo_galimybiu_studija_final-1.pdf)
- LiSVA (2021). Sociologinė studija: Socialinio verslo skatinimo Lietuvoje ekonominės, socialinės, politinės ir teisinės prielaidos. <https://lisva.org/socialinis-verslas/>
- LiSVA (2022 a). 2022 metai. Socialinio verslo ir inovacijų forumas, ataskaita. <https://lisva.org/wp-content/uploads/2022/07/2022-SVF-ataskaita-final.pdf>
- LiSVA (2022 b). Socialinio verslo teisinio reguliavimo galimybių studija. <http://lisva.org/wp-content/uploads/2022/12/Tyrimas.pdf>
- OECD (2018) Socialinio verslumo skatinimas ir socialinių verslų plėtra Lietuvoje, OECD Publishing.
- EBPO (2022 m.) Socialinių verslų teisinių pagrindų kūrimas: praktinės gairės politikos formuotojams, vietos ekonomikos ir užimtumo plėtra (LEED), Paryžius: EBPO leidykla. <https://doi.org/10.1787/172b60b2-en>
- PEncIL – visos Europos socialinių inovacijų laboratorija (2022). Socialinių inovacijų ekosistema Lietuvoje. Tyrimo ataskaita. [https://www.esf.lt/data/public/uploads/2024/02/annex-1.1\\_social-innovation-ecosystem-in-lithuania.pdf](https://www.esf.lt/data/public/uploads/2024/02/annex-1.1_social-innovation-ecosystem-in-lithuania.pdf)
- Schwab socialinio verslumo fondas ir pasaulinis socialinio verslumo aljansas (2024). Įmonių socialinių inovacijų kompasas: spartinamas poveikis per socialinių verslų partnerystę. Pasaulio ekonomikos forumas. [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_The\\_Corporate\\_Social\\_Innovation\\_Compass\\_2024.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Corporate_Social_Innovation_Compass_2024.pdf)
- Schwab socialinio verslumo fondas ir Pasaulio ekonomikos forumas (2022). Socialinės ekonomikos atskleidimas: integracinės ir atsparios visuomenės link. Pasaulio ekonomikos forumas. [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Unlocking\\_the\\_Social\\_Economy\\_2022.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Unlocking_the_Social_Economy_2022.pdf)
- Schwab socialinio verslumo fondas ir Pasaulio ekonomikos forumas (2024). Socialinio verslo būklė: pasaulinių duomenų apžvalga 2013–2023 m. Pasaulio ekonomikos forumas. [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_The\\_State\\_of\\_Social\\_Enterprise\\_2024.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_State_of_Social_Enterprise_2024.pdf)
- Society.lrytas.lt (2024). Dešimt milijonų įmonių teikia pirmenybę žmonėms, o ne pelnui: kokią įtaką tai turi mums? 2024-11-29. <https://www.lrytas.lt/english/society/2024/11/29/news/ten-million-businesses-prioritise-people-over-profit-what-impact-does-this-have-on-us--35409838>
- Spigel, B. (2020). *Verslumo ekosistemos: teorija, praktika ir ateitis*. Edvardo Elgaro leidykla.
- Stam, E. ir Van de Ven, A. (2021). *Verslumo ekosistemos elementai. Smulkaus verslo ekonomika*, 56, 809–832.
- Theodoraki, C., Dana, L. P, ir Caputo, A. (2022). Tvarių verslo ekosistemų kūrimas: holistinis požiūris. Verslo tyrimų žurnalas, 140, 346–360. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.11.005>
- Theodoraki, C., Messegheem, K. ir Rice, M.P. (2018). Socialinio kapitalo požiūris į tvarių verslumo ekosistemų plėtrą: tiriamasis tyrimas. *Smulkaus verslo ekonomika*, 51, 153–170. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9924-0>
- TV 3 (2020). Socialinis verslas – ar Lietuvoje toks yra? 2020-07-02. <https://www.tv3.lt/naujiena/gyvenimas/socialinis-verslas-ar-lietuvoje-toks-yra-n1049422>
- Verslo pozicija. LRT.lt. (2022). Viktorija Bražiūnaitė. Kodėl milijardinį potencialą turintis socialinio verslo sektorius Lietuvoje vegetuoja? 2022-11-16. [https://www.lrt.lt/naujienos/verslo-pozicija/692/1822362/viktorija-braziunaite-kodel-milijardini-potenciala-turintis-socialinio-verslo-sektorius-lietuvoje-vegetuoja?fbclid=IwAR0joQ6e0rAISLRIF-VFIQ9QBA\\_7\\_ClqxjVDMKyB30WY79yqTxC2HE7SzWA](https://www.lrt.lt/naujienos/verslo-pozicija/692/1822362/viktorija-braziunaite-kodel-milijardini-potenciala-turintis-socialinio-verslo-sektorius-lietuvoje-vegetuoja?fbclid=IwAR0joQ6e0rAISLRIF-VFIQ9QBA_7_ClqxjVDMKyB30WY79yqTxC2HE7SzWA)
- Pasaulio ekonomikos forumas (n.d.). Darbotvarkės dėmesio centre: socialiniai verslininkai. <https://www.weforum.org/agenda/agenda-in-focus-social-entrepreneurs/>
- Žebrytė, I. (2024). Mažų pažeidžiamų ekosistemų įmonių atsparumo praktika: verslumas nelaimės metu. Daktaro disertacija. ISM Vadybos ir ekonomikos universitetas. <https://vb.ism.lt/permalink/f/19bikuh/ELABAE2D204849078>



# I PRIEDAS.

## ESEM METODIKA

ESEM yra du kartus per metus atliekama internetinė apklausa, kurios metu duomenys renkami naudojant „Euclid Network Research Lead“ sukurtą priemonę. Apklausa vykdoma padedant Tyrimų valdybai, kurią sudaro socialinio verslo atstovai ir socialinės ekonomikos mokslininkai. Internetinė apklausa yra paskelbta „Qualtrics“ apklausų platformoje, yra prieinama 21 kalba ir reklamuojama per daugiakalbę žiniasklaidos ir komunikacijos kampaniją.

Pasibaigus apklausai, nacionaliniai duomenų rinkiniai išvalomi bendradarbiaujant su šalių tyrimų partneriais ir sujungiami į galutinį Europos duomenų rinkinį. Šiame procese laikomasi standartinių procedūrų, įskaitant valymą neišsamių atsakymų (klasifikuojamų kaip neatitinkančių 80 % užbaigimo ribos, neskaičiuojant konkrečiai šaliai skirtų klausimų), pasikartojančių (identifikuojamų pagal IP adresą ir asmeninę informaciją) ir bandymų atsakymų (Euklido tinklas, 2022).

**Duomenų valymas.** Duomenys valomi standartine ir dokumentuota procedūra. Tai apima neišsamių atsakymų pašalinimą, pasikartojančių atsakymų nustatymą ir pašalinimą bei atvirų klausimų įrašymą.

**Duomenų analizė.** Duomenys analizuojami naudojant įvairius statistinius metodus. Tai apima aprašomąją statistiką, skirtingų šalių palyginimus ir tendencijų analizę.

**Ataskaitų rašymas.** Tyrimo išvados surašytos ataskaitų serijoje. Tai apima Europos lygmens ataskaitą, taip pat kiekvienos dalyvaujančios šalies nacionalines ataskaitas.

Atitinkamai nacionalinės ataskaitos, tokios kaip ESEM Lietuva 2023–2024 m., rengiamos nustatyta tvarka:

1. Duomenų iš socialinių verslų rinkimas apklausos būdu.
2. Duomenų valymas.
3. Duomenų analizė.
4. Ataskaitos, kurioje pateikiamos tyrimo išvados, rašymas.

ESEM tyrimo metodika sukurta taip, kad būtų tvirta ir skaidri. Duomenys renkami, valomi ir analizuojami naudojant standartinę procedūrą. Tai padeda užtikrinti, kad tyrimo išvados būtų patikimos ir tikslios.

Ataskaitos rašomos atsižvelgiant į žmones, kurie priima sprendimus vyriausybėje, versle, akademinėje bendruomenėje ir pilietinėje visuomenėje. Ataskaitose pateikiama informacija apie socialinių verslų sektorių kiekvienoje šalyje, pavyzdžiui, socialinių verslų skaičius, veiklos rūšys, kuriose jie dalyvauja, ir iššūkiai, su kuriais jie susiduria.

Atkreiptinas dėmesys, kad ESEM duomenys, pagrįsti respondentų suvokimu, negali būti laikomi visiškai reprezentatyviais dėl socialinių verslų padėties nei vienoje iš dalyvaujančių šalių, nei visoje Europoje.

Lietuvoje atsakymams interpretuoti buvo panaudota tokia informacija apie respondentų užimamas pareigas organizacijose: 41,7 % respondentų yra individualūs steigėjai; 40 % respondentų yra steigėjų komandos dalis; 10 % respondentų yra darbuotojai; 8,3 % respondentų pasirinko „kita“ kaip savo poziciją.

Tyrimui būdingi t. t. apribojimai. Tyrimo imties dydis yra palyginti mažas. Į tai reikia atsižvelgti interpretuojant rezultatus. Ataskaita parengta remiantis ribotu kintamųjų skaičiumi. Taigi ateities tyrimai galėtų išnagrinėti ir kitus Lietuvos socialinės ekonomikos, socialinių verslų, socialinių inovacijų ir socialinio verslumo aspektus, siekiant susidaryti išsamesnį ekosistemos dinamikos vaizdą.



# II PRIEDAS.

## ANTRINIAIS DUOMENIMIS PAREMTA LIETUVOS SOCIALINIO VERSLUMO IR INOVACIJŲ EKOSISTEMOS ANALIZĖ

Kalbant apie „**teisinę ir politinę**“ dimensiją, socialinio verslo apibrėžimas Smulkiojo ir vidutinio verslo plėtros įstatyme (2023 m.), kuris įsigaliojo 2024 m., šiuo metu yra kertinis socialinių verslų teisės aktų akmuo Lietuvoje. Tai žingsnis į priekį pakeičiant ankstesnius suskaidytus teisės aktus. Tačiau vis dar trūksta aiškios SV koncepcijos sistemos, todėl kyla sunkumų suprantant ir plėtojant šią sritį. Dėl aiškaus, suderinto ir stabilaus „socialinio verslo“ apibrėžimo nebuvimo suinteresuotosios šalys sukelia painiavą.

### Iššūkiai

- Labai svarbu sėkmingai įgyvendinti 2023 m. įstatymo (įsigaliojo nuo 2024 m.) nuostatas. Tam reikia aiškių gairių, prieinamų registracijos procesų ir veiksmingos stebėsenos, kad būtų užtikrintas teisės aktų laikymasis ir įgyvendinimas.
- Būtinai socialinių verslininkų, valdžios institucijų ir plačiosios visuomenės informuotumas ir supratimas apie naująjį įstatymą, norint jį plačiai priimti ir veiksmingai naudoti.
- Siekiant išvengti painiavos ir prieštaravimų, būtina užtikrinti naujojo įstatymo ir kitų atitinkamų teisės aktų, pavyzdžiui, susijusių su valstybinėmis įmonėmis ir asociacijomis, nuoseklumą.
- Trūksta pagrindinių ministerijų politikos koordinavimo, todėl politika ir teisinė bazė yra perpildyta ir neproduktyvi.

### Galimybės

- 2004 m. Lietuvai įstojus į ES, buvo imtasi priemonių, remiančių socialinių verslų plėtrą. Visgi tos priemonės santykinai nereikšmingos ES socialinės ekonomikos politikai.
- Naujasis įstatymas suteikia galimybę parengti aiškų ir vieningą socialinio verslo teisinį apibrėžimą, stiprinant socialinių verslų, kaip į poveikį orientuotų mažų ir vidutinių įmonių, pripažinimą ir teisėtumą Lietuvoje. Tai gali padidinti jų patikimumą investuotojų, partnerių ir vartotojų akyse.
- Tikimasi, kad aiškesnė teisinė bazė paskatins socialinių verslų kūrimąsi ir augimą, pritrauks investicijas ir skatins inovacijas sektoriuje.
- Reikia pagerinti sąvokų aiškumą priimant unikalų oficialų socialinio verslo apibrėžimą, suderintą su tarptautiniais standartais.
- Teisės aktuose akcentuojamas socialinio poveikio matavimas ir ataskaitų teikimas gali padėti socialiniams verslams parodyti savo efektyvumą ir prisidėti prie stipresnės socialinės ekonomikos Lietuvoje.
- Reikia spręsti kultūrinės kliūtis ir neigiamą socialinio verslumo suvokimą, taikant informuotumo didinimo strategijas.
- Visoje švietimo sistemoje reikia ugdyti socialinio verslumo mąstymą.
- Daugėja politinių iniciatyvų, orientuotų į socialines inovacijas ir verslumą.
- Pilietinės visuomenės organizacijoms (PVO) yra sukurta tvirta teisinė bazė, kuri sudaro pagrindą socialinių verslų atsiradimui.
- Buvo stengiamasi kompetencijas perduoti vietos valdžiai (savivaldybėms), suteikiant joms daugiau savarankiškumo teikiant socialines paslaugas.

„**Rinka**“ Lietuvoje vis dar gana maža. SV dažnai susiduria su sunkumais konkuruoti su tradicinėmis įmonėmis ir NPO, teikiančiomis aplinkosaugos ir (arba) socialines paslaugas. Trūksta potencialių vartotojų informuotumo apie socialinius verslus.

### Iššūkiai

- Socialiniams verslams sunku rasti savo vietą esamoje ekonominėje aplinkoje.
- Visuomenėje trūksta supratimo apie socialinių verslų vaidmenį ir potencialą.
- Trūksta galimybių patekti į rinkas, ypač viešųjų pirkimų srityje.

## Galimybės

- Socialiniai verslai turi potencialą atlikti didesnę vaidmenį teikiant viešąsias paslaugas (Inovacijų agentūra, n.d. b).
- Reikia palengvinti socialinių verslų dalyvavimą konkursuose, suskaidant sutartis į mažesnes dalis.
- Norint paskatinti socialinių verslų patekimą į rinkas, reikia panaudoti technologijas.

Socialinis verslas Lietuvoje turi prieigą prie įvairių „finansavimo“ šaltinių, įskaitant valstybės dotacijas, ES finansavimą ir privačias investicijas. Tačiau finansavimą gali būti sunku gauti, ypač pradėdant socialinį verslą.

## Iššūkiai

- Trūksta specialiai pritaikytos paramos, kuri pagerintų socialinių verslų galimybes gauti finansavimą.
- Lietuvos socialinių investicijų rinka vis dar yra embriono stadijoje.
- Socialinis verslas turi rasti būdų, kaip padidinti savo galimybes gauti finansavimą.
- Reikia lankstesnių ir prieinamesnių finansavimo priemonių.
- Mažai investicinių fondų, remiančių socialinius verslus.
- Per mažai finansavimo schemų, tiesiogiai skirtų socialinei ekonomikai ir ne pelno organizacijoms.

## Galimybės

- Reikia nustatyti socialinių verslų finansavimo ekosistemą.
- Reikia suprasti ir pripažinti socialinių verslų finansavimo poreikių įvairovę.
- Reikia sukurti integruotą socialinių verslų finansavimo ekosistemą.
- Vyriausybė yra įsipareigojusi didinti finansavimą socialinių verslų plėtrai.
- Privačių investuotojų susidomėjimas socialinėmis įmonėmis auga.
- Yra nemažai verslo plėtros paramos agentūrų, kurios gali padėti socialiniams verslams.

Kitas nagrinėtas aspektas yra „talentas“, arba žmogiškieji išteklių. Daugėja talentingų asmenų, kurie domisi darbu socialinių verslų sektoriuje. Tačiau socialiniams verslininkams ir būsimiems SV darbuotojams trūksta mokymo ir išsilavinimo galimybių.

## Iššūkiai

- Socialiniams verslams kurti ir plėtoti trūksta reikiamų įgūdžių ir patirties turinčių žmonių.
- Visuomenėje trūksta informuotumo apie socialinį verslumą ir socialines inovacijas.
- SV turi rasti būdų, kaip pritraukti ir išlaikyti talentingus darbuotojus.
- Reikia sukurti daugiau mokymo ir švietimo galimybių socialiniams verslininkams.

## Galimybės

- Būtina skatinti visų susijusių suinteresuotųjų šalių dialogą ir vykdyti informuotumo didinimo kampanijas.
- Reikia sukurti ir teikti prieinamas socialinio poveikio vertinimo ir ataskaitų teikimo pajėgumų stiprinimo ir įgūdžių ugdymo programas.
- Vyriausybė yra įsipareigojusi remti socialinių verslininkų mokymo ir švietimo galimybių plėtrą.
- Yra galimybė bendradarbiauti su universitetais ir tyrimų centrais kuriant mokymo ir švietimo programas.

Lietuvoje yra nemažai organizacijų, teikiančių „paramą“ socialiniams verslams. Tačiau paramos infrastruktūra vis dar gana fragmentuota. Lietuvoje auga socialinio verslumo kultūra. Lietuvos socialinis verslas gauna tam tikrą socialinio verslumo ekosistemos paramą. Labiausiai paplitęs paramos tipas yra „Sukurti SV matomumą ir informuotumą“ (žr. *šią ataskaitą aukščiau*). Tačiau plačioji visuomenė vis dar mažai žino apie socialinius verslus.

Apskritai Lietuvos socialinių verslų ir inovacijų ekosistema atsidūrė lūžio taške. Vyriausybė yra įsipareigojusi remti sektoriaus plėtrą, todėl vis labiau pripažįstamas svarbus vaidmuo, kurį socialinis verslas gali atlikti sprendžiamas socialinius ir aplinkosaugos iššūkius. Tačiau svarbu spręsti iššūkius, su kuriais susiduria socialinis verslas, siekiant sukurti palankesnes sąlygas jo augimui ir vystymuisi.

### Iššūkiai

- Trūksta bendro supratimo ir bendros socialinio poveikio vertinimo ir ataskaitų teikimo sistemos.
- Yra riboti gebėjimai ir įgūdžiai įvertinti ir pranešti apie socialinį poveikį.
- Socialinis verslas turi rasti būdų, kaip gauti jam reikalingą paramą.
- Reikia sukurti labiau koordinuotą ir visapusišką paramos infrastruktūrą.

### Galimybės

- Reikia sukurti socialinio poveikio vertinimo ir ataskaitų teikimo kultūrą.
- Reikia skatinti suinteresuotųjų šalių dalyvavimą ir kartu kurti socialinio poveikio vertinimo ir ataskaitų teikimo sritį.
- Didėja susidomėjimas socialinio poveikio matavimu ir ataskaitų teikimu, taip pat daug iniciatyvų, kuriomis siekiama sukurti bendrą supratimą ir bendrą socialinio poveikio vertinimo ir ataskaitų teikimo sistemą.
- Reikia kartu sukurti bendrą supratimą apie socialinio poveikio vertinimo ir ataskaitų teikimo metodus. SV subjektai turi būti aktyvūs šių procesų dalyviai, nes jie yra pagrindinės suinteresuotosios šalys ir veikėjai.



Tautvydo Juknevičiaus nuotrauka

## Lietuvos socialinio verslo asociacija

Lietuvos socialinio verslo asociacija (LISVA) yra nacionalinė skėtinė organizacija, vienijanti socialinių verslų organizacijas. Ji įkurta 2018 metais, siekiant sukurti socialiniam verslui palankią aplinką, didinti socialinio verslo žinomumą ir skatinti tarptautinės gerosios praktikos įgyvendinimą. Tai pasiekama propaguojant, stiprinant gebėjimus ir plėtojant ekosistemas.

### Pagrindinė LISVA veikla:

- Aktyviai dalyvauti formuojant ir įgyvendinant socialinio verslo plėtros politiką.
- Stiprinti socialinio verslo srityje dirbančių organizacijų gebėjimus ir kompetencijas.
- Atstovauti savo nariams valstybės institucijose.
- Formuoti visuomenės nuomonę apie socialinį verslą, organizuojant visuomenės informavimo kampanijas ir edukacines veiklas.
- Užmegzti ir palaikyti tarptautinį bendradarbiavimą dalijantis gerąja patirtimi.

Daugiau informacijos rasite:

URL: [www.lisva.org](http://www.lisva.org)

Facebook: <https://www.facebook.com/SocialEconomyLithuania>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/lithuanian-social-business-association>

Susisiekite su mumis [info@lisva.org](mailto:info@lisva.org) arba [viktorija.b@lisva.org](mailto:viktorija.b@lisva.org), jei turite klausimų ar pastabų arba rasite netikslios informacijos **ESEM Lietuva 2023–2024 ataskaitoje**.