

Think Tank

SOCIALINIS VERSLAS

01.28

15:00

Ūkio ministerija

Gedimino pr. 38,

Vilnius

2 aukštas, 213 salė

Agenda

14:45 – 15:00 Registracija.

15:00 – 15:05 Pristatoma *Think-Tank* tema bei eiga.

15:05 - 15:25 Pagrindinių suinteresuotų grupių atstovai išreiškia savo nuomonę apie SV sąvokos kriterijus: socialinį, verslumo ir valdymo aspektus.

15:10 – 15:15 Ūkio Ministerijos atstovo įžvalgos.

15:15 – 15:20 Mokslo bendruomenės atstovo įžvalgos.

15:20 – 15:25 NVO atstovo įžvalgos.

15:25 – 15:30 Socialiai atsakingo verslo atstovo įžvalgos.

15:25 – 17:00 Bendra diskusija apie kertinius SV sąvokos aspektus.

15:25 – 15:55 Kokia yra Jūsų SV **socialinės misijos samprata**?

Kokie yra kerstiniai SV sąvokos bruožai?

Kaip nuspręsti, jog pasirinkta socialinio verslo misija yra tinkama? Ar turėtų būti nurodomos konkrečios veiklos rūšys bei rekomenduojamos pagrindinės naudos gavėjų grupės?

15:55 – 16:10 Kavos pertrauka.

16:10 – 16:30 Kaip turėtų būti užtikrinamas **verslumo aspektas**?

Kokia turi būti rinkos įplaukų dalis, jog būtų užtikrinamas verslumo aspektas? Ar laikui bėgant reikėtų keisti šį indikatorius?

16:30 – 16:45 Kaip turi būti įgyvendinamas SV **valdymo aspektas**?

Kokia pelno dalis turi būti reinvestuojama socialinei misijai užtikrinti?

Kaip užkirsti kelią netiesioginiam pelno pasidalinimui (angl. *asset lock*)? Ar turėtų būti nustatomos SV atlyginimų „lubos“?

16:45 – 16:55 Koku būdu ilgalaikėje perspektyvoje turėtų būti identifikuojami socialiniai verslai?

Ar SV turėtų būti suteikta nauja teisinė forma ar juridinis statusas, o gal įsteigta sertifikavimo, registravimo sistema?

16:55 – 17:00 - Apibendrinamos diskusijos išvados.

Kokie kertiniai kriterijai turėtų apibrėžti SV sąvoką Lietuvoje?

SV Aktyvistų Think-Tank



Kontekstas

Konstruktivi diskusija apie socialinio verslo (SV) sąvokos kriterijus Lietuvoje yra būtina atsižvelgiant į pastaraisiais metais Europos Sąjungoje (ES) vis didesnį skiriamą dėmesį socialinei ekonomikai ir jos vystymui siekiant spręsti aktualias socialinės atskirties, jaunimo nedarbo, aplinkos apsaugos bei kitas visuomenines problemas. 2015 metų gruodį EPSCO (ES Užimtumo, Socialinės Politikos ir Vartotojų Taryba) pirmą kartą priėmė išvadas dėl “Socialinės ekonomikos skatinimo kaip pagrindinės varomosios ekonominio ir socialinio vystymosi jėgos Europoje” [1]. Taigi, šalims narėms siunčiama aiški žinutė skatinti socialinio verslo modelį bei vystyti tinkamą teisinę, institucinę ir finansinę ekosistemą palankią socialinės ekonomikos verslo subjektams ir organizacijoms.

Šiuo metu, ES socialinės ekonomikos dalis sudaro 15 proc. BVP. Kas ketvirtas naujai įsikuriantis verslas yra socialinis verslas, o JK socialinio verslo startuolių skaičius net tris kartus didesnis nei tradicinių verslo startuolių.

Tuo tarpu Lietuvoje vyrauja socialinių inovacijų versle stoka sprendžiant aktualias Lietuvos visuomenei problemas. Valstybės sektoriaus kaštai socialinių problemų sprendimui auga. Per pastaruosius dešimt metų valstybės parama socialinėms įmonėms (SI) išaugo daugiau nei 20 kartų ir 2014 metais siekė 12,7 mln. eurų[2]. Visgi paramos paskirstymas nėra adekvatus. SI įstatymas (2004) nustato itin siaurą socialinį tikslą – įdarbinti tikslinėms grupėms priklausančius asmenis, tokius kaip neįgalieji. Ši socialinės misijos samprata yra palyginti siaura atsižvelgiant į Europoje ryškėjančias inovatyvaus verslo modelio tendencijas su platesniu veiklų spektru.

LR Ūkio Ministro Įsakymas dėl Socialinio Verslo Konceptijos (2015) sprendžia kertinę problemą, jog Lietuvoje SV sąvoka yra interpretuojama skirtingai įvairių suinteresuotų grupių. Dėl to Įsakyme išskiriami trys pagrindiniai socialinio verslo aspektai: verslumo (nuolatinė ūkinė komercinė veikla), socialinis (socialinių tikslų siekimas) ir valdymo (ribotas pelno paskirstymas). Vis dėl to, lyginant su gerąja ES šalių narių patirtimi, Lietuvoje trūksta konkretumo: a) socialinėje dimensijoje, kaip apibrėžiama socialinio tikslo samprata (11 str.)?; b) verslumo dimensijoje, kokia turėtų būti minimali rinkos įplaukų suma, jog socialinis verslas apskritai galėtų būti laikomas verslu (9str.)?; c) valdymo dimensijoje, kokia minimali pelno dalis turėtų būti reinvestuojama į socialinės misijos įgyvendinimą (10.2. str.)?

Tikslūs socialinio verslo kriterijai yra reikalingi formuojant vieningą socialinio verslo sampratą Lietuvoje bei užtikrinant, jog SV sąvoka būtų teisingai taikoma gaunant finansavimą, kuriant verslo įvaizdį ir skatinant visuomenės pasitikėjimą. Dėl to tikimės konstruktyvios diskusijos ir Jūsų įžvalgų siūlant SV kriterijus.

[1] Social Economy Europe. 2015. <http://www.socialeconomy.eu.org/blog/historic-council-conclusion-promotion-social-economy>

[2] EC (European Commission). 2014. *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe, Country Report: Lithuania*. <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=952&intPageId=2914&langId=en>

Socialinio verslo *Think* *Tank* ataskaita



Sudaryta:

Neringa Stroputė („Kurk Lietuvai“)

Modesta Kairytė („Kurk Lietuvai“)



Vilnius

2016

Turinys

Ižanga	3
Socialinio verslo kriterijai: ar galime pasiekti susitarimą?	3
Misija	3
Verslumas	4
Valdymas	5
Socialinio verslo problematika Lietuvoje	5
Išstatymas – būtinybė ar papildomas trukdis?	6
Valstybės socialinio verslo skatinimas: parama ar investicijos?	6
Išvados	8

Ižanga

Šiuo metu socialinio verslo sąvoką Lietuvoje apibrėžia LR Ūkio Ministro Įsakymas dėl Socialinio Verslo Konceptijos (2015), tolesnės plėtros uždavinius numato ką tik patvirtintas socialinio verslo skatinimo 2015-2017 priemonių planas. Vis dėlto, išlieka neaišku – kaip valstybė turi pripažinti socialinį verslą (*toliau* – SV)? Diskusijos socialinio verslo sąvokos atžvilgiu tęsiasi, nuomonės išsiskiria ir nėra vieningos SV sampratos visuomenėje.

Todėl nuspręsta suorganizuoti socialinio verslo *Think Tank* siekiant suformuoti reguliarią ir centralizuotą SV atstovų ir ekspertų tinklavėiką ir sukurti vieningą SV reprezentuojantį balsą bendradarbiaujant su viešuoju sektoriumi. Šis tinklas ilgalaikėje perspektyvoje turėtų siekti formuoti socialinio verslo pradžiai palankią ekosistemą Lietuvoje. Tokie socialinio verslo *Think Tank* turėtų vykti bent du kartus per metus. Anot LR Ūkio ministerijos viceministro Mariaus Skarupsko, "*Think tank* skatina išeiti iš rėmų ir padėti priemonėms būti įvykdytoms greičiau".

2016 metų sausio 28 dieną į Socialinio Verslo *Think Tank* susirinko beveik 30 dalyvių – viešojo sektoriaus, mokslo bendruomenės, NVO bei verslo atstovų, kurie siekė išgryninti socialinio verslo kriterijus dalinantis įžvalgomis apie kertinius indikatorius: socialinės misijos, verslumo bei valdymo. Diskusijos metu iškilo ir kiti svarbūs klausimai, kurie taip pat bus susisteminti ir paminėti šiose išvadose. Tiksliesni SV indikatoriai reikalingi ne tik užtikrinant skaidrų finansavimą su ES investiciniais fondais bei siekiant sudaryti SV palankią viešųjų pirkimų sistemą, bet taip pat siekiant sekti socialinio verslo vystymąsi ir nubrėžti viziją, kur link jis turėtų judėti.

Socialinio verslo kriterijai: ar galime pasiekti susitarimą?

Misija

Dalinantis socialinės misijos samprata, aptarti kertiniai socialinio verslo sąvokos bruožai. Visų pirma, akcentuota bendruomeniškumo principo svarba kuriant naudą vietiniame lygmenyje, kadangi bendruomeninis aspektas lengviau pamatuojamas nei visuomeninė veikla. Nors dažniausiai sprendžiamos lokalias problemos, verslo modelį galima taikyti ir plačiau, tačiau nebūtinai tas pats modelis suveiks skirtingose lokacijose. Kalbant apie socialinių inovacijų aspektą, manoma, kad jis nėra būtinas, bet galimas. Didesnė svarba turėtų būti suteikiama verslo modelio efektyvumui sprendžiant tam tikrą problemą.

Atsakant į klausimą, kas yra pirminis ir aiškus socialinis tikslas, nuomonės daugiausiai sutapo, jog pasirenkant veiklą, skirtą socialinei naudai užtikrinti turėtų būti palikta laisvė. Pabrėžta, jog griežtos sąlygos nereikalingos, nes keičiantis visuomenei, kinta ir SV veiklos pobūdis. Svarbu, jog valstybė atsižvelgtų į šiuos pokyčius. Dėl to socialinis verslas gali užsiimti bet kokia veikla, išskyrus nusikalstamą veiklą. Visgi, vienas dalyvis išskyrė, jog socialinės misijos pagrindą turėtų sudaryti skurdo mažinimas ir atskirties problema. Taip pat, jo manymu, būtų tikslinga išskirti tikslines grupes, su kuriomis reikia vystyti dialogą.

Daugelis sutiko, kad bendrai socialinė misija turėtų būti nustatoma per siekiamą socialinį poveikį, apibrėžtą verslo plane. Kadangi socialinį poveikį sunku įvertinti, dalis dalyvių nurodė, kad socialinio poveikio ataskaita yra būtina skaidrumui užtikrinti. Siūlyta pasirinkti ne sudėtingą, o supaprastintą socialinio poveikio vertinimo metodiką kaip įrankį supažindinti visuomenę su socialiniu verslu – padaryti jį atpažįstamą ir patikimą. Šiam tikslui pasiekti siūlyta pasinaudoti gerąja užsienio praktika ir adaptuoti Estijos socialinio poveikio matavimo formą.

Visgi įvairiapusės naudos kūrimas (*blended value creation*), kai pelno siekimas ir socialinė misija yra lygiagrečiai svarbūs, vienos iš dalyvių nuomone, nėra būtinas. Išskirta, kad svarbos svertas turėtų būti socialinės misijos pusėje, o verslas pasitelkiamas tik kaip efektyvumo rodiklį keliantis mechanizmas.

Nors socialinio verslo atsiradimo prielaida – tai siekis išspręsti socialinę problemą efektyviau nei valstybė ar NVO, kaip įvardino vienas iš dalyvių, reikia keisti perspektyvą – nuo nuolatinių lūkesčių iš valstybės į veiklumo skatinimą bendruomenėse. Galiausiai, socialinio verslo sėkmė priklauso nuo motyvuotų ir norinčių kurti bendruomenei lyderių.

Verslumas

Verslumo aspektas atskiria socialinį verslą nuo kitų socialinės ekonomikos subjektų, kurie siekia socialinio tikslo, bet nevykdo reguliarios ekonominės veiklos. Didžioji dauguma dalyvių pabrėžė, jog verslumas – tai įgūdis, o socialinis verslas yra lygiavertis rinkos dalyvis, gebantis konkuruoti pasitelkiant verslumo įgūdžius bei generuoti pelną iš savo veiklos. Šis klausimas buvo diskutuotas šešiose grupėse, dvi iš jų pasisakė, kad daugiau nei 50 % pajamų turėtų būti generuojama iš ekonominės veiklos. Kita dalis pajamų gali būti generuojama pasitelkiant įvairius paramos mechanizmus.

Visgi, kalbant apie esamą situaciją, socialinio verslo praktikai pabrėžė, jog šiuo metu ekonominio aktyvumo lygis tarp įvairių socialinių tikslų siekiančių organizacijų skiriasi. Nepaisant to, didžioji

dauguma pasisakė, jog SV ilgalaikis tikslas turėtų būti generuoti didžiąją dalį savo pajamų iš ekonominės veiklos. Galiausiai, jei pagal verslo modelį teikiant produktą ar paslaugą iškart sprendžiama problema, ženklus pelnas nėra toks svarbus, svarbu, kad kompanija pati save išlaikytų.

Valdymas

Valdymo dimensija – mechanizmas, skirtas užtikrinti socialinių tikslų įgyvendinimą, – dar griežčiau atskiria socialinį verslą nuo tradicinio verslo subjektų bei nevyriausybinių organizacijų. Nustatant reinvestuojamo pelno dalį išskirtinos dvi nuomonės. Viena vertus, siūlyta reinvestuoti bent 50 % pelno socialinės misijos įgyvendinimui. Taip siūloma pritraukti ir motyvuoti verslo sektorių vystyti SV, nes tikėtina, jog NVO žengs į šią sritį su didesne motyvacija. Tobulėjant rinkai bei atlikus platesnį esamos situacijos tyrimą, galima šį indikatorius keisti. Kita vertus, siūlyta reinvestuoti 100 % pelno į socialinės problemos sprendimą atsižvelgiant į pagrindinį SV tikslą – spręsti socialinę problemą. Visgi akcentuota, jog kol kas sunku remtis konkrečiais atvejais Lietuvoje, kur socialinis verslas susiduria su išsilaikymo bei verslumo stokos problema.

Taip pat svarstyta 100 % reinvesticija iki tam tikros pelno maržos: jei pelno gaunama daugiau nei nustatyta pelno marža – pelno pasidalinimas gali būti leistinas. Vienas iš dalyvių pasiūlė reinvestuojamą pelno dalį sieti su gaunamos paramos dalimi. Sprendžiant netiesioginio turto pasidalijimo klausimą, pabrėžta, jog atlyginimai turėtų būti nustatomi pagal rinkos tendencijas ir esant skaidriam valdymui šis klausimas neturėtų kelti diskusijų.

Nuomonės sutapo kalbant apie nepriklausomumo ir skaidrumo aspektus, kurie turėtų būti privalomi: socialinis verslas – tai privati iniciatyva ir valstybė negali būti SV dalininkė. Diskusijas sukėlė klausimas – ar socialinis verslas turi vykdyti valstybės funkcijas? Viena vertus, teigta, kad SV gali perimti valstybės teikiamas paslaugas, kurios turi būti efektyvesnės bei modernesnės, bet ne brangesnės. Tokiu atveju SV turėtų būti skatinamas pasitelkiant finansinę bei mokestinę sistemą. Kita vertus, socialinis verslas nėra valstybės funkcijų vykdytojas, nes tai – NVO rolė.

Socialinio verslo problematika Lietuvoje

Think Tank metu iškilo kelios dienotvarkėje nenumatytos temos. Manome, kad jeigu jos buvo iškeltos, socialinio verslo aktyvistams jos yra itin svarbios. Daugiausiai dėmesio sulaukė šie klausimai: ar reikalingas socialinį verslą reglamentuojantis įstatymas ir ar ir kaip valstybė turėtų remti socialinius verslus. Žemiau pateikiame susistemintas dalyvių mintis.

Įstatymas – būtinybė ar papildomas trukdis?

Kaip rodo užsienio praktika, priimti įstatymo neskubama ir socialinį verslą kaip teisinę formą yra įteisinusios vos kelios Europos Sąjungos (ES) šalys. Renginio metu buvo labiau girdėti įstatymo priešininkų balsai, nors buvo pasisakančių ir už naujo įstatymo leidybą.

Įstatymo šalininkai teigia, kad įstatymas turėtų supaprastinti verslo pradžių, taip pat didinti socialinių verslų atskaitingumą. Teisinis reglamentavimas turėtų suteikti aiškumo vykdančioms veikloms bei viešojo sektoriaus institucijoms.

Visgi pasisakiusieji nebuvo kategoriški ir minėjo galimybę kitaip įteisinti socialinį verslą – tarkim, suteikti jam teisinį statusą arba papildyti socialinės įmonės įstatymą. Labiausiai įstatymas būtų reikalingas siekiant skatinti trečiąjį sektorių ir jo verslumą įvairiomis priemonėmis. Aiškiai apibrėžus SV, apribojamos galimybės kitiems verslo subjektams neadekvačiai naudotis valstybės parama.

Tie, kurie pasisakė prieš naujo įstatymo leidybą minėjo kelis argumentus. Visų pirma, jie teigė, kad socialinis verslas gali būti apibrėžtas ir kitais būdais, o labiausiai jį išskiria aiški socialinė misija. Taip pat minėtų kitų užsienio šalių pavyzdžiai ir praktika skatina neskubėti su įstatymo leidyba, kai dar nėra susiformavusi ir plačiai paplitusi socialinio verslo samprata. Be to teigta, kad įstatymas būtų papildoma biurokratinė našta. SV ekosistemos vystymosi pradžioje siūloma suteikti kuo daugiau laisvės. Įstatymo leidyba būtų sudėtingas žingsnis, kuris turėtų būti derinamas su kitais jau egzistuojančiais įstatymais, dėl to šiuo laikotarpiu nėra naudingas. Kelis kartus nuskambėjo tezė, kad įstatymas būtų tik papildoma našta.

Šį aspektą galima apibendrinti diskusijos metu išsakyta mintimi, jog tikslesnis socialinio verslo apibrėžimas būtinas padėti valstybei atpažinti socialinį verslą. SV koncepcija buvo svarbus ir reikalingas žingsnis, tačiau būtina žengti toliau gryninant socialinio verslo sampratą.

Valstybės socialinio verslo skatinimas: parama ar investicijos?

Nors finansiniai mechanizmai ir socialinio verslo skatinimas nebuvo numatytas *Think Tank* dienotvarkėje, diskusijos mastas leidžia manyti, kad tai antroji itin svarbi ir gilesnio požiūrio reikalaujanti tema. Šiuo aspektu, priešingai nei kalbant apie įstatymo reikalingumą, nuomonės skyrėsi ryškiau, išsakyti niuansai, apeliuoja į temos kompleksumą. Klausimo problematika turėtų atkreipti ir politikos formuotojų dėmesį.

Viena nuomone, socialinis verslas neturėtų būti skiriamas nuo tradicinio verslo ir turėtų būti remiamas kaip ir kiti verslo subjektai. Pabrėžiant, kad tai yra verslas, jis neturėtų turėti unikalių finansavimo šaltinių, bet tuos, kuriais naudojasi ir tradicinis verslas. Visgi iškilo klausimas, ar tikrai

socialiniai verslai, su fondo, asociacijos ar VšĮ juridine forma, gali pretenduoti į verslui skirtas paramas. Keli dalyviai pabrėžė, kad vien tik vidinės motyvacijos išspręsti problemą neužtenka, nes daryti verslą sprendžiant socialines problemas kur kas sunkiau – dirbama su pažeidžiamomis grupėmis, kurioms reikia daugiau dėmesio, laiko, išlaidų. Be to, jei paslaugos gavėjai yra marginalinė grupė, jų perkamoji galia yra itin maža. Visgi dauguma mano, kad išskirtinės paramos priemonės neturėtų būti prioritetas, bet tam tikra parama turėtų egzistuoti. Valstybei apsimoka skatinti socialinę ekonomiką, nes taip būtų iš esmės sprendžiamos socialinės problemos, bet ne tvarkomasi su socialinių problemų padariniais. Nepaisant to, parama tik didina biurokratinę našumą, nes kuo daugiau subsidijų, tuo valstybė turi didesnę teisę į kontrolę. Ar įmanoma išlaviruoti tarp nulinės paramos ir paskatos, kuri pagreitintų socialinio verslo proveržį Lietuvoje? Viena iš socialinio verslo vystytojų teigia, kad reikalingos ne tik finansinės paskatos, bet kompetencijų kėlimas, ekspertų konsultacijos, mokslo bendruomenės įsitraukimas skatinant suvokimą apie socialinį verslą bei patalpų suteikimas. Buvo užsiminta, kad NVO trūksta verslumo įgūdžių, todėl norint skatinti sėkmingą ir perspektyvų socialinio verslo vystymąsi reikia skatinti verslumo įgūdžių lavinimą, nes kitaip NVO niekada netaps socialiniu verslu.

Taip pat daugelis kalbėjo apie startinę finansinę paskatą, kuri remtų verslo pradžią, bet neapsunkintų plėtros sunkiomis paskolomis. Nesuteikiant ilgalaikių finansinių paskatų skatinamas verslumas, nepriklausomumas ir kūrybiškumas. Taip pat nuskambėjo mintis, kad parama turėtų būti susieta su verslo augimu ir gyvavimo laikotarpiu: augant parama turėtų sumažėti ar visai išnykti.

Visgi kai kurie mato socialinį verslą kaip pagalbą valstybei, todėl manoma, kad parama yra suprantama ir natūrali socialinio verslo skatinimo priemonė. Į tokį požiūrį buvo sureaguota intensyviai apeliuojant į socialinio verslo sampratą: NVO padeda valstybei, todėl yra jos remiama, tuo tarpu socialinis verslas turėtų matyti tam tikrą verslo nišą ir galimybę egzistuoti nepriklausomai nuo dotacijų ar subsidijų. Buvo išreikštas susirūpinimas, kad nebūtų pakartota nesėkminga socialinių įmonių istorija, kai dėl egzistuojančių finansinių paskatų verslininkai naudojami teikiamomis nuolaidomis pamesdami socialinio tikslo svarbą. Čia vėl susiduriama su problema, kad parama būtų skirta būtent skatinti socialinį verslą, o ne sukurti dar vieną formą, kuri būtų matoma kaip galimybė gauti pinigų iš valstybės. Buvo siūloma keisti požiūrį ir daugiau kalbėti apie verslumo skatinimą, o ne paramą iš valstybės. SV tikslas turėtų būti - finansinis nepriklausomumas: startuojant su tokiu požiūriu bus kuriamas tvarus ir efektyvus SV modelis. Pasak vieno iš dalyvių, yra nedaug organizacijų, kurios gebėtų sukurti efektyviai ir pelningai veikiantį SV. Ne visi NVO turi būti socialiniai verslai dėl kelių priežasčių – ne visi gali tapti verslininkais ir ne visos problemos gali būti išspręstos

socialinio verslo pagalba. Todėl reikia ne tik skatinti NVO sektorių tapti verslesniais, bet ir pritraukti jaunos verslininkus, siekiančius prasmingai uždirbti pinigus.

Kita nuomone, svarbu skatinti valstybę būti atviresne vykdant viešuosius pirkimus ir daugiau viešųjų paslaugų perduoti vykdyti privatiems subjektams. Šiuo metu palankios sąlygos atlikti viešuosius pirkimus yra sudarytos socialinėms įmonėms, tuo tarpu socialinis verslas negali aplikuoti į šias nuolaidas. Čia iškyta disbalanso problema: nors socialinis verslas teikdamas socialines paslaugas įvykdytų didesnę naudą valstybei nei socialinės įmonės, bet lengvata gali naudoti tik pastarosios. Tai turėtų būti išlyginta panaikinant lengvatas arba jas suteikiant ir socialiniam verslui. Renginio metu nuskambėjo pasiūlymas praplėsti socialinės įmonės įstatymą, kad jis apimtų ir socialinio verslo koncepciją.

Kaip ir minėta anksčiau, vienos nuomonės šia tema nėra, tačiau galime pastebėti, kad tema aktuali ir kompleksinė, todėl būtina gilesnė analizė siekiant parinkti tikslingas skatinimo priemones.

Išvados

Think Tank metu išryškėjo socialinio verslo aktyvistų pozicijos. Nors kiekvienam kriterijui aptarti buvo skirtas gan trumpas laiko tarpas, buvo galima pastebėti tam tikras tendencijas.

Kalbant apie socialinio verslo bruožus, labiausiai pabrėžiamas buvo bendruomeniškumo principas. Kitas dėmesio sulaukęs aspektas - tai inovacijos, kurios laikomos svarbiomis, bet ne privalomomis. Daugiausiai sutarimo sulaukė nepriklausomumo ir skaidrumo aspektai, kurie turėtų būti kertiniai socialinio verslo bruožai.

Kadangi svarbiausias socialinio verslo aspektas yra misija, buvo svarbu nuspręsti, kaip mes turėtume ją suprasti ir atpažinti. Dalyviai nerodė noro apriboti misiją tiksliai išskiriant naudos gavėjus ar veiklos sritis - jų manymu, šiuo etapu geriausia būtų suteikti pasirinkimo laisvę. Visgi misija turėtų būti labai aiškiai apibrėžta, o jos poveikis pamatuojamas. Tai buvo siūloma padaryti pasitelkiant nesudėtingas socialinio poveikio ataskaitas, kurios skatintų SV išsigrūninti savo misiją bei didintų patikimumą.

Verslumo aspektas buvo panašiai interpretuojamas daugelio dalyvių, buvo pabrėžiama, kad socialiniai verslai turi būti verslūs ir didžiąją dalį savo pajamų generuoti iš ekonominės veiklos.

Mažiau sutarimo buvo kalbant apie reinvestavimą: kai kurių nuomone turėtų būti reinvestuojama 100 proc., kiti manė, kad SV vystymosi pradžioje užtektų ir daugiau nei 50 proc. Diskutuojuant apie

reinvestavimo principą svarbu nepamiršti SV vystymosi Lietuvoje stadijos, taip pat, kad priklausomai nuo pasirinkto socialinio verslo modelio, skiriasi ir reinvestavimo logika. Svarbiausia, kad pirminė misija būtų socialinė, tada natūraliai didžioji dalis pinigų bus skiriama socialiniam tikslui pasiekti.

Diskusijos metu išryškėjo, kad indikatoriai, kurie būtų tinkami šiuo metu, turėtų keistis augant socialinio verslo ekosistemai Lietuvoje.

Išgrynindami socialinio verslo kriterijus turime nubrėžti viziją, ko turėtų siekti socialiniai verslai, taip pat didinti socialinio verslo žinomumą ir socialinio verslo sampratos aiškumą.

Šis *Think Tank* parodė, kad yra nemažai klausimų, reikalaujančių tolimesnės diskusijos bei analitinio įsigilinimo. Nors renginio metu nebuvo planuojama kalbėti apie socialinio verslo skatinimo mechanizmus ir įteisinimo formas, tačiau šie klausimai iškilo natūraliai. Galime teigti, kad daugiausiai diskusijų kelia socialinio verslo skatinimo mechanizmai.