

2021

POVEIKIO ATASKAITŲ GAIRĖS

Socialinių verslų poveikio
raportavimui



SIMONA UVAROVAITĖ
2021 RUGPJŪTIS

Kurk
Lietuvai 

TURINYS

1. Įvadas	3
2. Naudojamos sąvokos	5
3. Bendrieji ataskaitų teikimo proceso principai	6
4. Pokyčių teorija	7
5. Poveikio ataskaitų turinys	9
6. Poveikio ataskaitų gairės	11
7. Apibendrinimas	28
8. Bibliografija	29

1. Įvadas

Vienas iš svarbiausių aspektų, apibūdinančių tiek socialinį verslą, tiek padedantis įrodyti sėkmingą jo veikimą, yra socialinio verslo kuriamas teigiamas poveikis visuomenei ir/arba aplinkai. Nors socialiniams verslams Lietuvoje kol kas nekeliamas oficialus reikalavimas matuoti ir raportuoti poveikį, tačiau vis dažniau matomas lūkestis įrodyti savo patikimumą bei galimybes pasiekti norimus rezultatus, ypač siekiant finansavimo. Neturint apibrėžtų kokybinių poveikio matavimo standartų, socialiniai verslai dažnai neturi žinių, įgūdžių bei motyvacijos tą daryti. Kokybinių poveikio raportavimo gairių trūkumas matomas ir valstybinėse institucijose – konstruodamos priemonės, paremtas pasiekto poveikio finansavimu, institucijos neturi vieningo supratimo, ko gali tikėtis iš socialinių verslų bei kokio poveikio reikalauti teikiant tokio pobūdžio finansavimą.

Nors pasaulyje socialiniai verslai yra tapę pripažinta verslo forma, prisidedanti tiek prie socialinių, tiek prie aplinkosauginių problemų sprendimo, Lietuva priskiriama prie valstybių, kuriose socialinės ekonomikos samprata yra menkai žinoma. Matomas disonansas tarp valstybės institucijų ir praktikų, t.y. socialinių verslininkų. Šį disonansą sąlyginai lemia tai, jog vis dar neturime įteisinto socialinio verslo statuso, kuris galimai padėtų įnešti socialinių verslų ekosistemai daugiau skaidrumo, aiškumo, paskatintų jų plėtrą. Neturint oficialaus reguliavimo, dažnai abiejų šalių lūkesčiai lieka nepatenkinti. Valstybės institucijos, teikdamos poveikiu grįstas finansavimo priemones, kelia aukštus reikalavimus socialiniams verslams, su kuriais tradicine verslo forma veikiantys verslai nesusiduria. Reikalavimai keliami siekiant užtikrinti, kad verslas, gavęs finansavimą, sieks visuomenei ar aplinkai naudingo poveikio, o ne tik pasinaudos valstybės siūloma pagalba. Socialiniai verslai, savo ruožtu, pristinga didesnių finansavimo galimybių bei įtraukimo priimant svarbius, su šia verslo forma susijusius sprendimus.

Šios poveikio raportavimo gairės parengtos atliepti aukščiau išvardytus iššūkius – siekiant palengvinti valstybinių institucijų darbą konstruojant socialinių verslų finansavimo priemones, taip ilgainiui praplečiant šių priemonių spektrą bei suteikiant papildomas finansavimo galimybes socialiniams verslininkams. Gairės parengtos konsultuojantis su socialiniais partneriais, siekiant atliepti jų galimybes bei yra skirtos tiek mažiems, naujai įsikūrusiems socialiniams verslams, norintiems geriau suprasti ir pateikti savo verslo rezultatus, tiek didesnėms organizacijoms, siekiančioms parodyti savo kuriamą poveikį.

Gairės paremtos užsienio šalių analize, kurioje patekti du Europos valstybėse taikomi poveikio ataskaitų teikimo metodai [1]. Pirmasis nagrinėtas metodas – tai Europos Komisijos socialinio verslumo ekspertų subgrupės GECES parengtas poveikio matavimo ir raportavimo standartas, kuriuo siekiama skatinti socialinių verslų plėtrą Europos mastu. Antrasis metodas – tai Socialinių ataskaitų teikimo iniciatyvos (angl. Social Reporting Initiative) sukurtas Socialinės atskaitomybės standartas (angl. SRS – Social Reporting Standard). SRS – tai lengvai naudojamas poveikio raportavimo formatas, skirtas socialiniams verslams, organizacijoms ir kitiems socialinio poveikio projektams įtikinamiau pademonstruoti savo rezultatus finansuotojams, investuotojams, organizacijoms partnerėms, vidinėms suinteresuotosioms šalims ir visuomenei.

Šie metodai buvo pasirinkti dėl jų praktiškumo, aiškumo bei plataus naudojimo Europos Sąjungos šalyse. Abu šie metodai turi panašumų, tačiau turi ir svarbių skirtumų, aspektų, kuriuos svarbu žinoti ir suprasti ieškant Lietuvai tinkamiausio poveikio ataskaitų teikimo būdo.

Galutinis poveikio ataskaitų gairių turinys sudarytas remiantis abiejų metodų sąlyčio taškais, taip pat remiantis konkrečiais poveikio ataskaitų pavyzdžiais Lietuvoje ir užsienyje bei yra pritaikytas atsižvelgiant į Lietuvos kontekstą.



2. Naudojamos sąvokos

Resursai (angl. Inputs) – ištekliai, kurie investuojami į kuriamą produktą ar paslaugą, pvz.: pinigai, intelektinė nuosavybė, laikas, fiziniai resursai

Veikla (angl. Activity) – konkretūs veiksmai, kuriuos atlieka organizacija su įvardytais resursais, reikalingi organizacijai funkcionuoti

Veiklos produktas (angl. Output) – tiesioginiai rezultatai, parodantys, kokią įtaką naudos gavėjams padarė organizacijos veikla

Rezultatai (angl. Outcomes) – pokyčiai, kuriuos patiria naudos gavėjai, jei organizacijos veikla buvo efektyvi

Priskyrimas (angl. Attribution) – tai vertinimas, kaip turimą rezultatą paveikė kitų organizacijų ar žmonių veiklos

Savaimiškumas (angl. Deadweight) – tai rezultatai, kurie būtų įvykę, net jei organizacijos veikla nebūtų vykususi

Sumažėjimas (angl. Drop-off) – tai įvertinimas, kaip ilgai tęsiasi rezultatai. Sumažėjimas skaičiuojamas tik tiems rezultatams, kurie tęsiasi ilgiau nei metus

Sprendimas (angl. Offer) – tai, ką organizacija daro, kad išspręstų socialinę ar aplinkosauginę problemą. Tai gali būti, pvz., projektai, programos ar paslaugos.

3. Bendrieji ataskaitų teikimo proceso principai

Visos poveikio ataskaitos, naudojamos tiek privačiai tarp socialinių verslų bei investuotojų, tiek prieinamos viešai, turėtų pateikti tinkamus ir proporcingus įrodymus, patvirtinančius pasiektus rezultatus.

Ataskaitos turi būti suprantamos skaitytojui ir turi būti pateikiamos taip, kad būtų skaidrios ir naudingos, taip pat skatinti paslaugos veiksmingumą siekiant norimų rezultatų. Ataskaitos turėtų būti pakankamai skaidrios, kad galėtų parodyti, jog tiksliniai rezultatai ir priemonės, kuriomis jie pasiekiami, nėra tinkami ir juos reikia keisti. Ataskaitos turi būti pateiktos tokia forma, kad būtų galima paprastai ir tiksliai perduoti informaciją, kurią skaitančioji auditorija nori ir turi žinoti.

Remiantis užsienio šalių standartais, galima išskirti šiuos kelis pagrindinius ataskaitų teikimo procesui taikomus bendruosius principus:



Palyginamumas

informacija apie socialinį poveikį turėtų būti teikiama visada naudojant tą pačią struktūrą, ji turėtų būti susijusi su tuo pačiu baziniu laikotarpiu kaip ir ankstesnių metų ataskaita, apimti tas pačias organizacijas ir veiklą bei tas pačias matavimo priemones, kad būtų pasiektas tam tikras palyginamumas.



Patikimumas

ataskaitoje pateikta informacija turėtų būti tiksli, teisinga ir kuo objektyvesnė, Taigi turėtų būti įtraukta tik ta informacija, kurią galima patikrinti objektyviais įrodymais, nurodomi pateikiamų duomenų ar prielaidų šaltiniai.



„Laikykis arba paaiškink“

(angl. Comply or Explain): jei tam tikri punktai, pateikiami poveikio ataskaitų gairių turinyje, nebuvo įtraukti į organizacijos ataskaitą, toks punktų atmetimas turėtų būti paaiškintas. Jei buvo daromi apytiksliai vertinimai, tokie vertinimai taip pat paaiškinami.

4. Pokyčių teorija



Pokyčių teorija (PT) – tai metodika, naudojama ne pelno siekiančių organizacijų, NVO, bei viešojo sektoriaus organizacijų socialiniam poveikiui matuoti. Ši metodika patogi tuo, kad padeda priežastiniais ryšiais susieti konkrečius organizacijos veiksmus su trumpalaikiais (TL), vidutinio laikotarpio (VL) bei ilgalaikiais (IL) rezultatais. Pokyčio teorija parodo, kaip tam tikra intervencija kuria pokytį. PT taip pat padeda paaiškinti ryšį tarp organizacijos vykdomos veiklos ir kaip ta veikla veda link užsibrėžtų tikslų [2].

Taikant PT, organizacijoms patartina nusibrėžti ilgalaikį tikslą ir nusimatyti pamatuojamus rezultatus, kurie padėtų siekti tiek trumpalaikių, vidutinio laikotarpio, tiek ilgalaikių rezultatų bei identifikuoti būtinas sąlygas šiems tikslams pasiekti. Labai svarbu taikant PT stebėti organizacijos pažangą ir vertinti, ar tarpiniai rezultatai leidžia judėti link užsibrėžtų ilgalaikių tikslų. Pokyčio teoriją sudaro kelios sudedamosios dalys, padedančios paaiškinti priežastinį ryšį tarp vykdomos veiklos, siektinų rezultatų ir ilgalaikio poveikio:

- Ištekliai
- Veikla
- Veiklos produktas
- Rezultatai

PT sudaryti, įgyvendinti ir nuolatos peržiūrėti reikalingas suplanuotas procesas. Visų pirma reikia identifikuoti ir išanalizuoti norimą spręsti problemą. Tuomet iškeliamas organizacijos poveikio tikslas ir sudaroma pokyčių teorija. PT pagrįsti pasirenkami rodikliai, vykdomas duomenų surinkimas iš suinteresuotų šalių. Tada vykdomas duomenų vertinimas norint iššiaiškinti, ar numatyti rezultatai buvo pasiekti. Įvertinus pasiektus arba nepasiektus rezultatus nusprendžiama, ar paslauga (intervencija) turėtų būti tęsiama, ar yra poreikis ją keisti, tobulinti ar nutraukti.

Dažnai organizacijos neturi užtektinai resursų, kad galėtų sekti ilgalaikius rezultatus. Dėl to patartina nubrėžti atskaitomybės ribą, kuri parodytų, kurių rezultatų organizacija siekia, o kurie, nors ir bus organizacijos veiklos padarinys, nebus sekami. Svarbu nustatyti terminus, kurie nurodytų, kada tikimasi pasiekti konkrečius rezultatus [2].

Pokyčių teorija yra metodika, kurią vis dažniau pradedama taikyti socialinių verslų poveikio matavimui Lietuvoje. Žemiau pateikiamas „Reach for Change“ pokyčių teorijos pavyzdys, pateikiamas „Versli Lietuva“ parengtame „Viešųjų paslaugų perdavimo gide“:



1 pav. „Reach for Change“ pokyčių teorija. Šaltinis: Viešųjų paslaugų perdavimo gidas [2]

5. Poveikio ataskaitų turinys

Remiantis įvade įvardintais užsienio šalių pavyzdžiais, žemiau pateikiama pavyzdinio kokybinių poveikio ataskaitų turinio rekomendacija:

1. Įžanga	/ 11
1.1. Įžanginis žodis	
1.2. Organizacijos / socialinio verslo vizija	
1.3. Ataskaitos tikslas	
2. Santrauka	/ 12
2.1. Socialinė / aplinkosauginė problema	
2.2. Organizacijos / socialinio verslo sprendimas	
2.3. Pokyčių teorija	
3. Suinteresuotosios šalys	/ 14
3.1. Tiesioginė tikslinė grupė	
3.2. Netiesioginė tikslinė grupė	
3.3. Partnerystės / ryšiai su kitomis organizacijomis	
4. Organizacijos / socialinio verslo veikla	/ 15
4.1. Problema	
4.2. Sprendimas	
4.3. Siekiami tikslai, laukiami rezultatai	
5. Ataskaitinio laikotarpio pasiekimai	/ 18
5.1. Panaudoti resursai	
5.2. Veikla	
5.3. Atliktas darbas (veiklos produktas)	
5.4. Pasiiekti rezultatai (poveikis)	
5.5. Veiklos, tiesioginių rezultatų ir poveikio ryšys	
5.6. Praėjusių metų palyginimas	
5.7. Pasiiektų rezultatų vertinimas, jų vertė suinteresuotoms šalims	
5.8. Priskyrimas, savaimiškumas, sumažėjimas	

6. Poveikio matavimo metodas

/ 21

- 6.1. Pasirinktas poveikio matavimo metodas
- 6.2. Poveikio rodiklių pasirinkimas
- 6.3. Pasirinkto metodo pranašumai ir trūkumai

7. Planavimas ir prognozė

/ 24

- 7.1. Ateinančių metų planai ir tikslai
- 7.2. Įtakos veiksniai: socialinės bei finansinės galimybės ir rizikos

8. Socialinio verslo profilis

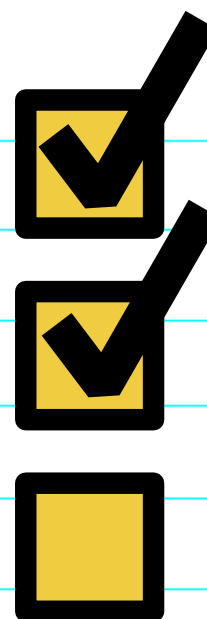
/ 25

- 8.1. Bendra informacija
- 8.2. Vadovybė ir komanda
- 8.3. Finansavimo pagrindas
- 8.4. Organizacijos / socialinio verslo vidinis aplinkosauginis ir socialinis profilis

9. Finansinė ataskaita

/ 26

- 9.1. Pajamos
- 9.2. Išlaidos
- 9.3. Pelno reinvestavimas
- 9.4. Turto apskaita



6. Poveikio ataskaitų gairės

Šiame skyriuje su pavyzdžiais paaiškinama, kokia informacija turėtų būti pateikiama prie kiekvieno ataskaitų punkto.

1. Įžanga

Įžanga suteikia skaitytojui apžvalgą apie tai, ką socialinis verslas ketina raportuoti.

1.1. Įžanginis žodis

Šiame skirsnyje trumpai aprašomas socialinis verslas, jo veikla ar veiklos sritys, šioje dalyje taip pat galima pateikti įžanginį verslo / organizacijos vadovo (-ės) žodį.

1.2. Organizacijos / socialinio verslo vizija

Vizija – tai konkretus verslo tikslas, kurio šiuo metu neįmanoma įgyvendinti, tačiau šis tikslas yra socialinio verslo siekiamybė.

Vizijos aprašymas turėtų būti trumpas ir glaustas.

PAVYZDYS I

„Reach for Change“ vizija – pasaulis, kuriame visi vaikai išnaudoja visas savo galimybes [3].

PAVYZDYS II

„Girls on the soccer field academy“ vizija – įtraukti 100 tūkstančių įvairaus amžiaus moterų į futbolo užsiėmimus taip laužant lyčių stereotipus Turkijoje [4].

1.3. Ataskaitos tikslas

Trumpai aprašoma, koku tikslu buvo parengta ataskaita. Tai galėtų būti vidinės ar išorinės komunikacijos tikslai, ataskaita gali būti parengta siekiant privačių investicijų ar valstybės finansavimo, taip parodant įgyvendintą poveikį.

PAVYZDYS

Pirmasis „Girls on the soccer field academy“ ataskaitos tikslas – suprasti projekto efektyvumą. Taip pat siekiame nuolat tobulinti ir geriau valdyti projektą nustatant efektyviausias ir mažiau efektyvias projekto dalis, taip siekiant pritraukti kuo daugiau merginų, įtraukti jas į futbolą ir mažinti lyčių nelygybę [4].

2. Santrauka

Glaustai aprašoma problema bei organizacijos sprendimas. Taip pat vizualiai ir trumpai pavaizduojama organizacijos pokyčių teorija, įvardinant pagrindines jos dalis.

2.1. Socialinė / aplinkosauginė problema

Šiame skirsnyje aprašoma socialinė ar aplinkosauginė problema, prie kurios sprendimo siekia prisidėti socialinis verslas.

PAVYZDYS I

Visame pasaulyje milijonų vaikų ir jaunuolių poreikiai nėra patenkinami, o socialiniams verslininkams, kurie trokšta ir gali jiems padėti, trūksta paramos, reikalingos maksimaliam jų poveikiui įgyvendinti [3]. - „Reach for Change“

PAVYZDYS II

Šiandien Jungtinėje Karalystėje augantys jaunuoliai susiduria su daugybe kliūčių gyventi sveikai, laimingai ir sėkmingai. Jų savijauta blogėja, jie vis dažniau patiria psichinės sveikatos sutrikimų, o jų fizinė sveikata ir toliau kelia susirūpinimą – daugiau nei trečdalis 11–15 metų amžiaus vaikų turi antsvorio ar yra nutukę. Pastebima, kad pradėjus ieškoti darbo jiems pritrūksta darbdaviams reikalingų savybių, o pradėję dirbti jie neturi įgūdžių, kurie leistų greitai prisitaikyti ir sėkmingai dirbti. Tie jaunuoliai, kurie yra kilę iš vargingesnės aplinkos, susiduria su dar daugiau kliūčių, nes jų išsilavinimas smarkiai žemesnis, nei tų, kurie kilę iš labiau pasiturinčios aplinkos. Jie taip pat dažniau patiria psichinės ir fizinės sveikatos problemų, todėl jiems sunkiau susirasti prasmingą darbą ir jame išlikti [5]. - „Outward Bound Trust“

2.2. Organizacijos / socialinio verslo sprendimas

Glaustai aprašomas sprendimas, kuriuo organizacija prisideda sprendžiant aukščiau įvardintą problemą.

PAVYZDYS I

„Reach for Change“ darbo darbo esmė yra rasti ankstyvoje verslo stadijoje esančius socialinius verslininkus, siekiančius išspręsti aktualias problemas, su kuriomis susiduria vaikai ir jaunuoliai. Suteikiame jiems įgūdžių, išteklių ir ryšių, reikalingų kuriant sprendimus, kurie pagerintų vaikų ir jaunuolių gyvenimus tarptautiniu mastu [3].

PAVYZDYS II

„Outward Bound Trust“ siekia išspręsti daugelį šių problemų ugdant jaunų žmonių įgūdžius ir elgesį, kurie bus pagrindas pozityviam požiūriui ir elgesiui paauglystėje ir suaugus. Kursų metu jaunuoliai patiria naujų nuotykių ir sudėtingų patirčių laukinėje gamtoje ir taip įgyja svarbių įgūdžių. Tyrimai parodė, kad vaikystėje išugdyti socialiniai ir emociniai įgūdžiai padeda numatyti daugelį vėlesnio gyvenimo rezultatų - nuo psichinės ir fizinės sveikatos iki išsilavinimo, darbo perspektyvų ir darbo užmokesčio [5].

2.3. Pokyčių teorija

Vizualiai ir aiškiai parodomos pagrindinės pokyčių teorijos dalys – panaudoti resursai, veikla, veiklos produktai, trumpalaikio, vidutinio ir ilgalaikio poveikio rezultatai.



2 pav. Pokyčių teorijos pritaikymo pavyzdys. Šaltinis: VšĮ „Versli Lietuva“ socialinio verslo platforma [6]

3. Suinteresuotosios šalys

Šioje dalyje aprašomos tos suinteresuotos šalys, kurias tiesiogiai arba netiesiogiai paveikia socialinio verslo vykdoma veikla.

3.1. Tiesioginė tikslinė grupė

Įvardijama tiesioginė tikslinė grupė, t.y. ta grupė, kuri gauna tiesioginę naudą iš socialinio verslo vykdomos veiklos. Paaškinama, kaip anksčiau įvardinta problema paveikia tikslinę grupę, paaškinamos problemos pasekmės šiai grupei.

PAVYZDYS I

„Reach for Change“ organizacijos tiesioginė tikslinė grupė – socialiniai verslininkai, kuriantys sprendimus, kurie pagerintų vaikų ir jaunuolių gyvenimus tarptautiniu mastu, tačiau neturintys reikalingos paramos ar įgūdžių šių sprendimų įgyvendinimui.

PAVYZDYS II

„Girls on the soccer field academy“ projekto tiesioginė tikslinė grupė – 10-12 metų mergaitės, kurios mokosi Tepebaşı (Turkija) valstybinėje mokykloje.

PAVYZDYS III

„Outward Bound Trust“ tiesioginė tikslinė grupė – jaunuoliai, kuriems siūlomi kursai, padedantys ugdyti socialinius ir emocinius įgūdžius kiekviename ugdymo etape nuo pradinės mokyklos iki universiteto bei ankstyvuojų įsidarbinimo etapu.

3.2. Netiesioginė tikslinė grupė

Įvardijama netiesioginė tikslinė grupė, t.y. ta grupė, kuriai organizacija neturi tiesioginio poveikio, tačiau jų vykdoma veikla sukuria tam tikrus pokyčius.

PAVYZDYS I

„Reach for Change“ organizacijos netiesioginė tikslinė grupė – vaikai, su kuriais dirba organizacijos padedami socialiniai verslininkai.

PAVYZDYS II

„Girls on the soccer field academy“ projekto netiesioginė tikslinė grupė – projekte dalyvaujančių mergaičių tėvai.

3.3. Partnerystės / ryšiai su kitomis organizacijomis

Aprašomos partnerystės su kitomis organizacijomis ar verslais, įvardijamos visos suinteresuotos šalys, kurios prisideda prie siekiamų tikslų ar yra paveiktos socialinio verslo vykdomos veiklos.

- Asmenys, socialiniai partneriai ar valdžios institucijos, prisidedančios prie socialinio verslo veiklos vykdymo arba finansine dalimi;
- Organizacijos, kuriose socialinis verslas turi akcinio kapitalo dalį;
- Visos suinteresuotosios šalys, kurios bent iš dalies prisidėjo prie rezultatų pasiekimo ar poveikio sukūrimo.

PAVYZDYS

„Girls on the soccer field academy“ projekto suinteresuotosios šalys – Tepebaşı (Turkija) valstybinė mokykla, treneriai savanoriai, Tepebaşı savivaldybė, aktyvūs aukotojai.

4. Organizacijos / socialinio verslo veikla

Šioje dalyje išsamiau apibūdinama problema, kurią siekiama spręsti bei programos ar kitos veiklos, padedančios spręsti šią problemą. Parodomas ryšys tarp problemos, socialinio verslo sprendimo bei siekiamų tikslų.

4.1. Problema

Šiame skirsnyje apibūdinama pradinė socialinė situacija, problemos apimtis, priežastys ir pasekmės. Parodoma, kurią konkrečią problemą siekiama išspręsti. Jei yra kelios problemos, rekomenduojama nustatyti jų prioritetus. Nurodoma, kiek žmonių yra paveikti problemos. Apibūdinama, kas organizacijos nuomone yra pagrindinė problemos priežastis. Nurodoma, ar problemą galima pavaizduoti skaičiais, pvz.: problemos paveiktos tikslinės grupės procentas palyginamas su visų gyventojų skaičiumi. Kokios socialinės pasekmės iki šiol buvo patirtos? Ar šias socialines ir ekonomines pasekmes galima parodyti skaičiais? Jei problema nebus sprendžiama, kokių socialinių ir (arba) ekonominių pasekmių galima tikėtis pamatyti ateityje?

Pateikta informacija apie problemą turėtų būti kiek įmanoma konkretesnė, kiekybiškesnė ir išsami. Taip pat galima remtis išoriniais tyrimais. Informacijos ir duomenų šaltiniai turėtų būti pateikti kuo tiksliau.

PAVYZDYS I

Nors per pastaruosius kelis dešimtmečius buvo padaryta didelė pažanga, šimtai milijonų vaikų ir jaunuolių vis dar gyvena skurde, o nelygybė išlieka visame pasaulyje, ribodama galimybes išnaudoti visą savo potencialą*. Tiek turtingose, tiek neturtingose šalyse vaikai yra daug labiau linkę gyventi skurde nei suaugusieji**. Iš neturtingų vaikų, kurie išgyvena, daugelis patiria nelygybės ir socialinės atskirties padarinius dėl rasinės, religinės ar lyties diskriminacijos. Klimato krizės realybė taip pat neproporcingai paliečia vaikus, ypač iš besivystančių šalių. Ateitis atrodo dar baisesnė šių dienų vaikams ir jaunimui. Negalime pasiekti tvaraus vystymosi ir padaryti planetą geresnę visiems, jei ateinančioms kartoms nebus suteiktos vienodos galimybės ir geresnis gyvenimas*** [3].

*www.unicef.org/publications/files/Child_Mortality_Report_2017.pdf

**www.unicef.org/socialpolicy/files/Child_Poverty_SDG_Guide-Complete-March_2017.pdf

***www.un.org/sustainabledevelopment/wp-content/uploads/2018/09/Goal-10.pdf

PAVYZDYS II

THE CHALLENGES THAT YOUNG PEOPLE FACE

Young people growing up in the UK today face multiple barriers to living healthy, happy and successful lives.

MENTAL HEALTH AND EMOTIONAL WELL-BEING

Recent studies have indicated a worrying decline in the social and emotional well-being of children and young people in the UK^{1,2}. One in five over the age of 16 are likely to experience a mental health problem at some point this year, and one in ten aged 5-16 have a clinically diagnosable mental health problem^{3,4}.

Bullying is one factor shown to affect young people's mental and emotional health, as well as a wide range of other outcomes⁵. In a recent survey, 50% of young people reported having been bullied at some point, and 50% of those said they had experienced it in the past year⁶.

EDUCATIONAL ATTAINMENT

Since 2012, the attainment gap between pupils from poorer and richer backgrounds has widened, with those eligible for free school meals making even less progress than their more affluent peers by the end of secondary school, regardless of their prior attainment⁷. The effect of this is that they achieve fewer good qualifications in English, Maths and Science at age 16, making it more challenging for them to access high quality further or higher education, or apprenticeships, or to gain meaningful employment.

TRANSITION FROM EDUCATION INTO EMPLOYMENT

1 in 10 young people aged 16-24, are not in education, employment or training (NEET)⁸. Studies indicate that being NEET causes lifetime wage scarring in the region of £50,000 to £225,000 per individual and can have a negative effect on mental and emotional health and life satisfaction⁹.

More than 4 out of 5 employers rate attitude to work and character as one of their three most important considerations when hiring new staff, but around half report weaknesses in school leavers' communication and resilience, and almost two fifths are not satisfied with their attitude towards work⁶.



ONE IN FIVE OVER THE AGE OF 16 ARE LIKELY TO EXPERIENCE A MENTAL HEALTH PROBLEM AT SOME POINT THIS YEAR



One in ten aged 5-16 have a clinically diagnosable mental health problem



THOSE ELIGIBLE FOR FREE SCHOOL MEALS ACHIEVE FAR FEWER GOOD QUALIFICATIONS IN ENGLISH AND MATHS AT THE POINT OF LEAVING SCHOOL



Making it more challenging for them to access high quality further or higher education, apprenticeships or gain meaningful employment



HALF OF EMPLOYERS REPORT WEAKNESSES IN SCHOOL LEAVERS' COMMUNICATION AND RESILIENCE, AND ALMOST TWO FIFTHS ARE NOT SATISFIED WITH THEIR ATTITUDE TOWARDS WORK



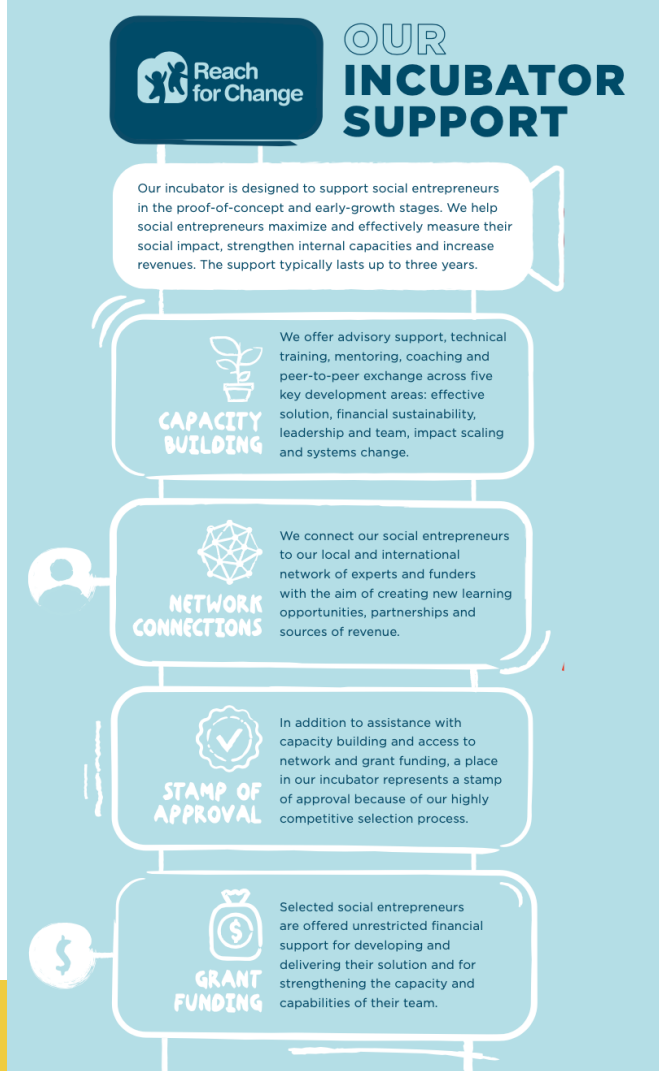
3 pav. „Outward Bound Trust“ sprendžiamos problemos išskaidymas [5]

4.2. Sprendimas

Išsamiau aprašomos programos, produktai ar kitos organizacijos / socialinio verslo veiklos, padedančios spręsti įvardintą problemą.

4 pav. Socialinio verslo veiklų pavyzdys.
Šaltinis: „Reach for Change“ 2020 m. poveikio ataskaita [3]

PAVYZDYS I



PAVYZDYS II

„Girls on the soccer field academy“ projektas skirstomas į 2 pagrindines veiklas:

- 1) *Futbolas: visos merginos dalyvauja futbolo veikloje. Ši veikla apima treniruotes ir turnyrą.*
- 2) *Seminarai: projekto metu vyksta 3 skirtingi seminarai – meno, teatro, kūrybos. Merginos gali laisvai pasirinkti vieną iš seminarų [4].*

4.3. Siekiami tikslai, laukiami rezultatai

Aprašomi tikslai, kurių siekia organizacija / socialinis verslas bei kokių rezultatų norima pasiekti vykdomomis veiklomis.

PAVYZDYS I

„Reach for Change“ siekia iki 2030 m. pakeisti 30 milijonų vaikų ir jaunuolių visame pasaulyje gyvenimus. Siekiant šio tikslo pradėsime nuo geresnių galimybių sudarymo socialiniams verslininkams kurti inovacijas ir plėsti savo veiklą [3].

PAVYZDYS II

„Girls on the soccer field academy“ projektas siekia didinti visuomenės sąmoningumą apie lyčių nelygybę per futbolą ir didinti merginų dalyvavimą sporte. Taip pat seminarų pagalba tobulinti mergaičių vaizduotę [4].

5. Ataskaitinio laikotarpio pasiekimai

Išsamiai apibūdinama, kokie pokyčiai įvyko tiesioginėse ir (arba) netiesioginėse tikslinėse grupėse dėl organizacijos veiklos ataskaitiniu laikotarpiu. Šie pasiekimai palyginami su praėjusių metų pasiekimais, jei buvo parengta poveikio ataskaita. Įvertinama pasiektų rezultatų vertė anksčiau išvardintoms suinteresuotoms šalims.

5.1. Panaudoti resursai

Panaudoti resursai, kuriuos socialinis verslas / organizacija naudoja identifikuotos problemos sprendimui įgyvendinti.

PAVYZDYS

- **Finansiniai resursai:** išlaidos darbuotojams ar veikloms padengti, įskaitant administracines išlaidas;
- **Materialiniai resursai:** naudojamas turtas (pvz., transporto priemonės), patalpos
- **Laiko resursai:** laikas, kurį skyrė savanoriai, pro-bono partnerių įsipareigojimai.

- **Nematerialiniai ištekliai:**
 - Darbuotojų žinios ir įgūdžiai;
 - Organizacinės žinios / kultūra, patentai, licencijos, autorinės teisės;
 - Bendradarbiavimas ir santykiai su partneriais, visuomene, tikslinėmis grupėmis ir kt.

5.2. Veikla

Veiklos, kurias įgyvendino socialinis verslas ataskaitiniu laikotarpiu su aukščiau įvardintais resursais.

PAVYZDYS

- Karjeros konsultacijos
- Pravesti kursai
- Futbolo treniruotės
- Mentorstės programos socialiniams verslininkams

5.3. Atliktas darbas (veiklos produktas)

Produktai, gamybos priemonės ir paslaugos, atsiradusios dėl organizacijos / socialinio verslo veiklos, yra veiklos produktai, kuriuos paprastai galima suskaičiuoti arba pamatuoti. Kokių priemonių ėmėsi organizacija / socialinis verslas savo tikslinei grupei arba kokį produktą / paslaugas siūlo? Šiame skirsnyje aiškiai aprašoma, kaip socialinio verslo atliktas darbas pasiekia anksčiau įvardintą tiesioginę tikslinę grupę.

PAVYZDYS

Veiklos produktai:

- 45 jaunuoliams prarastų sesijų
- 29 treniruočių ir seminarų lankusių mergaičių
- 100 mentorystės programoje dalyvavusių socialinių verslininkų

5.4. Pasiekti rezultatai (poveikis)

Apibūdinama, kokie pokyčiai įvyko tiesioginėse ir netiesioginėse (jei taikoma) tikslinėse grupėse dėl organizacijos atlikto darbo per ataskaitinį laikotarpį.

Kaip galima gauti ir užfiksuoti pasiektus rezultatus? Jei rezultatus galima išmatuoti kiekybiškai – kokius rodiklius galima įvertinti? Kokia alternatyvi ar papildoma informacija gali paremti organizacijos sprendimą (ekspertų vertinimai, dalyvių rekomendacijos ir kt.)? Ar galima paaiškinti priežastis, kodėl pastebėti rezultatai yra susiję su atlikta veikla? Kokybiniai teiginiai taip pat gali būti naudojami kaip veiksmingumo įrodymai.

Kai kuriais atvejais organizacijos veikla gali sukelti nenumatytą – teigiamą ar neigiamą – poveikį. Kartais tam tikri rezultatai, kurie iš pradžių nebuvo aktualūs, bet visgi buvo nulemti organizacijos veiklos, atsiranda tik po ilgesnio laikotarpio. Jei tokie pokyčiai pastebimi, jie nurodomi šioje dalyje, kad būtų užtikrintas išsamus rezultatų aprašymas, t.y. įvardijami trumpalaikiai, vidutinio laikotarpio ir ilgalaikiai rezultatai.

PAVYZDYS

- Mergaičių elgesio pokyčiai tarp projekto dalyvių (tiesioginė tikslinė grupė) bei jų tėvų elgesio pokyčiai (netiesioginė tikslinė grupė).
- Išplėtos galimybės socialiniams verslininkams vystyti verslo idėjas (tiesioginė tikslinė grupė), padėsiančias kovoti su vaikų ir jaunuolių skurdu (netiesioginė tikslinė grupė).

Trumpalaikių, vidutinio laikotarpio ir ilgalaikių rezultatų pvz. – žr. 2 pav., 13 psl.

5.5. Veiklos, tiesioginių rezultatų ir poveikio ryšys

Glaustai paaiškinamas ryšys tarp socialinio verslo / organizacijos vykdytos veiklos, tiesioginių rezultatų ir sukurto poveikio.

5.6. Praėjusių metų palyginimas

Palyginami ataskaitiniu periodu pasiekti rezultatai su praėjusių metų poveikio ataskaitoje pateiktais rezultatais, jei tokia ataskaita buvo rengiama.

5.7. Pasiektų rezultatų vertinimas, jų vertė suinteresuotoms šalims

Pateikiamas pasiektų rezultatų vertinimas suinteresuotosioms šalims, įvardytoms skirsnyje 3.3.

5.8. Priskyrimas, savaimiškumas, sumažėjimas (jei taikoma)

Rezultatai gali būti vertinami atsižvelgiant į sukurtą poveikį konkrečiai suinteresuotai šaliai (asmeniui), pasiektą dėl teikiamos paslaugos ar produkto. Svarbu įvertinti ne tik teigiamą, bet ir neigiamą poveikį, kurį galėjo sukelti paslauga arba parduodamas produktas, bei atsižvelgti į kitus aspektus, tokius kaip priskyrimas, savaimiškumas ir sumažėjimas).

PAVYZDYS

Šaltinis: Viešųjų paslaugų perdavimo gidas [2]

Priskyrimas:

Tai vertinimas, kaip turimą rezultatą paveikė kitų organizacijų ar žmonių veiklos. Priskyrimas taip pat skaičiuojamas kaip procentas.

Pvz., nauja dviračių iniciatyva sumažino anglies dvideginio emisijas regione. Bet tuo pačiu metu buvo įvestas „kamščių“ mokestis ir buvo pradėta aplinkos sąmoningumo programa. Socialinis verslas turėtų įrodyti, kokią dalį sumažėjusios taršos jis gali prisiimti kaip savo veiklos padarinį ir kokia buvo kitų iniciatyvų įtaka.

Savaimiškumas:

Tai matavimo vienetas, skirtas nustatyti rezultato kiekį, kuris būtų įvykęs, net jei veikla nebūtų vykusį. Šis matavimas yra skaičiuojamas kaip procentas. Siekiant apskaičiuoti savaimiškumą reikalinga sąsaja su lyginamosiomis grupėmis ar etalonais (angl. benchmark). Kadangi tobulas palyginimas nėra galimas, savaimiškumo matavimas visada yra apytikris. Vis dėlto Jums reikia ieškoti informacijos, kuri būtų kuo artimesnė socialinio verslo poveikiai populiacijai.

Sumažėjimas:

Apskaičiuoja, kaip ilgai tęsiasi rezultatai. Kitais metais rezultato poveikis bus mažesnis arba, jeigu tas pats, tada jam darys įtaką daug daugiau išorės faktorių, todėl organizacijos vykdomos veiklos rezultatų priskyrimas yra žemesnis. Sumažėjimas yra naudojamas apskaičiuoti šį reiškinį ir yra apskaičiuojamas tik tiems rezultatams, kurie tęsiasi ilgiau negu metus. Sumažėjimas dažniausiai yra apskaičiuojamas atimant nustatytą procentą iš liekančio rezultato dydžio kiekvienų metų pabaigoje.

Pvz., rezultatas įvertinamas kaip 100, kuris tęsiasi 3 metus, bet turi kritimo lygį, kuris lygus 10 % per metus, ir būtų 100 pirmais metais, 90 – antrais ir 81 – trečiais.

6. Poveikio matavimo metodas

Aprašoma, koku būdu organizacija matuoja savo kuriamą socialinį poveikį ir kaip nustato, ar jų vykdomos veiklos pasiekia norimų rezultatų ir poveikio. Įvardijama, kaip surenkama informacija (pvz., tikslinės grupės apklausa, įvertinimai prieš/po programos, pasiektų gairių skaičius ir pan.) Jei organizacija / socialinis verslas patys nusprendžia dėl siekiamų rodiklių, čia paaiškinamas šių rodiklių pasirinkimas. Taip pat įvertinami pasirinkto metodo pranašumai ir trūkumai.

6.1. Pasirinktas poveikio matavimo metodas

Poveikio matavimo metodas aprašomas paaiškinant, kaip organizacija / socialinis verslas matuoja poveikį, sukurtą savo tiesioginei tikslinei grupei bei kurioms sritims buvo atliktas monitoringas, pvz.: veiklos produktams, trumpalaikio laikotarpio rezultatams. Jei yra matuojamas poveikis netiesioginei tikslinei grupei, čia aprašomas ir jo matavimo metodas.

PAVYZDYS I

Organizacijos „Reach for Change“ 2020 m. ataskaitoje poveikio matavimo metodas aprašomas pirmiausia paaiškinant, kaip organizacija matuoja poveikį, sukurtą socialiniams verslininkams bei kurioms sritims 2020 metais buvo atliktas monitoringas – veiklos produktams (inkubatoriaus programa, suteikta socialiniams verslininkams), trumpalaikio (sustiprinti socialinių verslininkų organizaciniai gebėjimai) bei ilgalaikio (inkubatoriaus programos alumnų gebėjimas išlaikyti ir plėsti verslą) laikotarpio rezultatams. Duomenys buvo renkami anoniminės apklausos būdu, apklausiant socialinius verslininkus apie užmegztus naudingus ryšius inkubatoriaus programos dėka bei bendrą naudą dalyvaujant šioje programoje. Vertinant trumpalaikio laikotarpio rezultatus, surinkti duomenys buvo palyginti su praėjusių metų rezultatais – rezultatai vertinami pagal pasiektų gairių skaičių. Vertinant ilgalaikio laikotarpio poveikį, socialiniai verslininkai, praėję inkubatoriaus programą ir tapę programos alumnais, apklausiami kas antrus metus bei yra įvertinama, ar verslai vis dar funkcionuoja ir plečiasi.

Tuomet aprašomas poveikio, kurį socialiniai verslininkai sukuria vaikams, matavimo metodas. Siekiant surinkti informaciją apie vaikus ir jaunimą, kurių gyvenimams buvo padarytas poveikis, „Reach for Change“ prašo socialinių verslininkų atlikti monitoringą bei raportuoti gautas išvadas apie jų veiklos produktus (palaikomų vaikų ir jaunuolių skaičius) ir rezultatus (kaip vaikų ir jaunuolių gyvenimai buvo pagerinti, pakeisti ir apsaugoti) [3].

PAVYZDYS II

„Outward Bound Trust“ ataskaitoje aprašytas poveikio matavimo metodas: Visų pirma sutelkiame dėmesį į požiūrio, įgūdžių ir elgesio (taip pat žinomo kaip socialiniai ir emociniai įgūdžiai arba minkštieji įgūdžiai), kuriuos jaunuoliai įgyja kurso metu, matavimą. Pagrindinis būdas tai padaryti yra paprašyti dalyvių užpildyti trumpą klausimyną kurso pradžioje ir pabaigoje ir, jei įmanoma, praėjus trimis, šešiais ar dvylikai mėnesių. Tai leidžia mums surinkti geresnę informaciją apie faktinius pokyčius, kurie įvyksta jaunų žmonių požiūryje, įsitikinimuose, įgūdžiuose ir elgesyje kurso metu ir po jo. Mes naudojame patvirtintus klausimynus, kad galėtume būti tikri, jog mūsų užduoti klausimai buvo patikrinti, siekiant tiksliai išmatuoti tam tikrą įgūdį. Mes naudojame surinktus duomenis, kad įvertintume bendrą mūsų kursų efektyvumą, ir pradedame tobulinti savo sistemas, kad galėtume įvertinti poveikį skirtingoje grupėse, pvz., vaikuose ir merginose, kad galėtumėme sutelkti dėmesį tai, kas sukuria didžiausią poveikį. Taip pat prašome mokytojų, tėvų ir darbdavių stebėti ir pranešti apie pokyčius, kuriuos jie pastebi, kai vaikas, studentas ar absolventas grįžta iš kurso [5].

6.2. Poveikio rodiklių pasirinkimas

Konkrečiu ataskaitiniu laikotarpiu atliktas darbas, rezultatai ir panaudoti ištekliai turėtų būti, kur įmanoma, kiekybiškai įvertinti atsižvelgiant į tai, kas yra ekonomiškai naudinga bei naudojant tinkamus rodiklius. Šiame skirsnyje paaškinamas poveikio rodiklių pasirinkimas suinteresuotoms šalims, nurodant, kaip rodiklis yra susijęs su tikslinės grupės poreikiais ir interesais. Rodiklių formuluotė turėtų būti konkreti ir išmatuojama. Apytikriai įvertinimai turėtų būti atliekami tuo atveju, jei tikslūs skaičiai ar duomenys nėra žinomi, arba jų negalima gauti. Turėtų būti nurodytos apytikrių įvertinimų ir jų prielaidų priežastys, taip pat nurodomi atitinkami pradinių duomenų šaltiniai.

Kasmet raportuojant poveikį, poveikio ataskaitos turėtų leisti pažvelgti į kelerius metus vykstančią įvykių raidą. Todėl reiktų, kai tik įmanoma, naudoti tuos pačius rodiklius. Jei diegiami nauji rodikliai arba keičiami šiuo metu naudojamų rodiklių apibrėžimai, tai turėtų būti suprantamai parodyta.

Rodikliai turėtų būti susiję su atitinkamu ataskaitiniu laikotarpiu. Tai gali reikšti, kad gali reikšti paašškinti visus reikalingus atribojimus. Pavyzdžiui, veiksmas, kuris truks tris mėnesius, gali prasidėti ataskaitiniu laikotarpiu, bet baigtis tik kitu laikotarpiu. Tokiu atveju reiktų apibrėžti projektą ir kaip jis turi būti tinkamai dokumentuotas. Pavyzdžiui, galima nurodyti, kiek dalyvių dalyvavo per metus vykusiuose projektuose, ir kiek (sėkmingai) juos pabaigė [7].

PAVYZDYS

Atlikto darbo (veiklos produktų) rodiklių pavyzdžiai:

- *Asmeninės paslaugos: žmonių, kuriems buvo suteikta veikla, skaičius (pvz., studentų, dalyvavusių programoje, skaičius)*
- *Su institucijomis susijusios paslaugos: aptarnaujamų įstaigų skaičius (pvz., mokyklų, bendradarbiavimo partnerių skaičius)*
- *Su veikla susijusios paslaugos: atliktų veiklų skaičius (pvz., kursų, mokymų, renginių skaičius, priežiūros valandos, pasodinti medžiai)*
- *Paslaugos vieneto kaina (pvz., paslaugos mokyklai kaina, ar darbo vietos kaina)*
- *Vienetui įgyvendinti reikalingas laikas (pvz., laikas vienam kursui įgyvendinti)*

Poveikio (rezultato) rodiklių pavyzdžiai:

- *Informacija apie mokymų dalyvius – ko jie išmoko ir kaip tai buvo įgyvendinta*
- *Informacija apie organizacijas partneres, kurios pakeitė savo veiklą po mokymų arba dėl bendradarbiavimo*
- *Vaiko raidos testų rezultatai*
- *Startuolių programos dalyvių, kurie sėkmingai žengė žingsnį savo verslo link, skaičius (po metų nuo verslo įkūrimo vis dar dirba savarankiškai)*
- *Programos dalyvių mokyklos rezultatų pokyčiai (pvz., pažymių vidurkis, sumažėjęs mokyklos nebaigusių asmenų skaičius)*
- *Sutaupymai nacionalinei ekonomikai (jei tai įmanoma realiai apskaičiuoti ar įvertinti) dėl mažesnės rehabilitacijos programos dalyvių recidyvo lygio*
- *Požiūrio pokyčiai tam tikrose gyventojų grupėse dėl informacinės kampanijos (nustatyta apklausos būdu) [7].*

Užfiksuoti socialinius rezultatus ne visada yra lengva, ypač jei galutinis tikslas yra pakeisti gyventojų požiūrį tam tikra tema. Tai galima nustatyti tik atlikus išsamius tyrimus, todėl daugeliu atvejų galima atlikti tik pavyzdinius bandymus, neturinčius realios reprezentatyvios reikšmės.

Jei socialinis verslas dar neturi galimybės pristatyti rezultatų rodiklių, galima bent jau kokybiškai pateikti veiklos rezultatus: pavyzdžiui, naudodamiesi pirminėmis ataskaitomis, pagrįstomis patirtimis ar specialistų pateiktais vertinimais. Tokiu atveju turėtų būti nurodytas pagrindas, kuriuo remiantis buvo daromos prielaidos apie veiklos efektyvumą. Veiklos efektyvumą galima pabrėžti naudojant tinkamus veiklos rodiklius, kurie parodo glaudų ryšį su siekiamais rezultatais, net jei kai kuriais atvejais šį priežastinį ryšį yra sunku įrodyti. Aiškumo sumetimais gali būti naudinga paaiškinti, ką reiškia tam tikri rodikliai, susiję su sprendimo efektyvumu.

Norint įvertinti veiklos poveikį, naudinga pateikti lyginamąsias vertes (pvz., nuteistų nusikaltėlių pakartotinio nusikalstamumo mastas šalyje). Svarbu įsitikinti, kad lyginamosios kontrolinės grupės yra tikrai panašios (pvz., savanoriškas dalyvavimas programoje, amžius ir kt.). Atliekant tokį palyginimą, galima nustatyti ar įvertinti, ar pastebėti pokyčiai iš tikrųjų yra priežastiniu ryšiu susiję su socialinio verslo veikla. Kitaip tariant, kokie rezultatai vis tiek būtų nutikę, jei socialinis verslas nebūtų vykdes veiklos? Tokia informacija – Savaimiškumo vertinimas (žr. skirsnį 5.8.) – padeda įvertinti veiklos efektyvumą.

6.3. Pasirinkto metodo pranašumai ir trūkumai

Šiame skirsnyje pateikiamas objektyvus pasirinkto poveikio matavimo metodo įvertinimas – pagrindžiamas metodo pasirinkimas įvardijant jo privalumus, bei pateikiamos įžvalgos apie pasirinkto metodo trūkumus. Šios dalies nereikia kasmet pildyti iš naujo, jei ataskaitiniu laikotarpiu pasirinktas tas pats poveikio matavimo metodas, kaip ir praeitą ataskaitinį laikotarpį. Tokiu atveju, šią dalį galima atkartoti iš ankstesnės ataskaitos.

7. Planavimas ir prognozė

7.1. Ateinančių metų planai ir tikslai

Šiame skirsnyje glaustai aprašomi ateinančių metų tikslai. Tikslus lengva suprasti, jei jie formuojami remiantis vizija ir poveikio grandine ir yra išreikšti konkrečiai, pamatuotai ir teigiamai. Aprašant tikslą, patartina įtraukti rodiklius, kurie buvo naudojami kuriant ir vaizduojant pokyčių teoriją.

Taip pat galima apibūdinti kitus organizacinius tikslus, jei jie yra susiję su socialinio verslo sprendimu, pvz.: naujų procesų kūrimas ir įvedimas, pagrindinės valdymo struktūros pakitimai arba komandos sudėties pakeitimai.

7.2. Įtakos veiksniai: socialinės bei finansinės galimybės ir rizikos

GALIMYBĖS

Kai kuriais atvejais galima pastebėti tam tikras tendencijas, teisėkūros procedūras ar kitus išorinius pakitimus, kurie galėtų suteikti papildomų galimybių socialinio verslo sprendžiamos problemos sprendimui. Šioje dalyje galima apibūdinti pastebėtas tendencijas ir kokiomis sąlygomis šie pokyčiai gali suteikti socialiniam verslui galimybių, taip pat kaip bus pasirengta jomis pasinaudoti.

RIZIKOS

Išoriniai pokyčiai gali neigiamai paveikti socialinio verslo / organizacijos sėkmę. Čia galima apibūdinti rizikas ir išorinius įvykius, kuriems socialinis verslas / organizacija neturi įtakos arba turi tik ribotą įtaką, tačiau kurie vis dėlto yra svarbūs sėkmingai veiklai. Apžvalgoje apie rizikas taip pat turėtų būti paminėtos priemonės, kurių ketinama imtis tam, kad rizikų padariniai būtų sumažinti.

8. Socialinio verslo profilis

8.1. Bendra informacija

Pateikiama bendra informacija apie socialinį verslą, pvz., įvardijamas organizacijos juridinis statusas, pagrindinės buveinės vieta, įsteigimo metai.

8.2. Vadovybė ir komanda

Apibūdinama organizacijos struktūra, valdymas, pagrindinė vadovybė ir komanda.

8.3. Finansavimo pagrindas

Įvardijami pagrindiniai finansavimo šaltiniai, pvz., projektinės lėšos ar pajamos už suteiktas paslaugas.

8.4. Organizacijos / socialinio verslo vidinis aplinkosauginis ir socialinis profilis (jei taikoma)

Aprašomos vidinės socialinio verslo / organizacijos vertybės. Organizacijos vidinis socialinis profilis gali apimti, pavyzdžiui, tai, kaip jie kovoja su lyčių nelygybe ir pajamų pasiskirstymu, darbuotojų įvairove, šeimos ir profesinio suderinamumo, darbo ir asmeninio gyvenimo pusiausvyros ar perdegimo prevencija. Aplinkos sektoriuje gali būti svarbūs energijos vartojimo, atliekų prevencijos ar kenksmingų medžiagų apdorojimo klausimai.

PAVYZDYS

- Komandos stiprinimo renginių metu pasodinti medžiai
- Socialinio verslo komandos dalyvavimas atliekų surinkimo renginiuose
- Papildomi mamadieniai ar tėvadieniai darbuotojams, turintiems vaikų
- Darbuotojų įdarbinimas nepaisant jų tautybės, rasės, lyties, lytinės orientacijos ar religinių pažiūrų

9. Finansinė ataskaita

Pelno nesiekiančių ribotos civilinės atsakomybės juridinių asmenų finansinės ataskaitos turi būti sudarytos taip, kad tikrai ir teisingai parodytų turtą, nuosavą kapitalą, finansavimo sumas, įsipareigojimus, pajamas ir sąnaudas [8]. Pelno siekiančių juridinių asmenų finansinės ataskaitos turi būti sudaromos taip, kad tikrai ir teisingai parodytų įmonės turtą, nuosavą kapitalą, įsipareigojimus, pajamas, sąnaudas ir pinigų srautus, jeigu įmonė sudaro pinigų srautų ataskaitą [9].

Jei organizacija turi savo finansinės atskaitomybės sistemą ir jau yra parengę raportuojamo ataskaitinio laikotarpio finansinę ataskaitą, tokiu atveju šiuos dokumentus galima pridėti prie šios ataskaitos kaip priedą ar pateikti nuorodą į registru centrą, jei yra įtraukti žemiau nurodyti punktai.

9.1. Pajamos

Nurodomos lėšos už suteiktas paslaugas / parduotas prekes, projektinės lėšos. Taip pat pabrėžiamos gautos investicijos.

9.2. Išlaidos

Biuro sąnaudos, darbo užmokestis, veiklos sąnaudos, suteiktų paslaugų / prekių savikaina.

9.3. Pelno reinvestavimas

Įvardijamas pelnas ir procentaliai parodoma, kiek gauto pelno buvo reinvestuota į socialinio verslo veiklą, siekiant socialinės misijos tikslų.

9.4. Turto apskaita

Turtas turto ataskaitoje yra dokumentuojamas bent jau šiose kategorijose: nematerialusis turtas, materialusis turtas, finansinis turtas, gautinos sumos, pinigai ir pinigų ekvivalentai. Nuosavybė yra atskirai priskiriama materialiajam turtui. Jei yra gautinų sumų iš organizacijos narių ar akcininkų, jos parodomos atskirai ir paaiškinamos.

Įsipareigojimai turto ataskaitoje yra priskiriami bent šioms kategorijoms: paskolos, įsipareigojimai už prekes ir paslaugas, kiti įsipareigojimai. Narių / akcininkų paskolos parodomos atskirai ir paaiškinamos.





▶ Šios gairės yra rekomendacinio pobūdžio

▶ Taikant gaires socialinių verslų poveikio raportavimui, nebūtina įtraukti visus turinyje nurodytus punktus jei jie netinkami ar nereikšmingi socialiniam verslui, organizacijai ar institucijai

▶ Nors rekomenduojama laikytis turinyje nurodytos sekos, tačiau seką galima koreguoti pagal verslo poreikius

8. Apibendrinimas

Siekiant skatinti socialinius verslus matuoti savo kuriamą socialinį poveikį bei teikti poveikio ataskaitas, svarbu ieškoti būdų, kaip supaprastinti bei socialiniams verslams aiškiai pateikti šiuos sudėtingus procesus. Poveikio matavimas bei poveikio ataskaitų teikimas neturėtų būti matoma kaip papildoma, daug vidinių išteklių reikalaujanti našta, bet kaip būdas komunikuoti savo socialinės misijos svarbą visuomenei, tapti pagrindu gauti papildomos finansinės ar kitokios paramos organizacijos plėtrai, pritraukti investicijas. Neįvardijus norimo pasiekti ir pasiekto poveikio, socialiniams verslams kyla grėsmė nepasiekti savo tikslinės grupės, teikti paslaugas, kurios nėra efektyvios, arba, blogiausiu atveju, teikti paslaugas, kurios ne tik neatneša naudos, bet net sukelia nenumatytas, nenorimas pasekmes.

Šios poveikio ataskaitų gairės parengtos siekiant sumažinti matomą disonansą tarp valstybės institucijų ir socialinių verslininkų bei suvienodinti šalių viena kitai keliamus lūkesčius. Gairės yra rekomendacinio pobūdžio, jų turinys gali būti pritaikomas priklausomai nuo socialinio verslo poreikių ir galimybių.



9. Bibliografija

1. Poveikio ataskaitos. Užsienio šalių pavyzdžiai [internete] <http://kurk.lt/wp-content/uploads/2021/06/Poveikio-ataskaitos-Gerieji-uz%CC%8Csienio-pavyzdz%CC%8Ciai.pdf>
2. Viešųjų paslaugų perdavimo gidas (2019) [internete] <https://www.versli Lietuva.lt/wp-content/uploads/2019/03/Vie%C5%A1%C5%B3j%C5%B3-paslaug%C5%B3-perdavimo-gidas.pdf>
3. „Reach for Change“ poveikio ataskaita (2020) [internete] <https://reachforchange.org/static/pdf/sir-2020.pdf>
4. „Girls on the soccer field academy“ poveikio ataskaita (2016) [internete] <https://socialvalueuk.org/wp-content/uploads/2018/02/GSFA-SROI-Analysis.pdf>
5. „The Outward Trust“ poveikio ataskaita (2017) [internete] <https://www.outwardbound.org.uk/assets/pdf/uploads/Impact/Social-Impact-Report-2017.pdf>
6. Socialinio verslo platforma [internete] <https://socialinisverslas.versli Lietuva.lt/>
7. SRI e.V (2014). Social Reporting Standard. Guide to results-based reporting. [internete] https://www.social-reporting-standard.de/fileadmin/redaktion/downloads/SRS_guidelines_2014_EN.pdf
8. <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalAct/eff5aab0042011e9a5eaf2cd290f1944>
9. <http://www.infolex.lt/ta/333240:str1#>