

VILNIAUS UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR VERSLO ADMINISTRAVIMO FAKULTETAS
VADYBOS KATEDRA

Gintarė BOREIKYTĖ

Kokybės vadybos programa

MAGISTRO DARBAS

LIETUVOS SOCIALINĖS EKONOMIKOS MODELIS

LITHUANIAN SOCIAL ECONOMY MODEL

Leidžiama ginti _____
(parašas)

Katedros vedėja prof. **D. Diskienė**

Magistrantas _____
(parašas)

Darbo vadovas _____
(parašas)

Prof. dr. D. Serafinas

Darbo įteikimo data:

Registracijos Nr.

Vilnius, 2020

TURINYS

ĮVADAS	3
1. SOCIALINĖS EKONOMIKOS TEORINIAI ASPEKTAI	7
1.1. Socialinės ekonomikos raida ir samprata.....	7
1.2. Socialinio verslumo samprata	14
1.3. Socialinės ekonomikos modelio kūrimas Europoje.....	15
2. LIETUVOS SOCIALINĖS EKONOMIKOS MODELIO KONCEPCIJA IR TYRIMO METODOLOGIJA	21
2.1. Socialinės ekonomikos įgyvendinimo Lietuvoje tyrimas	22
2.1.1. Socialinės ekonomikos įgyvendinimo Lietuvoje metodologija	22
2.1.2. Socialinės ekonomikos įgyvendinimo Lietuvoje analizė	23
2.1.3. Lietuvos socialinės ekonomikos modelio formavimas.....	27
2.2. Lietuvos socialinės ekonomikos modelio pagrįstumo tyrimas	29
2.2.1. Lietuvos socialinės ekonomikos modelio pagrįstumo tyrimo metodologija	29
2.2.2. Lietuvos socialinės ekonomikos modelio pagrįstumo tyrimo rezultatai	33
2.2.3. Lietuvos socialinės ekonomikos modelio formavimas, 2 etapas.....	44
3. SOCIALINIO VERSLUMO, KAIP PAGRINDINIO LIETUVOS SOCIALINĖS EKONOMIKOS MODELIO ELEMENTO, POTENCIALO TYRIMAS	46
3.1. Socialinio verslumo potencialo tyrimo metodologija	46
3.2. Socialinio verslumo potencialo tyrimo duomenų analizė.....	53
3.3. Socialinio verslumo potencialo tyrimo rezultatų analizė.....	61
4. LIETUVOS SOCIALINĖS EKONOMIKOS MODELIS IR JO INTERPRETAVIMAS	65
IŠVADOS IR PASIŪLYMAI	68
LITERATŪROS SĄRAŠAS	72
SANTRAUKA	78
SUMMARY	80
PRIEDAI	82

ĮVADAS

Temos aktualumas ir naujumas

Socialinė ekonomika vaidina svarbų vaidmenį kiekvienoje šalyje ir visame pasaulyje. Tai suteikia alternatyvą ekonominei plėtrai, paremtai tokiais etikos principais kaip: solidarumas, demokratija, profesinė ir asmeninė plėtra, veikimas rinkos ekonomikos sąlygomis ir valstybės nepriklausomumas (Gabriel, 2017). Per pastaruosius tris dešimtmečius socialinė ekonomika atkreipė akademinės bendruomenės, politikos formuotojų ir praktikų dėmesį kaip alternatyva spręsti nuolat sudėtingėjančias socialines – ekonomines problemas, tokias kaip žlungančios bendruomenės, nedarbas, pajamų ir turto ryškūs skirtumai, socialinių paslaugų teikimas pagal valstybių gerovės politikas ir kt. (Jang *et al.*, 2018). Neabejojama, jog socialinė ekonomika yra sektorius, kuris ryškiai prisideda prie darbo vietų kūrimo, tvaraus augimo ir teisingesnio pajamų ir turto pasiskirstymo (The Social Economy ..., 2012) – tai vienas didžiausių socialinių – ekonominių problemų sprendimų šaltinių. Europos Sąjungos mastu socialinės ekonomikos formavimas ir plėtra tampa vienu iš prioritetu, sutelkiamas dėmesys ir atsakomybė – socialinė ekonomika sudaro apie 10 proc. Europos bendrojo vidaus produkto (Socialinio verslo koncepcija, 2015), daugiau nei 13,6 mln. Europos gyventojų dirba šioje srityje (6,3 proc. dirbančiųjų) (Recent Evolutions of ..., 2017). Nepaisant to, socialinės ekonomikos sektoriaus matomumas ir pripažinimas dar nėra visiškai užtikrintas, siekiama pažangos kuriant sistemingą įvairių socialinės ekonomikos subjektų statistiką bei įtraukiant socialinę ekonomiką į nacionalines statistikos ataskaitas (Recent Evolutions of ..., 2017). Dėl šių priežasčių nėra pakankamai tikslių socialinės ekonomikos naudos rezultatų (pvz.: įdarbintų asmenų ar įkurtų naujų darbo vietų skaičius ir kt.) skaitine forma, vyrauja skirtumai tarp šalių, nes rezultatų kiekis bei išsamumas stipriai priklauso nuo kiekvienos šalies teisinės bazės.

Prieš nagrinėjant socialinės ekonomikos sampratą svarbu apibrėžti susijusių, tačiau visiškai atskirtų reiškinių sampratas, tokių kaip socialinis verslumas, socialinis verslas ir socialinė atsakomybė. Literatūroje vyrauja teiginiai, kad kaip ir socialinės ekonomikos, taip ir socialinio verslumo ir socialinio verslo sampratos yra sąlyginai naujos ir vis dar besiformuojančios, kadangi įsigalėjusių vieningų šių terminų sampratų dar nėra.

Dauguma autorių nagrinėdami socialinio verslumo sąvoką išskiria žmogaus – socialinio verslininko vaidmenį. Socialinis verslininkas – asmuo, kuris imasi aktyvių veiksmų skirtų esminiems socialiniams pokyčiams pasiekti (Bacq, Eddleston, 2018). Jo vaidmuo yra nustatyti visuomenines problemas ir pasiūlyti joms naujoviškus sprendimus (Dobele, 2011), dėl šios priežasties socialiniam verslumui yra būdingas aukštas inovacijų ir kūrybiškumo lygis (Wildmannová, 2017) bei socialiai pažeidžiamų grupių problemų, sukeltų tradicinės rinkos e-

ekonomikos identifikavimo vaidmuo (Paula, Grinfelde, 2017). Teigiama, jog socialinės ekonomikos organizacijos skatina socialinio verslumo vystymosi tempus (Sannikova, Brante, 2018).

Socialinis verslas apibūdinamas kaip įmonė, kuri siekia pelno, bet jo maksimizavimas nėra pagrindinis ir svarbiausias tikslas, kadangi tokia organizacija siekia ir socialinių tikslų bei uždavinių, o organizacijos socialinė misija yra grįsta veikimu rinkoje. Socialinis verslas kuria tiltą tarp dviejų socialinių – ekonominių sąlygų, viena jų yra sukurta skurdo ir nepritekliaus, kita – turto ir galimybės viską gauti (Rahman, Hussain, 2012). Socialinis verslas ir jo plėtra sudaro sąlygas galimybei kelti žmonių gyvenimo kokybę, socialinį jaukumą, apibendrinant – kurti socialinę – ekonominę gerovę (Melnikas, 2017). Vertinant socialinės ekonomikos ir socialinio verslo ryšį, svarbu pabrėžti, jog socialinė ekonomika yra platesnis, daugiau apimantis reiškinys, kuriame socialinis verslas yra vienas iš subjektų (Socialinio verslo gidas, 2016).

Teigiama, jog įmonių socialinė atsakomybė yra įmonės (privataus ar viešojo sektoriaus) filosofija, kurios pagrindas yra visų suinteresuotų šalių (akcininkų, vadovų, darbuotojų, klientų, visuomenės ir kt.) poreikių tenkinimas. Socialiai atsakingos organizacijos pagrindinis tikslas yra vykdant ekonominę veiklą gauti pajamas, tačiau papildomai vykdomos dar trys strateginės veiklos: organizacijos teigiamo poveikio visuomenei didinimas, bendruomenės programų įgyvendinimas, socialinius klausimus ir suinteresuotų šalių reikalavimus apimančios politikos kūrimas (Mišura, Cerović, Buterin, 2018). Lietuvoje įmonių socialinė atsakomybė glaudžiai susijusi su aplinkosauginių ir socialinių uždavinių siekimu. Svarbu atskirti tai, jog socialiai atsakingos įmonės nėra socialinės ekonomikos dalis, nors ir kartu siekia socialinių tikslų, tačiau dėl prioritetinio pelno siekimo tikslo jos yra priskiriamos tradicinei rinkos ekonomikai.

Lietuvoje socialinės ekonomikos sąvoka aptinkama labai ribotai ne tik mokslinėje literatūroje, bet ir įstatymuose. Labiausiai vyrauja gana siauras savo turiniu socialinės įmonės terminas dėl galiojančio Lietuvos Respublikos socialinių įmonių įstatymo, kuris neužtikrina socialinių – ekonominių rodiklių gerėjimo, tokių kaip socialiai pažeidžiamų grupių, kaip jos apibrėžtos įstatyme, įdarbinimas. 2015 m. LR ūkio ministro įsakymu buvo patvirtintas Socialinio verslo koncepcija, kuria buvo siekiama sukurti socialinio verslo Lietuvoje pamatus, kadangi iki tol socialinis verslas šalyje nebuvo reglamentuotas, o oficialūs statistiniai duomenys nerenkami. Dėl LR socialinių įmonių įstatymo ribotumo ir Socialinio verslo koncepcijos teorinio pagrįstumo 2017 metų pabaigoje LR ūkio ministerija iniciavo Socialinio verslo plėtros įstatymo projektą, kurio priėmimas turėtų nustatyti socialinio verslo skatinimo ir plėtros politikos formavimo bei įgyvendinimo principus. Tačiau iki šiol Lietuvoje dėl silpno reguliavimo ir finansavimo, įstatymų ribotumo ir silpnų viešinimo ir gerųjų užsienio praktikų kompanijų vyrauja siauras suvokimas dėl socialinių – ekonominių problemų sprendimų modelių.

Magistro darbo mokslinė problema: Lietuvos mokslinėje literatūroje, lyginant su Europos, socialinės ekonomikos sritis tiriama labai ribotai, o jos modelis nėra nagrinėjamas ir formuojamas, *praktinė problema keliamą klausimu:* koks turi būti Lietuvos socialinės ekonomikos modelis – kokie elementai ir ryšiai tarp jų.

Objektas: socialinės ekonomikos modelis.

Magistro darbo tikslas: suformuoti Lietuvos socialinės ekonomikos modelį ir identifikuoti bei atskleisti jo esminius elementus.

Magistro darbo uždaviniai:

1. Išnagrinėjus skirtingų autorių nuomonę, atskleisti socialinės ekonomikos raidą ir sampratą, išgryninti socialinės ekonomikos sąvoką Lietuvoje.
2. Remiantis socialinės ekonomikos modelių kūrimo procesais Europoje ir Lietuvoje taikomų teisės aktų analize, sukurti teorinį Lietuvos socialinės ekonomikos modelį.
3. Atlikus kokybinį Lietuvos socialinės ekonomikos modelio tyrimą, pagrįsti suformuotą teorinį Lietuvos socialinės ekonomikos modelį.
4. Atlikus socialinio verslumo, kaip Lietuvos socialinės ekonomikos modelio pagrindinio elemento, tyrimą, nustatyti socialinio verslumo potencialą ir konteksto faktorius.
5. Remiantis atliktais Lietuvos socialinės ekonomikos modelio tyrimais, pateikti magistro darbo įžvalgas ir pasiūlymus.

Magistro darbo metodai:

1. Lyginamoji mokslinės literatūros analizė ir sisteminimas – metodas taikytas, siekiant išnagrinėti socialinės ekonomikos sampratą ir vykstančius pokyčius Europoje ir Lietuvoje bei suformuoti teorinį Lietuvos socialinės ekonomikos modelį.
2. Dokumentų sisteminė analizė – metodas taikytas, atliekant Lietuvoje galiojančių ir kuriamų teisės aktų ir rekomendacinio pobūdžio dokumentų, susijusių su socialine ekonomika, analizę ir vertinimą, siekiant suformuoti teorinį Lietuvos socialinės ekonomikos modelį.
3. Pusiaus struktūrizuotas interviu, kokybinė duomenų analizė ir interpretavimas – metodas taikytas, atliekant kokybinį tyrimą, siekiant išsiaiškinti ar suformuotas teorinis Lietuvos socialinės ekonomikos modelis yra pakankamai išplėtotas ir pagrįstas.
4. Anketinė apklausa, kiekybinių duomenų statistinė analizė ir interpretavimas – metodas taikytas, siekiant išsiaiškinti pagrindinio socialinės ekonomikos elemento – socialinio verslumo potencialo, kuris pasireiškia per galimų socialinių verslininkų norą ir ketinimą tapti socialiniais verslininkais, asmeninių savybių ir organizacinės kultūros bruožus, galimai skatinančius jų socialinį verslumą bei įtraukiant tyrimo esminius rezultatus į Lietuvos socialinės ekonomikos modelį.

Magistro darbo ribos, pagrindimas ir apribojimai: ribos – Lietuvos socialinės ekonomikos padėtis ir potencialas, siekiant suformuoti Lietuvos socialinės ekonomikos modelį, minimaliai nagrinėjant socialinį verslą Lietuvoje, daugiau gilinantis į teisės aktus, suinteresuotus asmenis, veikiančius šioje srityje ir jaunuolius, galimai ketinančius tapti socialiniais verslininkais. Pagrindimas – Lietuvoje šiuo metu dar nėra tikslios socialinio verslo apibrėžties, jo statistinių duomenų, dėl šios priežasties, bandant nagrinėti socialinį verslą, kaip pagrindinę Lietuvos socialinės ekonomikos modelio ašį, galimai nebūtų užtikrintas duomenų tinkamumas. Kadangi darbas yra kelių etapų – tęstinis, jo darbo ribos yra pakankamai plačios, apimančios ir bendrąją šalies vaizdą, ir asmeninį – bruožų, būdingų socialiniam verslininkui, aspektą. Tyrimų apribojimai – atliekant Lietuvos socialinės ekonomikos modelio pagrįstumo tyrimą nepavyko suderinti eksperto iš viešojo sektoriaus, kuris būtų labiau atsakingas už socialinės ekonomikos skatinimą Lietuvoje, interviu.

Magistro darbo struktūra: magistro darbą sudaro 81 puslapis, 66 literatūros šaltiniai, 15 paveikslų, 14 lentelių ir 18 priedų.

1. SOCIALINĖS EKONOMIKOS TEORINIAI ASPEKTAI

1.1. Socialinės ekonomikos raida ir samprata

Socialinės ekonomikos ir netiesioginio šio termino pasirodymo pradžia datuojama nuo XIX a. pradžios Prancūzijoje, kai 1830 m. Prancūzijos liberalas ekonomistas Charles Dunoyer išleido Socialinės ekonomikos traktatą, kuriame buvo propaguojamas moralinis požiūris į ekonomiką (Mudura, 2015; *The Social Economy ...*, 2012, p. 10; Ștefănescu, Angelica, 2016; Greblikaitė *et al.*, 2017a). Per 1820-1860 m. periodą Prancūzijoje išsivystė heterogeniška mąstymo mokykla, kurios mąstytojai kolektyviai gali būti vadinama socialiniais ekonomistais. Daugumai iš jų didelę įtaką turėjo T. R. Matus ir S. de Sismodi atliktos analizės dėl *rinkos nesėkmių* egzistavimo (dėl kurių gali kilti nesubalansuotumas) ir *tikrojo* ekonomikos siekio, kuris pasak S. de Sismodi yra žmogaus gerovė, o ne turtas (*The Social Economy ...*, 2012, p. 11). Prancūzų sociologas Frederic Le Play priėmė moralinio požiūrio į ekonomiką koncepciją bei įnešė savo įnašą į socialinės ekonominės analizę. 1867 m. *Universalios* parodos metu jis pristatė sąvoką *e'conomie sociale* – socialinė ekonomika. Savo tekste Frederic Le Play socialinę ekonomiką įvardijo kaip darbininkų ir kitų klasių santykių studiją (Greblikaitė *et al.*, 2017a). XIX a. antroje pusėje socialinė ekonomika išgyveno svarbią pertvarką, kuriai turėjo įtakos du žymūs ekonomistai John Stuart Mill ir Leon Walras (Mudura, 2015). 1896 m. Leon Walras išleista Socialinės ekonomikos studija: socialinės gerovės paskirstymo teorija (pran. *Études d'Économie Sociale: théorie de la répartition de la richesse sociale.*) pažymėjo svarbų lūžį nuo pirminio Frederic Le Play suformuoto socialinės ekonomikos požiūrio. Socialinė ekonomika tapo ekonomikos mokslo ir plataus masto ekonominės veiklos dalimi, kuri susideda iš kooperatyvų, savidraudos draugijų ir asociacijų (*The Social Economy ...*, 2012, p. 12).

Artimesnis, šią dieną pripažįstamos socialinės ekonomikos sampratos identifikavimas prasidėjo taip pat Prancūzijoje 1970 m., kai organizacijos, atstovaujančios kooperatyvus, savidraudos draugijas ir asociacijas, sukūrė Nacionalinį ryšių komitetą dėl savitarpio pagalbos, bendradarbiavimo ir asocijuotos veiklos (pranc. *Comité National de Liaison des Activités Mutualistes, Coopératives et Associatives – CNLAMCA*). Nuo Antrojo pasaulinio karo pabaigos iki 1977 m. socialinės ekonomikos sąvoka nebuvo naudojama kasdieniniame gyvenime, net ir tarp šios ekonomikos ribose veikiančių organizacijų. 1977 m. ir 1979 m. vykusios Europos kooperatyvų, savidraudos draugijų ir asociacijų konferencijos buvo globojamos Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komiteto (angl. *European Economic and Social Committee*). 1980 m. birželį Nacionalinis ryšių komitetas dėl savitarpio pagalbos, bendradarbiavimo ir asocijuotos veiklos išleido Socialinės ekonomikos chartiją (pranc. *Charte de l'économie sociale*; angl. *Social Economy Charter*), kurioje socialinė ekonomika buvo apibrėžta kaip organizacijų, nepriklausančių

viešajam sektoriui, rinkinys, veikiantis demokratiškai, kur visi nariai turi lygias teises ir pareigas, praktikuojantis tam tikrą pelno nuosavybės ir paskirstymo tvarką bei naudojantis pertekliu, siekiant plėsti organizaciją ir tobulinti paslaugas narių ir visuomenės labui (The Social Economy ..., 2012, p. 13; Zajdel, Michalcewicz-Kaniowska, 2015; Recent evolutions ..., 2017, p. 9). 1990 m. Belgijoje Valonijos socialinės ekonomikos tarybos (angl. *Walloon Social Economy Council – CWES*) išleistoje ataskaitoje socialinės ekonomikos sektorius buvo įvardintas kaip ekonomikos dalis, kurią sudaro privačios organizacijos turinčios keturias charakteristikas:

1. Pagrindinis tikslas – tarnauti nariams arba bendruomenei, bet ne pelno siekimas;
2. Savarankiškas valdymas;
3. Demokratinis sprendimų priėmimo procesas;
4. Asmenų ir darbo jėgos viršenybė prieš kapitalo pajamų pasiskirstymą (The Social Economy ..., 2012, p. 14).

Aukščiau išnagrinėta socialinės ekonomikos raida leidžia suprasti, jog priklausomai nuo jos pripažinimo kito ir socialinės ekonomikos samprata. Socialinė ekonomika gali būti suprantama per du skirtingus, vieną kitą perdengiančius, požiūrius:

- Norminis požiūris – socialinė ekonomika suprantama kaip ekonominės veiklos kompleksas, susidedantis iš socialinių kompetencijų ir tam tikrų vertybių praktikos;
- Teisinis požiūris – kaip organizacijų rinkinys, turinčių tam tikras teises sistemas (ne asmeninio pelno siekimas, bet vertės kūrimo skatinimas) (Mazzei, 2017).

Pasak C. Gabriel (2017) socialinė ekonomika apibrėžiama kaip veikla, organizuojama atskirai nuo viešojo sektoriaus, kurios paskirtis yra tarnauti viešajam, bendruomenės ir (arba) asmeniniam, jokių išankstinių ryšių neturinčiam, interesui per šias veiklas: pažeidžiamų grupių užimtumo didinimą; prekių gamybą ir tiekimą; paslaugų teikimą; darbų vykdymą.

Dalis autorių socialinei ekonomikai suteikia solidarumo ekonomikos (Orbán, 2017), socialinės ir solidarumo ekonomikos (Kalogeraki *et al.*, 2018) ar trečiojo sektoriaus pavadinimą (Gabriel, 2017; Orbán, 2017; Paula, Grinfelde, 2017; Hossein, 2017; Greblikaitė *et al.*, 2017a; Wildmannová, 2017; Best practices ..., 2018), dėl veikimo tarp privataus ir viešojo sektoriaus, veiklos pagrindimo demokratinėmis vertybėmis ir siekimo gerinti socialines, ekonomines ir aplinkos sąlygas tam tikroje visuomenėje. 1 priede pateiktas trijų ekonomikos sistemų paveikslas, kuriame sistemos suformuotos pagal jų pagrindinėmis vertybėmis. Pirmasis sektorius suprantamas kaip privatus sektorius, kuris yra orientuotas į pelną ir grąžos privatiems akcininkams padidinimą, veiklą grindžia konkurencija. Antroji sistema – viešasis sektorius, jo pagrindinė veikla susijusi su perskirstymu ir planavimu viešosiose tarnybose, viešųjų paslaugų teikimu, grindžiamas demokratinėmis institucijomis. Trečiasis sektorius susijęs su piliečiais, vykdančiais bendradarbiavimo veiksmus, daugiausia dėmesio skiriant tokioms vertybėms kaip savi

pagalba ir savitarpio pagalba, abipusiškumas, rūpestingumas ir socialinis tikslas bei poreikių tenkinimas (Pearce, 2003, cituojama iš. Kay *et al.*, 2016).

Socialinė ekonomika susideda iš organizacijų, kurių ekonominės veiklos pagrindas nukreiptas į socialinių tikslų siekimą (Hudon, Huybrechts, 2017; Kalogeraki *et al.*, 2018), tai galima paaiškinti, kaip socialinės ekonomikos organizacijų siekimą sukurti socialinę vertę perimant įprastą veikimą rinkos pagrindu (Martínez-Campillo *et al.*, 2018). Tačiau dalis autorių teigia, jog bet koks ekonominis reiškiny, turintis socialinį aspektą, arba bet koks socialinis reiškiny, turintis ekonominį aspektą, galėtų būti laikomas socialinės ekonomikos dalimi (Greblikaitė *et al.*, 2017a). Pasak C. S. Hossein (2017) Kanadoje socialinė ekonomika apibrėžiama kaip jungiamoji koncepcija skirta organizacijoms, turinčioms socialinius tikslus – svarbius jų misijai bei veiklai – ir arba turinčioms aiškius ekonominius tikslus, arba generuojančioms tam tikrą ekonominę vertę per paslaugų teikimą ir pirkimų vykdymą. Taip pat ši ekonomika skiriasi tiek nuo viešojo sektoriaus (vyriausybės), tiek ir nuo privataus sektoriaus (pelno siekiančių organizacijų) (Hossein, 2017; Kalogeraki *et al.*, 2018). N. M. Llabinés *et al.* (2018) pateikia ir kitokią socialinės ekonomikos apibrėžimą, kur socialinė ekonomika suprantama kaip privačių įmonių rinkinys, oficialiai organizuotas patenkinti savo partnerių poreikius, vykdam veiklą rinkoje, gaminant prekes ir teikiant paslaugas bei užtikrinant finansavimą, o naudos ir sprendimų pasiskirstymas tiesiogiai nepriklauso nuo kiekvieno partnerio indėlio į organizacijos kapitalą. Tokios organizacijos, nepaisant skirtingų akcentų literatūroje, gali būti vadinamos socialinėmis įmonėmis (Ștefănescu, Angelica, 2016; Hudon, Huybrechts, 2017) arba socialiniu verslu (Alam *et al.*, 2018), kadangi labiau priklauso socialinėje ekonomikoje (Hudon, Huybrechts, 2017) nei tradicinėje rinkos ekonomikoje (Alam *et al.*, 2018).

Įvairūs autoriai, nagrinėjantys socialinę ekonomiką, organizacijas, veikiančias šios ekonomikos ribose, dažnai vadina bendrinio pavadinimu – socialinės ekonomikos įmonėmis ar organizacijomis (Dolacis, 2014; Bouchard, Rousselière, 2016; Greblikaitė *et al.*, 2017a; Gabriel, 2017; López-Arceiz *et al.*, 2017; Glińska-Neweś, Karwacki, 2017). Toliau šiame darbe nagrinėjant visas socialinei ekonomikai priklausančias įmones, nepaisant literatūroje vartojamų skirtingų sąvokų, buvo naudojamas vienas bendrinis terminas – socialinės ekonomikos organizacija, siekiant išvengti Lietuvoje vyraujančios socialinių įmonių sampratos, kaip ji yra apibrėžta Lietuvos Respublikos socialinių įmonių įstatyme.

Socialinės ekonomikos organizacijos yra įvairių formų ir lygių: vietos, nacionalinio ir regiono (Greblikaitė *et al.*, 2017a). Socialinė ekonomika apima savidraudos draugijas, kooperatyvus, asociacijas, fondus (Mudura, 2015; Gabriel, 2017; Arsenault, 2018; Sannikova, Brante, 2018), taip pat naujas socialinių įmonių ir organizacijų formas (Mudura, Berinde, 2016), kurios savyje talpina socialinės ekonomikos vertybes (Greblikaitė *et al.*, 2017a) iššaukiamas klientų ir

visuomenės (Llabinés *et al.*, 2018), gamina socialines ar kitaip labai vertingas prekes, dirba socialinės integracijos, socialinių paslaugų ir bendruomenės priežiūros srityse (Dolacis, 2014).



1 pav. **Kriterijų, susijusių su socialinės ekonomikos organizacijomis, klasifikavimas**

(Šaltinis: F. J. López-Arceiz *et al.*, 2017)

1 pav. atvaizduoja socialinės ekonomikos organizacijų ekonominį ir socialinį tikslus, kurie turi įtakos organizacijų misijai ir teisei formai (nebūtinai). Šios organizacijos vienu metu siekia ir socialinių, ir ekonominių tikslų, tačiau skirtumas yra, kurį iš šių tikslų, jos laiko prioritetiniu. Fondai ir asociacijos plėtos prioritetinį socialinį tikslą, nors tuo pat metu gali valdyti tam tikrus išteklius ekonominei veiklai. Šiuo atveju ekonominė veikla yra laikoma finansiniu įrankiu socialinių tikslų siekimui. Tačiau pelno siekiančių privačių organizacijų, tokių kaip akcinės bendrovės, ribotos atsakomybės bendrovės ar kooperatyvai, prioritetas nukreiptas į ekonominio tikslo siekimą, kai tuo pat metu jos gali siekti ir neprioritetinio socialinio tikslo, vykdydamos socialinę veiklą: globojamos socialinės dirbtuvės ar darbo integracija į socialines įmones. Svarbu pabrėžti, jog subjektų misija ir socialinės bei ekonominės veiklos plėtra nepriklauso nuo jų teisinės formos. Dėl šios priežasties modelio viduryje esanti socialinės ekonomikos organizacija vaidina svarbų vaidmenį, nes apima įvairias organizacijų teises formas. Itin svarbu yra tai, jog šioms organizacijoms socialinis tikslas visuomet yra prioritetinis, o nuolatinė ir stabilios ekonominės veiklos vykdymas yra būtinybė (López-Arceiz *et al.*, 2017). M. J. Bouchard, D. Rousselière (2016) atliktas tyrimas ir padaryta išvada pagrindžia F. J. López-Arceiz *et al.* (2017) klasifikaciją, jog socialinės ekonomikos organizacijų organizacinis modelis – veikimo principas, yra svarbesnis nei organizacijos teisinis statusas.

Pasak L. M. Mudura, M. Berinde (2016) socialinės ekonomikos organizacijos skaidomos į tradicines ir modernias formas:

1. Tradicinės socialinės ekonomikos organizacijų formos:

- a. Kooperatyvai – laisvai įsteigtos, juridinių asmenų kontroliuojamos organizacijos, siekiant teisingumo principu gauti abipusės naudos – ekonominės sėkmės ir socialinių tikslų pasiekimo – iš įmonės veiklos.
 - b. Savidraudos draugijos – autonominė juridinių arba fizinių asmenų asociacija, savanoriškumo pagrindu suformuota, siekianti patenkinti narių poreikius ir vykdanči veiklą, kuriai būdinga konkurencija.
 - c. Asociacijos – socialiniai dalyviai, valdžios institucijų partneriai, kurių misija – visuotinės svarbos paslaugų teikimas.
 - d. Fondai – turto ir tikslo pagrindu veikiančys subjektai, neturintys narių ar akcininkų bei atskirti nuo ne pelno organizacijų.
2. Modernios socialinės ekonomikos organizacijų formos:
- a. Kolektyvinės organizacijos – tai žemės ūkio asociacijos, savitarpio pagalbos namai, amatų kooperatyvai, vartotojų kooperatyvai, viešojo transporto bendrovės ar kiti sektoriniai juridiniai subjektai.
 - b. Bendrijos organizacijos – vietos valdžios remiamos socialinės įmonės ar kelių šalių valdomi subjektai, kuriuose privatūs ir viešieji subjektai sprendžia bendruomenės problemas.
 - c. Užimtumo organizacijos – urbanistinei aplinkai būdingos organizacijos, kurių pagrindinis tikslas – nepalankioje padėtyje esančių asmenų integravimas į darbo rinką.
 - d. Ne pelno siekiančios verslininkystės organizacijos – tai organizacijos, kurios įprastai yra finansuojamos rėmėjų, dotacijų ir surenkamų aukų, tačiau dėl stabilaus finansavimo būtinybės plėtoja ekonominę veiklą.

Socialinė ekonomika teikia pirmenybę įmonių modeliui (socialinės ekonomikos organizacijoms), kurio negalima apibūdinti per dimensijas ar sektorius, kuriuose yra veikiama, bet per tam tikrų bendrų vertybių laikymąsi, įskaitant:

- Socialinių veikėjų, asmenų ir socialinių tikslų viršenybė prieš kapitalą;
- Solidarumo, atsakomybės, tarpusavio sąveikos (socialinis kapitalas) ir įgalinimo principų gynimas ir taikymas;
- Narių / naudotojų interesų ir / arba bendro intereso derinimas;
- Organizacijos narių vykdoma demokratinė kontrolė ir sprendimų priėmimas;
- Savanoriškas ir atviras dalyvavimas;
- Valdymo savanoriškumas ir nepriklausomybė nuo valdžios institucijų;
- Didžiausio pertekliaus – pelno – paskirstymas ir naudojimas, siekiant tvaraus vystymosi tikslų ir paslaugų teikimo narių intereso ar bendro intereso tenkinimui (Dolacis, 2014; Gabriel, 2017).

L. M. Mudura, M. Berinde (2016) siekdami išskirti pagrindines socialinės ekonomikos organizacijų verslo vertybes lygina jas su klasikinių organizacijų verslo vertybėmis (1 lentelė).

1 lentelė. **Socialinės ekonomikos organizacijų ir klasikinių organizacijų verslo vertybės**
(Šaltinis: Mudura, Berinde, 2016)

Socialinės ekonomikos organizacijos verslo vertybės	Klasikinės organizacijos verslo vertybės
Sąžiningumas ir teisingumas visoje veikloje; Socialinės įtraukties praktika; Teisingumas ir lygybė elgiantis su visais žmonėmis (susijusiais su organizacija); Nuolatinis rūpestis nariais, darbuotojais ir klientais; Dalyvavimas bendruomenės klausimuose; Konkurencingų prekių ir paslaugų gamyba; Rūpinimasis žmoniškųjų išteklių plėtros klausimais; Pagarba, drąsa, kūrybiškumas ir poveikis; Atsidavimo ir profesionalumo įrodymai.	Klientų pasitenkinimo užtikrinimas; Vartotojų pasitikėjimo didinimas; Konkurentų nugalėjimas; Prekių tiekimas kuo geresniu kainos ir kokybės santykiu; Inovatyvių sprendimų ieškojimas siekiant klientų problemų sprendimo; Verslo ir pelningumo didinimas; Konkurencingų rinkos nišų radimas.

Socialinės ekonomikos organizacijos laikydamosi bendrų vertybių tuo pat metu atlieka svarbų vaidmenį palaikydamos vyriausybės politikos tikslus:

- Padeda didinti našumą ir konkurencingumą;
- Prisideda prie integracinės ir dalyvaujamosios visuomenės kūrimo;
- Skatina ir įgalina bendruomenės narius dalyvauti sprendžiant vietines problemas;
- Siūlo naujus viešųjų paslaugų teikimo būdus (Gabriel, 2017).

Pasak A. Orbán (2017) vienas iš svarbiausių reiškinų, kurį sugeba atlikti socialinės ekonomikos organizacijos yra gebėjimas, remiantis socialinėmis inovacijomis motyvuoti sunkiomis sąlygomis gyvenančius asmenis (pvz.: bedarbius, asmenis, gyvenančius besivystančiose vietovėse, pakraštyje gyvenančius asmenis (miestų ir kaimo vietovėse), vienišus tėvus ir neįgalius asmenis) tapti aktyviais piliečiais ir rasti jų ekonominių / socialinių problemų sprendimus savarankiškai.

Socialinės ekonomikos organizacijos ypatingai aktyvios socialinės apsaugos, švietimo ir jos formavimo, mokymų ir mokslinių tyrimų, sveikatos, banko ir draudimo paslaugų, rankų darbo, kultūros, socialinio turizmo, žemės ūkio, sporto, laisvalaikio veiklos srityse taip pat aplinkos ir bendruomenės ugdymo srityje (Ștefănescu, Angelica, 2016; Greblikaitė *et al.*, 2017a).

Vertinant socialinės ekonomikos reikšmę ir svarbą naudinga išskirti pagrindines socialinės ekonomikos suinteresuotas šalis. Pasak L. M. Mudura (2015) egzistuoja trys socialinės ekonomikos subjektų kategorijos:

1. Socialinės ekonomikos naudos gavėjai.
2. Socialinės ekonomikos organizacinės formos;
3. Atitinkamos kompetentingos institucijos;

Socialinės ekonomikos naudos gavėjais, kaip buvo nagrinėta, galima įvardinti visus nepalankioje padėtyje, sunkiomis sąlygomis gyvenančius asmenis – socialiai pažeidžiamų grupių atstovus, tokius kaip ilgalaikiai bedarbiai, vieniši tėvai, neįgalūs asmenys, priklausomybės ligomis sergantys asmenys, iš įkalinimo įstaigų grįžę asmenys, pakraštyje gyvenantys asmenys – miestų ir kaimo vietovėse, garbaus amžiaus asmenys, mažas pajamas uždirbantys asmenys. Antrai socialinės ekonomikos suinteresuotai šaliai priskiriamos dvi subjektų kategorijos:

- visas socialinės ekonomikos organizacijas nepriklausomai nuo jų teisinės formos, nes vykdydamos veiklą siekia socialinių tikslų – aukščiau nagrinėtų asmenų integracijos į darbo rinką ir bendruomenių gyvenimą – ir jų ekonominės padėties gerinimo,
- socialinės ekonomikos organizacijų narius, kadangi ne tik vykdoma veikla yra tenkinami jų poreikiai, kuriai jie turi sprendimų priėmimo galios, bet ir yra suinteresuoti organizacijos veikla ir socialinių tikslų siekimu.

Atitinkamos kompetentingos institucijos apima Europos regiono ir nacionalines institucijas, kurių pagrindinė veikla – teisėkūra, kitaip tariant, turinčioms sprendimų priėmimo galią. Pasak L. M. Mudura (2015) Europos regiono ir nacionalinės institucijos yra atsakingos už tai, kad būtų laikomasi nacionalinių sprendimų, kurie turi įtakos socialinei ekonomikai.

Siekiant susisteminti ir apibendrinti socialinės ekonomikos, jos organizacijų specifiką ir reikšmę 2 lentelėje pateikiami socialinės ekonomikos, liberalios ekonomikos (rinkos) ir organizacijų, veikiančių šiose ekonomikose, pagrindiniai skirtumai pagal išskirtus kriterijus.

2 lentelė. Socialinės ekonomikos ir liberalios ekonomikos bei jų organizacijų skirtumai

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis lentelėje išvardintais autoriais)

Kriterijus	Socialinė ekonomika	Liberali ekonomika
<i>Tikslai</i>	Socialiniai tikslai (Hudon, Huybrechts, 2017; Kalogeraki <i>et al.</i> , 2018)	Ekonominiai (orientuojantis į kapitalo kaupimą) tikslai (Socialinio verslo galimybių ..., 2016; López-Arceiz <i>et al.</i> , 2017)
<i>Sprendimų priėmimo priemonės</i>	Dalyvaujant visiems nariams (Dolacis, 2014; Gabriel, 2017)	Priėmimo galia priklauso nuo investicijų į kapitalą (Ştefănescu, Angelica, 2016)
<i>Darbuotojai</i>	Nepalankioje padėtyje esantys žmonės (Orbán, 2017)	Pasirinkti žmonės priklausomai nuo organizacijos poreikių (Socialinio verslo galimybių ..., 2016; Ştefănescu, Angelica, 2016)
<i>Konstitucijos priemonės</i>	Laisvas dalyvavimas (Dolacis, 2014; Gabriel, 2017)	Privati iniciatyva (Ştefănescu, Angelica, 2016)
<i>Organizacijos forma</i>	Kooperatyvai, asociacijos, savidraudos draugijos, fondai, kolektyvinės organizacijos, bendrijos organizacijos, užimtumo organizacijos, ne pelno siekiančios verslininkystės organizacijos (Mudura, Berinde, 2016)	Ribotos atsakomybės organizacijos (Uždaroji akcinė bendrovė, akcinė bendrovė, Mažoji bendrija) (Ştefănescu, Angelica, 2016), Neribotos atsakomybės organizacijos (individualios įmonės)
<i>Pagrindiniai principai ir vertybės</i>	Socialinių reiškinių viršenybė, solidarumas, atsakomybė, tvarumas, įgalinimas,	Maži kaštai, aukštas produktyvumo ir pelningumo lygis, konkurencingumas per

	bendri interesai, demokratija, savanoriškas dalyvavimas, paskirstymas (Dolacis, 2014; Gabriel, 2017)	kainą ir kokybę, socialinė atsakomybė (Ştefănescu, Angelica, 2016), sąlyginė demokratija (priklauso nuo subjekto teisinės formos)
<i>Pelno naudojimo būdai</i>	Investavimas į įvairių sričių vystymą, bendro intereso tenkinimas (Dolacis, 2014; Gabriel, 2017)	Pelno maksimizavimas, dividendų skyrimas, pelno reinvestavimas (Ştefănescu, Angelica, 2016)
<i>Veiklos sritis</i>	Socialinės apsaugos, švietimo ir jos formavimo, mokymų ir mokslinių tyrimų, sveikatos, banko ir draudimo paslaugų, rankų darbo, kultūros, socialinio turizmo, žemės ūkio, sporto ir laisvalaikio veiklos srityse taip pat aplinkos ir bendruomenės ugdymo srityje (Ştefănescu, Angelica, 2016; Greblikaitė <i>et al.</i> , 2017a).	Įvairios, ekonominę naudą nešančios sritys

Išnagrinėta socialinės ekonomikos ir socialinės ekonomikos organizacijų kilmė, samprata bei susiję reiškiniai, leidžia teigti, jog socialinė ekonomika yra reikšminga priemonė, padedanti užtikrinti žmonių gerovę, tai ji atlieka jungdama skirtingas ekonominės veiklos formas, kurių veikla nukreipta į socialinių tikslų siekimą ir kuriamų, teikiamų prekių bei paslaugų atitikimą žmonių poreikiams užtikrinimą (Socialinės ekonomikos ..., 2015).

1.2. Socialinio verslumo samprata

Kaip ir socialinės ekonomikos, taip ir socialinio verslumo visuotinai priimto vieno apibrėžimo nėra, priklausomai nuo tyrinėjamos srities autoriai išskiria skirtingus akcentus. D. Bornstein, S. Davis (2010) knygoje, kurioje nagrinėjamas socialinis verslumas apibūdina jį kaip procesą, kurio metu piliečiai kuria arba pertvarko institucijas, siekdami išspręsti socialines problemas (skurdas, ligos, neraštingumas, aplinkos griovimas, žmogaus teisių pažeidimai ir korupcija), siekiant geresnio gyvenimo daugeliui. Jie taip pabrėžia, jog socialinį verslumą akademikai, praktikai ir kitų sričių atstovai apibūdina įvairiai, vieni socialinį verslumą įvardija kaip profesiją, kiti – sritį ar judėjimą. Dalis autorių socialinį verslumą prilygina socialiniam verslui (Miculaiciuc, 2019). Galima teigti, jog didelė dalis tyrinėtojų socialinį verslumą vertina kaip profesiją ir išskiria socialinio verslininko sąvoką ir vaidmenį (Abu-Saifan, 2012; Ebrashi, 2013). Socialinis verslininkas yra į misiją orientuotas individas, kuris pasitelkdamas verslininko elgesio modelį, siekia suteikti socialinę vertę mažiau privilegijuotiems asmenims, veikdamas per į verslininkystę orientuotą subjektą, kuris yra finansiškai nepriklausomas, savarankiškas ir tvarus (Abu-Saifan, 2012).

Įvairūs autoriai, nagrinėdami socialinius verslininkus, pirmiausia išskiria jiems būdingus bruožus ir vaidmenis, kuriuos jie atlieka visuomenėje arba organizacijose. J. Elkington Harvard Business Publishing (2008) vaizdo įrašė išskyrė pagrindines socialiniams verslininkams būdingas savybes, tokias kaip:

- emocionalumas ir emociškai varomas, kuris pasireiškia per bandymus atkreipti dėmesį į pasaulines problemas,
- neracionalumas (kitų žmonių gali būti įvardijamas kaip pamišimas), kuris pasireiškia nepriimant pasaulio koks ji yra – bandoma tvarkyti ne pavienes nereikšmingas problemas, bet visą sistemą iš esmės,
- pajėgumas daryti tai, ką kiti žmonės laiko neįmanomu,
- pelno siekimas nesiekiant pelno, kur pelnas gali būti suprastas kaip sumaišytos vertės – žiūrima ne tik į finansinės vertės, bet ir socialinės, o tam tikrais atvejais ir aplinkosauuginės vertės kūrimą tuo pat metu,
- ambicingumas, kylantis ne iš asmeninių paskatų, bet visuomeninių.

D. Bornstein, S. Davis (2010) knygoje nagrinėdami kokie yra socialiniai verslininkai, pristatė įvairius tapimo socialiniai verslininkais pavyzdžius, kuriuos išnagrinėjus galima apibendrinti pagrindinius faktorius leidžiančius išugdyti socialinį verslininką: nuo vaikystės suaugusiųjų skatinimas imtis iniciatyvos (kas ilgainiui leidžia išmokti veikti ir vertinti asmenines idėjas), pasisakymas prieš neteisybę (vaikystėje – užstojant vaiką, iš kurio tyčiojamas) ir supratimas, jog gali pakeisti situaciją, aukštas vidinio kontrolės lokuso lygis (kuris leidžia neturint reikiamų įgūdžių paprašyti pagalbos, atsiradus problemai gilintis į jas ir jų atsiradimo priežastčių, o ne kaltų ieškojimą), gerojo, etiško ir nesugebančio apeiti aplinkinių kančių asmens pavyzdys vaikystėje – autoritetas. Autoriai atkreipė dėmesį, nors dalis socialinių verslininkų nuo ankstyvos vaikystės turėjo išreikštą aukštą socialinį verslumą, tačiau kitiems jis pasireikšti gali tik po kurio laiko intuityviai ir lėtai, dirbant kitus darbus ir matant visuomenėje esančias problemas, kurios sąlygoja tikrojo pašaukimo pasireiškimą.

S. Abu-Saifan (2012) nagrinėdamas ir palygindamas įprastus verslininkus ir socialinius verslininkus, apibrėžė išskirtinai socialiniams verslininkams būdingas charakteristikas: misijos lyderis, nuomonės lyderis, vizionierius, pokyčių agentas, socialinės vertės kūrėjas, emociškai įkrautas, socialiai budrus, stipriai atsakingas ir atskaitingas.

Apibendrinant galima teigti, jog socialinis verslumas socialinėje ekonomikoje pasireiškia per socialinių verslininkų veikimą, kuris sąlygojamas jų asmeninių savybių gautų įvairiomis aplinkybėmis, kurių dažniausiai yra vaikystėje ir šeimoje ugdytos vertybės.

1.3. Socialinės ekonomikos modelio kūrimas Europoje

Europos Parlamento Vidaus rinkos ir vartotojų apsaugos komiteto užsakytas tyrimas atskleidė, jog pagrindinių socialinės ekonomikos subjektų tipų apibrėžties trūkumas yra viena iš pagrindinių šio sektoriaus plėtros kliūčių Europos Sąjungoje. Aiškiaus socialinės ekonomikos

apibrėžimo egzistavimas padėtų nustatyti išsamios ir suderintos politikos ir norminės bazės ribas, sudarant sąlygas visapusiškai išnaudoti socialinės ekonomikos augimą ir darbo vietų kūrimo potencialą tiek ES, tiek ir valstybių narių lygiu. Įprastai valstybėse narėse, turinčiose aiškia socialinę reguliavimo sistemą, skirtą socialinės ekonomikos subjektams, socialinė ekonomika yra svarbiausia. Tačiau egzistuoja ir tam tikros išimtys, viena jų – Vokietijos atvejis. Nors ši šalis buvo viena iš tų, kur socialinė ekonomika nuolatos vystėsi, tačiau joje nėra aiškios socialinės ekonomikos reguliavimo sistemos kaip visumos. Tai atskleidžia, kad aiškios reguliavimo sistemos turėjimas šalyje yra palankus socialinės ekonomikos plėtrai nacionaliniu lygmeniu, tačiau sistemos neturėjimas neužkerta kelio šio sektoriaus plėtrai (Social Economy, 2016).



2 pav. **Europos Sąjungos struktūrinių, reguliavimo ir finansinių veiksnių poreikis**

(Šaltinis: Social Economy, 2016, p. 83)

2 paveiksle, remiantis atliktu tyrimu, pateiktos svarbiausios siūlomos priemonės, skirtos pagrindinėms problemoms spręsti ES lygiu. Siekiant palengvinti socialinės ekonomikos organizacijų plėtrą ir įveikti kliūtis, didinti jų potencialų poveikį bendrai rinkai, ES politikos intervencija turi būti orientuota į struktūrines, reguliavimo ir finansines kliūtis, kurios šiuo metu trukdo socialinės ekonomikos tvariam augimui (Social Economy, 2016). Pirmi du svarbiausi veiksmai susiję su socialinės ekonomikos reikšmės bendrai ekonomikai įsisavinimu ir socialinei ekonomikai palankios politinės ir teisinės sistemos kūrimu ES lygiu. Siekiant patvirtinti, jog tam tikri veiksmai šiose srityse yra priimami 2 priede pateikiamos teigiamą įtaką socialinei ekonomikai (jos supratimui, skatinimui ir reglamentavimui) darančios politikos priemonės ES šalyse. Išskiriama minkštoji politika – politiniai veiksmai, kuriais siekiama sukurti palankią ekosistemą socialinės ekonomikos organizacijoms, bei kietoji politika – ekonominiai politiniai veiksmai skatinantys organizacijas, ir šių politikų priemonės (Best practices ..., 2018).

Kaip matyti tik dvi ES šalys – Rumunija ir Prancūzija – turi priėmusios aukščiausio lygio įstatymus susijusius su socialine ekonomika, taip pat nedidelė dalis šalių yra įtvirtinusios socialinės ekonomikos subjektus kaip politikos formuotojus – viešosios politikos partnerius (Lenkija, Prancūzija ir Ispanija bei ES lygiu veikiantis subjektas – Socialinė Ekonomika Europoje

(angl. *Social Economy Europe*) ir socialinės ekonomikos žinomumą, mokymus ir mokslinius tyrimus skatinančias priemones (Bulgarija, Portugalija, Prancūzija ir Ispanija). Šiomis priemonėmis šalyse siekiama kurti ir įtvirtinti socialinės ekonomikos organizacijoms tinkamą aplinką. Kitose šalyse didesnis dėmesys skiriamas pačioms organizacijoms, t. y. sukurti ir įgyvendinami finansavimo ir paramos joms teikimo mechanizmai (Italija, Vengrija, Ispanija, Suomija, Belgija, Prancūzija, Portugalija ir Jungtinė Karalystė).

Trumpai apžvelgiami pagrindiniai du teisės aktai. Socialinės ekonomikos įstatymas (Rumunija) – problema: aiškios socialinių įmonių teisinės ir reguliavimo sistemos trūkumas Rumunijoje. Įstatymo tikslas: remti socialinės ekonomikos sektoriaus pripažinimą. Apibrėžtos sąvokos socialinė ekonomika, socialinė įmonė ir darbo integracijos socialinė įmonė, nustatytos koncepcijos ir padidinamas jau egzistuojančio sektoriaus matomumas. Įstatymas nustatė pirmąjį centrinio ir apskrities lygmens institucinį susitarimą viešojo administravimo srityje dėl atsakomybės susijusios su socialinės ekonomikos sektoriumi šalyje. Nustatytas socialinių įmonių registras. Susitarimas dėl solidarumo bendrovių socialinės naudos (Prancūzija) – tai ne tik susitarimas dėl teisinio socialinių ir solidarumo subjektų apibrėžimo, bet ir priemonė, suteikianti šiems subjektams tam tikrų pranašumų (daugiausia finansuojamų iš darbuotojų taupymo sistemų – Prancūzijos privačių lėšų). Šį teisinį statusą gali gauti tik asociacijos, kooperatyvai, savidraudos draugijos, fondai ar komercinės bendrovės, atitinkančios tam tikrus kriterijus (socialinės naudos ir bendro intereso siekimas, demokratinis valdymas, didžiosios pelno dalies reinvestavimas). Apibrėžta leidimo teisė, skirta socialinės ir solidarumo ekonomikos subjektams. Tikslas: paskatinti privačius finansuotojus labiau domėtis socialinės ekonomikos organizacijomis, suteikti prasmės jų investicijoms ir sukurti ekosistemą, skatinančią plėtoti solidarumo įmones (Best practices ..., 2018).

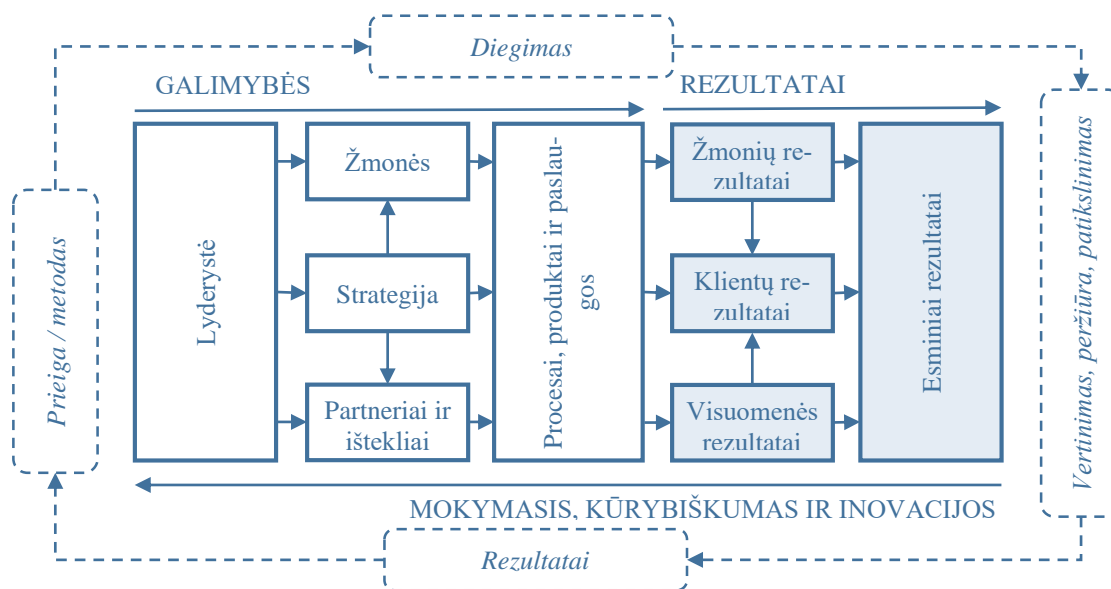
Siekiant skatinti socialinės ekonomikos matomumą ir pripažinimą pasibaigus sėkmingam pirmajam pilotiniam kvietimui 2018 m. gruodžio mėnesį Vidaus rinkos, pramonės, verslumo ir labai mažų, mažų ir vidutinių įmonių Generalinis Direktoratas (angl. *European Commission's Directorate General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs*) išleido antrąjį „Europos socialinės ekonomikos regionai“ (angl. *European Social Economy Regions*) kvietimą. Tikslas – sukurti veiksmingus socialinės ekonomikos ir socialinių inovacijų suinteresuotų šalių tinklus. Kartu jie gali didinti informuotumą apie socialinę ekonomiką regionų ir vietos lygiu bei informuoti suinteresuotas šalis apie paramos gavimą ES lygmeniu. Šia iniciatyva siekiama sutelkti regionų ir vietos suinteresuotas šalis, socialinės ekonomikos organizacijas, socialinius novatorius ir politikos formuotojus, siekiant skatinti socialinės ekonomikos pridėtinę vertę ir naudą. Naudojama forma – regiono ar vietos lygmens renginiai (European Social ..., 2018).

Taip pat viena iš būtinų priemonių yra inovacinio potencialo skatinimas tarp socialinės ekonomikos organizacijų. Pasak Vézina *et al.* (2017) socialinės inovacijos ir socialinės ekonomikos organizacijos yra glaudžiai susijusios, kadangi socialinės ekonomikos organizacijas galima laikyti socialinių inovacijų priemone arba rezultatu, nes jos abi naudojamos siekiant spręsti visuomeninius poreikius bei atspindi teisingumo ir lygybės vertybes. Socialinės inovacijos, kaip ir socialinės ekonomikos organizacijos, pasitelkiamos per lokalizuotą *iš apačios į viršų* procesą, tai yra per dalyvių kiekį, demokratinį valdymą, persikirstymą ir abipusiškumą. Socialinės inovacijos gali būti suprastos kaip socialinių poreikių tenkinimo vienas iš būdų arba kaip elgesio pokytis, reikalingas siekiant patenkinti ar įgyvendinti tam tikrus pokyčius visuomenėje susijusius su socialinėmis problemomis (2014-2020 m. Europos Sąjungos ..., 2018). Socialinių inovacijų kūrimas ir įgyvendinimas susideda iš 6 etapų, kurių kiekvienas turi reikšmę ir reikalauja finansavimo, tačiau kai kurios socialinės inovacijos gali griežtai nesilaikyti šio ciklo, perskoti nuo vieno etapo prie kito (3 priedas):

1. Raginimas, įkvėpimas, diagnozė – šiame etape svarbiausia identifikuoti inovacijų poreikį, kuris gali kilti dėl įvairių veiksnių: krizė, viešųjų išlaidų mažinimas, prasti veiklos rezultatai, strategija ir kt. bei kūrybinės vaizduotės ir naujų įrodymų surinkimas;
2. Pasiūlymai ir idėjos – tai idėjų kūrimo etapas, kuris gali apimti ir formalius, ir kūrybiškus metodus;
3. Prototipas ir bandomieji projektai – šiame etape išbandomos sugeneruotos idėjos praktiškai, sukuriama prototipai, bandomieji projektai, atliekami tyrimai. Šis etapas ypač svarbus socialinėje ekonomikoje, kadangi testavimas padeda sukaupti jėgas ir spręsti kylančius konfliktus;
4. Tvarumas – idėjos tapimas kasdienine praktika, idėjų stiprinimas bei pajamų srautų nustatymas, siekiant užtikrinti ilgalaikį organizacijų sėkmę (socialinės ekonomikos organizacijų ir viešojo sektoriaus subjektų);
5. Mastelis ir difuzija – įvairių strategijų, skirtų augimui ir inovacijų skleidimui, kūrimas ir taikymas.
6. Sisteminiai pokyčiai – tai pagrindinis socialinių inovacijų tikslas. Socialinės inovacijos dažniausiai atsiranda dėl senos tvarkos kliūčių ir priešiško, o sisteminiai pokyčiai dažniausiai apima daugelio elementų sąveiką: socialinius judėjimus, verslo modelius, įstatymus ir taisykles, visiškai naujus mąstymo ir veikimo būdus (The Open Book ..., 2010; 2014-2020 m. Europos Sąjungos ..., 2018).

3 pav. pateiktas Europos kokybės vadybos fondo Tobulumo modelis grįstas *rezultatų, prieigos / metodų, diegimo ir vertinimo, peržiūros ir patikslinimo* (angl. *results, approaches, deploy, assess and refine (RADAR)*) logika. Tobulumo modelis per skirtingus kriterijus parodo

organizacijos veiklos tobulumo lygį, kuris nuolatos buvo tobulinamas atsižvelgiant į kintančias visuomenines sąlygas. 2003 m. versijoje įmonių socialinė atsakomybė buvo pirmą kartą pristatyta kaip pagrindinė koncepcija, o 2013 m. versijoje įtrauktos tokios temos kaip teigiamas poveikis organizacijai ir atsakomybė (Calvo-Mora *et al.*, 2018). Nepaisant to, jog įmonės socialinė atsakomybė yra priskirtina tradicinei rinkos ekonomikai, tačiau dėl organizacijos socialinio poveikio bei atsakomybės vertinimo Tobulumo modelis yra tinkama priemonė vertinant socialinės ekonomikos skatinimą.



3 pav. **Tobulumo modelis pagrįstas RADAR logika**

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Gómez *et al.*, 2017; Calvo-Mora *et al.*, 2018)

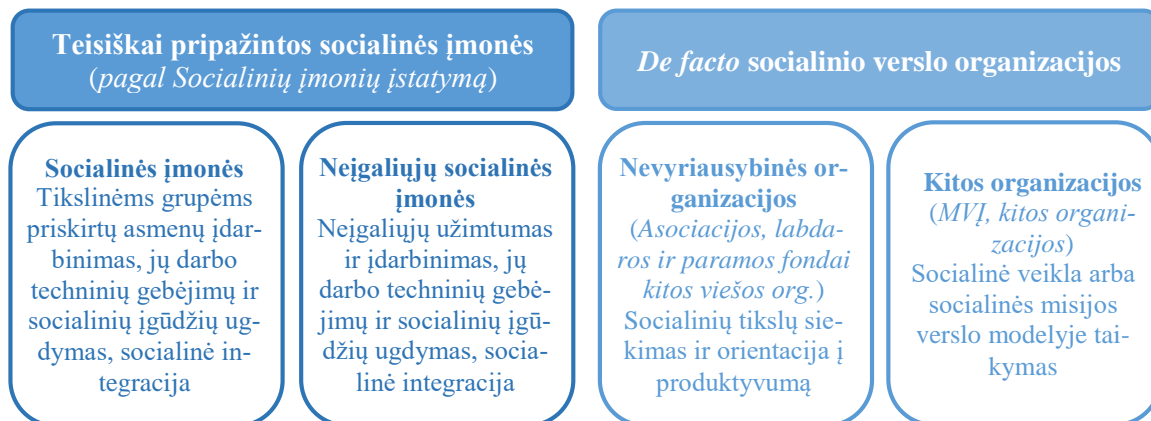
A. Calvo-Mora *et al.* (2018) atliko tyrimą, kuriuo buvo siekiama išaiškinti visuotinės kokybės vadybos (VKV) socialinių veiksnių (lyderystės ir žmonių) bei techninių ir strateginių veiksnių (strategijos, išteklių ir procesų valdymo) įtaką įmonių socialiniams rezultatams. Tyrimo imtis – 116 VKV patirtį turinčios Ispanijos įmonių. Tyrimo atlikimui pasirinktas Tobulumo modelio vertinimo priemonės. Rezultatai atskleidė, jog Tobulumo modelis yra patikima ir tinkama sistema, kuria remiantis galima vertinti, išmatuoti ir tobulinti organizacijos socialinį poveikį. Taip pat VKV socialiniai, strategijos ir išteklių valdymo veiksniai lemia organizacijos valdomų pagrindinių procesų efektyvumą, kurie turi didelę įtaką organizacijos pasiekiamiems socialiniams rezultatams.

J. Greblikaitė *et al.* (2017a) nagrinėdami dabartinę Lietuvos situaciją ir socialinės ekonomikos potencialą Lietuvoje išskiria tokias reikšmingas sąvokas kaip socialinės įmonės ir socialinis verslas. Socialinės įmonės, Lietuvoje yra įtvirtintos įstatymu, o socialinio verslo samprata pirmą kartą buvo apibrėžta Socialinio verslo koncepcijoje. 4 pav. pateiktos Lietuvoje pripažįstamos dvi suklasifikuotos grupės organizacijų, kurių veiklos yra nukreiptos į socialinių tikslų

siekimą. Šios organizacijos turi būti pripažįstamos kaip socialinės ekonomikos dalis, tačiau vertinant Lietuvos įstatyminę bazę, taip nėra įvardijamos. Dėlto, remiantis Socialinio verslo koncepcija, šioje darbo dalyje šios organizacijos buvo vadinamos socialinio verslo subjektais.

Organizacijos suklasifikuotos pagal du požymius:

1. teisiškai pripažintos socialinės įmonės, nurodant jų pagrindinę veiklą;
2. *de facto* socialinės įmonės, kurių veikla nukreipta į socialinių tikslų siekimą, neidentifikuojant tikslinių grupių, kurių problemas bandoma spręsti. Siekiant išvengti socialinių įmonių apibrėžties – paveiksle naudojamas socialinio verslo organizacijos pavadinimas.



4 pav. Socialinio verslo organizacijų įvairovė Lietuvoje

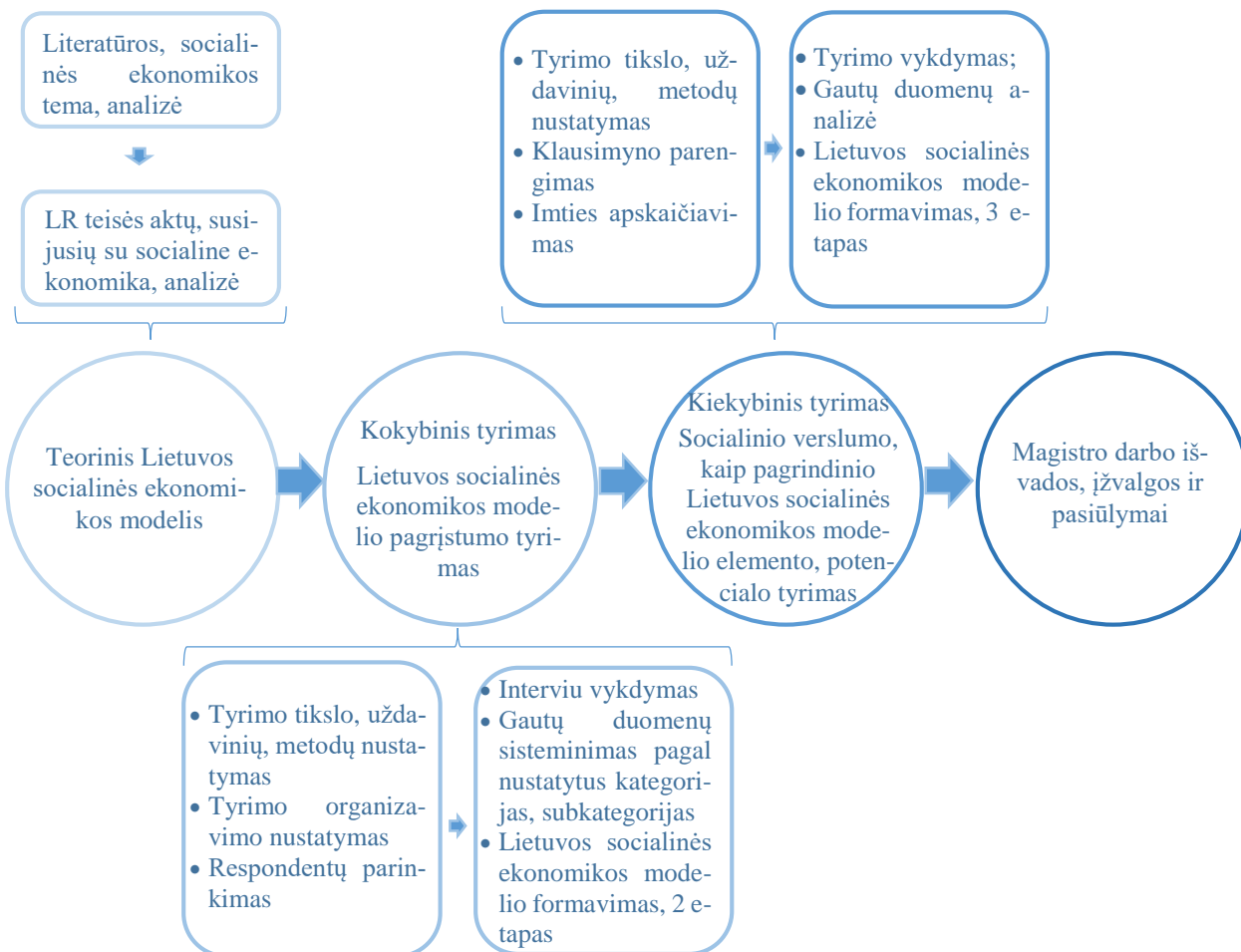
(šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Greblikaitė *et al.*, 2017a)

J. Greblikaitė *et al.* (2017a) teigia, jog šie socialinio verslo subjektai turėtų įgyvendinti ne tik socialinę misiją versle, bet ir sukurti pridėtinę vertę su specifiniu socialiniu aspektu. Tačiau dėl įstatymuose apibrėžtų socialinių paslaugų ir gaminių teikėjų ir jų veiklos reglamentavimo yra daugybė apribojimų, todėl būtina pagerinti šią situaciją keičiant ar kuriant atitinkamus teisės aktus.

Socialinės ekonomikos Europoje analizė atskleidė, jog socialinė ekonomika iš tiesų yra sąlyginai naujas ir besivystantis sektorius, kurio egzistavimas ir pripažinimas skirtingose šalyse yra nevienodas. Būtinai šios ekonomikos žinomumo, prieinamumo didinimas ir teisinių reglamentų ar kitų mechanizmų tolygus formavimas. Svarbu, jog visos Europos šalys įsisavintų socialinės ekonomikos reikšmę.

2. LIETUVOS SOCIALINĖS EKONOMIKOS MODELIO KONCEPCIJA IR TYRIMO METODOLOGIJA

Siekiant išnagrinėti magistro darbe iškeltą darbo problemą ir pasiekti išsikeltą tikslą buvo sudarytas tyrimų atlikimo modelis, kuriame identifikuojami pagrindiniai tyrimų organizavimo etapai ir jų veiklos (5 pav.).



5 pav. Tyrimų atlikimo modelis

(Šaltinis: sudaryta autorės)

Lietuvos socialinės ekonomikos modelio tyrimas susideda iš 4 etapų. 1 etapas apima dvi veiklas: pirma – aktualios Lietuvos ir užsienio literatūros, socialinės ekonomikos ir susijusių sričių tema, analizė, antra – Lietuvoje galiojančių, naujai kuriamų teisės aktų ir rekomendacinio pobūdžio dokumentų, nukreiptų į socialinės ekonomikos skatinimą Lietuvoje, analizė. Šis etapas buvo įvestis pagrindinių tyrimų vykdymui. Remiantis atliktomis socialinės ekonomikos literatūros ir susijusių teisės aktų ir dokumentų analize, buvo siekiama suformuoti teorinį Lietuvos socialinės ekonomikos modelį. 2 etapas – kokybinis Lietuvos socialinės ekonomikos modelio pagrįstumo tyrimas, kurio vykdymu buvo siekiama pagrįsti ir patobulinti realiais pavyzdžiais 1 etape suformuotą Lietuvos socialinės ekonomikos modelį. 3 etapas – socialinio verslumo, kaip Lietuvos socialinės ekonomikos modelio vieno iš pagrindinių elementų, potencialo

(tyrimo tikslinė grupė – jaunimas) tyrimas. 3 etape vykdytas tyrimas apėmė tik vieną Lietuvos socialinės ekonomikos modelio elementą, bet ne visą modelį, dėl kokybinio tyrimo metu gautų rezultatų, kurie parodė, jog net intensyviai veikdami socialinės ekonomikos srityje ekspertai neturėjo tikslios nuomonės, koks galėtų būti socialinės ekonomikos modelis. Taip pat kadangi klausimai jiems buvo tikslinami ir tarp ekspertų atsakymų nebuvo vieningos nuomonės, buvo nuspręsta, jog pačio socialinės ekonomikos modelio tyrimui galimai tiriamoji dauguma nėra pasirengusi, viso modelio pateikti dar negalima, nėra tinkamų žinių, jog tyrimas bus rezultatyvus. Taip pat tyrime nėra tiriama visas „lyderystės iš apačios“ elementas dėl dabartinės Lietuvos situacijos, kur socialinio verslo įstatymas dar nėra priimtas ir tikslų statistinių duomenų dėl socialinių verslų skaičiaus Lietuvoje nėra. 4 etapas yra visos tiriamosios dalies rezultatas. Šiame etape, išnagrinėjus atliktų tyrimų rezultatus, buvo pateiktos viso magistro darbo išvados, išvalgos ir pasiūlymai, siekiant skatinti ir plėtoti Lietuvos socialinę ekonomiką.

2.1. Socialinės ekonomikos įgyvendinimo Lietuvoje tyrimas

2.1.1. Socialinės ekonomikos įgyvendinimo Lietuvoje metodologija

Tyrimo problema: nėra išanalizuoti ir susisteminti Lietuvos įstatyminėje bazėje vykdomi veiksmai dėl socialinės ekonomikos skatinimo. *Tyrimo tikslas* – įvertinti socialinės ekonomikos įgyvendinimui Lietuvoje galiojančius ir kuriamus teisės aktus ir rekomendacinio pobūdžio dokumentus. *Tyrimo objektas:* socialinės ekonomikos įgyvendinimą apibrėžiantys Lietuvoje galiojantys ir kuriami teisės aktai, rekomendacinio pobūdžio dokumentai.

Tikslui pasiekti keliami šie *uždaviniai*:

1. Atlikus teisės aktų ir dokumentų peržiūrą, atrinkti pagrindinius teisės aktus ir dokumentus galiojančius Lietuvoje dėl socialinės ekonomikos įgyvendinimo.
2. Atlikus galiojančių ir kuriamų teisės aktų ir dokumentų analizę, išskirti pagrindinius jų trūkumus ar ribotumą.
3. Susistemintus tyrimo rezultatus ir nagrinėtą socialinės ekonomikos literatūrą, suformuoti teorinį Lietuvos socialinės ekonomikos modelį.

Tyrimui atlikti naudotas *metodas* – dokumentų sisteminė analizė. Tyrime teisės aktais laikomi visi reikšmingą teisinę galią turintys dokumentai – įstatymai, o dokumentų sąvoka naudojama visiems rekomendacinio pobūdžio dokumentams – gidams ir analizėms. Tyrime analizuojami šie teisės aktai:

1. Lietuvos Respublikos socialinių įmonių įstatymas Nr. IX-2251 ir jo keitimas.
2. Antikorupcinio vertinimo išvada dėl socialinių įmonių veiklos teisinio reglamentavimo Nr. 4-01-508 (2018). Vilnius: Lietuvos Respublikos specialiųjų tyrimų tarnyba.

3. Socialinio verslo koncepcija, patvirtinta Lietuvos Respublikos ūkio ministro 2015 m. balandžio 3 d. įsakymu Nr. 4-207, ir jos keitimas.
4. 2016 m. Socialinio verslo gidas. Vilnius: Lietuvos Respublikos ūkio ministerija.
5. Lietuvos Respublikos socialinio verslo plėtros įstatymas. Projektas. Reg. data: 2018-09-11, Reg. Nr. 18-6947(2).
6. 2014–2020 metų Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programos 8 prioriteto „Socialinės įtraukties didinimas ir kova su skurdu“ priemonės Nr. 08.5.1-ESFA-K-853 „Parama socialiniam verslui“ projektų finansavimo sąlygų aprašo projektas.
7. Socialinio verslo vykdymo pagal Lietuvos kaimo plėtros 2014–2020 metų programos priemonės gairės, patvirtintos Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministro 2017 m. lapkričio 9 d. įsakymu Nr. 3D-720.

Tyrimas vykdytas 2018 m. lapkričio mėnesį.

2.1.2. Socialinės ekonomikos įgyvendinimo Lietuvoje analizė

2018 metų pradžioje Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerija iniciavo Lietuvos Respublikos socialinių įmonių įstatymo, įsigaliojusio 2004 m. birželio 19 d. Nr. IX-2251, keitimą, kuriuo buvo siekiama pažaboti kylančias problemas dėl šių įmonių teisinio reguliavimo ir korupcijos rizikos, įvairių piktnaudžiavimų (Bikauskaitė, 2018). 2018 m. sausio 18 d. LR specialiųjų tyrimų tarnybos (STT) pateiktos Antikorupcinio vertinimo išvados dėl socialinių įmonių veiklos teisinio reglamentavimo atskleidė, jog Socialinių įmonių įstatymo teikiama parama visiškai neorientuota į tikslinėms grupėms priskirtus asmenis (pagal šį įstatymą įdarbinta (neaišku, kiek jų dirba realiai) apie 7 000 žmonių iš 140 000 (t. y. tik apie 5 proc.), jų problemų sprendimus, bet į socialines įmones – darbo užmokesčio subsidijavimas ir socialinio draudimo įmokų kompensavimas išnaudoja didžiausią valstybės skiriamą finansavimo dalį, o kitoms, Socialinių įmonių įstatyme apibrėžtoms valstybės pagalbos rūšims, finansavimo įmonės nėra linkusios naudoti ir neišnaudoja (Antikorupcinio vertinimo ..., 2018). Remiantis 2017 m. duomenimis Lietuvoje yra 241 861 neįgalus asmuo, tai sudaro 8,55 proc. visų Lietuvos gyventojų, iš jų 162 632 yra darbingo amžiaus, o dirba tik 47 133, kas sudaro kiek mažiau nei 29 proc. visų neįgalių darbingo amžiaus žmonių (Bendroji statistika, 2017), tik apie 5 proc. visų galinčių dirbti neįgaliųjų dirba socialinėse įmonėse.

Socialinių įmonių įstatymo keitimu buvo siekiama labiau skatinti socialinio verslo ir užimtumo modelių diegimą, kurie būtų pritaikyti užtikrinti neįgaliųjų užimtumą specialiose dirbtuvėse ar darba socialinėse įmonėse ir kitur (Bikauskaitė, 2018). Tačiau galiojantis įstatymas reglamentuoja tik socialinių įmonių, o ne socialinio verslo subjektų veiklą, tai sąlygoja nevie-

nodą valstybės pagalbą šiame sektoriuje veikiančioms įmonėms. Socialinių įmonių tikslas susideda iš daugybės elementų, kurių svarbiausi yra įstatyme apibrėžtų socialinių grupių grįžimo ir integracijos į darbo rinką skatinimas ir socialinės atskirties mažinimas. Šis įstatymas yra taikomas socialinėms įmonėms (įmonės apibrėžiamos pagal tris kriterijus: ne mažesnė kaip 40 proc. metinio vidutinio darbuotojų skaičiaus dalis sudaro įdarbintų tikslinėms grupėms priskirtų darbuotojų; įmonės steigimo dokumentuose nurodytas tikslinių grupių asmenų įdarbinimo, įgūdžių lavinimo ir integracijos tikslas; į socialinių įmonių neremtinų veiklų sąrašą įtrauktų veiklų nevykdymas) ir neįgaliųjų socialinėms įmonėms (taikomas vienas kriterijus, kur ne mažiau kaip 50 proc. metinio vidutinio darbuotojų skaičiaus dalis turi sudaryti įdarbintų tikslinėms grupėms priskirtų asmenų) (Lietuvos Respublikos socialinių ..., 2004). Tačiau Lietuvoje galiojantis socialinių įmonių įstatymas riboja socialinių įmonių suvokimą platesne prasme, įstatyme pateikta socialinių įmonių apibrėžtis yra siaura, nepakankamai nukreipta į socialinių tikslų siekimo skatinimą, įmonės vis tiek prioretizuoja ekonominio – pelno siekimo tikslą, pelno paskirstymo reikalavimai nėra reglamentuojami, o socialinių inovacijų kūrimo ir diegimo klausimai nėra paliečiami bei plėtojami. Pabrėžtina, jog socialinių įmonių samprata labai skiriasi nuo Europos Komisijos apibrėžtos socialinės įmonės sampratos (Socialinio verslo koncepcija, 2015).

2015 m. siekiant pagerinti bei praplėsti socialinių įmonių ir socialinio verslo sąlygas Lietuvoje bei įgyventi Europos Komisijos 2011 m. spalio 25 d. komunikato Nr. (2011) 682 „Socialinio verslo iniciatyva. Socialinėms įmonėms plėtoti palankios aplinkos kūrimas socialinių inovacijų ekonomikoje“ ir Europos Parlamento 2012 m. lapkričio 20 d. tokio pat pavadinimo rezoliucijos rekomendacijas dėl šių subjektų veiklos bendrųjų sąlygų gerinimo, LR ūkio ministerija iniciavo ir LR ūkio ministro įsakymu Nr. 4-207 patvirtino Socialinio verslo koncepciją. Atlikus Lietuvoje galiojančių įstatymų, susijusių su socialinės ekonomikos objektais, analizę buvo pastebėta, jog šioje koncepcijoje pirmą kartą Lietuvos įstatyminėje bazėje buvo įtvirtintos socialinės ekonomikos ir socialinio verslo sampratos. Koncepcijoje socialinė ekonomika apibrėžiama kaip vienas iš nacionalinių ekonomikos sektorių, kuriančių socialinę ir ekonominę vertę bei siekiančių patenkinti įvairius poreikius, susijusius labiausiai su socialiniais aspektais, kurių negali patenkinti privatus ir viešasis sektoriai. Socialinis verslas įtvirtinamas kaip „verslo modelis, 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“ (cituojuama iš Socialinio verslo koncepcija, 2015). Kaip socialinė inovacija Lietuvos žiniasklaidoje buvo pristatytas socialinio verslo pavyzdys – VšĮ „Demokratinė mokykla“, šioje organizacijoje taikomi socialinio verslo principai, socialinė misija susieta su ekonomine veikla (Gembickienė, Leonienė, 2015). Dar

vienas dažnai naudojamas ir daugelio žmonių gerai žinomas socialinio verslo pavyzdys yra 2004 m. įsteigtas salotų baras „Mano guru“, kuriame dirba iš įkalinimo įstaigų ir priklausomybės ligomis sirgę, baigę reabilitacijos programas, asmenys. Tai vieni geriausiai veiklą vykdančių socialinių verslų Lietuvoje. Siekiant tokių verslų didesnio viešinimo ir socialinio verslo kaip visumos skatinimo, jo teisingo suvokimo ir kūrimo, LR ūkio ministerija 2016 m. parengė ir išleido Socialinio verslo gidą, kuriame pateiki visi svarbiausi socialinio verslo komponentai, nuo socialinės ekonomikos sampratos Europoje iki socialinio verslo įkūrimui reikalingų analizių atlikimo (Socialinio verslo gidas, 2016). Svarbu tai, jog koncepcijoje ne tik apibrėžiama socialinio verslo samprata ir susiję aspektai, bet ir nustatomas veiksmų planas – pagrindinio tikslo įgyvendinimui iškeliami trys plėtros uždaviniai: palankios teisinės bazės sukūrimas; finansavimo ir mokesčių lengvatų sukūrimas; žinomumo, suvokimo ir bendradarbiavimo skatinimo ugdymas. Už koncepcijos veiksmų plano sėkmingą įgyvendinimą atsako aukščiausio lygio valdančiosios institucijos – LR ūkio ministerija ir LR socialinės apsaugos ir darbo ministerija.

2017 m. pabaigoje LR ūkio ministerija iniciavo Socialinio verslo plėtros įstatymo projektą. Pradėtas praktiškai vykdyti Socialinio verslo koncepcijos įgyvendinimo vienas iš veiksmų plano uždavinių. Šiuo įstatymo projektu bandoma praplėsti Lietuvoje galiojančio Socialinių įmonių įstatymo nuostatas, vyraujančią klaidingą nuomonę dėl socialinio verslo ir socialinių įmonių sampratų, kurios Lietuvoje yra laikomos lygiagrečiomis, nors socialinės įmonės tėra socialinio verslo viena iš formų. Tai visiškai neatitinka Europoje vyraujančios praktikos bei neužkerta kelio socialinių problemų didėjimui. Šiuo metu įstatymo projektas yra derinamas su visomis suinteresuotomis šalimis: ministerijomis ir įvairiais socialiniais partneriais – neįgaliųjų ir verslo bei investicijas ir inovacijas skatinančiomis asociacijomis. Įstatymo projektu siekiama apibrėžti socialinio verslo, socialinio verslo subjektų sampratą ir kriterijus šio statuso gavimui ir neteikimui, kurią naudą – socialinį poveikį. Aukščiau įvardintas pagrindinis socialinio verslo tikslas – socialinės misijos vykdymas, šiame įstatymo projekte pervardinamas į *socialinis poveikio* sąvoką dėl išmatuojamumo galimybės. Svarbu, jog siekiama:

- praplėsti tikslines asmenų grupes, kurioms socialinis poveikis yra labiausiai jaučiamas,
- nustatyti uždirbto pelno reinvestavimo sąlygas – aiškiai apibrėžiama, jog didžioji pelno dalis turi būti skiriama socialiniam poveikiui arba socialinių problemų sprendimams,
- nustatyti paramos formas taikomas visiems socialinio verslo subjektams.

Atitinkamai iki priimant šį įstatymą, turės būti atlikti ir poįstatyminių teisės aktų keitimai už kuriuos atsakingi yra Socialinės apsaugos ir darbo ministerija, Ūkio ministerija ir įgaliota institucija.

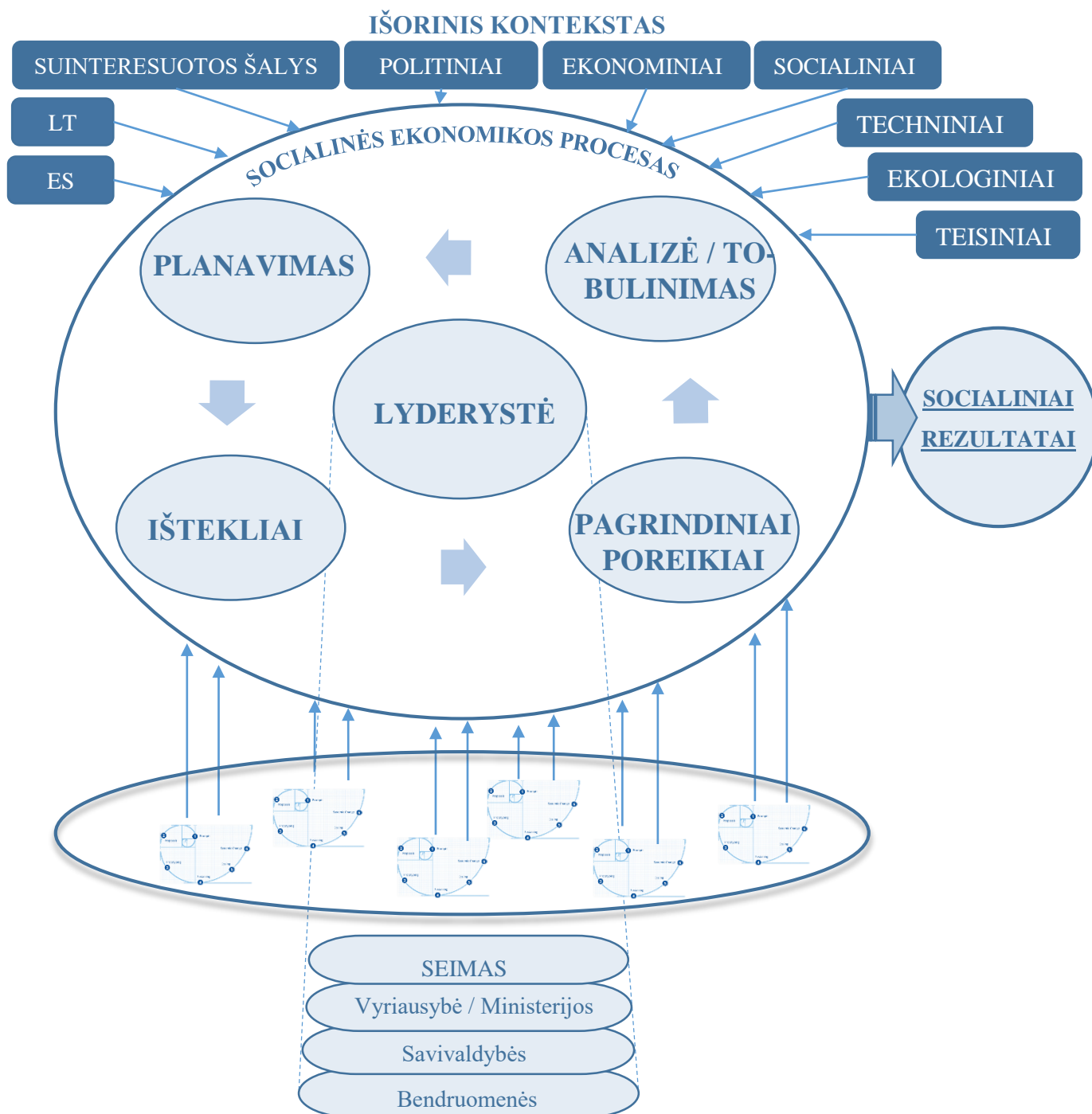
Siekiant kelti Lietuvos ekonominį ir socialinį lygį Europos Sąjungos lėšomis finansuojama didžioji dauguma projektų vykdomų pagal įvairias sukonstruotas priemones. 2018 m. pirmąjį pusmetį, siekiant ugdyti atsirandančių socialinio verslumo ir socialinės atsakomybės iniciatyvų skaičių Lietuvoje, kartu siekiant įtvirtinti Socialinio verslo plėtros įstatymo projektą bei vykdyti Socialinio verslo koncepcijos veiksmų plano uždavinius, pradėta konstruoti nauja priemonė Nr. 08.5.1-ESFA-K-853 „Parama socialiniam verslui“ pagal 2014-2020 metų Europos Sąjungos struktūrinių fondų investicijų veiksmų programos 8 prioritetą „Socialinės įtraukties didinimas ir kova su skurdu“. Pagal naujausią projektų atrankos kriterijų projektą siekiama remti kelias veiklas: socialinio verslo pradžia skirtas paskatas labai mažoms, mažoms ir vidutinėms įmonėms ir socialinio verslo kūrimąsi (Parama socialiniam verslui, 2018). Šiuo metu priemonė jau yra patvirtinta, kvietimas teikti projektų paraiškas buvo paskelbtas ir paraiškos pateiktos, numatyta, jog laimėjusios paraiškos bus paskelbtos 2019 m. gruodžio mėnesį, o projektai pradėti kitų metų pradžioje.

Taip pat vadovaujantis Vyriausybės programa ir Socialinio verslo koncepcija 2017 m. parengtos ir Žemės ūkio ministro įsakymu Nr. 3D-720 patvirtintos Socialinio verslo vykdymo pagal Lietuvos kaimo plėtros 2014-2020 metų programos priemonės gairės. Šios gairės taikomos pareiškėjams siekiantiems vykdyti įvairius projektus, pagrindiniai tikslai – skatinti kaimo ekonomikos ir bendruomenių plėtrą. Gairėse pateiktos socialinio poveikio matavimo skaičiuoklės, socialinio poveikio planavimo ir matavimo rekomendacijos (Socialinio verslo..., 2017).

Apibendrinant galima teigti, jog per pastaruosius keletą metų socialinio verslo situacijai Lietuvoje teikiamas politinis dėmesys, įstatyminėje bazėje bandoma kurti socialiniam verslui palankią aplinką bei tam tikrą sistemą. Tačiau nors ir siekiama skatinti socialinio verslo teisingą suvokimą ir plėtrą, bet skirtinguose teisės aktuose socialinio verslo subjektams suteikiamos skirtingos prasmės, kadangi dalis teisės aktų yra nukreipti į finansavimo teikimą pagal tam tikrus kriterijus ar priemones. Dėl šios priežasties aukščiausio lygio dokumentuose atsiranda tam tikri prieštaravimai. Nors Lietuvoje ir siekiama įtvirtinti socialinio verslo ir socialinės įmonės platesnes sąvokas, tačiau socialinei ekonomikai yra neskiriamas pakankamas dėmesys. Atsižvelgiant į Europos Komisijos pastabas dėl socialinių įmonių sampratos, Lietuvoje yra bandoma išplėsti ne socialinėms įmonėms priskirtinų organizacijų rūšis, bet socialinio verslo kaip socialinės ekonomikos dalies sampratą, kreipiant visą dėmesį į socialinį verslą, o ne socialinę ekonomiką kaip visumą. Šiuo metu socialinė ekonomika Lietuvoje yra suprantama labai ribotai, priskiriant šiai ekonomikai socialines įmones ir nevyriausybinės organizacijas, kadangi socialinio verslo įstatymas dar nėra priimtas, siekiama įtvirtinti socialinį verslą kaip socialinės ekonomikos pagrindą. Įstatyminėje bazėje socialinė ekonomika pripažįstama kaip dar vienas sektorius veikiantis tarp privataus ir viešojo, siekiant kurti vertę.

2.1.3. Lietuvos socialinės ekonomikos modelio formavimas

Remiantis literatūros ir dokumentų analize sukonstruotas Lietuvos socialinės ekonomikos modelis. Šio modelio pagrindiniai elementai yra: socialinės ekonomikos procesas, socialinės inovacijos, išorinis kontekstas, socialiniai rezultatai (6 pav.).



6 pav. Lietuvos socialinės ekonomikos konceptualusis modelis

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Calvo-Mora et al., 2018; Gómez et al., 2017; LR Konstitucija, 1992; Fostering Innovation ..., 2011; Mudura, 2015 ir socialinės ekonomikos įgyvendinimo Lietuvoje tyrimo dokumentų analize)

Modelyje esančio socialinės ekonomikos proceso pagrindinis veiksnys yra *lyderystė*. A. Calvo-Mora *et al.* (2018) remdamiesi atliktu tyrimu nustatė, jog visas procesas prasideda nuo lyderystės, siekiant gerinti organizacijos socialinį poveikį. Nors autorių tyrimo išvados yra pritaikytos organizacijoms ir aukščiausio lygio vadovams, kurie turi pareigą sukurti organizacijos etinius ir socialinius principus bei vertybes, šią išvadą galima pritaikyti ir šalies atveju, kadangi šalį galima vadinti tam tikra *organizacija*, kurioje vyksta svarbūs procesai, yra suinteresuotos šalys, vadovai ir kiti vykstantys reiškiniai. Lietuvos atveju lyderystės funkcija vykdo LR Seimas, LR Vyriausybė ir ministerijos, savivaldybės, bendruomenės. Socialinė ekonomika grindžiama narių skaičiumi, jų demokratine sprendimo priėmimų tvarka, kaip Lietuvos Respublikos Konstitucija (1992) apibrėžia šalį kuria Tauta, ji turi sprendimų priėmimo galią, „tiesiogiai ar per demokratiškai išrinktus savo atstovus“, šie atstovai yra Seimas, Respublikos Prezidentas ir Vyriausybė bei Teismas. Tai sąlygoja, jog siekiant socialinės ekonomikos didesnio pripažinimo ir įsigalėjimo šalyje kiekvienas pilietis (arba didžioji jų dauguma) turi išreikšti tam valią, įvardinti tą poreikį. Tai lengviausiai piliečiai gali atlikti dalyvaudami bendruomenių veikloje ar būdami artimesni savo savivaldybės atstovams, kadangi mažesniu mastu kiekvieno asmens indėlis yra labiau matomas.

Socialinės ekonomikos procesas remiasi nuolatinio gerinimo metodika kaip ir daugelis šiuolaikinių visuotinės kokybės vadybos modelių. Šiame procese, kol nėra identifikuota esama situacija, galima pradėti vykdyti procesą nuo bet kurio etapo: planavimo, išteklių, pagrindinių poreikių, analizės ir tobulinimo. Žinant šalyje turimus išteklius bei suinteresuotų šalių pagrindinius poreikius būtina atlikti analizę ar visų turimų išteklių užtenka patenkinti suinteresuotų šalių poreikius, ar yra perviršis, ar ištekliai yra netinkamai paskirstomi ir juos reikia perskirstyti. Žinant faktą, jog Socialinių įmonių įstatyme numatytos kompensuojamos lėšos / parama yra išnaudojama neproporcingai, t. y. išnaudojama tik tam tikra dalis (Antikorupcinio vertinimo ..., 2018), tai yra vienas iš netinkamai naudojamų išteklių pavyzdžių Lietuvoje. Atlikus šią analizę, procesą būtina tobulinti ir gerinti dėl nuolatos kintančių sąlygų bei visuomenės poreikių pasiskirstymo. Planavimo etapas yra kritinis, nes tik tinkamai suplanavus procesus, teisės aktus ir finansavimo ar paramos mechanizmus galima teisingai ir sąžiningai išskirstyti turimus išteklius. Nuolatinis šio proceso stebėjimas, analizavimas ir tobulinimas (būtina nusistatyti, įtvirtinti stebėjimo mechanizmus ar registrus) leis tinkamai ir efektyviai naudoti šalies išteklius.

Socialinės ekonomikos modelio pamatinis veiksnys yra socialinės inovacijos. Socialinėmis inovacijomis galima laikyti strategijų, koncepcijų, idėjų ir organizacijų modelių grupę, kurios tikslas plėsti ir stiprinti pilietinės visuomenės vaidmenį reaguojant į socialinių poreikių įvairovę (švietimas, kultūra, sveikata) (Fostering Innovation ..., 2011). Socialinės inovacijos šiame modelyje vaidina svarbų vaidmenį dėl jų tiesioginės funkcijos. Produktų, paslaugų ar

kitomis formomis sukurtos socialinės inovacijos dėl aktyvaus reagavimo į visuomenėje egzistuojančias problemas padeda socialinės ekonomikos proceso analizės ir tobulinimo elemente, kadangi aiškiai jas identifikuoja bei nukreipia lyderystės funkciją turinčių atstovų dėmesį. Dėl atsirandančių socialinių inovacijų didėja šalyje turimi išteklių, taip pat gali būti sukurti nauji ir efektyvesni būdai kaip tuos išteklius panaudoti poreikių tenkinimui.

Išorinis kontekstas atlieka du visiškai prieštarigus vaidmenis vienu ir tuo pat metu: pasyvus ir aktyvus (teigiamą ir neigiamą poveikį darantis) veikėjas. Europos Sąjungos šalims narėms ES priimami sprendimai nėra privalomi, jie yra rekomendacijos pobūdžio, tačiau didžiajai daliai šalių sutikus su priimtais sprendimais ir priėmus vienas ar kitas pataisas savo nacionalinėje įstatyminėje bazėje, narės nepriėmusios pakeitimų dažnai jaučia netiesioginį spaudimą, kuris dažniausiai atsiranda pačioje šalyje, kaip nepasitikėjimo ar kaip tik pasipriešinimo banga. Šalims nėra privaloma priimti ES sprendimus, tačiau Lietuvoje jie dažniausiai perimami kuo greičiau, siekiant tenkinti ES vadovybės lūkesčius. Tačiau pačios šalies ir suinteresuotų šalių vaidmuo yra labiau aktyvus dėl savo artumo ir veikimo šioje rinkoje. Suinteresuotos šalys, kaip buvo nagrinėta anksčiau, yra ir visos socialinės ekonomikos organizacijos ir prastomis sąlygomis gyvenantys asmenys (Mudura, 2015). Šių asmenų ir organizacijų skaičius, jų didėjimas ar mažėjimas, daro tiesioginę įtaką socialinės ekonomikos procesui. Mažas socialiai pažeidžiamų asmenų ar socialinės ekonomikos organizacijų skaičius signalizuoja lyderystės funkciją turintiems atstovams, jog nėra tikslinga teikti didelį dėmesį šioms grupėms ir išteklius galima persikirstyti. Ir priešingu atveju, didelis šių asmenų skaičius atkreipia teisėkūros atstovų dėmesį daug greičiau. Dėl šios priežasties socialinės ekonomikos procesas nevyksta savaime, jis nuolatos yra veikiamas tiek šalies ir joje veikiančių subjektų, tiek ir ES konteksto.

Apibendrinant galima teigti, jog Lietuvos socialinės ekonomikos modelio elementai yra tiesiogiai susiję ir daro įtaką vienas kitam. Svarbu ir tai, jog socialinių rezultatų siekimas yra vienas reikšmingiausių ir būtinų užtikrinti veiksmų dėl nuolatos senėjančios visuomenės, pajamų pasiskirstymo netolygumų ir kitų socialinių problemų.

2.2. Lietuvos socialinės ekonomikos modelio pagrįstumo tyrimas

2.2.1. Lietuvos socialinės ekonomikos modelio pagrįstumo tyrimo metodologija

Tyrimo problema: nėra žinoma ar pakankamai išplėtotas sukurtas teorinis Lietuvos socialinės ekonomikos modelis. *Tyrimo tikslas* – išanalizavus Lietuvos socialinės ekonomikos padėtį, pagrįsti ir patobulinti literatūros ir dokumentų analizės metu sudarytą teorinį Lietuvos socialinės ekonomikos modelį, siekiant pritaikyti Lietuvos kontekstui ir nustatyti tolimesnę modelio tyrinėjimo sritį. *Tyrimo objektas:* Lietuvos socialinės ekonomikos padėtis.

Tikslui pasiekti keliami šie *uždaviniai*:

1. Siekiant atlikti socialinės ekonomikos teorinio modelio pagrįstumo kokybinį tyrimą, nustatyti šio tyrimo metodiką ir organizavimą.
2. Nusistačius Lietuvos socialinės ekonomikos modelio elementų nagrinėjamas temas, atlikti kokybinį tyrimą.
3. Remiantis atlikto kokybinio tyrimo duomenimis, pagrįsti ir patobulinti suformuotą teorinį Lietuvos socialinės ekonomikos modelį.
4. Remiantis atlikto kokybinio tyrimo išvadomis, nustatyti tolimesnio tyrimo kryptį.

Kadangi kokybiniai tyrimai, yra skirti naujų teorijų kūrimui, o ne hipotezių tikrinimui, šio tyrimo atlikimui buvo pasirinkta kokybinio tyrimo metodologija. Naudotas *metodas* – pusiau struktūrizuotas interviu. Remiantis suformuotu Lietuvos socialinės ekonomikos modelio elementais buvo paruoštos pagrindinės temos ir klausimai, į kuriuos respondentas turėjo išsakyti savo nuomonę. Papildomai interviu metu užduoti klausimai priklausė nuo to ką respondentas atsakė, akcentavo. Tokiu būdu buvo pereita į gilesnį interviu ir ekspertų išsakyti teiginiai skyrėsi ne tik dėl jų nuomonės, bet ir tolimesnių klausimų.

Interviu pradžioje ekspertams buvo apibrėžti tokie ekspertinio tyrimo tikslai:

1. Išsiaiškinti, kas yra socialinė ekonomika.
2. Išsiaiškinti, koks turėtų būti Lietuvos socialinės ekonomikos modelis:
 - a. Kokie socialinės ekonomikos (modelio) elementai ir ryšiai tarp jų.
 - b. Kokie veiksmai turi būti atliekami „iš viršaus“ siekiant skatinti.
 - c. Kokie veiksmai turi būti atliekami „iš apačios“ siekiant skatinti.

Siekiant patikslinti ir aktualizuoti teorinį Lietuvos socialinės ekonomikos modelį, pusiau struktūrizuoto interviu metu ekspertams buvo užduoti šie pagrindiniai klausimai – potemės:

1. Savęs ir savo vykdomos veiklos pristatymas (pastaba: siekiant išsiaiškinti eksperto vykdomos veiklos sąsajas su nagrinėjama tema).
2. Kas yra socialinė ekonomika? Socialinės ekonomikos svarba ir reikšmė Lietuvai.
3. Socialinė ekonomika – kaip elementų visuma ir ryšių tarp jų modelis, kokie būtų tai elementai?
4. Socialinės ekonomikos pagrindiniai rodikliai, socialinės ekonomikos ir gyvenimo kokybės sąsajos?
5. Kokie veiksmai turi būti atliekami „iš viršaus“ (vyriausybės lygmuo) siekiant skatinti socialinę ekonomiką Lietuvoje?
6. Kokie veiksmai turi būti atliekami „iš apačios“ (visuomenės, atskirų žmonių lygmuo) siekiant skatinti socialinę ekonomiką Lietuvoje?
7. Lietuvos socialinės ekonomikos padėtis tarptautiniame kontekste.

Kokybinio tyrimo etika: tyrimo metu siekiant užtikrinti objektyvumą ir konfidencialumą buvo laikomasi etikos principų. Prieš atliekant interviu, sukontaktavus su respondentais jie buvo informuoti, jog jų išsakyta nuomonė bus naudojama magistro darbo tiriamajai daliai pagrįsti. Interviu pabaigoje ekspertų buvo atsiklausta, kaip jie pageidauja būti įvardinti pateikiant tyrimo rezultatus ir juos apdorojant: pilnai vardu, pavarde ir informacija apie jų turimą patirtį arba užkoduojuant ekspertus numeriai 1, 2 ir taip toliau. Visiems tyrimo ekspertams sutikus, jie buvo pristatyti vardais ir pavardėmis (2 lentelė).

Respondentų – ekspertų parinkimas. Buvo numatyta, jog tyrime dalyvaus 3 – 5 ekspertai, socialinės ekonomikos kūrimu ir įsisavinimu suinteresuoti asmenys. Pirminiame variante buvo siekiama, jog tyrime dalyvautų kuo skirtingesnių suinteresuotų šalių atstovai: Lietuvos socialinės ekonomikos tyrėjas – mokslininkas; politikos formuotojas; socialinių įmonių atstovas – įkūrėjas; socialinės ekonomikos organizacijos, kaip ji apibrėžta nagrinėtoje literatūroje, atstovas (Lietuvos atveju tai galėtų būti ir socialinio verslo įkūrėjas); socialinis inovatorius; socialiai pažeidžiamų grupių atstovas. Buvo tikimasi, jog įvairesnio profilio ekspertų atsakymai padėtų suformuoti išsamesnį ir daugiau sričių apimančią modelį, būtų apibrėžta visuma. Tačiau atlikus pirmąjį ekspertinį interviu (ekspertas: socialinės ekonomikos tyrėjas), buvo nuspręsta apklausti tos pačios grupės ekspertus – socialinės ekonomikos tyrėjus, mokslininkus, kurie jau buvo įsigilinę į šią temą ir galėjo pateikti objektyvesnę nuomonę aukščiau apibrėžtomis potėmis. Buvo iškelta prielaida, jog Lietuvoje socialinės ekonomikos sąvoka vyrauja silpnai, dėl šios priežasties socialinio verslo kūrėjas, socialinis inovatorius ar bet kurios kitos aukščiau apibrėžtos grupės ekspertas gali nebūti pakankamai įsigilinęs į šią temą. Taip kiltų pavojus, jog tyrimo vykdytojas, bandydamas išgauti ekspertų atsakymus, pateiktų per daug informacijos ir ekspertų atsakymai būtų paveikti tyrėjo. Taip pat, tikėtina, jog tam tikrus atsakymus jie pateiktų, bet pateikti atsakymai nepilnai pagrįstų išsikeltus tyrimo tikslus. Tačiau siekiant suorganizuoti daugiau interviu su tikslinės grupės atstovais – mokslininkais iškilo nenumatyta problema. Iš anksto pateikus interviu potemes ekspertams, jog šie įvertintų ar turi pakankamai kompetencijų pateikti savo nuomonę, antrasis galimas kokybinio tyrimo ekspertas deklaravo, jog nagrinėjama tema yra labai svarbi, tačiau teigė, jog šioje srityje turi mažai patirties ir žinių – „Esu pradinukas šioje srityje“. Įdomu tai, jog šis ekspertas buvo numatytas apklausti dėl anksčiau girdėtų jo išsakytų minčių ir veikimo šioje srityje. Galima tik patvirtinti prielaidą, jog žmonės net ir veikdami ir mąstydami socialinės ekonomikos ribose, iš tiesų nežino šios koncepcijos ir jos pristatyti negali, tai patvirtina, jog Lietuvoje socialinės ekonomikos sąvoka yra naudojama sąlyginai ribotai. Dėl šios priežasties vykdytų interviu ekspertų kategorija ir vėl buvo pakeista. Nustatytos penkios Lietuvos socialinės ekonomikos suinteresuotos šalys – ekspertų grupės:

1. Lietuvos socialinės ekonomikos tyrėjas – mokslininkas.

2. Socialinės įmonės atstovas.
3. Socialinės ekonomikos organizacijos, kaip ji apibrėžta nagrinėtoje literatūroje, atstovas – Lietuvos atveju tai buvo socialinio verslo įkūrėjas.
4. Socialinis inovatorius.
5. Organizacijos, palaikančios ir skatinančios socialinių verslų kūrimąsi Lietuvoje, atstovas.

Iš viso įvykdyti 6 interviu su skirtingų suinteresuotų šalių ekspertais. Tyrimo atlikimo metu socialinės įmonės ir socialinio verslo atstovas buvo tas pats asmuo – kategorijos persidengė, taip pat ir socialinio verslo įkūrėjo ir socialinio inovatoriaus atveju. Keliems ekspertams užduodami klausimai buvo modifikuoti – vietoj socialinės ekonomikos sąvokos tam tikrais atvejais buvo naudota socialinio verslo sąvoka – kaip socialinės ekonomikos pagrindinio subjekto, kadangi taip buvo galima išgauti ekspertų nuomonę, kokiais būdais geriausiai įmanoma jį skatinti. Prieš atsirenkant ekspertus ir atliekant tyrimą buvo nustatyta, jog ekspertas tai asmuo, kuris savo veiksmais prisideda prie Lietuvos socialinės ekonomikos skatinimo ir įsigalėjimo, vykdo arba yra vykdeš įvairias iniciatyvas ir/arba tyrimus šia tema ne mažiau kaip 3-ejus metus. Pasirinktų ekspertų tinkamumui pagrįsti pristatoma jų patirtis ar indėlis socialinės ekonomikos skatinimo ir susijusių veiklų srityse (3 lentelė).

3 lentelė. **Lietuvos socialinės ekonomikos modelio pagrįstumo kokybinio tyrimo ekspertų charakteristikos**

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

Nr.	Vardas, pavardė	Patirtis
E1	doc. dr. Jolita Greblikaitė <i>Socialinės ekonomikos tyrėjas</i>	Vytauto Didžiojo Universiteto Žemės ūkio akademija Bioekonomikos plėtros fakulteto Verslo ir kaimo vystymosi tyrimų institutas, Tarptautinės mokslinės konferencijos „Kaimo plėtra 2019“ organizacinio komiteto pirmininkės pavaduotoja. Mokslinių interesų sritys: <i>socialinis verslumas, socialinio verslo kūrimas ir vadyba, šeimos verslas kaimo vietovėse, socialinės įmonės ir jų vadyba, jauni verslininkai ir kt.</i>
E2	Greta Šerpetauskaitė <i>Socialinė įmonė – socialinis verslas</i>	UAB „Kontrus“ administratorė (įmonė įsteigta kaip individuali įmonė 1994 m. – socialinės įmonės statusas, 2016 m. reorganizuota), įmonės veiklos sritys – reklamos gamyba, knygynas, kavos baras. <i>„Mūsų įmonės siekis yra įdarbinti žmones iš labiausiai socialiai pažeidžiamų grupių, taip prisidedame prie socialinės sanglaudos didinimo, naujų darbo vietų kūrimo ir socialinės nelygybės mažinimo. Įmonė taip pat stengiasi prisidėti prie vietos gyventojų gerovės inicijuodama bei remdama jaunimo akcijas ir iniciatyvas, patys rengiame nemokamus koncertus tam, kad stiprinti regiono konkurencingumą ir kultūrinį išsilavinimą.“</i> Akstinas skatinęs prisidėti: <i>„Tai gal daugiau vidinis aspektas, kuomet nori kažką daryti ne tik dėl savęs, bet ir dėl savo aplinkos, įsijungia kažkoks vidinis faktorius, motyvacija dėl to, jog gali prisidėti prie bendruomenės gerovės.“</i>
E3	Jurgita Ribinskaitė-Glatzer <i>Socialinių verslų skatinimas</i>	Tarptautinės organizacijos Reach for Change vadovė Lietuvai – <i>„siekiame skatinti ir užtikrinti vaikams tinkamą pasaulį, tai darome sutelkę verslumo ir inovacijų potencialą – organizuojame socialinio verslo konkursus, inkubatorius, akseeratorius ir kita“.</i> Geri norai LT, VšĮ steigėja, konsultantė – <i>„pagrindinė mūsų veikla konsultacijų teikimas, atliekame įvairius veiksmus, stiprinančius Lietuvos NVO sektorių bei</i>

		<i>didinančius socialinės atsakomybės suvokimą, gilinamės ir nagrinėjame organizacijų socialinės atsakomybės, darnios plėtros ir susijusias temas“.</i> <i>„Savo veiklą socialinėje plotmėje pradėjau nuo savanoriškos veiklos, taip pat veiklą vykdyčiau pagal Erasmus programas, vykdoma veikla buvo susijusi su jaunuolių švietimu“</i>
E4	Austė Černiauskaitė <i>Socialinės iniciatyvos, projektai</i>	„CoolŪkis“ iniciatyvos bendraįkūrėja – idėja – žemės panaudojimo bendradarbiavimo ir dalijimosi būdais platforma – dalyviai: įvairūs asmenys, neturintys žemės ploto, bet norintys ūkininkauti, ir asmenys, kurie jo turi daugiau nei reikia jų poreikiams tenkinti. <i>„Mane sužavėjo tai, kad mes bandom spręsti įvairias socialines problemas, darai ir kuri kažką gero. Kuo toliau tai darėme matėsi daugiau tų teigiamų pusių – ir žmonėms, ir vaikams edukacija, ir kartų bendravimas, ir tradicijų išsaugojimas“.</i> „Kurk Lietuvai“ programos dalyvė – projektų vadovė: 1 rotacija – projektas LR švietimo, mokslo ir sporto ministerijoje „Visuomenės finansinio švietimo plano 2017-2021 įgyvendinimo efektyvinimas“, 2 rotacija: Versli Lietuva ir Klaipėda ID „Kūrybinių verslų rinkodaros stiprinimas Klaipėdoje“.
E5	Eglė Jokužytė <i>Socialinis verslas – socialinė inovacija</i>	VŠĮ „Verslas ar Menas“ įkūrėja, vadovė. Organizacijos veiklos kryptys: 1. Knygų leidyba – <i>„skaitomos skirtingais pojūčiais: rega, lytėjimu, klausia ir net uosle – šios knygos yra skirtos ir regintiems, ir neregiams. Mano pagrindinė idėja yra suteikti galimybę neregiams skaityti tas pačias knygas, kokias skaito regintieji, bei skaityti knygą vienu metu ir tiems, ir tiems žmonėms“.</i> 2. Švietimo, ugdomoji veikla – <i>„supratau kad ir regintiems vaikams tai daro didelį poveikį – šios knygos skatina kalbėti suaugusius su vaikais apie skirtingus žmones, leidžia pažinti neregijų pasaulį ir per šias knygas mes ugdome socialines kompetencijas“.</i>
E6	Simona Laiconaitė <i>Socialinių verslų skatinimas, atstovavimas</i>	Lietuvos socialinio verslo asociacijos direktorė, Reach for Change Lietuva įkūrėja ir vadovė (2014-2016 m.) (inkubatoriaus, akceleratorių organizavimas ir socialinių verslų rėmimas), Nepriklausoma verslo konsultantė – <i>„dirbau tiek su verslais, tiek ir socialiniais verslais, su nevyriausybinėmis organizacijomis, kurios neturi socialinio verslo požymių“.</i> „Socialinio verslo lauke esu jau senokai, nuo 2012 metų, dirbau nevyriausybinėje organizacijoje – mes visą laiką ieškodavom būdų kaip generuoti pajamas ir negyventi vien tik iš projektų, bet patiems sukurti kažkokią tai vertę – socialinę vertę ir žiūrėti, kaip mes galim ją monetizuoti – iš privataus sektoriaus arba tiesiog iš naudos gavėjų“.

Ekspertinis tyrimas vykdytas 2019 m. vasario mėn. pabaigoje – gegužės mėn. pradžioje. Didelis laiko tarpas ekspertiniam tyrimui buvo skirtas dėl problemos rasti tinkamus ir norinčius dalyvauti ekspertus. Interviu laikas kiekvienam ekspertui buvo nuo 30 iki 45 minučių. Interviu metu gauti duomenys fiksuoti įrašinėjant juos diktofonu ir fiksuojant raštu pagrindinius aspektus, siekiant užduoti papildomus klausimus.

2.2.2. Lietuvos socialinės ekonomikos modelio pagrįstumo tyrimo rezultatai

Atlikto tyrimo duomenys pateikti juos suskirsčius pagal kategorijas ir subkategorijas, atlikta rezultatų analizė ir interpretavimas. 3 priede pateikiami visų ekspertų interviu atsakymai. Ekspertai į kiekvieną užduotą klausimą atsakė išsamiai, giliai ir dėl informacijos gausos kiekviena kategorija / subkategorija sudarė atskirą lentelę. Žemiau kiekvienos lentelės pateikti apibendrinantys rezultatai.

Nagrinėjant socialinės ekonomikos pasireiškimą Lietuvoje ekspertų buvo paprašyta apiburti socialinės ekonomikos sąvoką, svarbą ir reikšmę (4 lentelė).

4 lentelė. Kategorija – Lietuvos socialinės ekonomikos sąvoka

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

Kategorija	Ekspertų teiginiai
Lietuvos socialinė ekonomikos Sąvoka	<p>„Socialinės ekonomikos pagrindinis principas yra mažinti takoskyrą tarp daugiausiai ir mažiausiai uždirbančių ir integruoti visus žmones į ekonomines veiklas, ir pažeidžiamus ir stiprius <...> kurti darbo vietas, sudaryti sąlygas ir tradiciniam <u>verslui</u> veikti, kad jis vėliau galėtų tapti socialiniu verslu ar kitomis iš savo lėšų sukurtomis galimybėmis galėtų <u>paremti tas socialines grupes</u>“ (E1)</p> <p>„Socialinė ekonomika – remiasi ne tik <u>pelno</u> siekimu, tačiau ir <u>visuomenės gerove</u>. Tai <u>atsakomybės turėjimas</u> ir iniciatyvos, paremtos <u>vertybėmis</u>“. „<...> siekia tvaresnių tikslų, kurie skatina veikti, didina konkurenciją, padeda integruotis darbo rinkoje, stiprina kultūrinę identitetą bei palankiai veikia visuomenę.“ (E2)</p> <p>„Socialinė ekonomika yra ekonominės veiklos vykdymas, kuris daro įtaką dideliame <u>spektrui socialinių reiškinių</u>, socialinėms problemoms. Taip pat jai priklauso <u>socialiniai verslai</u>, kaip socialinės ekonomikos principų nešėjai“ (E3)</p> <p>„Socialinė ekonomika – <u>socialinės vertės</u> perdavimas ir <u>naudos mainai</u>“ (E4)</p> <p>„Į socialinę ekonomiką aš žiūriu per socialinio verslo indėlio į tą ekonomiką prizmę. Socialinio verslo pagrindinis tikslas nėra <u>pelno</u> siekimas – jo tikslas yra daryti <u>pokyti visuomenėje</u>, ir būtent tas gautas pelnas investuojamas į kažkokius tai produktus ar paslaugas, kurios prisideda prie tos <u>visuomenės gerovės</u>.“ (E5)</p> <p>„Socialinė ekonomika orientuota į <u>socialinės vertės</u> kūrimą. Tai reiškia, kad į ją pakliūna ir verslo socialinė atsakomybė su politikomis ir strategijomis, ir mūsų kaip mikro subjektų asmeninė atsakomybė perkant dalykus ar veikiant ekonominiame kontekste.“. „<u>Socialinį verslą</u> apibrėžiu taip – organizacija, kurios pirminis veiklos tikslas konkrečios socialinės arba aplinkosauginės problemos sprendimas, bet ji savo veiklą, tiek sprendimus, tiek darbo organizavimą, komunikaciją, vadybinius aspektus sprendžia vadovaudamasi verslo principais.“ (E6)</p>

Visi ekspertai apibrėždami socialinę ekonomiką pateikė labai įvairius apibrėžimus, kuriuose daug skirtingų pagrindinių elementų: verslo principai – socialinis verslas (E1, E3, E5, E6) socialinių grupių rėmimas (E1), pelnas ne pagrindinis tikslas (E2, E5), visuomenės gerovė (E2, E5), atsakomybė, vertybės (E2), socialiniai reiškiniai, socialinės problemos (E3), socialinė vertė (E4, E6), naudos mainai (E4), pokyčių visuomenėje darymas (E5). Apibendrinus šiuos elementus, galima tokia socialinės ekonomikos sąvoka: socialinė ekonomika – tai socialinės vertės ir socialinės gerovės visuomenei kūrimas, kur to siekiantis pagrindinis subjektas yra verslo principais grindžiamas socialinis verslas. Socialinis verslas tai vertybėmis ir atsakomybe grįstas verslas, kurio pagrindinis tikslas nėra pelno siekimas, bet pokyčių visuomenėje vykdymas, telkiant dėmesį į socialinių grupių rėmimą per socialinių problemų sprendimus. Pasak E6 socialinio verslo modelis remiasi „geriausia, tvariausia, efektyviausia praktika ir ieško skirtingų pajamų šaltinių, priešingai nei tradicinės NVO, kurios labai dažnai siekia išgyventi vien tik iš paramos“. Taip pat svarbu ir tai, kad E1 apibrėždamas vyraujančią Lietuvoje socialinės ekonomikos sąvoką teigė, jog „kadangi mes esame Europos sąjungoje <...> socialinės ekonomikos apibrėžtis <...> yra seniai ir yra reglamentuota įvairiuose Europos Sąjungos politikos dokumentuose <...> visuose poįstatyminiuose aktuose, besirandančiuose vėliau Lietuvoje, įstatymuose, turi rasti ta pati apibrėžtis, kuri yra ten, kitaip kaip ir negali būti“. Apibendrinus galima teigti, jog Lietuvoje socialinės ekonomikos sąvoka dar nėra įsitvirtinusi, suprantama labai įvairiai,

sąvokos naudojimas dar nėra labai paplitęs, dėl to ekspertai išskyrė skirtingus esminius reiškinius, kurie tarpusavyje susiję.

Dalis ekspertų pristatinėdami socialinės ekonomikos sąvoką, išskyrė jos svarbą ir reikšmę Lietuvai, kita dalis tai apibrėžė tik užklausus arba atsakinėdami į tolimesnius tyrimo klausimus. Ekspertų teigimu socialinė ekonomika svarbiausia dėl Lietuvoje esančių įvairių socialinių problemų: skurdo, regionų netolygios raidos, kompleksinių problemų (E1, E2, E4). Šiuo metu vykdomi veiksmai sprendžiant šias problemas gali būti prilyginami „gaisrų gesinimo“ metodui, kai sprendžiamos ne giluminės problemos, remiamasi ne nuolatinio tobulėjimu, o pasekmių šalinimu: „Aš manau labai svarbu yra adresuoti tas gilumines problemas, jas spręsti – tuomet ir žmonės laimingesni būna, ir šalis stipresnė, ir galiausiai mažiau išleidžiama pasekmėms, tiek sveikatos, tiek ir socialiniams dalykams, tiek aplinkai ir pan.“ (E4). Taip pat E2 buvo pirmasis ekspertas, kuris išskyrė šalyje vyraujančio požiūrio į verslą problemą, ši problema vykdant tyrimą buvo paminėta ir kitų ekspertų. Apibendrinant galima teigti, jog šalyje socialinės ekonomikos svarba pasireiškia per socialinių problemų gausą bei siekiamą kurti vertę (E3).

5 lentelė. Kategorija – Lietuvos socialinės ekonomikos pasireiškimas

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

Kategorija	Ekspertų teiginiai
Lietuvos socialinė ekonomikos pasireiškimas	<p>„mes <...> neišpildome pilnai rinkos ekonomikos principų, ir neišpildome socialinės ekonomikos principų. Griebėme kažkiek tai <u>socialinio verslo elementų</u>, kurie kaip verslas susietas su socialine ekonomika“ (E1)</p> <p>„<...> įvairiose savivaldybėse nėra kam perduoti tų <u>socialinių paslaugų</u> – tai yra <u>nėra socialinių verslų</u>“ (E3)</p> <p>„Socialinė ekonomika <u>vystosi ir vis daugiau žaidėjų atsiranda</u> joje: būna iš to tradicinio, iš šeimos, iš viešojo sektoriaus, bet dabar yra vis labiau skatinamas socialinis verslas ir NVO vis stiprėja ir auga“ (E4)</p> <p>„Lietuva yra pakankamai jauna šalis ir dar <u>nėra to kultūrinio pamato</u> būtent socialiniam aspektui. <...> dabar Lietuvoje matau <u>nemažą augimą šioje vietoje</u> <...> Lietuviško kapitalo verslininkai tik pradeda augti šioje kultūroje“. (E5)</p> <p>„mes mažai turime tų tikrųjų socialinių verslų. <...> Jeigu truputi pro pirštus žiūrint: kažkur truputi į tvarumą, kažkur į socialinio poveikį, <...> <u>pas mus stipriai daugėja socialinių verslų apskritai</u>. Labai didelė dalis nevyriausybinų organizacijų stengiasi tapti socialiniais verslais, na aš ne visai priitariu, kad tai būtina ir gera daryti, bet aš matau tokią tendenciją – stengiamasi tapti socialiniais verslais ir būti traktuojamais kaip socialinis verslas.“ (E6)</p>

Socialinė ekonomika Lietuvoje pasak ekspertų įgauna vis didesnę prasmę, veiksmai šioje srityje yra vykdomi, bendrai – Lietuvos socialinė ekonomika vystosi ir auga (E4, E5, E6). Tai pagrindžia, jog visi ekspertai išskyrė socialinį verslą, kaip pagrindinį socialinės ekonomikos elementą, tačiau negalima teigti, jog tikrųjų socialinių verslų Lietuvoje yra labai daug (E3, E6), šiuo metu į šią sritį reikėtų žiūrėti šiek tiek atsainiau, tai yra – jei verslas kuria tam tikrą vertę visuomenei – tai galima jau laikyti didesniu socialinės ekonomikos pasireiškimu. Svarbu pabrėžti ir tai, kad Lietuvoje egzistuoja savitas socialinio verslo suvokimas: „toliau prilygina socialinį verslą kaip ne pelno siekiančias organizacijas, kaip kaimo bendruomenes, bet tai yra

ydinga koncepcija, nes tai yra iš esmės kitu principu veikiantis verslas, taip jis turi socialines dimensijas, bet tai nereiškia kad tai yra ne pelno siekianti veikla“ (E1) (5 lentelė).

Apibendrinant galima teigti, jog Lietuvoje socialinė ekonomika, o ypač socialiniai verslai, kaip socialinės ekonomikos principų nešėjai, šiuo metu yra, jie pamažu kuriasi, tačiau pagrindiniai veiksmai turi būti nukreipti į kultūrinio pamato socialiniam aspektui kūrimą – tai apima ir visuomenės ir vyriausybės lygmenį:

- „Tai kas buvo prieš 8-10 metų, kai aš pradėjau šią veiklą, tai buvo labai nežinoma ir vien apie tą socialinį dalyką nebuvo labai daug kalbama ir netgi to socialinio verslo pradžia prieš tiek metų atrodė visiems, kad tai yra labdaros ir paramos rašytojai.“ (E5)
- „jei mes kalbėtume apie socialinį verslą, tai jis tik kokius 6-7 metus tampa ta tema, kuria galima kalbėti valstybės institucijose, viešajame sektoriuje“ (E6)

Dar tik nedidelė dalis visų Lietuvos verslų yra socialiniai verslai, tam įtakos turi ir tai kad socialinių verslo plėtros įstatymas vis dar nėra priimtas ir socialiniai verslai Lietuvoje niekur nėra registruojami, todėl tikslių skaičių, kiek jų yra, negalima žinoti.

6 lentelė. **Kategorija – Lietuvos socialinės ekonomikos modelis – subkategorija elementai ir ryšiai**

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

Kategorija	Subkategorija	Ekspertų teiginiai
Lietuvos socialinė ekonomikos modelis	Elementai ir ryšiai	<p>„tokia dalis kaip <u>socialinis verslas</u>, iš socialinės ekonomikos kaip verslo išraiška“ <...> „bendruomeniškumas, daug tokių žmogiškų vertybių“ <...> „<u>pažeidžiamiausios grupės</u>“ <...> „<u>žmonių socialinė gerovė – gerbūvis</u>“ (E1)</p> <p>„pirma – <u>verslo vienetas ar veiklos vykdytojas</u>, antra, tai – tiesiogiai su tuo susijusi <u>tikslinė grupė</u>, tarkime mūsų atveju, neįgalieji ir sveikieji įmonės darbuotojai, trečia – tai <u>bendruomenė</u>, kuriai daroma <u>įtaka</u>, kaip, pvz.: Plungės miestas, kurio gyventojams suteikiame progą mėgautis aukštos kokybės kava, jaukiai praleisti laiką knygyne, lankyti nemokamus koncertus, parodas, kitus renginius mūsų erdvėse“ (E2)</p> <p>„<...> <u>socialinės paslaugos</u> ir jų perdavimas <u>socialiniam verslui</u> galėtų būti kaip elementas ar jų sandara“ (E3)</p> <p>„<...> <u>socialinių problemų įvairovė</u>, <...> <u>socialinėmis paslaugomis</u> <...> artimiausius <u>veikėjus</u>: <u>nevyriausybines organizacijas</u>, per po truputi atsirandančius <u>socialinius verslus</u>, per <u>socialines inovacijas</u> <...> šeimos ir <u>bendruomenės</u>. Mainoma yra ta <u>gerovė</u>. Socialinės ekonomikos pamatas – ryšys tarp žmonių.“ (E4)</p> <p>„Reiktų vaizduoti per <u>personažus</u>, kurie vaikšto, ir prisideda prie to kad kitas šypsočiusi <...> <u>verslas ar veikla</u> <...> orientuotas tas <u>produktas ar paslauga</u> <...> <u>naudą gauna žmogus</u>. <...> dalį pinigų skiri savo veiklos gerinimui, o dalį socialinio poveikio darymui“ (E5)</p> <p>„globaliau suprantu, jei yra skirtingi subjektai, tarkim <u>socialinį verslą</u> mes jau turim apibrėžę, bet jeigu tai yra verslas, kuris turi socialinės atsakomybės politiką, strategiją ir ją įgyvendina, tai jis irgi, mano manymu, yra socialinės ekonomikos subjektas, nes jisai savo indėlį į <u>socialinę gerovę</u> įdeda. Tai yra visi <u>naudos gavėjai</u>, kurie dalyvauja <...>. Į mikro lygmenį nusileidus, tai <u>individualus sąmoningumas vartojant</u>, perkant, kuriant <...> skatinti savo pasirinkimais“ (E6)</p>

Paprašius ekspertų išskirti socialinės ekonomikos pagrindinius elementus ir apibrėžti ryšius tarp jų šis klausimas visiems pasirodė sudėtingas, prašė jį patikslinti, buvo klausima kas

yra turima omenyje. Tai buvo viena iš pagrindinių tyrimo problemų, kadangi tyrimo tikslas buvo nustatyti elementų, jog būtų įmanoma patobulinti teorinėje dalyje suformuotą modelį. Dėl šios priežasties klausimas visiems ekspertams buvo tikslinamas įvairias būdais, vienas jų – prašant jų išsivaizduoti kaip atvaizduotų socialinę ekonomiką grafiškai, jei ją reikėtų pristatyti mažai apie socialinę ekonomiką žinančiam žmogui, kitas būdas – išskyrus tam tikrus elementus iš ankstesnių ekspertų teiginių.

Tarp ekspertų teiginių daugiau nei vieną kartą pasikartojo šie elementai:

- socialinis verslas (E1, E2, E3, E4, E5, E6) ir kiti subjektai, kurie prisideda prie socialinės gerovės (E4, E6),
- žmonių gerovė arba kitaip įvardinama kaip nauda žmonėms (E1, E2, E4, E5),
- socialinės paslaugos (E3, E4) arba prekes, paslaugos, teikiančios socialinę naudą (E5),
- tikslinė grupė, kurioms skiriama prekė ar paslaugos (E1, E2), ir bendruomenės (E2, E4).

Galima daryti išvadą, jog šie elementai iš tiesų yra svarbūs ir turi būti atvaizduoti modelyje.

E5 išskyrė socialinės ekonomikos modelio elementą asmeninį vartotojų apsisprendimą pirkti prekes ar paslaugas iš socialinių verslų. Tokią mintį, o tiksliau trukdį egzistuojantį Lietuvoje patvirtina ir E4 teiginys: „socialinio verslo rėmimas yra dar silpnas – pvz.: žmonės gali pirkti iš paprasto verslo – kuris realiai nieko socialiai nedaro, arba gali pirkti iš socialinio verslo – ir taip prisidėti prie socialinių problemų sprendimo – to visgi Lietuvoje yra dar labai mažai, tas tikrai trukdo“. Dėl šios priežasties vartotojų, kaip socialinės ekonomikos mikro subjektų, indėlis į socialinės ekonomikos skatinimą – renkantis socialiai orientuotų verslo subjektų teikiamas paslaugas ar prekes yra vienas iš veiksnių (6 lentelė).

7 lentelė. **Kategorija – Lietuvos socialinės ekonomika, subkategorija – ryšys su gyvenimo kokybė**

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

Kategorija	Subkategorija	Ekspertų teiginiai
Lietuvos socialinė ekonomikos modelis	Gyvenimo kokybė	<p>„vienas svarbiausių veiksnių, elementų yra žmonių socialinė gerovė, gerbūvis“ (E1)</p> <p>„socialinė ekonomika turi teigiamai veikti gyvenimo kokybę, kadangi tai yra demokratijos principu paremta ekonomika, kurios tikslas visuomenės gerovės kūrimas“ (E2)</p> <p>„Manau, egzistuoja koreliacija tarp išlaidų skiriamų socialinėms problemoms spręsti ir gyventojų gyvenimo kokybės. Tai yra viso ko pamatas <...>.“ (E3)</p> <p>„Mainoma yra ta gerovė. Gerovė kaip gyvenimo kokybė“ (E4)</p> <p>„prisideda prie tos visuomenės gerovės“ (E5)</p> <p>„Gyvenimo kokybė auga stiprėjant ir kokybiškėjant socialinei ekonomikai. Kuo daugiau subjektų įsijungia į socialinę ekonomiką, tuo geresnė yra gyvenimo kokybė visiems: tiek tiems kurie kuria pridėtinę vertę, tiek ir tiems kurie gali gauti“ (E6)</p>

Gyvenimo kokybę ir socialinę ekonomiką visi ekspertai įvertino kaip glaudžiai susijusius reiškinius. Gyvenimo kokybės kėlimas vertinamas kaip pagrindinis socialinės ekonomikos aspektas. Socialinės ekonomikos vykdomi veiksmai turi būti nukreipti į visuomenės gyvenimo kokybę, poveikio jai darymą (E2). Ne vienas ekspertas teigė, jog investicijos į socialinę ekonomiką kelia visuomenės gyvenimo kokybę (E5, E6): „poveikio matavimo indėlis į visuomenę, kuo daugiau investuojama į socialinius dalykus, tuo laimingesni aplinkui žmonės, ir tuo jiems yra geriau gyventi ir tokiu būdu jie save taip pat realizuoja ir ekonomika kyla per tų žmonių veiklą. Ir ta graža sukuria pačią ekonomikos vertę“ (E5) (7 lentelė).

8 lentelė. **Tyrimo kategorija – Lietuvos socialinės ekonomika, subkategorija – rodikliai**

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

Kategorija	Subkategorija	Ekspertų teiginiai
Lietuvos socialinė ekonomikos modelis	Rodikliai	„Užimtumo lygis ir skirtingų visuomenės sluoksnių integracija rinkoje, gyventojų pasitikėjimo verslu rodiklis, asociacijų ar aktyvių bendruomenių skaičius regione, regiono plėtra ilgalaikėje perspektyvoje.“ (E2) „daromas poveikis visuomenei“ (E3) „socialinio poveikio“ (E4) „Socialinė ekonomika labiau pamatuojama pagal socialinį pokytį (socialinį poveikį) tos daromos veiklos“ (E5) „socialinis verslas privalo matuoti socialinį poveikį. <...> vieną iš reikalingų elementų ir rodiklių, įdėčiau tvarų veiklos modelį. Tai reiškia, sugebanti save išlaikyti organizacija“ (E6)

Socialinio poveikio matavimas yra pagrindinis rodiklis, kurį socialinėje ekonomikoje yra privaloma matuoti (E3, E4, E5, E6): „Ir aš visada sakau, kad socialinis verslas privalo matuoti socialinį poveikį, jei jis jo nematuoja, tai vargu ar jis yra socialinis verslas. <...> Tam kad tu matuotum, gali matuoti ir tai, kad nekuri, gali to pokyčio nebūti, tu gali savo matavimuose tai pastebėti, bet, manau, kad tai yra privalomas elementas kiekvieno socialinio verslo. Gebėjimas suprasti ar tu darai kokį socialinį pokytį“ (E6). E1 pagrindinių socialinės ekonomikos rodiklių neįvardijo, o E2 labai detalai išskaidė įvairius rodiklius, kuriuos galima būtų matuoti, siekiant aptikti socialinės ekonomikos naudą. E6 išskyrė ir tvarų verslo modelį, tai reiškia pajamų generavimą įvairiais kanalais, siekiant užtikrinti nuolatinį verslo veikimą. Šį rodiklį galima vertinti kaip vidinį socialinio verslo rodiklį (8 lentelė).

9 lentelė. **Kategorija – Lietuvos socialinės ekonomikos modelis, subkategorija – tarptautinis kontekstas**

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

Kategorija	Subkategorija	Ekspertų teiginiai
Lietuvos socialinė ekonomikos modelis	Tarptautinis kontekstas	„<...> per vėlai sukurti – socialinio verslo koncepcija patvirtinta gan vėlai palyginus su kitom ES šalimis ir pats socialinių įmonių įstatymas taisytas tik prieš metus ar pusantrų, apibrėžtis taisyta. Viskas vyksta pakankamai vėlai palyginus su tuo kad mes esame Europos Sąjungoje jau daugiau nei 25 metus“ (E1) „Lietuva, kaip postsovietinė šalis vis dar mokosi ir auga, vis sekdamą Europos Sąjungos įkandin“ (E2)

		<p>„Lietuva <...> maždaug viduryje šiuo metu. Tikrai nesame labai atsiliekantys, veiksmai visgi yra daromi ir su kiekvienais metais vis atsiranda apčiuopiamų ir pamatuojamų rezultatų“ (E3)</p> <p>„Pas mus vis dar stiprus sprendimas šeimose ir viešųjų paslaugų, o kitur NVO sektorius, socialiniai verslai, ar asociacijos, ar kiti judėjimai arba vartotojų sektorius – liberalios šalys“ (E4)</p> <p>„užsienyje, į tuos sukurtus dalykus yra dedamos tikrai nemažos investicijos, į jų palaikymą, augimui, o lietuviams reikia patiems alkūnėmis muštis kad išeitų į tą uždarbį, o tai iš tiesų ilgas kelias“ (E5)</p> <p>„mes judame labai gera kryptimi, mes vejamės sparčiau negu kita Europos šiaurės arba vakarų šalis, jie kuria dalykus tarkim 30 metų, mes bandome per 5-erius metus pasiekti tą patį dalyką. <...> mes galime semtis patirties ir inovuoti „on the top“ – dar papildomai.“ (E6)</p>
--	--	---

Vertinant Lietuvos socialinės ekonomikos padėtį tarptautiniame kontekste išryškėjo ekspertų nuomonių dideli skirtumai, labiausiai pasireiškę per metų interpretaciją. Galima išskirti tris pagrindinius požiūrius – pirmas, jog šiuo metu yra Europos Sąjungos vėjimasis ir sekimas (E1, E2), kitas požiūris – jog vykdomi veiksmai yra daug greitesni nei kitų Europos Sąjungos šalių, nes galima naudotis jau kitų šalių sukauptą patirtimi (E3, E6), trečias požiūris – nuosaiokusis, tai yra judama vidutiniu greičiu, yra daug pašalinių reiškinų dėl kurių skirtingai šalyse pasireiškia socialinė ekonomika ir lyginti šalis nepatartina (E3, E4) (9 lentelė).

10 lentelė. **Kategorija – Lietuvos socialinės ekonomikos skatinimas, subkategorija – lygis, pasireiškimas**

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

Kategorija	Subkategorija	Ekspertų teiginiai
Lietuvos socialinės ekonomikos skatinimas	Skatinimo lygis, pasireiškimas	<p>„Griebėme skatinti bendruomenes, bendruomeninę veiklą iš socialinės ekonomikos, remiame pažeidžiamas grupes <...>“ (E1)</p> <p>„Iniciatyva ir pradėti vykdyti veiksmai dėl socialinių paslaugų perdavimo socialiniam verslui yra labai pagirtinas ir tam tikras socialinio verslo pripažinimas, uždedama patikimo verslo vykdytojo tokia kaip ir etiketė. <...> bet dabartiniame įstatyme (autorės pastaba: socialinio verslo plėtros įstatymas) yra labai daug abejotinų teiginių“ (E3)</p> <p>„apgalvojama ir yra deramasi ir su socialinio verslo bendruomene, ir su praktikais – ir tas procesas juda“ (E4)</p> <p>„<...> skatinti yra labai gerai, bet auginti tai kas yra – irgi turėtų būti labai svarbu. Vien tik investicijos į skatinimą yra didelė rizika <...> turėtų nepamiršti ir tų kurie jau yra pažengę porą žingsnelių, savo jėgomis jau yra kažką padarę, kas galėtų sukurti tuos produktus, į didesnę ekonominę vertę paverstų. Tai jeigu tos investicijos būtų į tokio verslo auginimą – tai ta ekonominė vertė augtų ne tik Lietuvos viduje“ (E5)</p> <p>„<...> tempas ir kryptis yra geri, nes jei mes kalbėtume apie socialinį verslą tai jis tik kokius 6-7 metus kaip tampa ta tema, kuria galima kalbėti valstybės institucijose, viešajame sektoriuje. Veiksmai manau yra geri, turint omenyje, kad šią vasarą yra ketinama priimti socialinio verslo plėtros įstatymą. <...> nors faktiškai ar juridškai politiką formuoja vyriausybė, bet įtaką tam turime mes. Tai šioje situacijoje reikia nepamiršti, jog mes turime būti pakankamai aktyvūs, jeigu mes norime, kad rezultatas būtų geras.“ (E6)</p>

Visi ekspertai patvirtino, jog Lietuvoje socialinės ekonomikos skatinimas pasireiškia – tam tikri skatinimo veiksmai yra vykdomi, jie yra vykdomi ir iš vyriausybės lygmens, ir iš visuomenės. Tai yra – vedamos įvairios diskusijos tarp skirtingų suinteresuotų grupių. Neseniai

pranešta žinia, jog dalis socialinių paslaugų bus perduotos socialiniams verslams, gali būti sup-
 rastas kaip „tikras socialinio verslo pripažinimas, uždedama patikimo verslo vykdytojo etiketė“
 (E3). E5 atkreipė dėmesį, jog dabar Lietuvos socialinės ekonomikos skatinimas pasireiškia per
 naujų verslų steigtis skatinimą, tačiau vien tik ši priemonė nėra tinkamiausia „nes dažniausiai,
 kiek iš tų startuolių išsaugojimo yra sukuriama ta ekonominę vertę – mažas procentas“. Api-
 bendrintai galima teigti, jog šiuo metu Lietuvoje socialinės ekonomikos subjektai – socialiniai
 verslai yra skatinami, tačiau veiksmai dar nėra sisteminiai, labiau pavieniai (10 lentelė).

11 lentelė. **Kategorija – Lietuvos socialinės ekonomikos skatinimas, subkategorija –
 trukdžiai**

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

Kategorija	Subkategorija	Ekspertų teiginiai
Lietuvos socialinės ekonomikos skatinimas	Trukdžiai	<p>„<...> valstybės <u>politika</u> <...> kokia orientacija, kokios tos pagrindinės <u>vertybės</u>, <...> viešojo valdymo sektoriaus kompetencijų klausimas, viešosios vadybos efektyvumas, čia labai svarbūs visgi, korupciniai elementai, <...> nėra tinkamo tęstinumo po projektų <...> žemesniame lygyje – gyventojų kompetencijos, išsilavinimas, vidinė <...> <u>motyvacija</u> – būti verslininku, norėti būti verslininku“ (E1)</p> <p>„Mažėjantis gyventojų skaičius mažuose šalies miestuose <...> <u>gyventojų požiūrio į verslą</u>“ (E2)</p> <p>„<...> <u>finansavimo mechanizmų netinkamo sudarymo, paraiškų teikimo procesas</u> ir pačios paraiškos dydis yra per didelis norinčiam besikurti socialiniam verslui. <...> pas mus <u>neleidžiama eksperimentuoti</u>, bandyti, juk verslas tuo ir remiasi – eksperimentavimu, bandymais, idėjų generavimu, klaidų darymu <...> Niekas nežiūri į poveikį, žiūri tik į fizinius rodiklius. <...> trūksta tiek visuomenėje, tiek ir tarp socialinių verslininkų <u>verslui būdingų kompetencijų ir supratimo</u> <...> netinkamas požiūris į verslą ir jo vykdymą“ (E3)</p> <p>„sudėtingi procesai ar matavimai, <...> <u>teisės aktai</u> taip parašyti, kad labai sunku suprasti kas yra galima. <...> nelankstumas <...> neleidžia tiems pokyčiams, <...> visuomenės pasirengimas, <u>nuostatos</u>, pati ekonominė situacija. <...> <u>idėjiniai žmonės</u> <...> <u>jiems trūksta tų kompetencijų</u>“ (E4)</p> <p>„<u>investicija</u> į šį dalyką, į žmogiškuosius, į atlyginimus, dar visos kitos išlaidos yra per didelės pačiam socialiniam verslui <...> dėlto viskas vyksta labai lėtai“ (E5)</p> <p>„<u>Asmenys</u>, kurie paprastai nori dirbti su socialinių problemų sprendimais, nebūtinai turi tinkamas žinias iš verslo pusės. Šios dvi <u>kompetencijos</u> yra labai skirtingos, tiek savo empatija, tiek kažkokių įgūdžių ar patirties paketu, ir apskritai labai retai būna kad vienas asmuo turi kombinaciją abiejų. <...> Socialiniai verslai regionuose kuriasi dažnai tokiu principu – yra pinigų – jįsi tai pasiima ir tada reikia žiūrėti kaip keturis rodiklius užtikrinti.“ (E6)</p>

Apibendrinus interviu ekspertų teiginius apie pagrindinius trukdžius, kurie trukdo Lietuvos socialinės ekonomikos didesniai pasireiškimui, galima išskirti du esminius aspektus:

- Valstybės lygmens trukdžius – politika, vertybės (E1), skatinimo sistemos sudėtingumas (E3, E5), teisės aktai (E4).
- Visuomenės lygmens trukdžius – požiūrį į verslą (E2, E3, E3), tikrųjų socialinių verslininkų skaičius Lietuvoje, jų kompetencijos (E1, E3, E4, E6).

Ekspertų teiginiuose labiau atsispindi socialinio verslininko vaidmuo, šiuo metu egzistuoja daugybė trukdžių, dėl kurių socialinių verslininkų – idėjinų žmonių yra mažai. Keli ekspertai (E1,

E3, E4, E6) įvardijo, jog šiuo metu projektinės veiklos, kuriomis siekiama skatinti socialinius verslus, tai yra įvairūs kvietimai, kuriuose galėtų dalyvauti socialiniai verslai, kaip pareiškėjai, yra labai sudėtingi, reikalaujama atitikti daug formalių reikalavimų, tačiau galutinis projektų rezultatas fiksuojamas tik paraiškoje nusimatytais rodikliai. Atkreiptinas dėmesys, jog tikrasis socialinis poveikis visuomenei nėra matuojamas, atliekama tik rodiklių stebėseną, kuri sąlygojama „taisyklingu“ gauto finansavimo investavimu į galutinius naudos gavėjus. Iš to kyla ir kita problema, kuri versle nevertinama kaip problema – tai yra eksperimentinė, bandymų veikla. Lietuvoje bendrai nėra įtvirtinta praktika bandyti, neleidžiama klysti (E3), dėl šios praktikos daug potencialiai sėkmingų verslų nesikuria arba negali būti vadinami tikraisiais socialiniais verslais, nes pirma jiems reikia finansiškai išgyventi (11 lentelė).

12 lentelė. **Kategorija – Lietuvos socialinės ekonomikos skatinimas, subkategorija – reikiamų veiksnių – priemonių vykdymas vyriausybės lygmenyje**

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

Kategorija	Subkategorija	Ekspertų teiginiai
Lietuvos socialinės ekonomikos skatinimas	Reikiamų veiksnių – priemonių vykdymas vyriausybės lygmenyje	<p>„<...> švietimas, informacija, konsultavimas <...> publikacijos spaudoje, ir gerųjų pavyzdžių rodymas“ (E1)</p> <p>„Pagrindas, tai racionalių įstatymų kūrimas bei visuomenės kultūrinis bei ekonominis švietimas: kūrybiško mąstymo ugdymas <...> pozityvesnis požiūris į verslą bei vyriausybę“ (E2)</p> <p>„<...> tinkamų finansinių mechanizmų sukūrimas socialiniam verslui, <...> supratimo ugdymas. <...> Komunikacija <...>: gerųjų ir tinkamų pavyzdžių viešinimas <...> socialinio verslo bendruomenės ir vyriausybės bendradarbiavimas <...> verslo ir verslumo, kaip savybės, reabilitavimas“ (E3)</p> <p>„<...> sąlygos, kurios bent jau netrukdytų vykti vieniems socialinės ekonomikos veiksniams ar socialinėms inovacijoms. <...> pagalba būtų suteikiama <...> neturėtų būti taip smarkiai nurodinėjama. <...> socialinio verslo įstatymas turi būti“ (E4)</p> <p>„<...> jeigu valstybiniu lygmeniu būtų skatinamas bendradarbiavimas verslo su socialiniu verslu, tai tas pokytis būtų daug didesnis. <...> jei valstybės lygmeniu būtų pateikta sistema <...> tiems, kurie prisideda ir daro pamatuojamą pokytį, būtų suteikiamos tam tikros lengvatos teikiant projektus, gaunant kažkokią tai paramą, investuojant į technologijas, kurios prisidėtų – čia būtų didelė paskata augimui“ (E5)</p> <p>„aš gal esu šalininkė tos pusės – finansinės priemonės ir paskatinimai yra labai reikalingi ir naudingi <...> bet tai nėra vienintelė sąlyga socialiniam verslui atsirasti. <...> mentorystė arba ekspertinė pagalba, ar kažkokios naštos perėmimas <...> yra lygiavertis paskatinimas“ (E6)</p>

Išryškėjo daug skirtingų veiksnių – priemonių, kurios turėtų būti vykdomos vyriausybės lygmenyje, siekiant skatinti Lietuvos socialinę ekonomiką. Pagal ekspertų teiginius išskirtos pagrindinės 4 grupės:

- Tai tinkamų įstatymų ir finansavimo mechanizmų socialiniams verslams sukonstravimas (E2, E3, E4, E5, E6).
- Švietimas, kuris susideda iš kultūrinio, ekonominio visuomenės švietimo ir gerųjų pavyzdžių viešinimo (E1, E2, E3).

- Verslo ir verslumo reabilitavimas – tinkamo požiūrio į verslą formavimas (E2, E3).
- Nefinansinė pagalba socialiniams verslams, galimos įvairios formos: mentorystė, konsultacijos – ekspertinė veikla (E1, E6) (12 lentelė).

Dėl socialinio verslo įstatymo ekspertai teigė, jog jis turi būti priimtas, tai galima pagrįsti šiomis prielaidomis: pirma „manau jog yra gerai kad visgi kuriamas įstatymas, jis gal leis žmonėms labiau suprasti kas yra socialinis verslas“ (E3), „kadangi nėra įteisintas pas mus socialinis verslas tai negali aplikuoti vienam ar kitam kvietime tokie atstovai“ (E4), o antra įstatymas suprantamas ne kaip skatinimo priemonė, bet kaip tam tikrų saugiklių įtvirtinimas (E4).

Dalis ekspertų išskyrė, jog ne įstatymų kūrimas ir jų įtvirtinimas yra esminė priežastis socialiniams verslams kurtis – „o visuomenės parengimas yra svarbesnis, žmonių nusiteikimas yra svarbesnis“ (E4), „įstatymai taip savaime turbūt neduoda tos naudos, kol nėra tam pasiruošus visuomenė ir iš žmonių nekyla iniciatyvos“ (E3). Tai turi įtakos ir visuomenės, ir pačių socialinių verslininkų netinkamam požiūriui į verslą:

- „Pagrindinis dalykas, kurį turi suvokti visuomenė yra tai, kad verslas nėra priešas, kad jis gali būti naudingas ne tik jame dalyvaujantiems asmenims, bet ir visuomenei“ (E2),
- „Kartais žmonės tiek susikoncentravę į tą socialinę problemą – žmonės, kurie nori kurti socialinį verslą, jog jiems psichologinis ryšys su pinigais, su pinigų uždirbimu yra sunkiai priimtinas“ (E4),
- „Visuomenėje šiuo metu egzistuoja įsitikinimas, jog verslas yra nukreiptas vien į kuo didesnio pelno siekimą, vykdo netinkamus ir neetiškus veiksmus, o verslininkai yra gobšūs ir nelinkę dalintis“ (E3).

Taip pat didelę įtaką socialinių verslų kūrimuisi turi ir ne finansinių priemonių skatinimas, tokių kaip ekspertinių konsultacijų, mentorystės prieinamumas, tai galimai turėtų didelę įtaką šių verslų įsiregistravimui: „esu konsultavusi tokias organizacijas, kurios išvis nežino nuo kur pajudėti, dėlto kartais nepajuda, reikia ne tokio biurokratinio požiūrio į vieną konsultaciją – tokio tradicinio paskatinimo reikėtų iš startuolių pasaulio „atsivešti“. Akseleravimo principai – tai yra per ekspertinę pagalbą gali būti sukurta strategija, produktas, geras startas, arba pasiruošimas pritraukti lėšų iš kitur“ (E6).

Apibendrinus galima daryti išvadą, jog Lietuvos socialinės ekonomikos skatinimui yra daugybė galimybių, nebūtina vyriausybės lygmenyje taikyti vien finansines priemones. Tačiau labai svarbu, jog socialinis verslas būtų apibrėžtas įstatymiškai, kad galėtų oficialiai dalyvauti įvairiuose kvietimuose kaip ir kitos verslo formos. Taip finansiškai stiprinti savo vykdomą veiklą, kas sąlygotų stipresnį socialinį poveikį. Taip pat turi būti vykdomas tinkamo visuomenės požiūrio į verslą formavimas, kuris gali būti vykdomas per įvairias švietimo programas, gerųjų pavyzdžių intensyvesnius viešinius.

13 lentelė. **Kategorija – Lietuvos socialinės ekonomikos skatinimas, subkategorija – reikiamų veiksmų – priemonių vykdymas visuomenės, atskirų žmonių lygmenyje**

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

Kategorija	Subkategorija	Ekspertų teiginiai
Lietuvos socialinės ekonomikos skatinimas	Reikiamų veiksmų – priemonių vykdymas visuomenės, atskirų žmonių lygmenyje	<p>„<...> pasidalijimas idėjomis <...> vadovavimo klausimas, ir kompetencijų, ir gebėjimų vadybinių ir daug įvairių niuansų susideda“ (E1)</p> <p>„Aktyvumas ir įsitraukimas į bendruomenės veiklą, idėjų sklaida“ (E2)</p> <p>„įvairiapusės komandos sudarymas <...> socialinių žmonių ir verslo žmonių bendradarbiavimas. <...> asmeninis akstinas, motyvacija keisti“ (E3)</p> <p>„yra lokalsios problemos, jos turi būti sprendžiamos lokaliai bendruomenėse <...> socialiniam verslui įsikurti tokiam vietiniam lygmenyje. <...> kartais tos bendruomenės būna pakankamai pasyvios ir reikia tų žmonių, tos kibirkšties, kuri padėtų. <...> jungti komandą. <...> parodyti kad tas verslas nėra blogai.“ (E4)</p> <p>„Socialinis verslininkas – tai yra gyvenimo būdas. <...> O užauginti savyje tą norą padėti kitiems, reikia ugdyti nuo mažens. <...> dirbdamas su socialinio verslo lyderiais <...> socialinės kompetencijos, socialinis požiūris <...> motyvacija eiti šiuo keliu.“ (E5)</p> <p>„<...> vis tiek asmenybiniai rodikliai, kurie yra svarbiausi <...> asmenybę, verslumą (individualios kompetencijos) ir aistrą tai problemai spręsti ar tam savo sugalvotam sprendimui“ (E6)</p>

Ekspertai kalbėdami apie priemones, kurios turėtų būti vykdomos visuomenės lygmenyje, siekiant skatinti socialinę ekonomiką pirmiausia išskyrė socialinio verslininko vaidmenį, svarbą ir asmeninį akstiną veikti pagal socialinės ekonomikos principus. Svarbiausias aspektas, kuris socialinį verslininką skiria nuo įprasto verslininko, yra motyvacija (E3, E5) ir aistra (E6) spręsti įvairias socialines problemas ir padėti žmonėms. Galima daryti išvadą, kadangi socialinėje ekonomikoje yra labai svarbus asmenybės aspektas, kitos priemonės, kurios galėtų padėti skatinti ją yra labiau pagalbinės:

- Idėjų sklaida (E1, E2), kuri gali būti suprasta ir kaip teigiamų pavyzdžių rodymas bei švietimas per darbą su socialinio verslo lyderiais: „Aš pati pradėjau susipažinti su neregiais tik per socialinį projektą, kuriame dalyvavo neregiai, ir aš supratau kad turiu pakankamai daug žinių, kurią įgijau per patirtį augdama ir dirbdama, ir supratau, kad aš noriu dalintis tomis žiniomis ir man tai yra kaip ir dovana gyvenimo, dėl ko aš esu, ir šios žinios ir patirtis gali padėti kažkam kitam, tai yra auginama viduje“ (E5).
- Socialinio verslo ir įprasto verslo bendradarbiavimas – komandų formavimas iš skirtingų asmenų (E3, E4). Tai sąlygoja vienas iš trukdžių, jog dažnai socialiniai verslininkai neturi visų reikiamų kompetencijų verslui vykdyti, jie yra susikoncentravę ir siekia socialinių problemų sprendimų, bet verslo veiklos vykdymą kartais pamiršta, dėl to nebūna užtikrintas tinkamas pajamų generavimas (13 lentelė).

Apibendrinant galima teikti, jog šiuo metu Lietuvoje yra svarbiausia skatinti socialinių verslininkų atsiradimą, kuris įmanomas viešinant geruosius pavyzdžius, vykstant bendradarbiavimo programas, o taip pat akcentuojant socialinio verslumo svarbą ir švietimo procese (E2,

E5): „jei visuomenėje būtų tos socialinės kompetencijos, socialinis požiūris būtų ugdomas nuo vaikų ir taptų normalu dalintis ar tai žiniomis, patirtimi ar dar kažko su kitais, tai po kažkiek tai metų visi verslai būtų socialiniai“ (E5).

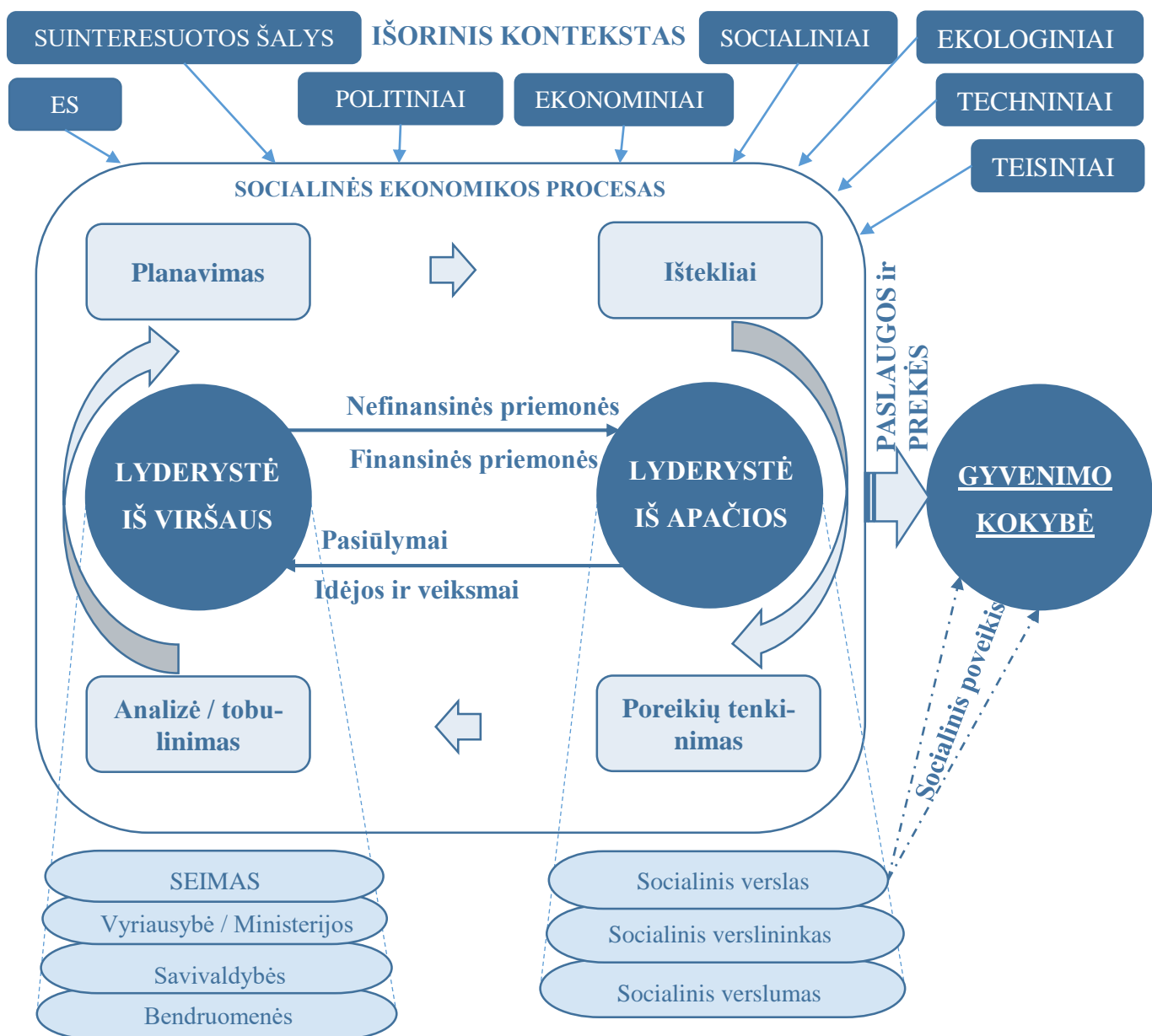
Atkreiptinas dėmesys į tai, jog didžioji dalis ekspertų neišskyrė socialinių inovacijų vaidmens socialinėje ekonomikoje nepaklausti. Tik E4, kalbėdamas apie socialinės ekonomikos elementus, ir E2, kalbėdamas apie socialinę ekonomiką – jos veikimą, įvardijo, jog vienas iš veikimo principų yra inovacijų kūrimas. Ekspertai paklausti apie socialines inovacijas išvardijo daug skirtingų priežasčių, kodėl jos nėra nei skatinamos, nei viešinamos: „tos inovacijos netampa inovacijomis <...> nėra tinkamo tęstinumo“ (E1), „nesusitariame, kas yra socialinė inovacija <...> dėl to reikėtų susitarti, nevadinti visko iš eilės inovacija ir tiesiog pasižiūrėti į individualius atvejus,, (E6). Pastebėtina, jog E5, kurio veikla – kuriamas produktas, pasak kitų ekspertų yra vienas geriausių socialinių inovacijų pavyzdžių Lietuvoje, socialinių inovacijų neakcentavo. Galima daryti išvada, jog nepaisant to, jog Lietuvoje socialinės inovacijos yra kuriamos, tačiau nėra susiformavusi praktika jas įvardinti.

2.2.3. Lietuvos socialinės ekonomikos modelio formavimas, 2 etapas

Kokybinio tyrimo metu apdoroti duomenys ir gauti rezultatai buvo panaudoti adaptuojant teorinį Lietuvos socialinės ekonomikos modelį ir performuojant jį, siekiant didesnio pritaikymo dabartinės Lietuvos situacijai. Pakeistas vizualinis apipavidalinimas, siekiant patogesnio modelio išdėstymo.

Į Lietuvos socialinės ekonomikos modelį, remiantis ekspertinio tyrimo rezultatais, buvo įtrauktas socialinio verslumo aspektas, kuris aiškinamas socialinio verslininko – socialinio verslo elementais, apibendrintai pavadintas lyderyste iš apačios (punktyrinė juosta rodo elementų išskaidymą). Šis elementas yra svarbus dėl tiesiogiai daromos įtakos lyderystei iš viršaus. Svarbu atkreipti dėmesį, jog elementas nebuvo atvaizduotas kaip pagrindinis sudarinėjant teorinį Lietuvos socialinės ekonomikos modelį. Teoriniame Lietuvos socialinės ekonomikos modelyje išorinis kontekstas apėmė suinteresuotų šalių elementą, kuris buvo įvardintas kaip – visos socialinės ekonomikos organizacijos, suinteresuoti asmenys ir prastomis sąlygomis gyvenantys asmenys. Lyderystė iš apačios buvo iškelta iš šio elemento ir perkelta į pagrindinį procesą, o suinteresuotų šalių elementas patobulintas jį papildant visais socialine gerove suinteresuotais subjektais, t. y. ir nevyriausybinėmis organizacijomis, ir įmonėmis, kurios turi socialinės atsakomybės politiką ir dalį savo finansų skiria socialinių reiškinų gerinimui.

Tarp elementų atvaizduoti ryšiai, kurių kiekvienam priklauso po du pagrindinius rezultatus – egzistuojančio ryšio nešami privalumai per tam tikras priemones (7 pav.).



7 pav. Lietuvos socialinės ekonomikos modelis, 2 etapas

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis kokybinio tyrimo rezultatais)

Lyderystė iš viršaus, turėdama pagrindinius išteklius, kuria ir teikia lyderystei iš apačios finansines ir nefinansines priemones. Nefinansinių priemonių pavaizdavimas aukščiau buvo sąlygotas ekspertinio tyrimo rezultatais, kurie parodė, kad šiuo metu socialiniams verslininkams ir socialiniams verslams labiausiai trūksta įvairių verslui būdingų kompetencijų. Nefinansinės priemonės – tai įvairios mokymų, mentorystės, akseleravimo, naštos perėmimo ir sąlygų sudarymo bei kitos formos. Lyderystė iš apačios teikia lyderystei iš viršaus įvairias naujas idėjas, kartu su veiksmais kaip tas idėjas įgyvendinti (pvz.: veiksmų planai). Tai didesnę reikšmę turinti priemonė, todėl ji pavaizduoti žemiau nuo proceso vidurio. Pasiūlymai – antrasis lyderystės iš apačios ryšio rezultatas tarp lyderystės iš viršaus, jis svarbus dėl vyraujančių teisės aktų,

finansinių ir nefinansinių priemonių, t. y. pasiūlymai modelyje atvaizduoti – kaip jau egzistuojančių, bet ne naujai kuriamų priemonių formų patobulinimai.

Pagrindinis socialinės ekonomikos proceso rezultatas yra nukreiptas į žmonių gyvenimo kokybės užtikrinimą. Anksčiau teoriniame modelyje šis rezultatas buvo įvardintas kaip socialiniai rezultatai. Vykdam tyrimą ekspertai žmonių gerovės ir gyvenimo kokybės sąvokas naudojo labiau kaip sinonimus, dėl šios priežasties modelyje šį elementą nuspręsta įvardinti gyvenimo kokybės sąvoka, kuri yra platesnė nei žmonių gerovė. Ryški rodyklė parodo, jog socialinės ekonomikos procesas turi vykti taip, kad būtų teikiamos įvairios paslaugos ir prekės gerinančios visuomenės gyvenimo kokybę. Viešieji juridiniai asmenys teikia viešąsias paslaugas, o privatūs socialiniai verslai – privačias prekes ir paslaugas – visos teikiamos paslaugos ir prekės yra būtinos visuomenei. Taip pat paslaugų kategorijai modelyje priskirtos ir įvairios socialinių verslininkų vykdomos iniciatyvos švietimo – ugdymo srityje, kurios, pasak tyrimo rezultatų, yra būdingos socialinių verslų vykdymui.

Iš socialinio verslininko ir socialinio verslo išeinančios ir į žmonių gerovę įeinančios taškas-punktų rodyklės parodo socialinio poveikio matavimą. Ekspertinis tyrimas parodė, jog socialinė ekonomika, o tiksliau joje veikiantys subjektai privalo matuoti socialinį poveikį. Tikėtina, jog tik pradėjus vykdyti veiklą socialinis poveikis dar nebus pasireiškęs, bet veiklos įsivertinimas per naudą visuomenei yra vienas iš svarbiausių socialinės ekonomikos principų. Apibendrintai galim teigti, jog Lietuvos socialinės ekonomikos modelio pagrįstumo tyrimas atliktas sėkmingai. Gauti ir išnagrinėti duomenys leido aptikti reikiamus rezultatus ir juos atvaizduoti Lietuvos socialinės ekonomikos modelyje, kuris šiuo metu atvaizduoja realesnį ir labiau apčiuopiamą vaizdą – t. y. yra matomi veiksmi ir priemonės, kurioms reikia sutelkti valdžios atstovų ir visuomenės dėmesį, siekiant spręsti įvairias socialines problemas.

3. SOCIALINIO VERSLUMO, KAIP PAGRINDINIO LIETUVOS SOCIALINĖS EKONOMIKOS MODELIO ELEMENTO, POTENCIALO TYRIMAS

3.1. Socialinio verslumo potencialo tyrimo metodologija

Tyrimo problema. 2019 m. balandžio 18-19 d. baigiamojo darbo autorė dalyvavo Socialinio verslo forume, kurio metu buvo pristatyta Lietuvos socialinio verslumo skatinimo ir socialinio verslo augimo analizė (2019), atlikta Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos (EBPO) ekspertų grupės. Pristatymo metu ekspertė Lou Aisenberg atkreipė dėmesį, jog mokyklose socialinis verslumas yra pakankamai stipriai skatinamas ir jo ugdymui skiriamas dėmesys, tačiau aukštosiose mokyklose socialinio verslumu ugdymas paliekamas savieigai, jis

nėra akcentuojamas, dėlto atsiranda atotrūkis. Tai galimai yra viena iš priežasčių, kodėl Lietuvoje socialiniai verslai kuriasi iš lėto, o socialinės ekonomikos sąvoka ir pasireiškimas yra sąlyginai mažai paplitęs. Taip pat vykdant kokybinį tyrimą ekspertų buvo ne kartą išsakyta, jog Lietuvoje šiuo metu socialinių verslų, o tai reiškia socialinių verslininkų yra mažuma, kiek tų tikrųjų socialinių verslininkų yra – nėra žinoma. Dėl šių priežasčių šiame tyrime keliami *problema*: nėra tikslių duomenų kiek asmenų būtų galima laikyti socialiniais verslininkais, kokios asmeninės savybės ir organizacinė kultūra skirtingų tipų švietimo įstaigose skatina jų socialinį verslumą.

Remiantis Aleksandro Stulginskio universiteto tyrimų komandos 2016 m. koordinuoto ir vykdyto tyrimo Lietuvoje (n=426, p=0.95) rezultatais, buvo nustatyta magistro darbo tyrimo tikslinė grupė. Visos Europos mastu vykdytas tyrimas atskleidė, jog Lietuvoje socialinis verslumas yra patrauklesnis jauniems žmonėms, jie labiau linkę į socialinio verslo kūrimą, priešingai nei vyresni asmenys. Tačiau šeimos ūkiai / verslai jiems nebėra tokie priimtini. Šiais laikais jauni asmenys siekia patys kurti verslus, yra linkę į socialines inovacijas ir reikšmingą socialinę vertę, kurią sukurti gali būtent naujai įsteigtas verslas. Tačiau reikiamų ir tinkamų žinių bei drašos šioje srityje labai trūksta, dėl šios priežasties švietimo institucijų iniciatyvos ir veiksmai yra būtinybė (Greblikaitė et al., 2017b). Dėl šių ir aukščiau pateiktų argumentų nustatyta *pagrindinė tyrimo tikslinė grupė* sudaro jauni asmenys, kurie tyrime apibrėžti pagal Lietuvos Respublikos jaunimo politikos pagrindų įstatymo Nr. IX-1871 pakeitimo įstatyme (2018) įtvirtintą jaunimo sąvoką: „jaunimas – du ir (ar) daugiau jaunų žmonių“, jaunas žmogus įtvirtintas kaip 14-29 metų amžiaus asmuo.

Tyrimo tikslas – nustatyti koks yra Lietuvos jaunimo besimokančio švietimo įstaigose socialinio verslumo potencialas ir išskirti pagrindinius faktorius skatinančius jų socialinį verslumą, siekiant įtraukti šiuos faktorius į Lietuvos socialinės ekonomikos modelį. Potencialas darbe apibrėžiamas kaip galimybės socialinio verslumo srityje – pagal klausimyno struktūrą jaunuolių noras ir ketinimas būti socialiniais verslininkais – „potencialas srityje (lot. potentia – jėga, galia; sk. potencialas) – pajėgumo laipsnis: asmens, visuomenės, valstybės galimybės tam tikroje srityje“, (Potencialas reikšmė, 2019).

Tyrimo objektas: Lietuvos socialinės ekonomikos modelio pagrindinis elementas – socialinis verslumas.

Tikslui pasiekti keliami šie *uždaviniai*:

1. Remiantis nagrinėta socialinio verslumo literatūra, suformuoti klausimyną;
2. Remiantis surinktais kiekybinio tyrimo duomenimis, išanalizuoti jaunuolių norą ir ketinimą būti socialiniais verslininkais pagal švietimo įstaigos tipo požymį.

3. Remiantis surinktais kiekybinio tyrimo duomenimis, nustatyti jaunuolių norą ir ketinimą būti socialiniais verslininkais pagal skirtingų teritorinių vienetų požymį.
4. Remiantis surinktais kiekybinio tyrimo duomenimis, išnagrinėti faktorių – asmeninės savybės, organizacinė kultūra ir dabartinė Lietuvos situacija – įtaką jaunuolių norui ir ketinimui būti socialiniais verslininkais.
5. Remiantis kiekybinio tyrimo pagrindiniais rezultatais, patobulinti Lietuvos socialinės ekonomikos modelį, įtraukiant esminius faktorius.

Tyrimui atlikti buvo naudojama kiekybinio tyrimo metodologija, taikytas *anketinės apklausos metodas*, kuris leidžia per sąlyginai trumpą laiką surinkti didelį skaičių užpildytų klausimų neišeikvojant per daug resursų. Klausimynas buvo sudarytas iš 10 klausimų:

- 1-5 klausimai buvo skirti išsiaiškinti respondentų demografines savybes: *lytis, amžius, švietimo įstaigos*, kurioje jaunuoliai tuo metu mokėsi, *tipas, klasė / kursas* ir *vieta*. Dažnai viešumoje kalbant apie socialines problemas, teigiama, jog jos labiau būdingos ir stipriau pasireiškiančios regionuose. Kadangi apibrėžti regiono sąvoką yra gana sudėtinga, švietimo įstaigos, kuriose tuo metu jaunuoliai mokėsi, buvo nustatytos pagal gyventojų skaičių. Klausimyne buvo naudojamas L. Dringelio (2013) suskirstymas. Lietuvoje gyvenamosios vietovės skirstomos į miestų ir kaimų (kaimo vietovei priskiriami ir miesteliai) kategorijas: kaimas (gyventojų skaičius iki 500), miestelis (gyventojų skaičius nuo 500 iki 3 000), mažas miestas (gyventojų skaičius nuo 3 001 iki 10 000), vidutinio dydžio miestas (gyventojų skaičius nuo 10 001 iki 100 000), didmiestis (gyventojų skaičius nuo 100 001 ir daugiau).
- 6 klausimyno klausimas sudarytas iš 16 teiginių, kurie nukreipti į jaunuolių asmeninių savybių įsivertinimą. Siekiama išsiaiškinti, kokias asmenines savybes jaunuoliai mano turintys ir kokios savybės sąlygoja didesnę jaunuolių norą ir ketinimą būti socialiniais verslininkais. Tokių savybių pasirinkimą sąlygojo Harvard Business Publishing (2008) vaizdo įrašas, D. Bornstein, S. Davis (2010) knygoje ir S. Abu-Saifan (2012) straipsnyje pateiktos socialinių verslininkų dažniausiai turimos savybės.
- 7 klausimas sukonstruotas iš 7 teiginių, kuriais siekiama išsiaiškinti jaunuolių nuomonę dėl socialinio verslo veiklos vykdymo pagrindinių tikslų reikšmingumo. Šie teiginiai suformuoti iš nagrinėtos literatūros, apibūdinančios socialinio verslo tikslus ir uždavinius. Teiginiai suformuoti tyrimo autorės.
- 8 klausimą sudaro 20 teiginių, nukreiptų į švietimo įstaigų, kuriuose mokosi ar studijuoja jaunuoliai, organizacinės kultūros bruožų, skatinančių jaunuolių socialinį verslumą, išsiaiškinimą. 1-17 teiginiai buvo suformuoti išnagrinėjus D. Bornstein, S. Davis

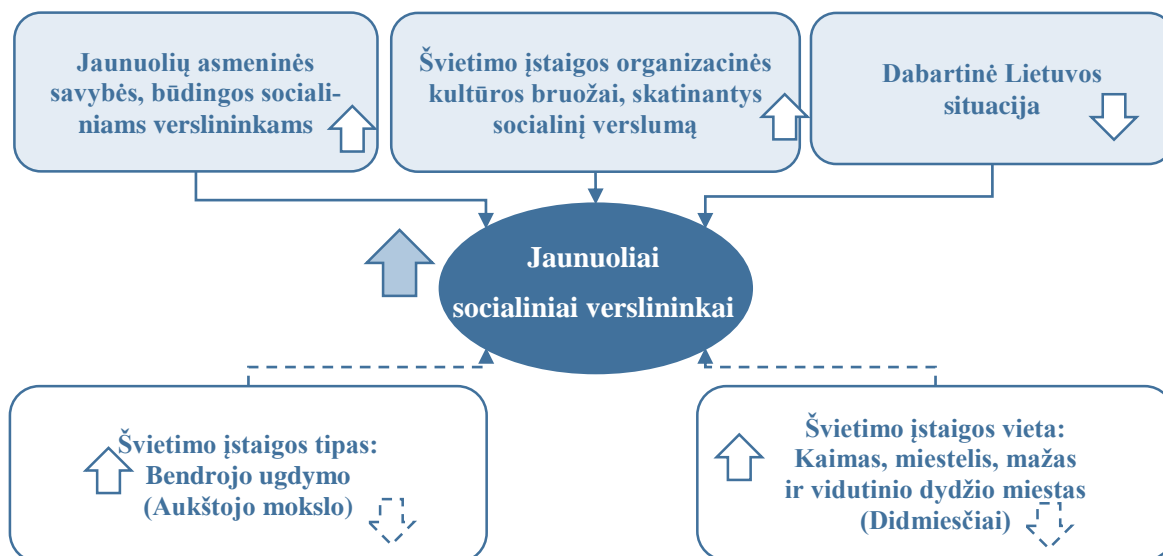
(2010) knygos dalį, kurioje aptariami kokie socialiniai verslininkai yra. Šioje dalyje apibendrintai pristatomos savybės ir aplinkybės, kurios sąlygoja ir skatina socialinio verslininko prigimtį. Sudarinėjant 8 klausimo teiginius buvo daroma prielaida, jog šioje knygos dalyje pristatytos savybės ir aplinkybės yra esminės socialiniam verslininkui, taip jos buvo performuluotos į organizacinės kultūros faktorius, veikiančius jaunuolių socialinį verslumą. 18 teiginys yra socialinio verslo tikslo išvedinys, suformuotas tyrimo autorės. 19-20 teiginiai – sudaryti autorės, remiantis S. Abu-Saifan (2012) išskirtomis unikaliomis socialiniam verslininkui būdingomis savybėmis, performuotos dvi savybės – misijos lyderis ir socialinės vertės kūrėjas – į organizacinės kultūros skatinamus bruožus. 9 klausimas sudarytas iš 12 teiginių, kuriais siekiama išsiaiškinti jaunuolių požiūrį į Lietuvos socialinio verslo situaciją. Teiginiai sudaryti tyrimo autorės.

- 10 klausimas sudarytas iš 6 teiginių, kuriais siekiama išsiaiškinti jaunuolių norą ir ketinimą būti socialiniais ar „įprastais“ verslininkais. Siekiant, jog jaunuoliai vienodai suprastų, kas yra socialinis verslininkas, komentare buvo pateikta socialinio verslininko sąvoka – socialinis verslininkas yra asmuo, kuris imasi aktyvių veiksmų skirtų esminiams socialiniams pokyčiams pasiekti (Bacq, Eddleston, 2018).
- 11 klausimas yra papildomas ir neprivalomas, skirtas tiems jaunuoliams, kurie susidomėjo tyrimu ir norėtų gauti jo apibendrintus rezultatus.

Klausimyno 6 – 10 klausimų teiginių įvertinimui buvo naudotos *Likerto skalės*, pasirenkant nesutikimo ar sutikimo laipsnį Pasirinktos įvertinimo reikšmės: visiškai nesutinku; labiau nesutinku, nei sutinku; neutrali nuomonė, labiau sutinku, nei nesutinku; visiškai sutinku. Kadangi klausimynas buvo skirtas ne tik studentams, bet ir bendrojo ugdymo moksleiviams, kurie tikėtina dar turėjo mažai patirties pildant mokslines anketas, vidurinė įvertinimo reikšmė buvo suformuota neutralios nuomonės pavidalu, vietoj – nei sutinku, nei nesutinku – kuris moksleivių galėjo būti netinkamai suprastas (5 priedas). Siekiant išsiaiškinti ar klausimyne suformuoti teiginiai yra suprantami moksleiviams, teiginių aiškumas buvo patikrintas pokalbio metu su keliais mokslinio tyrimo autorei artimoje aplinkoje esančiais moksleiviais peržiūrint visus teiginius ir prašant moksleivių pasakyti, kaip jie supranta vieną ar kitą teiginį. Vėliau klausimyne keli teiginiai buvo supaprastinti arba papildyti komentarais.

Remiantis 2-4 tyrimo uždaviniu ir klausimyno struktūra grafiškai pateiktas konstrukto ir ryšių tarp jų – įtakos modelis, kurį siekiama patvirtinti arba paneigti tyrimo duomenų analizės ir rezultatų gavimo metu. Modelyje atvaizduoti trys konstruktai, galimai turintys įtakos jaunuolių socialiniam verslumui: jaunuolių asmeninės savybės, organizacinės kultūros bruožai, skatinantys jų socialinį verslumą ir dabartinė Lietuvos situacija, ir du demografiniai respondentų rodikliai: švietimo įstaigos, kurioje jaunuoliai mokosi, tipas ir švietimo įstaigos vieta miestų

atžvilgiu. Kadangi klausimynas sudarytas taip, jog jaunuoliai gali įvertinti savo norą ir ketinimą būti socialiniais verslininkais, todėl konstrukto modelyje pavaizduotos įtakos rodyklės (ištiesinės) yra nukreiptos į jaunuolių – socialinių verslininkų skaičių (stambi užpildyta rodyklė į viršų rodo didėjantį jaunuolių skaičių) (8 pav).



8 pav. Socialinio verslumo potencialo tyrimo konstrukto koncepcinis ryšių modelis

(Šaltinis: sudaryta autorės)

Pirmasis konstruktas – didelis jaunuolių asmeninių savybių, būdingų socialiniam verslininkui, turėjimas daro teigiamą įtaką jaunuolių – socialinių verslininkų skaičiui. Atitinkamai didesnis konstrukto – švietimo įstaigų organizacinės kultūros bruožų, skatinančių socialinį verslumą, pasireiškimas, daro teigiamą įtaką didesniai jaunuolių – socialinių verslininkų skaičiaus. Trečiasis konstruktas yra priešingas, t. y. prasta dabartinės Lietuvos situacija daro teigiamą įtaką dideliui jaunuolių – socialinių verslininkų skaičiui. Taip pat tyrimo konstrukto ryšių modelyje įtraukti du demografiniai kriterijai, kurių ryšys su jaunuolių – socialinių verslininkų skaičiumi atvaizduotas punktyru (skaičiuojami vidurkių skirtumai). Remiantis EBPO atlikta analize jaunuoliai, besimokantys bendrojo ugdymo mokyklose, yra labiau linkę į socialinį verslumą nei jaunuoliai, besimokantys aukštosiose mokyklose. Dėlto modelyje atvaizduotas didėjimas prie bendrojo ugdymo švietimo įstaigų, kas reiškia didesnę jaunuolių norinčių būti socialiniais verslininkais skaičių jose. Jaunuoliai, besimokantys aukštosiose mokyklose, yra mažiau linkę į socialinį verslumą, dėlto aukštosios mokyklos pažymėtos skliaustais ir mažėjančia rodykle (neryškiu kontūru). Įvertinus tai, kad regionuose įvairių socialinių – ekonominių problemų yra kur kas daugiau nei didmiesčiuose, nutarta į konstrukto modelį įtraukti ir tyrimo duomenis nagrinėti pagal švietimo įstaigų, kuriose mokosi jaunuoliai, teritorinį vieneta. Įtvirtinta, jog kaimo, miestelio, mažo ir vidutinio dydžio miesto teritorijose besimokantys jaunuoliai yra labiau linkę

į socialinį verslumą, ir tai sąlygoja didesnę jaunuolių – socialinių verslininkų skaičių. Didmiesčiuose besimokantys jaunuoliai, kaip ir aukštųjų mokyklų atžvilgiu, yra mažiau norintys ir ketinantys būti socialiniais verslininkais (atvaizduota mažėjančia rodykle).

Remiantis tyrimo problema, klausimyno struktūra, konstruktų modeliu ir turima informacija buvo iškeltos septynios tyrimo *hipotezės*:

1. Pirma hipotezė (H_1): moksleiviai labiau nori ir ketina būti socialiniais verslininkais nei studentai.
2. Antra hipotezė (H_2): jaunuoliai besimokantys kaimuose, miesteliuose, mažuose ir vidutinio dydžio miestuose labiau nori ir ketina būti socialiniais verslininkais nei jaunuoliai besimokantys didmiesčiuose.
3. Trečia hipotezė (H_3): kuo aukštesnis asmeninių savybių vertinimas tuo didesnis noras būti socialiniais verslininkais moksleivių tarpe nei studentų.
4. Ketvirta hipotezė (H_4): kuo aukštesnis asmeninių savybių vertinimas tuo didesnis noras būti socialiniais verslininkais kaime, miestelyje, mažame ir vidutinio dydžio mieste besimokančių / studijuojančių jaunuolių tarpe nei didmiesčiuose besimokančių/studijuojančių.
5. Penkta hipotezė (H_5): kuo aukštesnis švietimo įstaigų organizacinės kultūros vertinimas tuo didesnis jaunuolių noras būti socialiniais verslininkais moksleivių tarpe nei studentų.
6. Šešta hipotezė (H_6): kuo aukštesnis švietimo įstaigų organizacinės kultūros vertinimas tuo didesnis jaunuolių noras būti socialiniais verslininkais kaime, miestelyje, mažame ir vidutinio dydžio mieste besimokančių / studijuojančių jaunuolių tarpe nei didmiesčiuose besimokančių/studijuojančių.
7. Septinta hipotezė (H_7): jaunuolių asmeninės savybės, būdingos socialiniam verslininkui, švietimo įstaigų organizacinė kultūra ir dabartinė Lietuvos situacija daro įtaką jaunuolių norui būti socialiniais verslininkais.

Tyrimo *populiacija ir imtis*. Tyrimo populiaciją sudarė Lietuvos bendrojo ugdymo mokyklose ir aukštosiose mokyklose besimokantys ir studijuojantys jaunuoliai. Remiantis statistikos departamento 2018-2019 m. duomenimis Lietuvoje bendrojo ugdymo mokyklose mokosi 322 344 mokiniai, iš kurių 265 954 mokosi miestuose ir 56 390 – kaimo vietovėse (Mokinių skaičius ..., 2019). Remiantis naujausiais 2017-2018 m. statistikos departamento duomenimis Lietuvoje yra 35 433 kolegijų studentai (Kolegijų studentai, 2018) ir 82 345 universitetų studentai (52 663 bakalauro studijų, 8 512 vientisųjų studijų, 372 laipsnio nesuteikiančių studijų (buvusios specialiosios profesinės studijos), 16 722 magistratūros studijų, 1 842 rezidentūros,

2 419 doktorantūros) (Universitetų studentai, 2018). Iš viso tyrimo populiaciją sudarė 440 122 jaunuoliai. Siekiant apskaičiuoti reikiamą tyrimo imtį buvo naudota Paniotto formulė:

$$n = \frac{1}{\Delta^2 + \frac{1}{N}}$$

kur:

n – imties dydis;

Δ – imties paklaidos dydis arba ribinė atrankos paklaida (socialinių mokslų tyrimuose priimta 5-10 % paklaida, tai yra $\Delta = 0,05$ iki 0,1);

N – tyrinėjamos visumos dydis (populiacija) (Valackienė, 2007).

Naudojant imties dydžio formulę su 5% paklaidos reikšme, buvo apskaičiuotas tyrimui reikalingas imties dydis, kuris suapvalinus buvo lygus 400 respondentų.

Klausimynas, siekiant, jog jis būtų prieinamas dideliame skaičiui respondentų vienu metu, buvo patalpintas internetinėje apklausų platformoje: www.apklausa.lt. Kadangi tiriamą populiaciją sudarė skirtingų švietimo įstaigų tipų respondentai, buvo naudojama netikimybinė imties strategija – kvotinė atranka. Kvotinė atranka leidžia įvertinti ir užtikrinti skirtingų kategorijų respondentų procentinę dalį, jog būtų užtikrintas reikiamų respondentų sričių reprezentatyvumas. Apskaičiuotos bendrojo ugdymo moksleivių ir aukštojo ugdymo (kolegijų ir universitetų) studentų procentinė dalis visumos atžvilgiu ir reikiamos imties dalis:

- Moksleivių – 73,24 proc. visumos, atitinkamai tai sudaro 293 moksleivių užpildytus klausimynus.
- Studentų – 26,76 proc. Visumos, atitinkamai tai sudaro 107 (32 kolegijų ir 75 universitetų) studentų užpildytus klausimynus.

Duomenų analizės metu buvo naudojamos IBM SPSS Statistics 23 ir Microsoft Excel, grafikų braižymui, programos. Vykdytos SPSS Statistics funkcijos:

- Aprašomoji statistika (angl. Descriptive statistics, naudotos funkcijos: *Frequencies*, *Descriptives*,) – gautų respondentų ir duomenų sisteminimui, respondentų pasiskirstymui procentais ir teiginių vidurkių, standartinių nuokrypių skaičiavimui.
- Normalumo tikrinimas (angl. Tests of normality, naudotos funkcijos: *Explore* ir *P-P plots*) – duomenų išsidėstymui pagal normalųjį pasiskirstymą nustatyti.
- Faktorinė analizė (angl. Factorial Analysis) – siekiant išsiaiškinti ar suformuoti teiginiai yra tinkamai priskirti reikiams konstrukts – faktoriams ir ar visi teiginiai yra reikšmingi analizei.
- Cronbacho alfa (angl. Reliability analysis) – klausimyno teiginių patikimumo patvirtinimui, kai vėlesniuose tyrimo duomenų nagrinėjimo etapuose kiekvienoje klausimo grupėje esantys teiginiai sudarys vieną bendrą rodiklį – konstrukta.

- Kintamųjų apskaičiavimas (angl. Compute variable) – siekiant suskaičiuoti teiginių grupių konstrukčių vidurkių reikšmes kiekvienam respondentui.
- Nepriklausomų imčių t testas (angl. Independent samples t test) – H_1 ir H_2 tikrinimui, respondentų, suskaidytų pagal du demografinius kriterijus, skirtumų nustatymui.
- Pirsono koreliacijos analizė (angl. Bivariate Correlation Pearson) – H_3 , H_4 , H_5 ir H_6 hipotezių tikrinimui, koreliacijų tarp kintamųjų apskaičiavimui.
- Fišerio testas (angl. Fisher z) – H_3 , H_4 , H_5 ir H_6 hipotezių tikrinimui, koreliacijos koeficientų palyginimui.
- Daugialypė tiesinė regresija (angl. Linear regression) – H_7 tikrinimui, siekiant nustatyti ar regresoriai daro įtaką nepriklausomam kintamajam.

Apdorojant duomenis SPSS Statistics programa respondentų įvertinimo reikšmėms buvo priskirtos skaitinės reikšmės, kur: 1 – visiškai nesutinku, 2 – nesutinku, 3 – neutrali nuomonė, 4 – sutinku, 5 – visiškai sutinku.

3.2. Socialinio verslumo potencialo tyrimo duomenų analizė

Nuo 2019 m. gegužės 3 d. iki 26 d. buvo surinkta 200 pilnai užpildytų klausimynų, tai sudarė 50 proc. apskaičiuotos ir numatytos tyrimui reikalingos imties. Tyrimo klausimynas buvo platinamas asmeniniais kontaktais ir pagal Lietuvos mokyklų sąrašus. Asmeniniais kontaktais buvo surinkta aukštosiose mokyklose studijuojančių studentų (45 klausimynai) ir dalis bendrojo ugdymo mokyklose besimokančių moksleivių užpildytų klausimynų (apie 80-90 klausimynų). Kita dalis klausimynų buvo surinkta siunčiant laiškus Lietuvos mokyklų administracijoms su prašymu išplatinti tyrimo klausimyną moksleiviams. Atsižvelgiant į tyrimą populiaciją, klausimynai buvo siunčiami tik gimnazijoms ir vidurinėms mokykloms (jų buvo prašoma klausimyno nuorodą platinti tarp vyresnių klasių moksleivių). Dėl laiko stokos laišškai su prašymais buvo siunčiami tik vieną kartą ir ne visoms mokykloms (atsirenkant po dalį švietimo įstaigų iš kiekvienos apskrities), o dalis suinteresuotų asmenų (mokyklų vadovų) nespėjo išplatinti klausimynų moksleiviams dėl užimtumo (mokslo metų pabaiga).

Iš viso per nustatytą laiką klausimyną peržiūrėjo 709 jaunuoliai, iš kurių 200 klausimyną užpildė pilnai. Kadangi klausimynai buvo siunčiami mokyklų administracijoms, o ne tiesiogiai moksleiviams, tikslus galimų respondentų skaičius sąlyginai nėra žinomas, dėl šios priežasties susidomėjimo procentas nebuvo apskaičiuotas, o atsakomumo rodiklis sudarė – 28 proc. visų peržiūrų.

Įvertinus surinktų užpildytų klausimynų skaičių ir laiką, kada platinti klausimynai, buvo nuspręsta daugiau klausimyno neplatinti. Nuo 2019 m. gegužės 26 dienos susidomėjimas klau-

simynu krito, jis nebebuvo peržiūrimas, tai sąlygoti galėjo pasibaigiantys mokslo metai ir atskaitymų, egzaminų metas. Siekiant išvengti duomenų iškraipymo dėl didelio laiko tarpo (vasaros mėnesių), klausimynas naujais mokslo metais nebebuvo platinamas, tyrimui naudojami tik pirminio platinimo metu surinkti klausimynai. Dėl šios priežasties buvo perskaičiuotas tyrimo patikimumas. Įvertinus surinktų klausimynų kiekį visai tyrimo populiacijai, perskaičiuoti tyrimo paklaida, kuri sudarė 7,07 proc. Kadangi rekomenduojama tyrimo paklaida neturėtų sudaryti daugiau 10 proc., surinkti duomenys laikomi patikimais. Atitinkamai perskaičiuotos sumažintos reikiamos respondentų kvotos: 147 moksleivių ir 53 studentų užpildyti klausimynai.

Įvertinus surinktų klausimynų kiekį, atlikta duomenų analizė, siekiant įvertinti parengtą klausimyną ir gautus duomenis – buvo peržiūrėta ar užpildytuose klausimynuose nėra neatitiktimų bei koks respondentų pasiskirstymas pagal pagrindinius tyrime nustatytus demografinius rodiklius. Informacija apie respondentus pateikiama lentelėje, o ne grafiškai, dėl didelio demografinių kriterijų skaičiaus (14 lentelė).

14 lentelė. Socialinio verslumo potencialo tyrimo respondentų demografinė informacija

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

Rodiklis	Variantai	Rezultatai (vnt.)	Rezultatai (proc.)
1. Lytis	Vyras	56	28
	Moteris	144	72
2. Amžius (metais)	14	11	5,5
	15	21	10,5
	16	53	26,5
	17	28	14
	18	29	14,5
	19	15	7,5
	20	9	4,5
	21	5	2,5
	22	14	7
	23	5	2,5
	24	6	3
	25	1	0,5
	26	1	0,5
	27	1	0,5
28	1	0,5	
3. Švietimo įstaigos, kurioje šiuo metu mokosi, tipas	Bendrojo ugdymo mokykla	147	73,5
	Profesinė / Žemės ūkio mokykla	8	4
	Kolegija	12	6
	Universitetas (bakalauro programa)	24	12
	Universitetas (magistro programa)	9	4,5
4. Klasė / kursas, kurioje mokosi	7 klasė	2	1
	8 klasė	15	7,5
	9 klasė	30	15
	10 klasė	50	25
	11 klasė	22	11
	12 klasė	36	18
	1 kursas	12	6
	2 kursas	7	3,5

	3 kursas	14	7
	4 kursas	12	6
5. Švietimo įstaigos, kurioje šiuo metu mokosi, vieta	Kaimas (gyventojų skaičius iki 500)	8	4
	Miestelis (gyventojų skaičius nuo 500 iki 3 000)	35	17,5
	Mažas miestas (gyventojų skaičius nuo 3 001 iki 10 000)	66	33
	Vidutinio dydžio miestas (gyventojų skaičius nuo 10 001 iki 100 000)	20	10
	Didmiestis (gyventojų skaičius nuo 100 001 ir daugiau)	71	33,5

Švietimo įstaigų, kuriose šiuo metu mokosi jaunuoliai, rodiklis yra vienas pagrindinių pagal, kurį nagrinėjami duomenys, dėl šios priežasties buvo įvertintas surinktų respondentų pasiskirstymas pagal kvotas. Kadangi respondentai, kurie mokėsi profesinėse / žemės ūkio mokyklose, nebuvo vyresni nei 19 metų (3 respondentai), vyriausi mokėsi 12 klasėje (2-ame žemės ūkio mokyklos kurse/klasėje), o mokymų programos vyko pagal bendrojo ugdymo programą (pridedant specialybei būtinas žinias) šis rodiklis vertinant respondentų kvotas buvo nagrinėjamas kartu su bendrojo ugdymo mokyklose besimokančiais respondентаis. Iš viso tyrime sudalyvavo 155 respondentai (77,5 proc.). Tyrimo metodologijoje nustatyta, jog reikiamų moksleivių respondentų skaičius turi sudaryti 73,24 proc. visumos, remiantis duomenimis – surinktas kiek didesnis moksleivių skaičius – kvota viršyta. Aukštosiose mokyklose besimokančių respondentų (kolegija, universitetas bakalauro programa ir magistro programa) kvotinė dalis turėjo sudaryti 26,74 proc. visumos, tačiau pavyko surinkti 22,5 proc. visumos, kas sudaro 45 užpildytus klausimynus – kvota neužpildyta. Kadangi susidomėjimas klausimynu stipriai krito ir surinkinėjant duomenis įsiterpė egzaminų laikotarpis, buvo nuspręsta tyrimo analizei naudoti surinktų duomenų pasiskirstymą, nebandant išlyginti kvotų pasiskirstymo.

Kitas svarbus rodiklis, kurį reikėjo įvertinti pagal surinktų respondentų pasiskirstymą, yra švietimo įstaigos, kurioje šiuo metu mokosi respondentai, vieta. Jaunuolių socialinio verslumo potencialo tyrimo konstrukto ryšių modelyje įtvirtinta, jog kaime, miestelyje, mažame ir vidutinio dydžio mieste įsikūrusios švietimo įstaigos yra priskiriamos vienai kategorijai, o didmiesčiuose esančios švietimo įstaigos kitai kategorijai. Šioms kategorijoms kvotos nebuvo nustatytos. Šiame duomenų surinkimo etape pastebėtina, jog didmiesčiuose įsikūrusių švietimo įstaigų respondentų atsakymų surinkta 71 (33,5 %), o kaime, miestelyje, mažame ir vidutinio dydžio mieste – 129 (64,5 %).

Vertinant respondentų amžių, pastebėtina, jog klausimyną užpildė beveik visų amžiaus kategorijų jaunuoliai išskyrus 29 metų: jauniausi pildę klausimyną asmenys buvo 14 metų (11 respondentų), vyriausias 28 metų (1 respondentas). Moterų ir vyrų pasiskirstymas pildant klausimyną sudaro apytiksliai $\frac{1}{4}$ ir $\frac{3}{4}$: 56 vyrai ir 144 moterys.

Klausimyno tinkamumo analizė

Siekiant išsiaiškinti ar autorinis klausimynas sukonstruotas tinkamai ir visi teiginiai yra priskirti atitinkamiems konstruktsams, buvo atlikta faktorinė analizė. Atliekant faktorinę analizę buvo įtraukti 5 konstruktai: asmeninių savybių, socialinio verslo tikslų, švietimo įstaigos organizacinės kultūros bruožų, skatinančių respondentų socialinį verslumą, Lietuvos situacijos vertinimo ir respondentų noro ir ketinimo būti socialiniais verslininkais. Siekiant išsiaiškinti ar prasminga atlikti faktorinę analizę buvo atliekami keli veiksmai: 1. tikrinta ar tarp kintamųjų nėra multikolinearumo – tarp teiginių nebuvo aptiktas didesnis nei 0,9 koreliacijos koeficientas, tai patvirtina, jog kintamieji nėra multikolinearūs; 2. tikrintos KMO ir *Bartlett's Test* reikšmės, kurios parodė duomenų tinkamumą: $KMO=0,883$ *Bartlett's Test of Sphericity* $p<0,001$ (6 priedas); 3. *Anti-Image Matrices* lentelėje tikrinta MSA (*Measures of Sampling Adequacy*) reikšmės, kurios patvirtina duomenų tinkamumą ($MSA>0,5$) faktorinei analizei. Kintamųjų bendrumo reikšmės parodė kiek informacijos liks perėjus prie faktorių – visi kintamieji paaiškina daugiau nei 32 proc. informacijos ($bendrumas>0,32$), todėl nei vienas teiginys nebuvo išmestas. Atlikus faktorių skaičiaus nustatymą (*Extract based on Eigenvalues*), buvo aptikta 11 faktorių, kurie bendrai paaiškina beveik 70 proc. ($cumulative \% = 69,795$) duomenų išsibarstymo. Kadangi siekiama, jog kiekvieno faktoriaus duomenų išsibarstymo dalis būtų kiek įmanoma vienosesnė, duomenims buvo pritaikytas sukimas (ryšio tarp faktorių nėra, naudotas ortogonalus rotavimas – *varimax*). Siekiant išsiaiškinti, kurie teiginiai paaiškina faktorius, buvo taikyta taisyklė, jog kintamojo reikšmė turi būti didesnė nei 0,4.

Tačiau įvertinus klausimyno struktūrą (buvo suformuoti 5 faktoriai), faktorių skaičiaus analizę (parodė, jog iš 11 galimų konstrukčių tarp pirmų 5 faktorių ir 6 paskutinių faktorių yra gana dideli reikšmių skirtumai (5-o faktoriaus dispersijos procentai=7,62, kai 6-o faktoriaus dispersijos procentai=2,88, o vertinant nuo 1-o iki 5-o faktoriaus reikšmės skirtumai yra tik keli procentiniai punktai) ir kintamųjų pasiskirstymo į konstrukčių reikšmes (6 faktorius – jame esančių 2 teiginių reikšmės yra mažesnės nei priskyrus šiuos teiginius prie kitų faktorių ir faktorių sudaro tik 2 teiginiai; 7 faktorius – net 4 teiginiai būtų priskirti kitiems faktoriams ir faktorių sudarytų tik 1 teiginys; 8 faktorius – 2 teiginiai priskirti kitiems faktoriams, o faktorių sudaro 1 teiginys; 9 faktorius – sudaro 1 teiginys, o 3 priskirti kitiems faktoriams; 10 faktorius – jį galima sudarytų 3 teiginiai, tačiau jie visi priklauso kitiems faktoriams; 11 faktorius – priskirti 2 teiginiai taip pat priklauso kitiems faktoriams) (7 priedas) faktorinė analizė buvo pakartota nustatant 5 galimų faktorių ištraukimą.

Pakartotinai atlikta faktorinė analizė parodė, jog teiginys „6.10 Aš pasižymiu pastovumu“ faktoriui teiks mažiau nei 32 proc. paaiškinimo reikšmės ($bendrumas=0,283$), todėl buvo paš-

lintas iš tolimesnės analizės. Duomenims buvo pritaikytas sukimas (*varimax*) ir naudota aukščiau minėta taisyklė dėl teiginių priskyrimui į faktorius. 8 priede pateiktas teiginių sugrupavimas į faktorius – konstruktus. Atlikta analizė patvirtino klausimyno struktūros tinkamumą, tik trys teiginiai galėtų būti priskirti kitiems faktoriams, tačiau teiginių reikšmės rezultatų skirtumai leidžia tvirtai apibrėžti jų tinkamumą atitinkamiems faktoriams (8 priedas).

Suformuotų teiginių patikimumo analizė

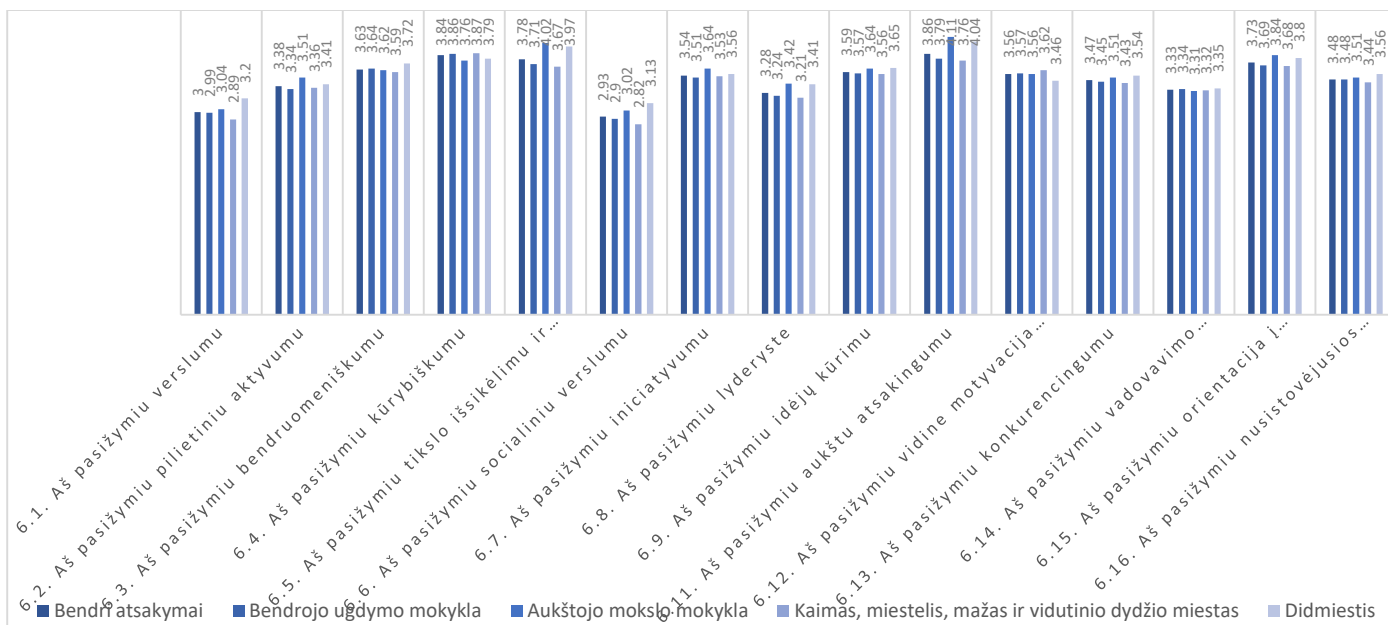
Atlikus faktorinę analizę būtina įsitinkinti klausimyno teiginių patikimumu ir vidiniu suderinamumu, kurių įvertinimui buvo naudojamas Cronbacho alfa (angl. Cronbach's alpha) koeficientas. Įvairioje literatūroje teigiama, jog Cronbacho alfa koeficientas turi sudaryti nuo 0,6 iki 1, kai kur teigiama, jog siektina minimali reikšmė yra 0,7 – tuomet galima patvirtinti, jog klausimynas ir jame esančios klausimų grupės yra sudarytos tinkamai ir duomenis galima nagrinėti tolimesniuose tyrimo etapuose (Tavakol, Dennick, 2011). 7 priede pateikti kiekvieno konstrukto Cronbacho alfa koeficientai, kur Cronbacho alfa > 0,7.

Apskaičiavus aukštas Cronbacho alfa reikšmes, galima teigti, jog klausimyno konstruktai sudaryti tinkamai ir juos galima nagrinėti tolimesniuose duomenų analizės etapuose nepašalinant papildomai nei vieno klausimo teiginio. Įdomu tai, kad pašalinus 10-o klausimo teiginį „1. aš noriu būti verslininkas“ – Cronbacho alfa reikšmė pakiltų iki 0,926. Tačiau įvertinus šio teiginio reikšmingumą, siekiant išsiaiškinti, kiek jaunuolių norėtų būti verslininkais ir kuri dalis socialiniais verslininkais – teiginio duomenis buvo reikšminga nagrinėti toliau.

Aprašomoji duomenų analizė

Žemiau pateikiama tyrimo klausimų – konstruktų teiginių aprašomoji statistika grafiškai. Kadangi atlikus faktorinę analizę vienas teiginys iš klausimyno buvo pašalintas, duomenų aprašymą buvo nuspręsta pateikti šioje dalyje. Kadangi anksčiau suformuotos hipotezės jų tikrinimo etape buvo nagrinėjamos pagal skirtingus demografinius kriterijus, į duomenų aprašomąją analizę taip pat buvo įtraukti ir išskirti šie demografiniai rodikliai: švietimo įstaigos, kurioje šiuo metu mokosi, tipas (1. bendrojo ugdymo mokykla – moksleivis ir 2. aukštojo mokslo mokykla – studentas) ir švietimo įstaigos, kurioje šiuo metu mokosi, vieta (1. kaimas, miestelis, mažas ir vidutinio dydžio miestas bei 2. didmiestis) ir apskaičiuoti jų vidurkiai kiekvienam teiginiui. 10 priede pateikiami visų teiginių vidurkiai ir standartiniai nuokrypiai lentelėje. Prieš vertinant žemiau pateiktą duomenų analizę svarbu atkreipti dėmesį į standartinių nuokrypių reikšmes, kurių didesnės reikšmės parodo didesnius respondentų nuomonių skirtumus. Daugumos teiginių standartiniai nuokrypiai didesni nei 1 – tam tikri respondentų nuomonių skirtumai egzistuoja, tačiau standartiniai nuokrypiai neviršija 2, kas rodo jog vidurkiai atspindi gana daug informacijos. Taip pat visų teiginių vertinimo minimalios ir maksimalios reikšmės buvo nuo 1 iki 5, kas parodo, jog respondentai teiginius buvo linkę vertinti įvairiai.

Asmeninių savybių įsivertinimo rodikliai atskleidė, jog tiriami respondentai mano nepasizymintys socialiniams verslininkams būdingomis savybėmis – dalis bendrų respondentų atsakymų vidurkių (M =vidurkis) yra šiek tiek aukštesni nei 3, kas rodo neutralią respondentų nuomonę (6 teiginių $M < 3,5$ – 6.1., 6.2., 6.8., 6.13., 6.14., 6.16), 1 asmeninę savybę respondentai įvertino neigiamai, tai yra jie mano neturintys socialinio verslumo bruožo (6.6. $M=2,93$), o 8 asmenines savybes galima vertinti kaip būdingesnes tiriamiems respondentams, kadangi jų vidurkių reikšmės didesnės nei 3,50, kas parodo respondentų aukštesnį sutikimo lygį (6.3., 6.4., 6.5., 6.7., 6.9., 6.11., 6.12., 6.15.). Įvertinus teiginių vidurkių reikšmes per demografinius kriterijus pastebėtas gana panašus vidurkių pasiskirstymas (vidurkių reikšmės skiriasi apytikriai 3 procentiniais punktais), išskyrus vieną teiginį „6.11. Aš pasižymiu aukštu atsakingumu“, kur respondentų, studijuojančių aukštojo mokslo mokyklose, ir respondentų, kurių mokslo / studijų vieta yra didmiestyje, vidurkių reikšmės rodo aukštesnį sutikimo lygį ($M > 4$), tai sąlygoja šių respondentų manymą, jog jiems šis bruožas yra labiau būdingas, nei nebūdingas (9 pav.).

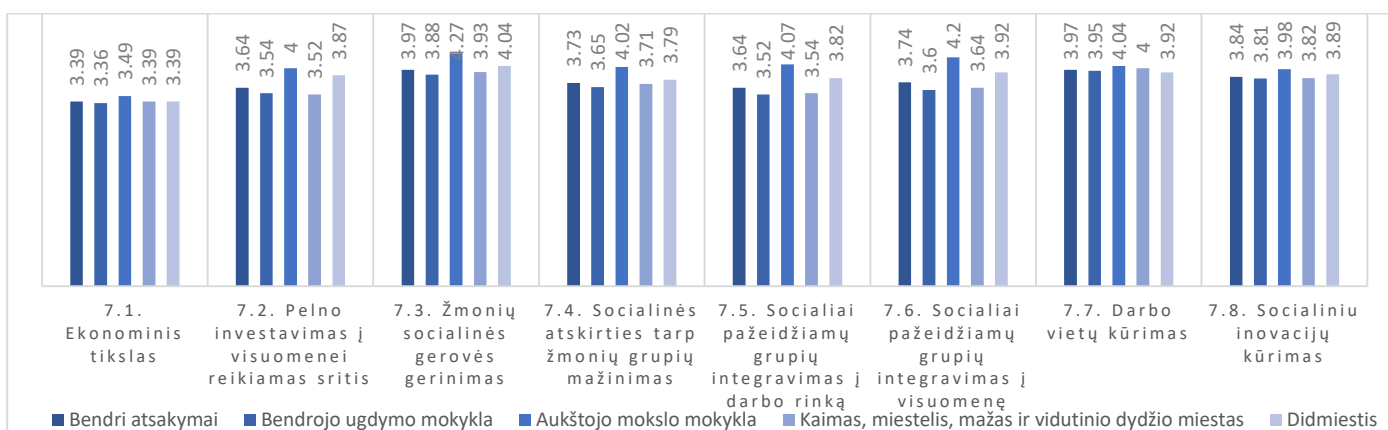


9 pav. Teiginių, atspindinčių asmenines savybes, vidurkiai

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantys tyrimo duomenimis)

Įvertinus respondentų nuomonę apie socialinio verslo tikslų reikšmingumą šio verslo veiklos vykdymui pastebėta, jog vertinant bendrus respondentų atsakymų vidurkius jų reikšmės taip pat yra didesnės nei 3 ir tik vieno teiginio „7.1. Ekonominis tikslas“ $M < 3,50$, kas rodo gana tvirtą respondentų neutralią nuomonę šio teiginio atžvilgiu. Tačiau likusių 7 teiginių $M > 3,50$, kas atskleidžia respondentų labiau sutikimą, nei nesutikimą su šiais teiginiais. Įtraukus respondentų demografinius kriterijus vertinant teiginius, nustatyta, jog aukštojo mokslo mokyklose studijuojančių respondentų vertinimas skiriasi ir yra lygus arba aukštesnis nei 4 net 6 teiginiuose (7.2., 7.3., 7.4., 7.5., 7.6., 7.7.). Vertinant pagal švietimo įstaigos vietos kriterijų kaime,

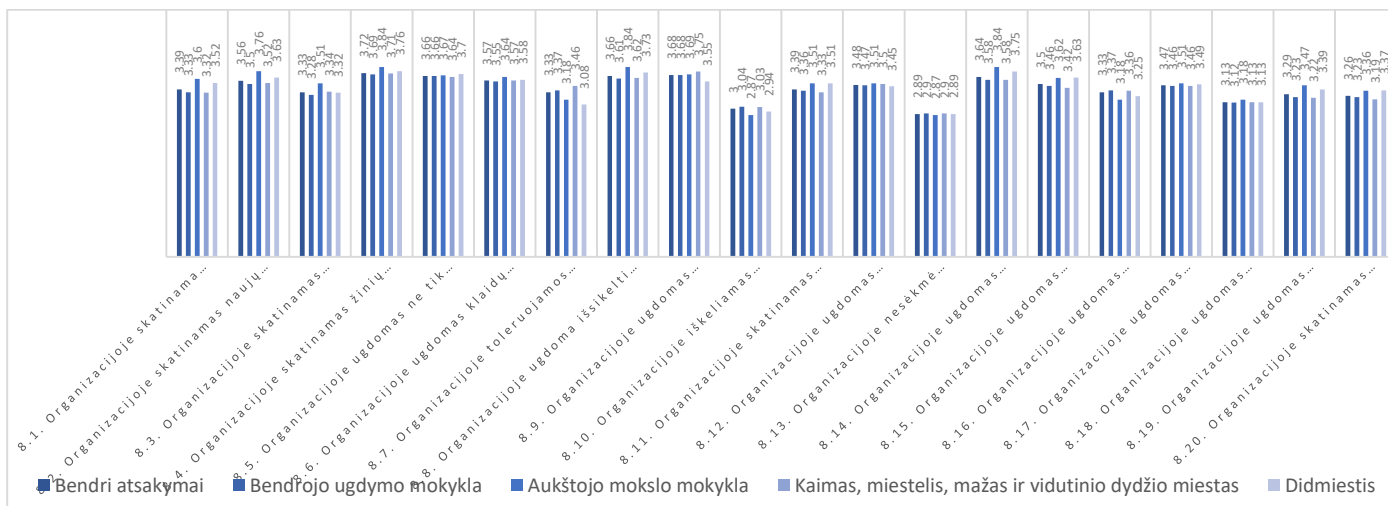
miestelyje, mažame arba vidutiniame mieste besimokantys / studijuojantys respondentai vieną teiginį „7.7. Darbo vietų kūrimas“ vertino aukščiau (M=4) nei visus kitus teiginius (10 pav.).



10 pav. Teiginių, atspindinčių socialinio verslo tikslų reikšmingumą, vidurkiai

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantys tyrimo duomenimis)

Teiginių, atspindinčių mokymosi / studijavimo įstaigos organizacinės kultūros bruožus skatinančius respondentų socialinio verslumo pasireiškimą, bendrų vertinimų vidurkių reikšmės taip pat parodė gana stiprią neutralią nuomonę, net 11 teiginių iš 20 vidurkių reikšmės yra mažesnės nei 3,50, o teiginio „8.14. Organizacijoje nesėkmė suprantama kaip atsitiktinumas“ M=2,89. Respondentų įvertintus 8 teiginius – organizacinės kultūros bruožus, galima vertinti kaip labiau būdingus, skatinant jų socialinį verslumą, nes jų vidurkių reikšmės lygios arba didesnės nei 3,50 (8.2., 8.4., 8.5., 8.6., 8.8., 8.9., 8.14., 8.15.). Teiginių vertinimas pagal demografinius kriterijus neparodė didelių vidurkių skirtumų (11 pav.).

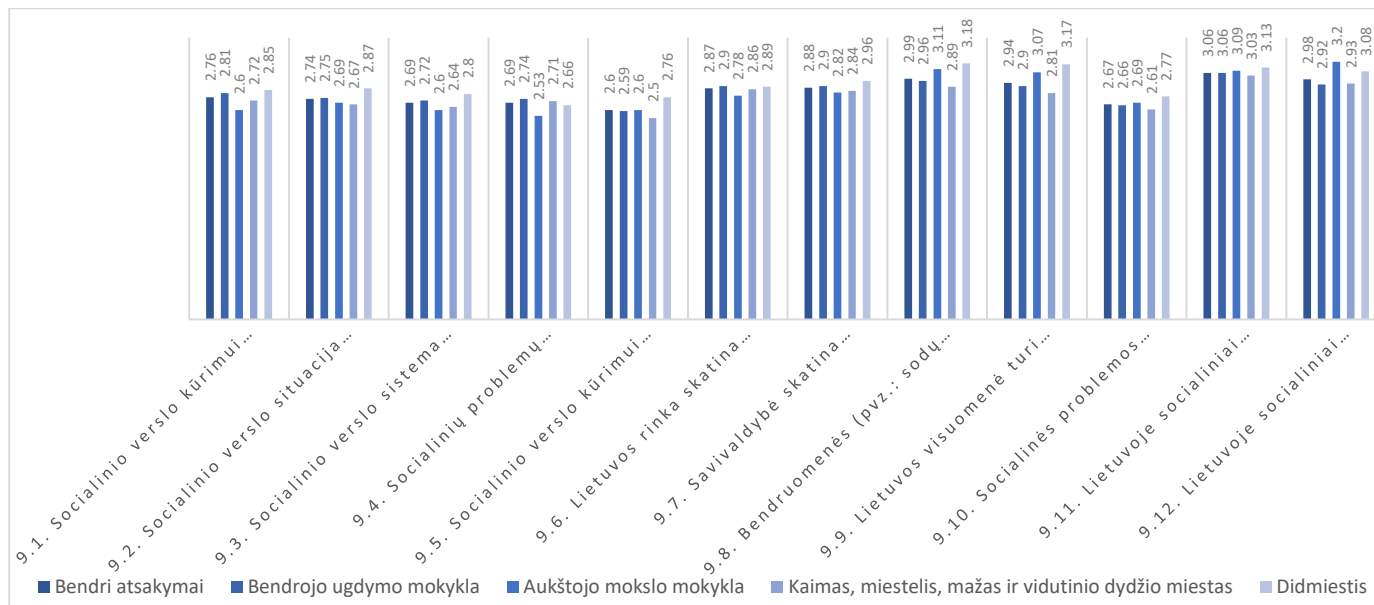


11 pav. Teiginių, atspindinčių mokymosi / studijavimo įstaigos organizacinės kultūros bruožus, vidurkiai

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantys tyrimo duomenimis)

Beveik visų teiginių, susijusių su dabartine Lietuvos situacija, vertinimas rodo respondentų tam tikrą nesutikimo lygį ($2,59 < M < 2,99$), kas gali sąlygoti prastą socialinio verslo skatinimo padėti Lietuvoje arba veiksmų, susijusių su šių subjektų skatinimu, per mažą viešinimą –

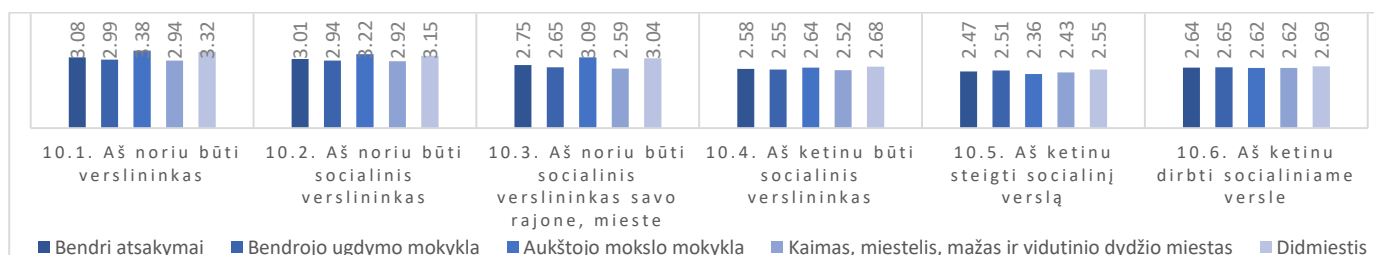
respondentai galimai negauna reikiamos ir tinkamos informacijos šia tema. Vienintelio 9.11. teiginio vidurkio reikšmė rodo neutralią respondentų nuomonę. Demografinių kriterijų įtraukimas neparodė didelių skirtumų, atkreiptinas dėmesys tik į 4 teiginius, kurių vertinimų vidurkių reikšmės rodo neutralią nuomonę, kai respondentai yra 1. didmiesčiuose besimokantys/studijuojantys ir 2. aukštojo mokslo mokyklų studentai (9.8., 9.9., 9.11., 9.12.) (12 pav.)



12 pav. Teiginių, atspindinčių Lietuvos situaciją, vidurkiai

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantys tyrimo duomenimis)

Įvertinus respondentų norą ir ketinimą būti įprastais ir socialiniai verslininkais galima teigti, jog respondentai 10.1. ir 10.2. teiginių atžvilgiu yra neutralios nuomonės (10.1. M=3,08, 10.2. M=3,01), o su teiginiais 10.3., 10.4., 10.5., 10.6., labiau nesutiko, nei sutiko, kas parodo respondentų didesnę nenorą ir neketinimą būti socialiniais verslininkais ir steigti socialinius verslus. Demografinių kriterijų – švietimo įstaigos tipas ir švietimo įstaigos vieta – įtraukimas neparodė didelių skirtumų su bendrais vertinimais (13 pav.).



13 pav. Teiginių, atspindinčių jaunuolių norą ir ketinimą būti socialiniais verslininkais, vidurkiai

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantys tyrimo duomenimis)

Kadangi tyrimo tikslas buvo nustatyti ir galimą būsimų socialinių verslininkų skaičių buvo apskaičiuoti respondentų, kurie į teiginius atsakė 4 ir 5 atsakymų reikšmėmis (labiau sutinku, nei nesutinku) kiekiai. Iš 200 respondentų verslininkais (teiginys 10.1.) norėtų būti 80

respondentų (40 proc. visų respondentų), socialiniu verslininku (teiginys 10.2.) – 71 respondentas (35,5 proc. respondentų), savo rajone arba mieste socialiniu verslininku norėtų būti 53 respondentai (26,5 proc.). Vertindami savo ketinimus būti socialiniais verslininkais ir kurti socialinį verslą respondentai sutiko kur kas mažiau: tik 36 respondentai (18 proc.) ketina būti socialiniu verslininku (10.4. teiginys), steigti socialinį verslą ketina 18 respondentų (14 proc.) ir 24 respondentai (17 proc.) ketina dirbti socialiniame versle (10.6. teiginys).

Apibendrinus tyrimo duomenų statistiką galima teigti, jog teiginių vidurkių reikšmės esančio apie 3, kas rodo neutralią nuomonę, atskleidžia ne tik ją, bet, galimai, ir tam tikrų turimų žinių trūkumą. Tačiau net 35,5 proc. respondentų galimai norėtų būti socialiniais verslininkais, kai tik 40 proc. apklaustųjų išvis norėtų būti verslininkais, rodo, jog respondentai yra labiau linkę į socialinės vertės kūrimą, nori prisidėti prie socialinių problemų sprendimo būdų, visuomenės gyvenimo kokybės skatinimo, o ne tik finansinės naudos sau gavimo.

3.3. Socialinio verslumo potencialo tyrimo rezultatų analizė

Prieš atliekant tyrimo iškeltų hipotezių analizę buvo išvesti konstrukto vidurkiai kiekvienam respondentui (naudota *Transfor Compute variable* funkcija) ir patikrintas duomenų išsidėstymas pagal normalųjį pasiskirstymą (naudota *Descriptive statistics Explore* funkcija). Atlikta analizė parodė, jog duomenys nepasiskirsto pagal normalųjį pasiskirstymą. Tačiau papildomai atlikus P-P ploto (angl. P-P Plots) analizę duomenų pasiskirstymas yra gana artimas 45 laipsnių kreivei bei remiantis tuo, kad konstrukto (sudaryti iš likerto skalių būdu surinktų duomenų) atspindi indekso prasmę ir neatitinkant normalaus pasiskirstymo kreivės visi indeksai vis tiek laikomi parametriniais, gautiems duomenims atlikta tolimesnė analizė.

Pirma hipotezė H_1 : *moksleiviai labiau nori ir ketina būti socialiniais verslininkais nei studentai*, buvo tikrinama naudojant dviejų nepriklausomų imčių t testą (angl. Independent samples t test). Rezultatai parodė, jog statistškai reikšmingų skirtumų neaptikta, hipotezė atmesta: $t(198)=-0.995$ $p=0.321$ noras ir ketinimas būti socialiniu verslininku yra vienodai vertinamas moksleivių ($M=2.72$) ir studentų ($M=2.89$) tarpe. Svarbu atkreipti dėmesį, jog hipotezė galėjo būti atmesta dėl mažo respondentų skaičiaus vienoje kategorijoje – studentų tik 45 respondentai (11 priedas).

Antrai hipotezei H_2 : *jaunuoliai besimokantys kaimuose, miesteliuose, mažuose ir vidutinio dydžio miestuose labiau nori ir ketina būti socialiniais verslininkais nei jaunuoliai besimokantys didmiesčiuose* patikrinti taip pat buvo naudojamas dviejų nepriklausomų imčių t testas. Antroji hipotezė taip pat buvo nepatvirtinta, statistškai reikšmingų skirtumų tarp dviejų respondentų kategorijų neaptikta: $t(198)=-1,595$ $p=0,112$ noras ir ketinimas būti socialiniu verslininku yra vienodai vertinamas kaime, miestelyje, mažame ar vidutinio dydžio mieste besimokančių /

studijuojančių jaunuolių ($M=2,69$) ir didmiestyje besimokančių / studijuojančių jaunuolių ($M=2,91$) tarpe (12 priedas).

Siekiant nustatyti ar trečia tyrimo hipotezė H_3 : *kuo aukštesnis asmeninių savybių vertinimas tuo didesnis noras būti socialiniais verslininkais moksleivių tarpe nei studentų*, pasitvirtino buvo pritaikytas dviejų kintamųjų Pirsono koreliacijos (angl. Bivariate Correlation) testas, apskaičiuotos koreliacijos reikšmės tarp „6. Jaunuolių asmeninių savybės“ ir „10. Jaunuolių noras / ketinimas būti socialiniais verslininkais“ kiekvienai moksleivių ir studentų kategorijai atskirai. Abiem atvejais nustatyta, jog koreliacijos tarp šių kintamųjų yra reikšmingos ($p<0,001$) – tarp asmeninių savybių vertinimo ir noro būti socialiniais verslininkais ryšys yra, tačiau siekiant įvertinti šių dviejų nesusijusių imčių koreliacijos koeficientus, papildomai taikytas Fišerio z testas (angl. Fisher z). Atlikta analizė parodė, jog statistškai reikšmingo skirtumo tarp koreliacijos koeficientų nėra ($p>0,05$), kas sąlygoja, jog koreliacijos tarp asmeninių savybių vertinimo ir noro būti socialiniais verslininkais moksleivių ir studentų tarpe yra vienodos. Hipotezė atmesta: $R_M=0,333=R_S=0,389$, $Fisherz=-0,37$ $p=0,356$ (13 priedas.)

Ketvirtos hipotezės H_4 : *kuo aukštesnis asmeninių savybių vertinimas tuo didesnis noras būti socialiniais verslininkais kaime, miestelyje, mažame ir vidutinio dydžio mieste besimokančių / studijuojančių jaunuolių tarpe nei didmiesčiuose besimokančių / studijuojančių* statistiniai rezultatai parodė, jog Pirsono koreliacijos koeficientai statistškai reikšmingi yra tiek kaime, miestelyje, mažame ir vidutinio dydžio mieste besimokančių / studijuojančių jaunuolių atžvilgiu tiek ir didmiestyje besimokančių / studijuojančių jaunuolių atžvilgiu ($p<0,001$). Tačiau pritaikius Fišerio z testą ir palyginus šiuos du koreliacijos koeficientus statistškai reikšmingas skirtumas neaptiktas, kas rodo, jog nepriklausomai nuo respondentų kategorijos tarp asmeninių savybių vertinimo ir jaunuolių noro būti socialiniais verslininkais ryšys egzistuoja: $R_K=0,289=R_D=0,463$, $Fisherz=-1,353$ $p=0,089$ (14 priedas).

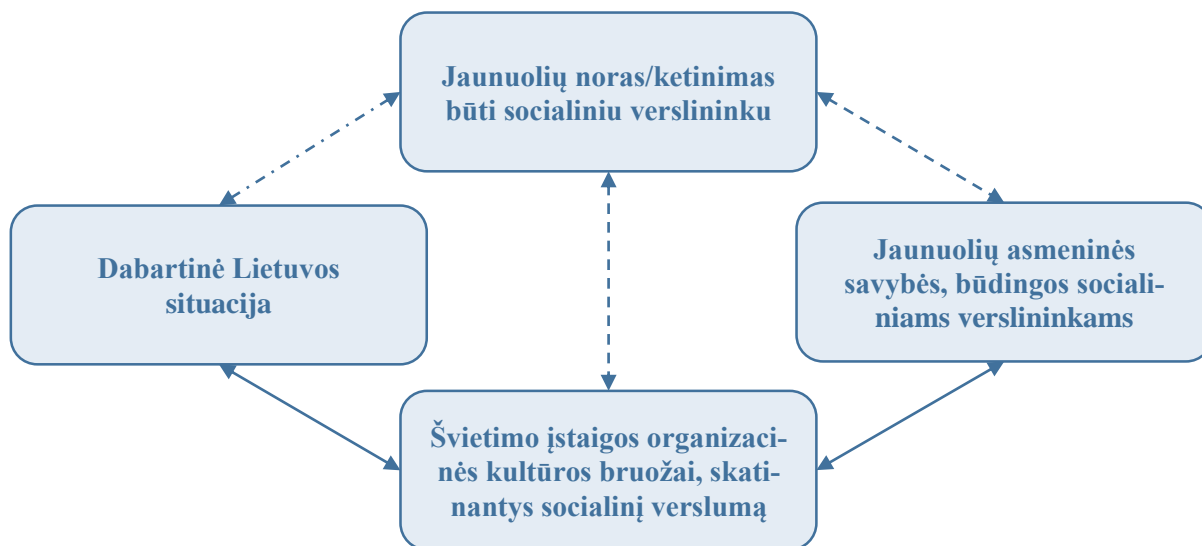
H_5 : *kuo aukštesnis švietimo įstaigų organizacinės kultūros vertinimas tuo didesnis jaunuolių noras būti socialiniais verslininkais moksleivių tarpe nei studentų* buvo patikrinta pritaikius Pirsono koreliacijos koeficientų analizę. Gauti rezultatai parodė, jog hipotezė yra atmetama iki palyginant dviejų kategorijų koreliacijos koeficientas – koreliacija tarp organizacinės kultūros vertinimo ir jaunuolių noro būti socialiniais verslininkais moksleivių tarpe yra statistškai reikšminga ($R=0,254$ $p=0,001$), tačiau vertinant studentų atveju – koreliacijos koeficientas nėra statistškai reikšmingas ($p=0,332$) (15 priedas).

Šeštos hipotezės H_6 : *kuo aukštesnis švietimo įstaigų organizacinės kultūros vertinimas tuo didesnis jaunuolių noras būti socialiniais verslininkais kaime, miestelyje, mažame ir vidutinio dydžio mieste besimokančių/studijuojančių jaunuolių tarpe nei didmiesčiuose besimokančių/studijuojančių* rezultatai, pritaikius Pirsono koreliacijos koeficientų analizę, atskleidė, jog

kaip ir H₅, taip ir H₆ tikrinimo atveju vertinant vienos respondentų kategorijos koreliaciją statistškai reikšmingas ryšys aptiktas – kaime miestelyje, mažame ir vidutinio dydžio mieste besimokančių / studijuojančių jaunuolių atveju $p=0,001$. Tačiau didmiestyje besimokančių / studijuojančių jaunuolių atveju koreliacijos negalima vertinti, nes ji nėra statistškai reikšminga ($p=0,193$) (16 priedas).

Septintos hipotezės – H₇: *jaunuolių asmeninės savybės, būdingos socialiniam verslininkui, švietimo įstaigos organizacinė kultūra ir dabartinė Lietuvos situacija daro įtaką jaunuolių norui būti socialiniais verslininkais* tikrinimui buvo naudojama daugialypė tiesinė regresija (angl. Linear Regression), kuria buvo siekiama paaiškinti priklausomojo kintamojo – 10. Jaunuolių noras / ketinimas būti socialiniais verslininkais (Y) priklausymą nuo regresorių – 6. Jaunuolių asmeninės savybės (X₁), 8. Organizacinės kultūros bruožai (X₂), 9. Lietuvos socialinio verslo situacija (X₃). Apskaičiuota Anova p reikšmė rodo, jog pasirinktas modelis galimai yra tinkamas nagrinėti toliau, modelyje esantis priklausomas kintamasis susijęs su regresoriais (negalima patvirtinti su kuriais $p<0,001$), tačiau determinacijos koeficientas $R^2=0,144$ rodo, jog tik 14 proc. nepriklausomojo kintamojo informacijos paaiškina X₁, X₂ ir X₃ regresoriai, kai $R^2<0,20$ modelis netinkamas nagrinėti toliau. Dėl šios priežasties hipotezė atmesta – nustatytas modelis netinkamas reprezentuoti jaunuolių norą būti socialiniais verslininkais, nes jaunuolių asmeninės savybės, švietimo įstaigos organizacinė kultūra ir dabartinė Lietuvos situacija nedaro įtakos ($R^2=0,144$) (17 priedas).

Gavus daugialypės regresijos rezultatus buvo nuspręsta įvertinti aukščiau minėtų kintamųjų porų ryšius, naudojant Pirsono koreliacijos analizę. Gauti statistiniai duomenys atskleidė, jog tarp kintamųjų porų egzistuoja labai silpnas arba silpnas statistškai reikšmingas ryšys, kur tarp 10 ir 6 kintamojo $R=0,346$ $p<0,001$ (silpnas), tarp 10 ir 8 kintamojo $R=0,221$ $p=0,002$ (silpnas) ir tarp 10 ir 9 kintamojo $R=0,187$ $p=0,008$ (labai silpnas). Nors gauti rezultatai rodo, kad ryšys egzistuoja, tačiau negalima įvardinti, kuris kintamasis poroje daro įtaką kitam, kadangi koreliacija apibūdina dvikryptį ryšį, kas reiškia, jog augant vieno kintamojo reikšmei, tikėtina didės ir kito kintamojo esančio poroje reikšmė. Svarbu atkreipti dėmesį į tai, jog kintamųjų poros sudarytos iš 6 ir 8 kintamojo ($p<0,001$), 8 ir 9 kintamojo tarpusavyje koreliuoja ($p<0,001$), o tarp 6 ir 9 kintamojo statistškai reikšminga koreliacija neaptikta ($p>0,05$). Asmeniųjų savybių ir organizacinės kultūros bruožų kintamųjų pora ($R=0,436$) bei organizacinės kultūros bruožų ir Lietuvos dabartinės situacijos kintamųjų pora ($0,401$) tarpusavyje koreliuoja vidutiniu stiprumu (18 priedas). Žemiau pateikiamas tyrimo rezultatų modelis – perkonstruotas 8 pav. pateiktas socialinio verslumo potencialo tyrimo konstrukto ryšių modelis (14 pav.).



14 pav. Socialinio verslumo potencialo tyrimo konstrukčių ryšių modelis

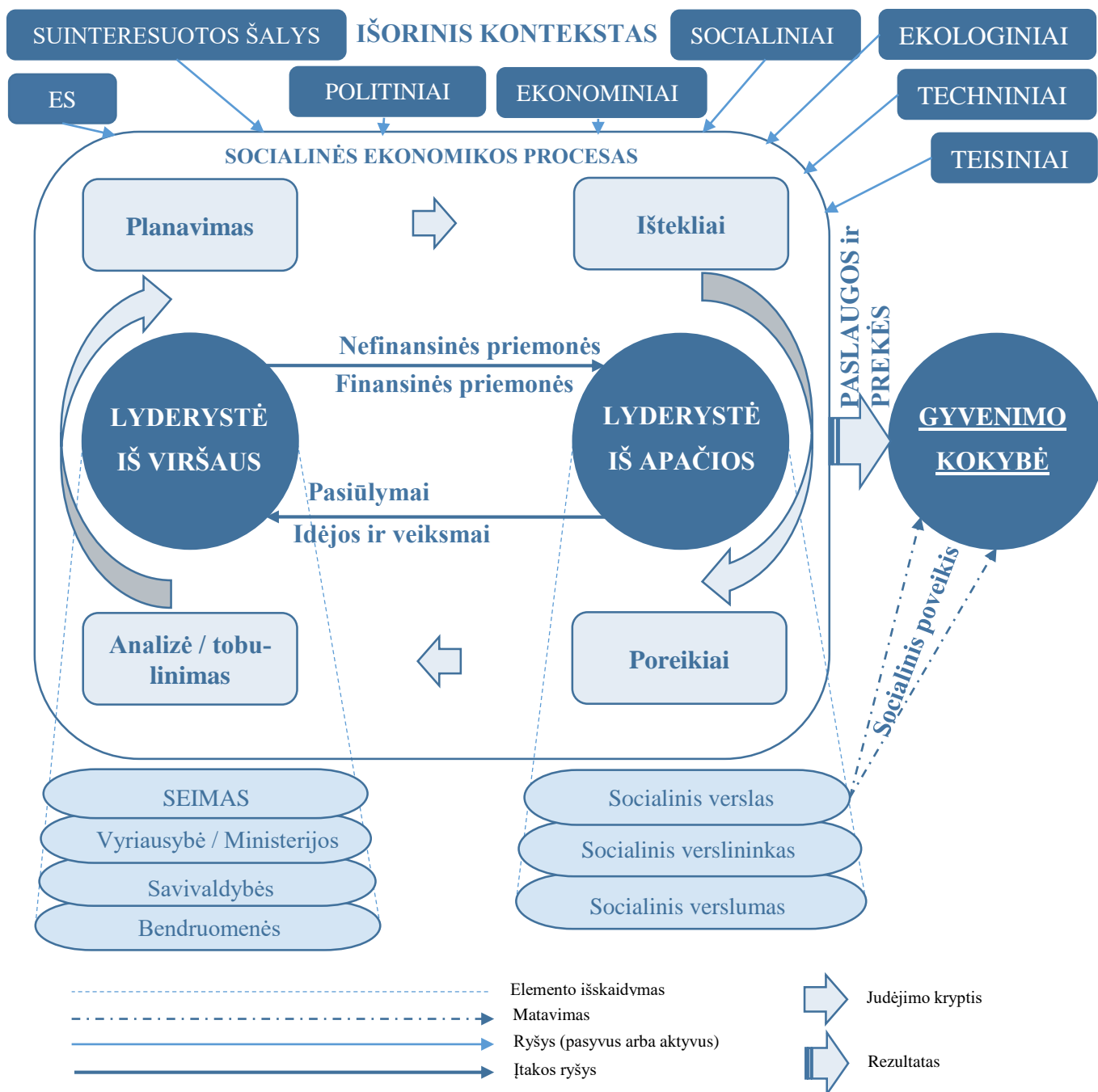
(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantys tyrimo rezultatais)

14 pav. atvaizduotos dvikryptės ryšių rodyklės priklausomai nuo jų tipo atspindi skirtingo stiprumo koreliacijos ryšius: ištisinė rodyklė – vidutinio stiprumo ryšys tarp elementų, punktyrinė rodyklė – silpno stiprumo ryšys, taškas-punktyras rodyklė atvaizduoja labai silpną elementų ryšį.

Apibendrinus tyrimo rezultatus galima daryti išvadą (vertinimas taikomas tik apklaustųjų tarpe, o ne visai visumai), jog tyrimo tikslas pasiektas: nustatytas mažas Lietuvos jaunimo besimokančio švietimo įstaigose socialinio verslumo potencialas, tai yra jaunuolių norinčių ir ketinančių būti socialiniais verslininkais konstrukto vidurkio reikšmė yra 2,75, kas rodo, jog didesnė dalis respondentų yra linkę vertinti neigiamai norą būti socialiniais verslininkais, tačiau tarp tyrimo respondentų yra ir teigiamai vertinančių. Antroji tyrimo tikslo dalis – nustatyti kurie faktoriai daro įtaką jaunuolių norui būti socialiniais verslininkais – buvo pasiekta, tai yra tyrime apibrėžti ir sukonstruoti faktoriai: jaunuolių asmeninės savybės, organizacinės kultūros bruožai ir dabartinė Lietuvos situacija, nustatyta, jog nedaro įtakos jaunuolių norui būti socialiniais verslininkais, pasirinktas nepriklausomų kintamųjų modelis silpnai atspindi priklausomą kintamąjį ($R^2=0,144$). Tačiau tarp kintamųjų porų aptiktas statistškai reikšmingas labai silpnas, silpnas arba vidutinis koreliacinis ryšys parodo tam tikrą kintamųjų priklausomybę. Ateityje siekiant nagrinėti socialinio verslumo pasireiškimą ir jam daromą įtaką, siūlytina naudoti ir nagrinėti kitus faktorius.

4. LIETUVOS SOCIALINĖS EKONOMIKOS MODELIS IR JO INTERPRETAVIMAS

Antrame modelio formavimo etape suformuotas Lietuvos socialinės ekonomikos modelis po kiekybinio socialinio verslumo tyrimo buvo atnaujintas minimaliai, tik įtraukiant rodyklių paaiškinimo legendą (15 pav.).



15 pav. Lietuvos socialinės ekonomikos modelis

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis atliktų tyrimų rezultatais)

Literatūros ir dokumentų analizė leido išskirti tokius svarbius Lietuvos socialinės ekonomikos modelio elementus kaip: 1. socialinės ekonomikos procesą, kuris remiasi nuolatinio gerinimo metodika ir apima planavimo, išteklių, poreikių ir analizės / tobulinimo etapus, ir 2.

išorinį kontekstą, kuris tuo pat metu aktyviai ir pasyviai veikia socialinės ekonomikos procesą (priklausomai nuo situacijos).

Pradinio sukonstruoto modelio formavimui didelę įtaką darė atliktas kokybinis ekspertinis tyrimas. Atliktas pagrindinio socialinės ekonomikos proceso elemento patobulinimas, kur iš vieno lyderystės elemento išskirti du pagrindiniai: lyderystės iš apačios ir lyderystės iš viršaus elementai, kurių kiekvienas yra išskaidytas į smulkesnius už šią lyderystę atsakingus subjektus. Svarbu tai, jog suformavus teorinį modelį lyderystės iš apačios subjektai buvo priskirti išorinio konteksto elementui – suinteresuotos šalys. Atlikus tyrimus šį elementą sudaro visi socialine gerove suinteresuoti subjektai ir prastomis sąlygomis gyvenantys asmenys. Lyderystės iš apačios ir lyderystės iš viršaus elementai veikia vienas kitą, teikdami tam tikrus rezultatus – priemonės, kurie modelyje atvaizduoti virš ryšių rodiklių. Ekspertinio tyrimo nauda atsispindėjo ir išskyrus svarbų elementą – socialinio poveikio matavimą, kuris nebuvo identifikuotas suformavus teorinį modelį. Už socialinio poveikio matavimus yra atsakingi socialiniai verslai (gali būti ir socialiniai verslininkai), kurie turi vertinti savo vykdomos veiklos poveikį – teikiamą naudą, gerinant žmonių gyvenimo kokybę. Gyvenimo kokybės elemento pavadinimas buvo nustatytas atlikus ekspertinį tyrimą, kurio metu akcentuota gerovės ir gyvenimo kokybės svarba, teorinio modelio formavimo etape šis elementas buvo įvardintas paprasčiau – viso proceso rezultatas socialiniai rezultatai. Socialinės ekonomikos procesas vykdamas kuria paslaugas ir prekes, kurios kaip rezultatas kelia visuomenės gyvenimo kokybę.

Nors atlikus kiekybinį socialinio verslumo, pagrindinio modelio elemento, tyrimą, remiantis jo rezultatais nebuvo galima papildyti Lietuvos socialinės ekonomikos modelio, tačiau, galima teigti, jog tyrimas leidžia pagrįsti aukščiau ne kartą teigtą poziciją dėl socialinės ekonomikos ir socialinio verslumo silpno pasireiškimo Lietuvoje. Tyrimo respondentų nuomonės įvertinimai esantys apie 3 (neutrali nuomonė), rodo, jog respondentai ne tik neturi tvirtai suformuotos nuomonės apie šių procesų veikimą, teikiamą naudą ir norą būti socialiniais verslininkais, bet, tikėtina, ir gauna per mažai informacijos arba nėra informuojami. Priešingai nei EBPO ekspertų atliktoje analizėje neužfiksuotas reikšmingas švietimo įstaigų poveikis skatinant socialinį verslumą (bendrojo ugdymo ir aukštojo mokslo mokyklų vertinimai reikšmingai nesisikiria). Remiantis tyrimu, galima daryti prielaidą, jog ne tik tiriamųjų tarpe, bet ir didžiosios daugumos visuomenės tinkama ir naudinga informacija socialinio verslumo ir socialinės ekonomikos tema nepasiekia ir šiuo metu visuomenė dar nejaučia jos naudos. Galima tik patvirtinti ekspertinio tyrimo metu gautus rezultatus dėl socialinės ekonomikos ir socialinio verslumo sąlyginai silpno pasireiškimo šalyje.

Suformuotas Lietuvos socialinės ekonomikos modelis yra konceptualusis – rekomendacinio pobūdžio, siekiant šalyje ne tik skatinti naujai besikuriančių socialinių verslų skaičių, bet

ir socialinės ekonomikos, kaip visumos modelyje išskirtų elementų, efektyvaus veikimo. Priešingai nei daugelio kokybės gerinimo modelių, šiame modelyje apibrėžtų elementų kol kas dar negalima apibrėžti skaitine išraiška, tai yra, kiek vieno elemento geresnis veikimas sąlygoje bendro rezultato efektyvumą. Tačiau modelis ir jo elementai gali būti naudojami kaip tam tikras žemėlapis ar bendras vaizdas, kuriant naujus teisės aktus, tobulinant jau priimtus arba kuriant finansines ir nefinansines priemones, siekiant socialinės ekonomikos skatinimo. Modelyje identifikuoti elementai leidžia matyti visus būtinus elementus, kuriuos būtina įtraukti ir atkreipti dėmesį prieš pristatant atitinkamus dokumentus ar priemones.

IŠVADOS IR PASIŪLYMAI

Atlikus Lietuvos socialinės ekonomikos modelio literatūros ir autorinių tyrimų analizės daromas šios išvados:

1. Socialinė ekonomika tai sąlyginai nauja, vis dar besikeičianti, bandanti įgauti savo prasmę ir svarbą sritis ne tik Lietuvoje, bet ir visoje Europoje. Nėra vieningos ir visuotinai priimamos sampratos, vyrauja skirtumai tarp šalių teisinių reglamentų ir skaitinių socialinės ekonomikos išraiškų.
2. Socialinės ekonomikos organizacijos yra įvairių formų ir lygių: vietos, nacionalinio ir regiono. Socialinė ekonomika apima savidraudos draugijas, kooperatyvus, asociacijas, fondus, taip pat naujas socialinių įmonių ir organizacijų formas, kurios savyje talpina socialinės ekonomikos vertybes iššaukiamas klientų ir visuomenės, gamina socialines ar kitaip labai vertingas prekes, dirba socialinės integracijos, socialinių paslaugų ir bendruomenės priežiūros srityse.
3. ES šalyse socialinė ekonomika yra suprantama ir reglamentuoja skirtingai. Tik nedidelė šalių dalis yra priėmusios aukščiausio lygio teisės aktus, reglamentuojančius socialinės ekonomikos ir jos organizacijų veiklos esmę, finansavimo, paramos šaltinius ir mechanizmus, žinomumo didinimo veiksmus. Tik kelios šalys turi aukščiausio lygio, visuotinai pripažintus socialinės ekonomikos ir jos organizacijų veiklą reglamentuojančius teisės aktus.
4. Lietuvoje socialinės ekonomikos samprata atskleista labai ribotai nagrinėtuose straipsniuose ir įstatyminėje bazėje. Šiuo metu socialinei ekonomikai priskiriamos tik savo prasme labai ribotos socialinės įmonės ir neįgaliųjų socialinės įmonės. Bandoma įtvirtinti socialinio verslo, kaip platesnės ir bendresnės socialinės įmonės atitiktis, sampratą, tačiau procesas šioje srityje yra labai lėtas ir netenkinantis visų suinteresuotų šalių. Bandoma nustatyti, jog socialinės ekonomikos pagrindas yra socialinių verslų kūrimas.
5. Įvertinus ekspertinio tyrimo rezultatus, galima teigti, jog Lietuvoje socialinės ekonomikos sąvoka vyrauja dar silpnai, naudojama ribotai, tačiau pati socialinė ekonomika yra labai svarbi ir reikšminga. Lietuvos socialinės ekonomikos modelį ir jo elementus suinteresuotos šalys sunkiai supranta, pačios išskirti negali, kas galimai parodo šio sektoriaus veikimą vien iš idėjos, nesiremiant teorijomis ir praktiniais paskaičiavimais.
6. Remiantis ekspertų teiginiais darbe įtvirtinamas autorinis produktas: nustatyti apibrėžimai. Socialinė ekonomika – tai socialinės vertės ir socialinės gerovės visuomenei kūrimas, kur to siekiantis pagrindinis subjektas yra verslo principais grindžiamas socialinis verslas. Socialinis verslas tai vertybėmis ir atsakomybe grįstas verslas, kurio pagrindinis

tikslas nėra pelno siekimas, bet pokyčių visuomenėje vykdymas, telkiant dėmesį į socialinių grupių rėmimą per socialinių problemų sprendimus. Atlikus tyrimą paaiškėjo, jog ekspertų suvokiami socialinės ekonomikos ir socialinio verslo apibrėžimai skiriasi nuo Socialinio verslo koncepcijoje – įtvirtintų. Priešingai nei koncepcijoje, ekspertai neakcentuoja ir neišskiria socialinės ekonomikos kaip atskiro sektoriaus, kuris veikia tarp privataus ir viešojo ir atlieka savo funkciją tik tuomet, kai to negali patenkinti prieš tai minėti sektoriai. Vertinant socialinio verslo apibrėžimą tarp koncepcijoje įtvirtinto ir ekspertų suvokiamo, nustatytas rinkos mechanizmo ekspertų teiginyje trūkumas.

7. Aptikti pagrindiniai trukdžiai, darantys įtaką Lietuvos socialinės ekonomikos vystymuisi – valstybės lygmens trukdžiai (nesisteminė politika, vertybių trūkumas, skatinimo sistemos sudėtingumas, teisės aktai) ir visuomenės lygmens trukdžiai (prastas požiūris į verslą, mažas tikrųjų socialinių verslininkų skaičius, silpnos jų kompetencijos) – leidžia patvirtinti išvadą, jog Lietuvoje nėra susiformavusio požiūrio į socialinę ekonomiką, nevykdomi sisteminiai veiksmai. Nepaisant to, šalyje yra didelis poreikis kylantis iš socialinės ekonomikos principus taikančių subjektų – socialinių verslininkų ir verslų.
8. Remiantis socialinio verslumo, kaip pagrindinio Lietuvos socialinės ekonomikos modelio elementu, potencialo tyrimo duomenimis, galima teigti, jog tyrime dalyvavusių respondentų nuomonė socialinio verslumo klausimais dar nėra visiškai susiformavusi arba yra gaunamos informacijos ir žinių trūkumas, kadangi $M \sim 3$. Tačiau aptiktas sąlyginai didelis procentinis skaičius respondentų, kurie norėtų būti verslininkais (40 proc.) ir socialiniais verslininkais (35,5 proc. apklaustųjų), rodo, jog dalis respondentų turi gana tvirtą nuomonę ir galimai ateityje ketina kurti socialinius verslus bei prisidėti prie socialinių problemų sprendimo būdų.
9. Nustatyta, jog tyrime išskirti faktoriai: jaunuolių asmeninės savybės, būdingos socialiniams verslininkams, švietimo įstaigų organizacinė kultūra ir dabartinė Lietuvos situacija, nedaro įtakos jaunuolių norui / ketinimui būti socialiniais verslininkais ($R^2=0,144$), kas rodo, jog tapimą socialiniu verslininku galimai sąlygoje dar anksčiau nei patenkant į švietimo įstaigą sąlygoję veiksniai – galimai kylantys iš šeimos ar jos padėties.
10. Priešingai nei EBPO atliktoje analizėje teigiama, atlikto tyrimo rezultatai neparodė statistškai reikšmingo skirtumo tarp besimokančiųjų bendro ugdymo mokyklose ir aukštojo mokslo mokyklose jaunuolių vertinant jų norą būti socialiniais verslininkais, ką galimai galėjo sąlygoti maža tyrimo imtis (200 respondentų), didelis klausimyne esančių teiginių skaičius arba naudoto tyrimo metodas ar apdorojamų rezultatų metodai.
11. Suformuotas ir pagrįstas rekomendacinio pobūdžio Lietuvos socialinės ekonomikos modelis sudarytas iš pagrindinių elementų ir ryšių. Itin svarbus yra lyderystės iš apačios

ir lyderystės iš viršaus ryšys per bendradarbiavimą, kuris leidžia identifikuoti pagrindinius reikiamus veiksmus, siekiant visuomenės gyvenimo kokybės užtikrinimo. Socialinės ekonomikos proceso centras yra lyderystės iš viršaus ir lyderystės iš apačios ryšys, kur centras valdo nuolatinio tobulinimo principais besiremiančius planavimo, išteklių, poreikių, analizės ir tobulinimo veiksmus. Tinkamai valdomo socialinės ekonomikos proceso pagrindinis rezultatas yra visuomenės gyvenimo kokybė, kuris užtikrinamas per tiekiamas paslaugas ir prekes. Tarp socialinės ekonomikos proceso ir išorinio konteksto vyrauja ryšys, kuris gali būti teigiamas ir neigiamas. Svarbus šio modelio aspektas yra socialinio poveikio matavimai, kuriuos turi užtikrinti socialiniai verslininkai ir socialiniai verslai.

Remiantis atliktų LR teisės aktų, Lietuvos socialinės ekonomikos modelio pagrįstumo ir socialinio verslumo potencialo tyrimų analizėmis teikiami šie pasiūlymai:

1. Siekiant socialinės ekonomikos ir socialinio verslo sąvokos apibrėžimo šalyje vienodo suvokimo, suvienodinti galiojančiuose ir naujai kuriamuose teisės aktuose ir rekomendacinio pobūdžio dokumentuose (finansavimo / paramos skyrimo) naudojamas sąvokas.
2. Socialinio verslumo sąvoka šalyje, nors ir įvardijama skirtingai, tačiau naudojama daug dažniau nei socialinės ekonomikos, o socialinė ekonomika vieną kartą yra minima teisės aktuose, dėl šios priežasties siūloma aukščiausio lygio dokumentuose ir pranešimuose (pvz. Ekonomikos ir inovacijų ministerijos atstovų) dažniau naudoti sąvoką socialinė ekonomika, kuri apima visą sektorių, o ne vieną socialinio verslo elementą.
3. Skelbti viešai ir lengvai prieinamose platformose informaciją apie jau egzistuojančius socialinius verslus, pagal atitinkamus kriterijus (1 pasiūlyme minėtus teisės aktus), siekiant jų teigiamo viešinimo ir lengvesnių tyrimų atlikimo procesų, kurie leidžia skatinti socialinę ekonomiką ir socialinį verslumą šalyje.
4. Skatinti ne tik naujai besikuriančius socialinius verslus, tačiau ir jau gana sėkmingai veikiančius ir įsitvirtinčius rinkoje. Socialinio verslo plėtros įstatyme nustatyta rodikliai dėl socialinio poveikio matavimų galėtų būti išskirti ir nukreipti į „pažengusių“ socialinių verslų dar didesnio naudingumo ir efektyvumo šaliai – galimas jiems specifinių rodiklių nustatymas, kurių tvarus atitikimas sąlygotų finansinių ir nefinansinių priemonių tokiems verslams didesnę skyrimą.
5. Tam tikrą laiko periodą periodiškai vykdyti aukščiausio lygio susitikimus tarp aukščiausio lygio šalies vadovų ir socialinio verslo bendruomenės atstovų, siekiant išsiaiškinti ar sukurtas ir derintas Socialinio verslo plėtros įstatymas yra tinkamai sukonstruotas ir naudingas. Susitikimai galėtų būti vykdomi kasmetinių renginių metu.

6. Skatinti teigiamą požiūrį į verslą ir jo kūrimą (švietimo įstaigose ir komunikacijos projektai). Tai apima ne tik socialinius verslus, bet ir įprastus, kurie ekonominio tikslo siekimui teikia prioritetą. Nemaža dalis įprastų verslų, (nors Lietuva dar yra jauna šalis) yra stipriai linkę į socialinės atsakomybės prisiėmimą, kas rodo, jog šalyje socialinių problemų sprendimams tam tikras dėmesys yra skiriamas, nors vis dar nėra pakankamas. Teigiamo požiūrio į verslą skatinimas leistų ne tik įprastiems verslams veikti efektyviau, bet ir galimai didesniai kiekiui žmonių steigti socialinį verslą, nes dalis veikia vien iš idėjos – gauna naudingus socialinius rezultatus, o tvaraus ilgalaikio ekonominio efektyvumo ir socialinio poveikio negali užtikrinti ir palaikyti.
7. Švietimo įstaigose kalbėti apie socialinio verslo pavyzdžius, supažindinti moksleivius su jų veikimo principais ir nauda, galimais steigimo būdais. Tai galėtų būti įtraukta į etikos ar ekonomikos pamokų kursą, tačiau ekonomikos kursas yra trumpai trunkantis ir paskutinėse klasėse, kas gali sąlygoti prastą naudingumą.

Galimos tolesnės temos (problemos) nagrinėjimo kryptys:

1. Suformuoto autorinio modelio elementų – lyderystės iš viršaus ir lyderystės iš apačios – analizė – galimas metodas – fokus grupė. Siekiant išsiaiškinti šių elementų veikimą (kaip pvz.: ar vyksta bendradarbiavimas, siūlomos idėjos, jei taip, ar į jas atsižvelgiama).
2. Socialinio verslo Lietuvoje analizė – kiekybė apklausa arba kokybinis ekspertinis tyrimas su 7 socialinio verslo organizacijomis. Mintis buvo kilusi ir rašant MD, tačiau dėl dabartinės padėties: nėra įstatymo ir nėra oficialių statistikos duomenų, sunku suorganizuoti ir užtikrinti respondentų tinkamumą. Galima bandyti derinti klausimyną / klausimus per tokias organizacijas kaip Reach for Change, Lietuvos socialinio verslo asociacija. Tikslas – nustatyti trukdžius ir gerinimo galimybes.
3. Jaunų socialinių verslininkų apklausa, siekiant išsiaiškinti, kokie faktoriai juos paskatino imtis socialinio verslo (atmaina vykdytam kiekybiniam tyrimui). Reikėtų stengtis surasti jau pasaulyje naudotą klausimą (klausimyno konstravimo metu nepavyko aptikti tinkamo), jog tyrimas būtų sėkmingas.

Darbo rezultatų aprobavimas ir sklaida:

1. Parengtas ir pateiktas mokslinis straipsnis „Socialinės ekonomikos raiška ir perspektyvos Lietuvoje“, žurnalas „Tiltai“.
2. Socialinio verslumo modelio pagrįstumo tyrimo rezultatai elektroniniu laišku išplatinti tyrime dalyvavusiems ekspertams jų prašymu.
3. Socialinio verslumo, kaip pagrindinio Lietuvos socialinės ekonomikos modelio elemento, potencialo tyrimo rezultatai elektroniniu laišku išplatinti tyrime dalyvavusiems ir to pageidavusiems respondentams.

LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. 2014–2020 m. Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programos tarpinis vertinimas: Horizontalių principų įgyvendinimo vertinimo galutinė ataskaita. 2018 m. gruodžio 5 d. versija (2018). Lietuvos Respublikos finansų ministerija, UAB „ESTEP Vilnius“ ir UAB „Visionary Analytics“.
2. Abu-Saifan, S. (2012). Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries. *Technology Innovation Management Review*, p. 22-27.
3. Alam, J., Boamah, M. I., Moir, R. (2018). An examination of the social economy: some new theoretical insights. *International Journal of Social Economics*, Vol. 45, No. 6, p. 940-956. doi: 10.1108/IJSE-10-2016-0274.
4. *Antikorupcinio vertinimo išvada dėl socialinių įmonių veiklos teisinio reglamentavimo Nr. 4-01-508* (2018). Vilnius: Lietuvos Respublikos specialiųjų tyrimų tarnyba.
5. Arsenault, G. (2018). Explaining Québec’s Social Economy Turn. *Canadian Journal of Nonprofit and Social Economy Research*. Vol. 9, No. 1, p. 58–75.
6. Bacq, S., Eddleston K. A. (2018). A Resource-Based View of Social Entrepreneurship: How Stewardship Culture Benefits Scale of Social Impact. *Journal of Business Ethics*. Vol. 152, No. 3, p. 589-611. doi: 10.1007/s10551-016-3317-1.
7. *Bendroji statistika* (2017). Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerija. Prieiga per internetą: <https://socmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/socialine-integracija/neigaliuju-socialine-integracija/statistika-2> (žiūrėta 2018 m. gruodžio 23 d.)
8. Best practices in public policies regarding the European Social Economy post the economic crisis (2018). Brussels: *Visits and Publications Unit*. doi:10.2864/623436.
9. Bikauskaitė, D. (2018). Apie Socialinių įmonių įstatymo pataisą iš pirmų lūpų. *Vakarų ekspresas*. Prieiga per internetą: <http://www.ve.lt/naujienos/ekonomika/ekonomikos-naujienos/apie-socialiniu-imoniu-istatymo-pataisa-is-pirmu-lupu-1611471/> (žiūrėta 2018 m. lapkričio 10 d.)
10. Bornstein, D., Davis, S. (2010). *Social entrepreneurship: What everyone needs to know*. New York: Oxford University Press. p. 26-30.
11. Bouchard, M. J., Rousselière, D. (2016). Do Hybrid Organizational Forms of the Social Economy have a Greater Chance of Surviving? An Examination of the case of Montreal. *Voluntas*. Vol. 27, p. 1894–1922. doi: 10.1007/s11266-015-9664-1.
12. Calvo-Mora, A., Domínguez-CC, M., Criado, F. (2018). Assessment and improvement of organisational social impact through the EFQM Excellence Model. *Total Quality Management*, Vol. 29, No. 11, p. 1259–1278.

13. Dobele, L. (2011). Influencing factors of social entrepreneurship in Latvia. *17th International Scientific Conference. Proceedings*. Latvian University of Agriculture. Vol. 2, p. 101-107.
14. Dolacis, V. (2014). Recognition of Principles of Social Economy in the Activities of Community Initiatives in Latvia. *Tiltai*, 4, p. 57-70.
15. Drigelis, L. (2013). Lietuvos miestai, miesteliai ir kaimai: jų urbanistinių ir demografinių pokyčių įtaka šalies kraštovaizdžio erdvinės struktūros savitumui. *Journal of Architecture and Urbanism*, 37(4), p. 310–323.
16. Ebrashi, R. (2013). Social entrepreneurship theory and sustainable social impact. *Social Responsibility Journal*, Vol. 9 Issue 2, p. 188-209. doi: 10.1108/SRJ-07-2011-0013
17. *European Social Economy Regions 2019* (2018). European Commission. Prieiga per internetą: https://ec.europa.eu/growth/content/european-social-economy-regions-2019_en (žiūrėta 2018 m. gruodžio 16 d.)
18. *Fostering Innovation to Address Social Challenges. Workshop proceedings. OECD Innovation Strategy* (2011). Organisation for Economic Co-operation and Development. Prieiga per internetą: <https://www.oecd.org/sti/inno/47861327.pdf> (žiūrėta 2018 m. gruodžio 18 d.)
19. Gabriel, C. (2017). The Social Economy Enterprises in Romania. *Ovidius: University Annals, Economic Sciences Series*, Vol. XVII, Issue 2, p. 173–178.
20. Gembickienė, V., Leonienė, B. (2015). Socialinis verslas – nauja galimybė stiprinti socialinę ekonomiką. *Role of higher education institutions in society: challenges, tendencies and perspectives. Academic papers*, Nr. 1 (4) p. 58–64.
21. Glińska-Neweś, A., Karwacki, A. (2018). *Nonprofit Management and Leadership*. Vol. 28, No. 3, p. 367–382.
22. Gómez, J. G., Costa, M. M., Lorente, Á. R. M. (2017). EFQM Excellence Model and TQM: an empirical comparison. *Total Quality Management*, Vol. 28, No. 1, p. 88–103.
23. Greblikaitė, J., Gerulaitienė, N., Žiukaitė, Ž., Garcia-Machado, J. J. (2017a). Social Economy: the Potential and Challenges of Social Enterprises in Lithuania. *European Integration Studies*, p. 53-64. doi: 10.5755/j01.eis.0.11.18916.
24. Greblikaitė, J., Rakštys, R., Caruso, D. (2017b). Social entrepreneurship in rural development of Lithuania. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, Vol. 39, No. 2, p. 157–165. doi: 10.15544/mts.2017.12.

25. Harvard Business Publishing (2008). Key Traits of Social Entrepreneurs. An Interview with John Elkington [interviu]. Prieiga per internetą: <https://hbr.org/video/2226602167001/key-traits-of-social-entrepreneurs> (žiūrėta 2019 m. balandžio 22 d.)
26. Hossein, C. S. (2017). A Black Perspective on Canada's Third Sector: Case Studies on Women Leaders in the Social Economy. *Journal of Canadian Studies*, Vol. 51, No. 3, p. 749–781.
27. Hudon, M., Huybrechts, B. (2017). From Distant Neighbours To Bedmates: Exploring The Synergies Between The Social Economy And Sustainable Development. *Annals of Public and Cooperative Economics*, p. 141–154.
28. Jang, J., Kim, T. H., Hong, H., Youu, C. S., Park, J. (2018). Statistical Estimation of the Casual Effect of Social Economy on Subjective Well-Being. *Voluntas*. Vol. 29, p. 511–525.
29. Kay, A., Roy, M. J., Donaldson, C. (2016). Re-imagining social enterprise. *Social Enterprise Journal* 12(2).
30. Kalogeraki, S., Papadaki, M., Ros, M. P. (2018). Exploring the Social and Solidarity Economy Sector in Greece, Spain, and Switzerland in Times of Crisis. *American Behavioral Scientist*, Vol. 62, No. 6, p. 856–874.
31. *Kolegijų studentai* (2018). Vilnius: Lietuvos statistikos departamentas. Prieiga per internetą: <https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize?indicator=S3R258#/> (žiūrėta: 2019 m. balandžio 21 d.
32. Lietuvos Respublikos jaunimo politikos pagrindų įstatymo Nr. IX-1871 pakeitimo įstatymas Nr. XIII-1224. *TAR*, 2018, Nr. 9738.
33. Lietuvos Respublikos Konstitucija. *Lietuvos aidas*, 1992, Nr. 220-0.
34. *Lietuvos Respublikos socialinio verslo plėtros įstatymas. Projektas*. Reg. data: 2018-09-11, Reg. Nr. 18-6947(2).
35. Lietuvos Respublikos socialinių įmonių įstatymas Nr. IX-2251. *Valstybės žinios*, 2004, Nr. 96-3519.
36. Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakymas dėl socialinio verslo koncepcijos patvirtinimo Nr. 4-207. *TAR*, 2015, Nr. 5148.
37. Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministro įsakymas dėl socialinio verslo vykdymo pagal Lietuvos kaimo plėtros 2014–2020 metų programos priemones gairių patvirtinimo Nr. 3D-720. *TAR*, 2017, Nr. 17669.
38. Llabinés, N. M., Crespo, P., Buil-Fabregà M. (2018). Social economy companies in the times of crises: Entrepreneurship and survival. *Intangible Capital*, p. 35-46.

39. López-Arceiz, F. J., Ana J. Bellostas, A. J., Rivera-Torressocial, P. (2017). Social Investment In Spain: How Do Solidarity Mutual Funds Decide The Allocation Of Solidarity Funding Between Social Economy Organizations? *Annals of Public and Cooperative Economics*, p. 519–542.
40. Martínez-Campillo, A., Fernández-Santos, Y., Sierra-Fernández, M., P. (2018). How Well Have Social Economy Financial Institutions Performed During the Crisis Period? Exploring Financial and Social Efficiency in Spanish Credit Unions. *Journal of Business Ethics*, Vol. 151, Issue 2, p. 319–336.
41. Mazzei, M. (2017). Understanding Difference: The Importance of ‘Place’ in the Shaping of Local Social Economies. *Voluntas*. Vol. 28, p. 2763–2784. doi: 10.1007/s11266-016-9803-3.
42. Melnikas, B. (2017). Socialinis verslas: kūrimo ir plėtros poreikiai. *Viešasis administravimas*, Nr. 1-2 (53-54), p. 64–81.
43. Mišura, M., Cerović, L., Vesna Buterin, V. (2018). Relationship between corporate social responsibility and business success: case of the global tobacco industry. *Journal of Contemporary Management Issues*. Vol. 23, No.1, p. 157-171.
44. *Mokinių skaičius miesto ir kaimo bendrojo ugdymo mokyklų klasėse* (2019). Vilnius: Lietuvos statistikos departamentas. Prieiga per internetą: <https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize?hash=a5f244a6-a59f-4f63-a367-3d6c14476dba#/> (žiūrėta: 2019 m. balandžio 21 d.)
45. Mudura, L. M. (2015). The Evolution of the Social Economy Concept in Europe. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, Vol. 24, No. 2, p. 728-734.
46. Mudura, L. M., Berinde, M. (2016). The Marketing of the Structures of Social Economy in the European States. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, Vol. 25, p. 97-98.
47. Murray, R., Caulier-Grice, J., Mulgan, G. (2010). *The Open Book of Social Innovation*. NESTA.
48. Orbán, A. (2017). Building smart communities in the Hungarian social economy. *Community Development Journal*, Vol. 52, No. 4, p. 668–684. doi: 10.1093/cdj/bsv053.
49. *Parama socialiniam verslui* (2018). Projektas. Lietuvos Respublikos ūkio ministerija. Prieiga per internetą: <https://ukmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/es-parama-1/2014-2020-m/parama-socialiniam-verslui> (žiūrėta 2018 m. spalio 20 d.)
50. Paula, L., Grinfelde, A. (2017). Social Economy in Latvia: the case of charity shops. *44th International Conference Economic Science for Rural Development. Proceedings*.

- Jelgava: Latvia University of Agriculture, Faculty of Economics and Social Development, April 27-28, 2017, p. 136-141.
51. *Potencialas reikšmė* (2019). Prieiga per internetą: <https://www.lietuviusodynas.lt/terminai/Potencialas> (žiūrėta 2019 m. gegužės 20 d.)
52. Rahman, M., Hussain, M. (2012). Social business, accountability, and performance reporting. *Humanomics*, Vol. 28, No. 2, p.118-132
53. *Recent evolutions of the social economy in the European Union. Study* (2017). Brussels: Visits and Publications Unit. doi: 10.2864/191345.
54. Sannikova, A., Brante, I. (2018). Development of social entrepreneurship in Latvia. *Business, Management and Education*, Vol. 16, No. 1 p. 147–159.
55. *Social Economy. Study* (2016). Brussels: Policy Department A: Economic and Scientific Policy. Prieiga per internetą: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578969/IPOL_STU\(2016\)578969_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/578969/IPOL_STU(2016)578969_EN.pdf) (žiūrėta 2018 m. gruodžio 1 d.)
56. *Socialinės ekonomikos, kaip vieno iš pagrindinių ekonominio ir socialinio vystymosi veiksnių Europoje, skatinimas. Tarybos išvados* (2015). Nr. 15071/15 SOC 711 EMPL 464. Briuselis: Europos Sąjungos Taryba.
57. *Socialinio verslo gidas* (2016). Vilnius: Lietuvos Respublikos ūkio ministerija. Prieiga per internetą: [http://ukmin.lrv.lt/uploads/ukmin/documents/files/SVV/Socialinio%20verslo%20gidas_2016\(05-25\).pdf](http://ukmin.lrv.lt/uploads/ukmin/documents/files/SVV/Socialinio%20verslo%20gidas_2016(05-25).pdf) (žiūrėta 2018 m. lapkričio 24 d.)
58. *Socialinio verslo plėtros Lietuvoje galimybių studija. Tyrimas* (2016). Vilnius: Lietuvos inovacijų centras, Asociacija „Žinių ekonomikos forumas“.
59. Ștefănescu, F., Angelica, M. (2016). The Fortunes of Social Economy. *Economic Science Series*. Vol. 25, No. 2, p. 242-250.
60. *The Social Economy in the European Union* (2012). Brussels: Visits and Publications Unit. doi: 10.2864/16207.
61. *Universitetų studentai* (2018). Vilnius: Lietuvos statistikos departamentas. Prieiga per internetą: <https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize?indicator=S3R529#/> (žiūrėta: 2019 m. balandžio 21 d.)
62. Valackienė, A. (2007). *Sociologinis tyrimas: vadovėlis*. Kaunas: Technologija, p. 149
63. Vézina, M., Malo, M. C., Selma, M. B. (2017). Mature social economy enterprise and social innovation: the case of the desjardins environmental fund. *Annals of Public and Cooperative Economics* 88:2, p. 257–278.

64. Wildmannová, M. (2017). Barriers and potential challenges in the development of social businesses in the Czech Republic. *Scientific Papers of the University of Pardubice. Series D, Faculty of Economics & Administration*. Vol. 24, No. 40, p. 234-243.
65. Zajdel, M., Michalcewicz-Kaniowska, M. (2015). Social cooperatives as social economy actors in the development of entrepreneurship-based on the example of the Kujawsko-Pomorskie Voivodeship. *39th International Conference Economic Science for Rural Development*. Proceedings. Jelgava: LLU ESAF, April 23-24, 2015, p. 227-234.
66. Miculaiciuc, a. (2019). Social entrepreneurship: evolutions, characteristics, values and motivations. *The Annals of the University of Oradea, Economic Sciences*, Tom XXVIII 2019, Issue 1

LIETUVOS SOCIALINĖS EKONOMIKOS MODELIS

Gintarė BOREIKYTĖ

Magistro darbas

Kokybės vadybos programa

Vilniaus universitetas, Ekonomikos ir verslo administravimo fakultetas, Vadybos katedra

Darbo vadovas: **Prof. dr. D. Serafinas**

Vilnius, 2020

SANTRAUKA

81 puslapis, 66 literatūros šaltiniai, 15 paveikslų, 14 lentelių ir 18 priedų.

Magistro darbo tikslas: suformuoti Lietuvos socialinės ekonomikos modelį ir identifikuoti bei atskleisti jo esminius elementus.

Tikslui pasiekti buvo naudoti metodai: lyginamoji mokslinės literatūros analizė ir sisteminimas; dokumentų sisteminė analizė; pusiau struktūrizuotas interviu, kokybinė duomenų analizė ir interpretavimas; anketinė apklausa, kiekybinių duomenų statistinė analizė ir interpretavimas – siekiant išnagrinėti socialinės ekonomikos sampratą ir vykstančius pokyčius Europoje ir Lietuvoje, atlikti galiojančių, naujai kuriamų teisės aktų ir rekomendacinio pobūdžio dokumentų analizę, siekiant suformuoti teorinį Lietuvos socialinės ekonomikos modelį ir išsiaiškinti ar suformuotas teorinis Lietuvos socialinės ekonomikos modelis yra pakankamai išplėtotas ir pagrįstas, kur vėlesniuose etapuose atliktas vieno iš pagrindinio modelio elemento tyrimas – socialinio verslumo potencialo, kuris pasireiškia per galimų socialinių verslininkų norą ir ketinimą tapti socialiniais verslininkais, asmeninių savybių ir organizacinės kultūros bruožus, galimai skatinančius jų socialinį verslumą bei įtraukiant tyrimo esminius rezultatus į Lietuvos socialinės ekonomikos modelį. Kiekybinių duomenų analizei atlikti buvo naudotos šios SPSS programinio paketo funkcijos: aprašomoji statistika – gautų respondentų ir duomenų sisteminimui, pasiskirstymui procentais, vidurkių, standartinių nuokrypių skaičiavimui; normalumo tikrinimas – duomenų išsidėstymui pagal normalųjį pasiskirstymą nustatyti; faktorinė analizė – siekiant išsiaiškinti ar suformuoti teiginiai yra tinkamai priskirti reikiamiems konstruktais; cronbacho alfa – klausimyno teiginių patikimumo patvirtinimui; kintamųjų apskaičiavimas – siekiant suskaičiuoti teiginių grupių konstrukto vidurkių reikšmes kiekvienam respondentui; nepriklausomų imčių t testas – H_1 ir H_2 tikrinimui, respondentų, suskaidytų pagal du demografinius kriterijus, skirtumų nustatymui; Pirsono koreliacijos analizė – H_3 , H_4 , H_5 ir H_6 hipotezių tikrinimui, koreliacijų tarp kintamųjų apskaičiavimui; Fišerio testas – H_3 , H_4 , H_5 ir H_6

hipotezių tikrinimui, koreliacijos koeficientų palyginimui; Daugialypė tiesinė regresija – H_7 tikrinimui, siekiant nustatyti ar regresoriai daro įtaką nepriklausomam kintamajam.

Pagrindiniai tyrimų rezultatai: remiantis teisės aktų analize, ekspertinio tyrimo ir anketinės apklausos rezultatais suformuotas ir pagrįstas Lietuvos socialinės ekonomikos modelis sudarytas iš pagrindinių elementų ir ryšių. Itin svarbus yra lyderystės iš apačios ir lyderystės iš viršaus ryšys per bendradarbiavimą, kuris leidžia identifikuoti pagrindinius reikiamus veiksmus, siekiant visuomenės gyvenimo kokybės užtikrinimo. Socialinės ekonomikos proceso centras yra lyderystės iš viršaus ir lyderystės iš apačios ryšys, kur centras valdo nuolatinio tobulinimo principais besiremiančius planavimo, išteklių, poreikių, analizės ir tobulinimo veiksmus. Tinkamai valdomo socialinės ekonomikos proceso pagrindinis rezultatas yra visuomenės gyvenimo kokybė, kuris užtikrinamas per tiekiamas paslaugas ir prekes. Tarp socialinės ekonomikos proceso ir išorinio konteksto vyrauja ryšys, kuris gali būti teigiamas ir neigiamas. Svarbus šio modelio aspektas yra socialinio poveikio matavimai, kuriuos turi užtikrinti socialiniai verslininkai ir socialiniai verslai. Suformuotas Lietuvos socialinės ekonomikos modelis yra rekomendacinio pobūdžio, kur modelis ir jo elementai gali būti naudojami kaip tam tikras žemėlapis ar bendras vaizdas, kuriant naujus teisės aktus, tobulinant jau priimtus arba kuriant finansines ir nefinansines priemones, siekiant socialinės ekonomikos skatinimo.

Pagrindiniai žodžiai – socialinės ekonomikos modelis, socialinis verslumas, socialinis verslas.

LITHUANIAN SOCIAL ECONOMY MODEL

Gintarė BOREIKYTĖ

Paper for the Master's degree

Quality Management Master's Program

Vilnius University, Faculty of Economics and Business Administration,

Management Department

Supervisor: **Prof. dr. D. Serafinas**

Vilnius, 2020

SUMMARY

81 pages, 66 references, 15 pictures, 14 charts and 18 supplements.

The aim of the Master's thesis is to form the Lithuanian social economy model and to identify and reveal its essential elements.

The following methods were used to achieve the aim of the Master thesis: comparative analysis and systematisation of scientific literature; systematic analysis of documents; semi-structured interviews, qualitative data analysis and interpretation; questionnaire survey, statistical analysis and interpretation of quantitative data. Methods were used to analyse the concept of social economy and ongoing changes in Europe and Lithuania, to carry out the analysis of existing, new legislation and guidance documents in order to form a theoretical model of social economy in Lithuania and to find out if the theoretical model of Lithuanian social economy is sufficiently developed and substantiated, where one of the main elements of the model (social entrepreneurship) were investigated in later stages. The following functions of SPSS software package were used for quantitative data analysis: descriptive statistics (for systematization of the obtained respondents and data); tests of normality (to determine the distribution of data in the normal distribution); factorial analysis (to find out whether formed statements are properly assigned to the required constructs); reliability analysis (cronbach's alpha – for validating the statements in the questionnaire); compute variable; independent samples t test (for testing H_1 and H_2 , to identify differences between respondents divided by two demographic criteria); Pearson correlation analysis and Fisher z test (H_3 , H_4 , H_5 and H_6 , to calculate and compare correlation coefficients); multiple linear regression (H_7 , to determine if regressors are affecting independent variable).

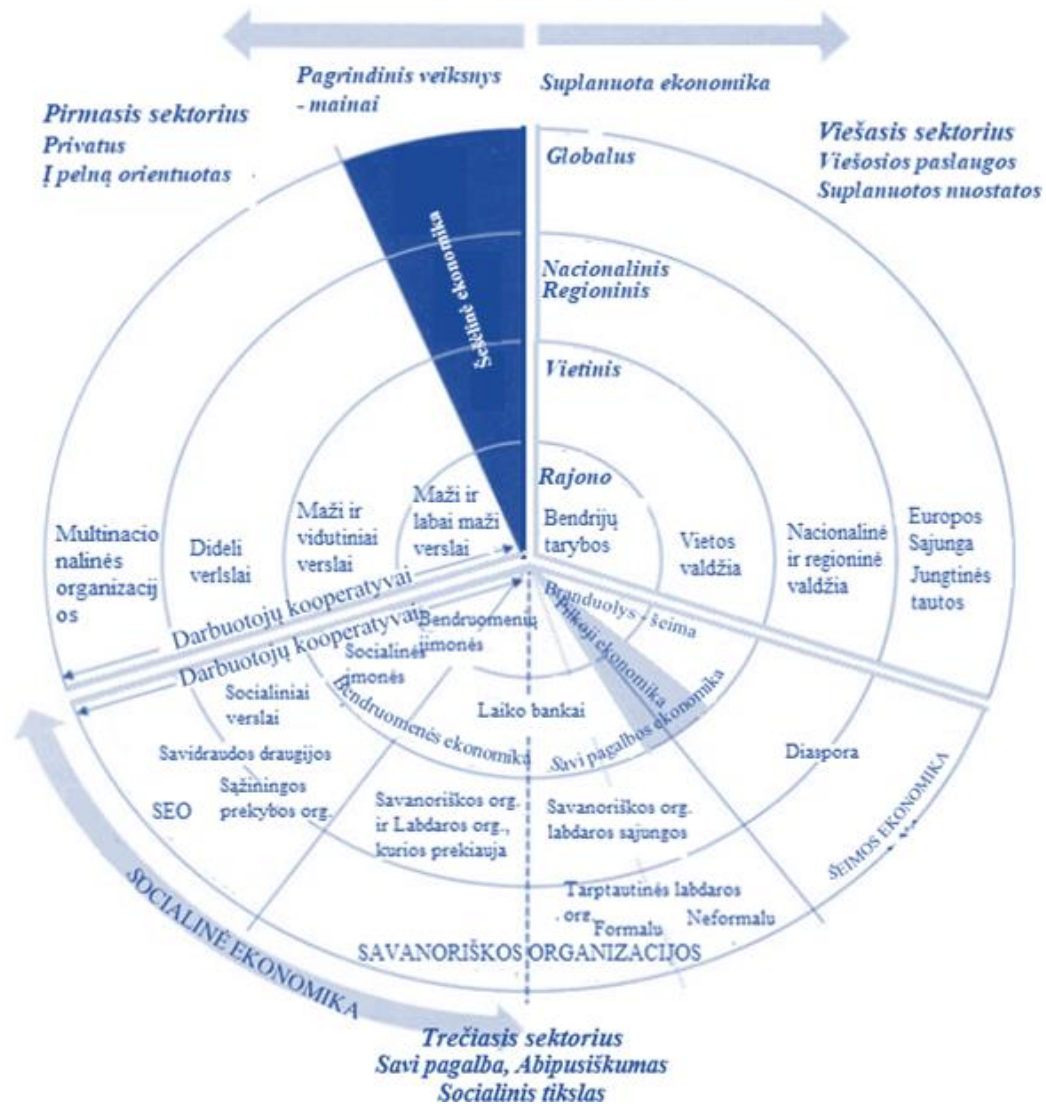
Main results of the research: based on the analysis of legal acts, the results of expert research and questionnaire the model of Lithuanian social economy was formed and based on the

main elements and connections. The relationship between bottom-up and top-down leadership through collaboration, which allows us to identify the key actions needed to ensure the quality of life in society, is crucial. The centre of the social economy process is the relationship between top-down and bottom-up leadership, where the centre manages planning, resources, needs, analysis and improvement activities based on the principles of continuous improvement. The main result of a well-managed social economy process is the quality of life of society, which is ensured through the provision of services and goods. Moreover, relationship between the social economy process and the external context can be positive and negative. An important aspect of this model is the measurement of social impact that social entrepreneurs and social businesses must provide. Lithuanian social economy model is of a recommendatory nature, where the model and its elements can be used as a map or a general view, when drafting new legislation, improving already adopted or developing financial and non-financial measures in order to promote the social economy.

Keywords: social economy model, social entrepreneurship, social business.

PRIEDAI

1 Priedas. Trys ekonomikos sistemos



(Šaltinis: Pearce, 2003; cituojama iš Kay *et al.*, 2016)

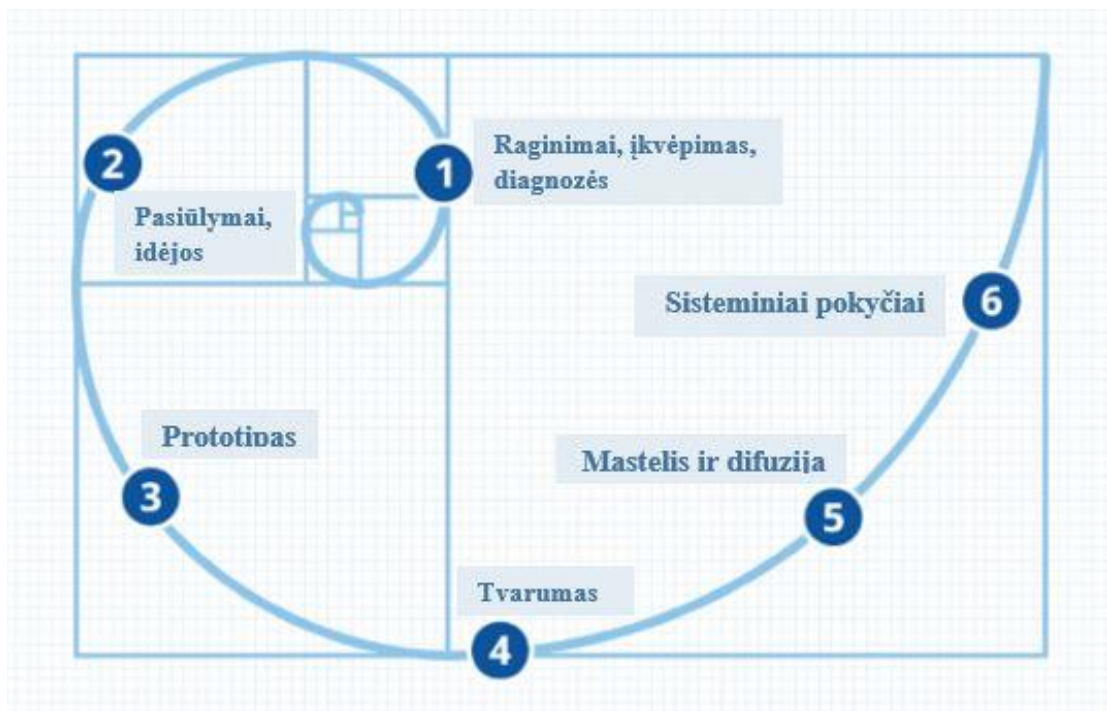
2 priedas. Sėkmingi viešosios politikos, susijusios su socialine ekonomika, atvejai Europoje

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Best practices ..., 2018)

Minkštoji politika <i>Aplinkos / ekosistemos politika</i>	Institucinės priemonės	Priemonės, skirtos privačiai veikiančioms teisinėms formoms:	Socialinės ekonomikos įstatymas (<i>Rumunija</i>) Susitarimas dėl solidarumo bendrovių socialinės naudos (<i>Prancūzija</i>)
		Priemonės, skirtos pripažinti socialinės ekonomikos organizacijas kaip politikos formuotojas, viešosios politikos procese	Valstybinis socialinės ekonomikos plėtros komitetas ir socialinės ekonomikos įtraukimas į pagrindines viešosios politikos kryptis nacionaliniu ir regioniniu lygmeniu (<i>Lenkija</i>) Socialinė Ekonomika Europoje (ES), socialinės ekonomikos organizacija atstovaujanti ES lygmeniu
			Regioniniai ekonominio bendradarbiavimo klasteriai (<i>Prancūzija</i>)

		<i>dalyvaujančius partnerius:</i>	Socialinės ekonomikos ir socialinės įtraukties veiksmų programa ir nacionalinė strategija (<i>Ispanija</i>)
	Kognityvinės priemonės	<i>Priemonės, skirtos informuoti visuomenę ir skleisti žinias apie socialinę ekonomiką:</i>	Socialinės ekonomikos koncepcija ir veiksmų planas (<i>Bulgarija</i>) Socialinės ekonomikos palydovinės sąskaitos, privalomos pagal Socialinės ekonomikos įstatymą (<i>Portugalija</i>)
		<i>Socialinės ekonomikos mokymą skatinančios priemonės:</i>	Nacionalinis susitarimas tarp Švietimo ministerijos ir Mokinių kooperatyvų tinklų (<i>Prancūzija</i>)
		<i>Socialinės ekonomikos mokslinius tyrimus skatinančios priemonės:</i>	Universitetų tyrimai / Magistro tinklas (<i>Prancūzija ir Ispanija</i>)
Kietoji politika <i>Verslo / ekonominė politika</i>	Tiekimo priemonės	<i>Priemonės, skirtos prieigai prie lėšų:</i>	Europos socialinis fondas (<i>ES</i>)
			Socialinėms įmonėms finansuoti procentų mokesčių nustatymo mechanizmas (<i>Italija ir Vengrija</i>)
			Loterijos ir žaidimai kaip finansinė schema: ONCE ir RAY (<i>Ispanija ir Suomija</i>)
			Investiciniai fondai (<i>Italija</i>)
	Paklausos priemonės	<i>Priemonės, orientuotos į verslo paramą (konsultacijos, tinklai, inkubatoriai, mentorystė ir kt.)</i>	Verslumo fondai: <i>Legge Marcora, Brasero</i> finansinis instrumentas, Bedarbių išmokų didinimo schema (<i>Italija, Belgija, Ispanija</i>)
			Nacionalinės socialinės ekonomikos platformos: CNCRES, CEPES ir CEPS (<i>Prancūzija, Ispanija, Portugalija</i>)
Paklausos priemonės	<i>Priemonės, kuriomis siekiama palengvinti prieigą prie viešų rinkų</i>	Vyriausybės tinklo agentūros, skatinančios socialinę ekonomiką (<i>Belgija</i>)	
		Viešieji pirkimai ir rezervuotos sutartys (<i>Ispanija</i>)	
		Socialinės partnerystės įstatymas (<i>Jungtinė Karalystė</i>) Trečiojo sektoriaus reforma (<i>Italija</i>)	

3 priedas. Socialinių inovacijų etapai



(Šaltinis: Murray *et al.*, 2010, p. 11)

4 priedas. Lietuvos socialinės ekonomikos modelio pagrįstumo tyrimo ekspertų atsakymai (kalba netaisyta)

E1 doc. dr. Jolita Greblikaitė

Interviu data: 2019 m. vasario 21 d.

1. Kas yra socialinė ekonomika (objekto apibrėžimas)?

Kadangi mes esame Europos sąjungoje, o ne niekur kitur, taip nėra jog S.E. apibrėžties nėra, jis yra seniai ir yra reglamentuota įvairiuose Europos Sąjungos politikos dokumentuose. Ir net teisės aktuose, turbūt dabar, negaliu tiksliai įvardinti dokumentų, yra net socialinės ekonomikos tokie kaip planai, kaip strategija, na strateginio lygio dokumentai ir čia Lietuvai tikrai nereikia išrasti jokios kitos apibrėžties nei ten yra apibrėžiama, nes mes vadovaujamės ES įstatymiais aktais reglamentais direktyvomis ir taip toliau. Visuose poįstatyminiuose aktuose, besirandančiuose vėliau Lietuvoje, įstatymuose, turi rasti ta pati apibrėžtis, kuri yra ten, kitaip kaip ir negali būti.

Toliau kas liečia taktinį įgyvendinimą, taktinius veiksmus, kiekviena šalis prisitaiko jai labiausiai tinkamus, bet strateginiam lygmenyje turi būti tie uždaviniai, jie iš esmės išlieka tie patys, negali būti kitokie, kažkokie nauji sugalvoti. Čia yra svarbiausias dalykas.

Na ta apibrėžtis – ekonomikos teorijoje gali būti visada apibrėžtys traktuojamos vienaip, tačiau vėliau teisiniuose dokumentuose jos randasi jau taip kaip iš tikrųjų buvo pritaikyta būtent leidžiant vienus ar kitus įstatyminius aktus, ir tai ne būtinai visuomet sutampa su teorija, teoriniais dalykais ar mokslininkų apibrėžimais. Tarkim kaip ir pavyzdžiui tokia dalis kaip socialinis verslas, iš socialinės ekonomikos kaip verslo išraiška, yra Lietuvos patvirtintose koncepcijose, turi tam tikrą apibrėžtį, kuri nėra visiškai tokia pati kaip yra teorijoje.

2. Kaip vertintume kokia pas mus yra, kaip tarkim turime Socialinio verslo koncepciją, kurioje yra apibrėžta socialinio verslo sąvoka, ar ji pilnai atitinka Europos Sąjungoje vyraujančią sampratą?

Sakyčiau, pas mus yra siauriau, nei bendrai egzistuoja Europinio lygio dokumentuose, nežinau ar tai yra gerai ar blogai, na tai tiesiog nėra senas dokumentas, 2015 m, paskui taisyta vėl, papildyta, tas laiko tarpas yra santykinai neilgas, ir tie bent jau parinkti modeliai yra ne visiems gerai suprantami ir tie išaiškinimas yra painokas, jei taip galima pasakyti. Jie yra įvardinti – yra trys modeliai, bet žmonėms atskirti vieną nuo kito yra pakankamai sudėtinga, ir praktinė prasme kaip veikloje čia įvardinti teisingai, tai nėra visiškai aišku, kuo viena veikla skiriasi nuo kitos, ir tas modelis, kaip pagal tą modelį veikla skiriasi. Visgi čia kalbant apie praktinę pusę.

Jei kalbant apie mokslinę pusę, apie mokslo atstovus, kurie dirba verslo, vadybos srityje, jie prastai interpretuoja tas sąvokas. Na ir dažnai, kaip pavyzdžiui, ir toliau prilygina socialinį

verslą ir toliau kaip ne pelno siekiančias organizacijas, kaip kaimo bendruomenes, bet tai yra ydinga koncepcija. Nes tai yra iš esmės kitu principu veikiantis verslas, taip jis turi socialines dimensijas, bet tai nereiškia kad tai yra ne pelno siekianti veikla. Ir tai yra vis dar skeptiškas požiūris, ir iš esmės neteisingas ta pirmąja, pirmine suvokimo prasme, kad tai yra būtent verslas kuri panašiai veikia kaip labdaros organizacijos ar taip toliau. Na ta interpretacija trukdo ir teisinga konsultuoti, ir padėti žmonėms. Paraiškų teikimo momentu žmonėms aktualios tos apibrėžtys kurios yra įteisintos dokumentuose ir jiems nėra aktualu tos apibrėžtys, kurios yra interpretuojamos mokslininkų. Tai yra visiškai suprantama. Bet mokslinių tyrimų plotmėje tai yra per siaurai taip pat suvokiama.

3. Kokie pagrindiniai socialinės ekonomikos principai turi būti visuose modeliuose, jog dauguma žmonių socialinę ekonomiką suprastų pakankamai panašiai, o ne tam tikromis dalimis?

Principai, modelis savaime – ekonomikos modelis nepropaguoja, tarkim, pats savaime jokių vertybių būdamas kaip veikimo modelis, bet jo įgyvendinimo veiklos, kurios turėtų būti toje socialinėje ekonomikoje, kaip tokioje, jos galėtų būti tos, kurios diegtų tam tikras vertybes arba tas vertybes apjungtų. Jei jas įvardinti tai bendruomeniškumas, daug tokių žmogiškų vertybių galbūt. Bet jei kalbėti kaip ekonomikos modelį, tai mes einame dviprasmišku keliu. Mes sakome mes norim būti laisvoji rinka, mums labai reikia liberalizuoti rinką, tačiau supraskim, jog socialinės ekonomikos požiūriu yra remiamos labai stipriai pažeidžiamiausios grupės. Bet kai rinka labai liberalizuojama, šios pažeidžiamiausios grupės labiausiai ir nukenčia. Gaunasi labai didelė takoskyra tarp to ar mes siekiame būti stipri rinkos ekonomikos valstybė ir tada mes negalim būti labai stipri socialinės ekonomikos šalininkė. Ir taip gaunasi, jog tų pažeidžiamų grupių atsiranda vis daugiau ir lyg tai dabar mes įdiegsime dar vieną modelį, kuris tada išspręs mūsų socialines problemas. Taip nėra. Yra bendros tam tikros ekonomikos vystymosi tendencijos ir galbūt jei mes einame vienu principiniu keliu kaip socialinė ekonomika, tuomet mes ne-deklaruojame jog mes žūtbūt siekiame skatinti tą konkurencingumą, labai stiprų verslo konkurencingumą arba konkurencingumą darbo vietose, nes tai sukelia labai daug socialinių pasekmių.

Socialinės ekonomikos pagrindinis principas yra mažinti takoskyrą tarp daugiausiai uždirbančių ir mažiausiai uždirbančių ir integruoti visus žmones į ekonomines veiklas, ir pažeidžiamus ir stiprius.

Tačiau jei žiūrėsime į JAV ekonomiką, stiprią rinkos ekonomiką, tai ten nėra kaip tokios socialinės ekonomikos, nes jei taip galima pasakyti, jei tu neišsilaikai rinkoje – eini į gatvę. Ir ta socialinė sistema veikia tik per labdaros organizacijas, paramos fondus. O Europos sąjungoje yra kitaip. Pačios valstybės remia savo žmones, silpniausias grandis: išmokomis – finansinėmis

priemonėmis, kai kuriomis materialinėmis priemonėmis: maistas, socialinis būstas, ir tokiomis kitokiomis realiomis formomis, kurios nėra tikrosios rinkos ekonomikos sąlygomis, nes tai tiesiog vienas kitam prieštarauja. Ir tuomet negalima eiti tokiu griežtu keliu. Jei tu renkiesi mokamą mokslą ir didelius socialinės apsaugos ir sveikatos mokesčius, tuomet tu neini socialinės ekonomikos keliu.

4. Jei reikėtų išskirti pagrindinius socialinės ekonomikos elementus ir kokie egzistuoja ryšiai tarp šių elementų? Ar įmanoma juos išskirti? Kalbėjome, jog socialinė ekonomika ir rinkos ekonomiką negali būti vienoje plotmėje:

Na nėra taip, kad negali būti vienoje plotmėje, nes ekonomiką, šalies ūkį, suformuoja visi elementai, nepaisant to ar jie išpildo visus tuos principus ar ne. Tačiau mes turėtume sakyti, jog neišpildome pilnai rinkos ekonomikos principų, ir neišpildome socialinės ekonomikos principų. Griebėme kažkiek tai socialinio verslo elementų, kurie kaip verslas susietas su socialine ekonomika. Griebėme skatinti bendruomenes, bendruomeninę veiklą iš socialinės ekonomikos, remiame pažeidžiamas grupes, bet kiek galime įvardinti, kuriame socialinę gerovę, vienas svarbiausių veiksnių/elementų yra žmonių socialinė gerovė, gerbūvis. Pvz.: kiekvienos tos veiklos arba kiekvieno to proceso atveju, mes neišpildome 100 procentų. Tos veiklos mes kažkiek darome, jos kokybė yra tam tikro lygio. Jei sudėtume visas veiklas, jų efektyvumą, tai jis nesudarytų 100 procentų, jog mes labai gerai dirbame, ir galime tai vertinti puikiai ar 10 balų (jei vertintume dešimtbalėje sistemoje).

Aš įvertinčiau, jog mes esame 6 balų sistemoje. Jeigu šiandien pas mus yra ..., kaip ne kaip mes remiame tas socialines grupes, bet socialinės ekonomikos tikslas yra taip pat kurti darbo vietas, sudaryti sąlygas ir tradiciniam verslui veikti, kad jis vėliau galėtų tapti socialiniu verslu ar kitomis iš savo lėšų sukurtomis galimybėmis galėtų paremti tas socialines grupes ir panašiai, jei jis tokias galimybes turėtų. Tačiau šiandien mes turim 25 proc. ant skurdo ribos gyvenančių, tai faktas, jog tų sąlygų mes šiuo metu kaip ir neišpildome. Ar dėlto jog mes neturime to modelio, ar mes esame liberalios ekonomikos, ar staiga griebiamo socialinės ekonomikos principus, reikėtų suprasti ar mums pavyksta suderinti, ar mes žinome kaip reikia suderinti, gal mums trūksta žinių, gal visgi mūsų toji sistema yra orientuota į socialinės ekonomikos principus, kuri veda į mažiausiai uždirbančių rėmimą, į socialinės gerovės kūrimą ir pan., bet tas prastai gyvenančių žmonių procentas nemažėja.

5. Kaip vertintumėte visus veiksmus, kurie yra daromi iš viršaus, turiu omeny Vyriausybės pusės, iš formuojamų paramos formų, (kur ES investicijomis yra bandomos kurti programos, kur socialinio verslo atstovai gali gauti tam tikrą paskatą kurtis)?

Tai nėra blogai, tai reikia vertinti teigiamai. Klausimas yra truputi kitas – žmonės nėra iš esmės suinteresuoti šiandien ta socialine veikla (bet kokia) ir jie kuria tą verslą, dėl to kad jie mato

tame naudą, o ne iš idėjos. Tokių, kurie tai daro iš idėjos yra, bet jų santykinai vis tiek mažoji dalis. Ir tomis programomis yra naudojamos iš esmės tam, kad tai yra naujas finansavimo mechanizmas ir nauja galimybė.

Klausimas yra svarbesnis kitas: kas bus kai projektai baigsis? Ar tos veiklos irgi tikrai baigsis, ar jos bus tęsiamos, ar jos patiks įgyvendintojams ir jie įsigyvens į jas ir jie norės jas tęsti ir jos jiems bus įdomios, pavykusios ir pelningos. Tai yra labai svarbu. Šiuo metu tik pradžia, tai reikia sakyti taip, daugiau yra, kokių 70 proc. ar net daugiau, papildomų finansinių lėšų gavimas, nėra nusiteikimo konkrečiai vykdyti socialinio verslo. Tik vėliau paaiškės ar tai pasiteisino ar ne, dar per anksti spręsti.

6. Kokius veiksmus reikia atlikti, jog socialinio verslo kūrimas būtų intensyvesnis, tų žmonių idėjininkų būtų daugiau?

Na aš irgi taip negalėčiau taip tiesiogiai teigti, kad tai yra tie veiksmai, vieni ar kiti veiksmai, galėtų tai paskatinti. Tai yra visapusiški veiksmai, ta prasme, kad aš noriu kurti kažką kitaip, noriu kurti tai ko kiti nedaro, tai atneša tam tikrą pridėtinę vertę, didesnę negu kitiems, tai man yra įdomu, tai yra tokie svarbūs dalykai, kurie susiję su tikro to entrepreneurio veikla, su kūrybiškumu, su tokiomis dimensijomis, kurios būtent yra vertybinio pagrindo. Čia yra vienas iš tų kriterijų, kiek mes tokių žmonių turime ir kiek jie tai nori daryti.

Kitas dalykas yra švietimas, informacija, konsultavimas – visomis formomis. Ir publikacijos spaudoje, ir gerųjų pavyzdžių rodymas, ir pasidalijimas idėjomis, kurios jau pavyko.

Tai čia turbūt būtų tie variantai, kurie gali padėti parodyti, jog tai pasisekė, jog žmonėms pavyko, tai yra įdomu. Tai ir atneša naudą, ir ekonominę, ir socialinę, ir žmonės yra patenkinti savo vykdoma veikla. Tai yra tie gerieji pavyzdžiai, kurie patraukia ir paskatina žmones, turbūt. Tai reikia žiūrėti, viešinti tuos kurie tai daro ir bandyti parodyti kitiems, klausti jų nuomonės kaip jie mano kas tobulintina, ką jie toje veikloje pamatė ją vykdydami, kokios problemos radosi, ir žiūrėti kokie tie rezultatai. Nes tų socialinių verslų Lietuvoje nebuvo daug ir anksčiau, tačiau jų buvo, ir kai kurie iš jų jau ne vienerius metus yra sėkmingi. Tie pavyzdžiai mums yra žinomi. Tačiau kai kurie baigėsi ne visai sėkmingai. Jie kaip ir bet koks kitas verslas – vieniems sekasi, įdėjo pakankamai pastangų, kitiems kažkas nepavyko. Socialinis verslas nėra kažkoks kitoks, ta prasme verslas, kad jis gali ne tapti nesėkmingu, tai yra ir vadovavimo klausimas, ir kompetencijų, ir gebėjimų vadybinių ir daug įvairių niuansų susideda. Tai nereiškia, jog jau jei aš užsiimsiu socialiniu verslu tai man čia jau seksis, taip nėra. Tai lygiai taip pat ta rizika išlieka, rinkos rizika, potencialių klientų suradimo rizika, marketingas/rinkodara, tai viskas kas atneša tą sėkmę bendrąja prasme. Jeigu tų kompetencijų trūksta visose veiklose, kad ir tradicinėse įmonėse, greičiausiai jog jų gali trūkti ir socialinėse verslo įmonėse, tas skirtumas priklauso ir nuo kompetencijų kurias mes turime bendrąja prasme – komunikacine, vadybine.

7. Kaip vertintumėte socialinių inovacijų pasireiškimą Lietuvoje, ar jos pakankamai pasireiškia, ar joms suteikiamas pakankamas dėmesys, taip pat ir finansavimo atžvilgiu, ar pakankamai yra skiriama lėšų?

Iš tikrųjų tų lėšų gal ir yra skiriama. Bet čia atsiranda kita problema. Tos inovacijos netampa inovacijomis. Tai yra tam tikros idėjos, kurios būna naujos, jos pabandomos projekto metu, tačiau vėliau jos nėra pilnai atidirbamos arba jei jos būna nesėkmingos, jos būna tęsiamos kažkaip taip bet kaip, nesėkmingai, ir jos netampa tomis tikrosiomis inovacijomis, kurios pasiteisina rinkoje, bendruomenėje ir pan. Tai yra viena didžiausių problemų, nėra tinkamo tęstinumo po projektų. Visgi turbūt nėra generuojami pakankami finansai projekto metu, papildomi, tų veiklų yra galbūt labai daug projekto metu, ypač tų naujų, kad paskui po projekto tos veiklos jau pačios savaime generuotų pajamas ir būtų pakankamos. Nes žiūrėkim, kas atsitinka paskui. Paskui baigiasi finansavimas, ir tada vėl greitai bendruomenė, savivaldybė ieško naujo projekto, nes joms reikia tų lėšų, nes po projekto nėra sugeneruojama tų lėšų, na ta veikla neduoda to rezultato reiškia. Nes tikimasi ko? To, kad projekto metu tu sukursi tokią veiklą, kuri po projekto tau duos vieną ar kitą efektą, ar tą ryškią socialinę naudą, tačiau gan dažnai taip neįvyksta. Ir tada vėl reikia naujo projekto, kad vėl panašią veiklą vykdyčiau ir finansuočiau, arba finansuočiau dar tą pačią veiklą kurią pradėjau aname projekte. Gal tai ir nėra blogai, čia gal ir būtų esmė. Gal bandykime, jei ta veikla buvo pakankamai sėkminga, bandykime panašų projektą vykdyti kuris tą veiklą vėl tęstų. O ne vėl užgriebti vėl kažkokią naują veiklą ir ne vienos jų neprivesti iki galo, tik tai fragmentiškai atlikti.

8. Bet kaip žinoma dažniausiai jei įmone teikia projekto paraišką su tokia pačia idėja, ne visada praeina antrą kartą, nes norima, jog idėjos nesikartotų.

Taip tas yra, jog idėjos nesikartotų. Principas yra, tie patys kvietimai aktualų, bet tų kvietimų yra įvairių, finansavimo schemų yra įvairių. Tačiau įmanoma sugalvoti tos veiklos tęstinumą, ne būtinai atkartojant tą idėja.

9. Pagrindiniai aspektai kokia yra Lietuvoje situacija, tos pagrindinės spragos, kurios trukdo tęstinumui ir socialinių inovacijų, ir socialinio verslo?

Turbūt vis tiek per vėlai sukurti – ir socialinio verslo koncepcija patvirtinta gan vėlai palyginus su kitom ES šalimis, ir pats socialinių įmonių įstatymas taisytas tik prieš metus ar pusantrų, apibrėžtis taisyta. Viskas vyksta pakankamai vėlai palyginus su tuo kad mes esame Europos Sąjungoje jau daugiau nei 25 metus. Tai ypatingai aišku viena iš problemų yra. Kai nėra įstatymo apibrėžta veikla, tai ji ir neaiški, ir negali nei apibrėžčių pateikti, nei projektų kvietimuose nei visur kitur. Tai visada buvo ir yra vienas iš svarbiausių dalykų.

Kitas dalykas, ar mūsų ta valstybės politika yra iš tikrųjų sunku pasakyti kartais kokia orientacija, kokios tos pagrindinės vertybės, ar jos keičiasi ar nesikeičia, kiek mes tenkiname kai kurių grupių interesus ir suvokiame kur yra ta takoskyra ir pusiausvyra ir tas aiškumas.

Taip pasakysiu, viešojo valdymo sektoriaus kompetencijų klausimas, viešosios vadybos efektyvumas, čia labai svarbus visgi, korupciniai elementai, pvz.: viešuosiuose pirkimuose, kurie ypač atsiliepią konkursinėms, projektinės veikloms, projektų vertinimo klausimai, kurie susiję su viešąją vadyba taip pat. Šitos vienos iš pagrindinių spragų.

Ir taip pat žemesniame lygyje, gyventojų kompetencijos, išsilavinimas, vidinė, tokia jei į žemiausią lygį einant, motyvacija – būti verslininku, norėti būti verslininku.

E2 Greta Šerpetauskaitė

Interviu data: 2019 m. balandžio 16 d.

1. Savęs ir savo vykdomos veiklos pristatymas (Komentaras: eksperto vykdomos veiklos sąsajos su nagrinėjama tema);

Esu Greta Šerpetauskaitė, įmonės UAB „Kontrus“ administratorė. 2016 metais įmonė pakeitė juridinį statusą iš IĮ į UAB, taigi dirbu įmonėje nuo pat jos reorganizacijos. Pirminė įmonė, kuri įsteigta 1994 m., užsiėmė reklamos gamyba bei turėjo socialinės įmonės statusą. Po reorganizacijos buvo praplėstos veiklos sritys, be jau minėtos reklamos gamybos prisidėjo knygynas bei kavos baras. Šiuo metu įmonėje dirba 12 darbuotojų, iš kurių daugiau nei pusė turi negalią. Mūsų įmonės siekis yra įdarbinti žmones iš labiausiai socialiai pažeidžiamų grupių, taip prisidedame prie socialinės sanglaudos didinimo, naujų darbo vietų kūrimo ir socialinės nelygybės mažinimo. Įmonė taip pat stengiasi prisidėti prie vietos gyventojų gerovės inicijuodama bei remdama jaunimo akcijas ir iniciatyvas, patys rengiame nemokamus koncertus tam, kad stiprinti regiono konkurencingumą ir kultūrinį išsilavinimą.

2. Kas asmeniškai Jus pačią paskatinimo prisidėti – įsijungti į tokią veiklą (kodėl būtent socialinė įmonė – o ne paprastas koks verslas, kuris tarkim vykdo socialiai atsakingą veiklą)?

Kadangi studijų baigimas sutapo su giminaičių verslo krize ir kilo mintis atgaivinti veiklą jos sričių išplėtimu, o įmonė jau buvo socialinė, tad pratęsiant darbus su neįgaliaisiais, sukūrėme papildomų darbo vietų jiems ir tuo pačiu pasinaudojome proga prisidėti prie Plungės miesto kultūrinio vystymosi. Tai gal daugiau vidinis aspektas, kuomet nori kažką daryti ne tik dėl savęs, bet ir dėl savo aplinkos, įsijungia kažkoks vidinis faktorius, motyvacija dėl to, jog gali prisidėti prie bendruomenės gerovės. Šioje įmonėje tenka atlikti begales vaidmenų, bet tik todėl, jog pati jų noriu, būna reikia renginius organizuoti, tenka ir vedėja pabūti, kartais projektą parašyti,

kartais prie baro padirbti, kartais maketuojam, viskas yra įdomu, visko reikia, taip gali būti naudingesnis, kai daugiau dalykų moki ir gali.“

3. Kas yra socialinė ekonomika? Socialinės ekonomikos svarba ir reikšmė Lietuvai; *Socialinė ekonomika, mano nuomone, remiasi ne tik pelno siekimu, tačiau ir visuomenės gerove. Tai atsakomybės turėjimas ir iniciatyvos, paremtos vertybėmis. Socialinė ekonomika turėtų veikti atsižvelgdama į vietos bendruomenę, jos poreikius, stengtis prisidėti prie regiono stiprinimo, padėti socialiai atskirtiems asmenims, aktyvinti bei šviesti jaunimą, prisidėti prie kultūrinės raidos mažinant mažųjų regionų atskirtį, imtis inovacijų ir veikti ekologijos bei visuomenės labui. Socialinė ekonomika Lietuvos mastu itin svarbi dėl mūsų šalies regionų netolygios raidos bei gyventojų požiūrio į verslą. Mažėjantis gyventojų skaičius mažuose šalies miestuose sukelia didelių problemų, tokių kaip darbo jėgos stoka, rinkos trūkumą, kas turi įtakos verslo stagnacijai, gyventojų senėjimas, monopolijų kūrimasis ir konkurencijos nykimą. Socialinė ekonomika siekia tvaresnių tikslų, kurie skatina veikti, didina konkurenciją, padeda integruotis darbo rinkoje, stiprina kultūrinį identitetą bei palankiai veikia visuomenę.*

4. Socialinė ekonomika – kaip elementų visuma ir ryšių tarp jų modelis, kokie būtų tai elementai?

Aš turbūt tuos elementus labiau suprasčiau kaip pirma, tai – verslo vienetas ar veiklos vykdytojas, antra, tai – tiesiogiai su tuo susijusi tikslinė grupė, tarkime mūsų atveju, neįgalieji ir sveikieji įmonės darbuotojai, trečia – tai bendruomenė, kuriai daroma įtaka, kaip, pavyzdžiui, Plungės miestas, kurio gyventojams suteikiame progą mėgautis aukštos kokybės kava, jaukiai praleisti laiką knygyne, lankyti nemokamus koncertus, parodas bei kitus renginius mūsų erdvėse.“

5. Socialinės ekonomikos pagrindiniai rodikliai, socialinės ekonomikos ir gyvenimo kokybės sąsajos?

Pagrindiniai rodikliai turbūt būtų užimtumo lygis ir skirtingų visuomenės sluoksnių integracija rinkoje, gyventojų pasitikėjimo verslu rodiklis, asociacijų ar aktyvių bendruomenių skaičius regione, regiono plėtra ilgalaikėje perspektyvoje. Akivaizdu, jog socialinė ekonomika turi teigiamai veikti gyvenimo kokybę, kadangi tai yra demokratijos principu paremta ekonomika, kurios tikslas visuomenės gerovės kūrimas. Diegiamos inovacijos, darbuotojų tolerancija, aktyvios iniciatyvos, veiklos paremtos kultūros bei ekologijos puoselėjimu.

6. Kokie veiksmai turi būti atliekami „iš viršaus“ (vyriausybės lygmuo) siekiant skatinti socialinę ekonomiką Lietuvoje?

Pagrindas, tai racionalių įstatymų kūrimas bei visuomenės kultūrinis bei ekonominis švietimas.

7. Kokiomis priemonėmis geriausiai būtų galima kelti visuomenės kultūrinį ir ekonominį švietimą? Ar tai turi vykdyti mokyklos, ar kiti kokie asmenys/organizacijos, truputi pakomentuokite.

Faktas, jog tai turėtų prasidėti nuo šeimos, gi jau ten mes formuojame asmenybes, mokymo įstaigos taip pat privalo suvokti, jog dailės, muzikos pamokos nėra „lengvos ir nereikalingos“, kada baigus dvylika klasių mes universitete mokomės kūrybiško mąstymo. Čia pavyzdys, jog kūrybiškumas vaikystėje turi didžiulį potencialą, tačiau jis vis gožiamas primetamais stereotipais, jog tai nerimta, tad kaip po to visuomenę paskatinti eiti į renginius, parodas, suvokti meną, jei tai „ne rimta“. Mūsų įmonė glaudžiai bendradarbiauja su viešąją įstaiga, kuri užsiima meno projektais, mūsų siekis, suteikti erdvę tiems projektams. Pavyzdžiui, šiuo metu mūsų erdvėse yra įsikūrusi „Vieno kampo meno galerija“, kurioje savo darbus eksponuoja menininkai, šiuo metu kaip tik eksponuojama Antano Gerliko paroda „Draugų vardai“. Taip pat patys kviečiame miesto gyventojus dalintis savo fotografijomis, atspausdindami jas ir įrėmindami bei eksponuodami knygyno bei kavinės erdvėse. Pas mus net laisvoji biblioteka veikia, nors šalia galima nusipirkti ir naujų knygų. Taigi visi gali prisidėti kažkokiomis smulkmenomis, tai jau yra kultūra.

8. Koks požiūris į dabar kuriamą socialinio verslo plėtros įstatymą, jei bent kažkiek tuo domėjaisi, kas labiausiai patinka/nepatinka kaip apibrėžiama įstatyme?

Turbūt man, kaip jaunam žmogui, kiek sunku suvokti tuos pelno paskirstymus, kadangi maža ar labai maža įmonė turėtų tokia ir likti, tik klausimas, ar tai neveda stagnacijos link, darbuotojai nuolat nori uždirbti daugiau, nori naujovių, auga poreikiai, tad kaip pritraukti jaunus ir veržlius darbuotojus į socialinius verslus neinančiam vien tik „iš idėjos“, nes duona gi kainuoja, bet kartu kaip nepaskatinti įstatymo išnaudojimo... – štai čia yra klausimas.

9. Kokie veiksmai turi būti atliekami „iš apačios“ (visuomenės, atskirų žmonių lygmuo) siekiant skatinti socialinę ekonomiką Lietuvoje?

Aktyvumas ir įsitraukimas į bendruomenės veiklą, idėjų sklaida, pozityvesnis požiūris į verslą bei vyriausybę. Pagrindinis dalykas, kurį turi suvokti visuomenė yra tai, kad verslas nėra priešas, kad jis gali būti naudingas ne tik jame dalyvaujantiems asmenims, bet ir visuomenei.

10. Lietuvos kaip socialinės ekonomikos formuotojos vaidmuo tarptautiniame kontekste; (Lietuva ar Europos Sąjunga daro įtaką socialinės ekonomikos įsigalėjimui) (Komentaras: Jūsų nuomone, kokia Lietuvos situacija Europiniame kontekste?).

Lietuva, kaip postsovietinė šalis vis dar mokosi ir auga, vis sekdama Europos Sąjungos įkandin. Jos vaidmuo dar nėra itin stiprus, tačiau keletas reikšmingų sričių gali nulemti to vaidmens stiprėjimą. Itin augantis ekologiškumo bei natūralumo kultas ūkiuose ir apskritai žmonių gyvenimoje, aktyvus laisvalaikis ir domėjimasis savo kultūra bei tradicijomis, stiprus polinkis į

liberalumą gali sąlygoti itin ryškų socialinės ekonomikos proveržį. Lietuva itin palankiai imasi tarptautinių projektų, drąsiai dalijasi idėjomis.

E3 Jurgita Ribinskaitė-Glatzer

Interviu data: 2019 m. balandžio 24 d.

1. Savęs ir savo vykdomos veiklos pristatymas (*Komentaras: eksperto vykdomos veiklos sąsajos su nagrinėjama tema*);

Šiuo metu esu tarptautinės organizacijos Reach for Change vadovė Lietuvai. Siekiame skatinti ir užtikrinti vaikams tinkamą pasaulį, tai darome sutelkę verslumo ir inovacijų potencialą.

Taip pat esu Geri norai LT, VšĮ vadovė, pagrindinė mūsų veikla konsultacijų teikimas, atliekame įvairius veiksmus, stiprinančius Lietuvos NVO sektorių bei didinančius socialinės atsakomybės suvokimą, gilinamės ir nagrinėjame organizacijų socialinės atsakomybės, darnios plėtros ir susijusias temas.

Savo veiklą socialinėje plotmėje pradėjau nuo savanoriškos veiklos, taip pat veiklą vykdyčiau pagal Erasmus programas, vykdoma veikla buvo susijusi su jaunuolių švietimu.

2. Kas yra socialinė ekonomika? Socialinės ekonomikos svarba ir reikšmė Lietuvai;

Na socialinė ekonomika yra toks labai daug ką apimantis junginys ir man jį gal yra per daug sunku apibrėžti, visgi socialinei ekonomikai priklauso socialiniai verslai, kaip socialinės ekonomikos principų nešėjai. Bet jei reikėtų trumpai apibūdinti, tai socialinė ekonomika yra ekonominės veiklos vykdymas, kuris daro įtaką dideliame spektrui socialinių reiškinių, socialinėms problemoms. Lietuvai reikšmė iš tiesų labai didelė, dabar tiksliai skaičiais to neįvardinčiau, čia reikėtų pasikelti tyrimus ir kitus duomenis. Bet manau, jog apie tai kalbame ir vykdomos įvairios konferencijos Lietuvoje parodoje, jog tai yra reikšmingas ir turi vertę.

3. Socialinė ekonomika – kaip elementų visuma ir ryšių tarp jų modelis, kokie būtų tai elementai?

Čia sunku įvardinti konkrečiai, bet kaip ir buvo pristatymas socialinio verslo forume socialinės paslaugos ir jų perdavimas socialiniam verslui galėtų būti kaip elementas ar jų sandara. Inicijatyva ir pradėti vykdyti veiksmai dėl socialinių paslaugų perdavimo socialiniam verslui yra labai pagirtinas ir tam tikras socialinio verslo pripažinimas, uždedama patikimo verslo vykdytojo tokia kaip ir etiketė, jei galima taip išsireikšti. Tačiau kalbėjau su įvairių savivaldybių atstovais, jie iš tiesų linkę perduoti socialines paslaugas, nes tai jiems yra ekonomiškai nenaudinga, o žinant kaip finansuojamos savivaldybės, tai suprantama, tačiau iškyla problema, jog įvairiose savivaldybėse nėra kam perduoti tų socialinių paslaugų – tai yra nėra socialinių verslų. Visgi iniciatyva gera, norai geri, bet nelabai yra kas tas paslaugas galės teikti.

4. Socialinės ekonomikos pagrindiniai rodikliai, socialinės ekonomikos ir gyvenimo kokybės sąsajos?

Tačiau manau, kad egzistuoja koreliacija tarp išlaidų skiriamų socialinėms problemoms spręsti ir gyventojų gyvenimo kokybės. Tai yra viso ko pamatas, tinkamų paslaugų užtikrinimas, jog kiekvienas visuomenės asmuo galėtų jaustis visų pirma sotus ir saugus, o tada ir aukštesnieji jo poreikiai galėtų turėtų būti patenkinti.

5. Kokie veiksmai turi būti atliekami „iš viršaus“ (vyriausybės lygmuo) siekiant skatinti socialinę ekonomiką Lietuvoje?

Išvelgiu gal keletą esminių veiksmy, ties kuriais turėtų būti dirbama. Tai pirma tinkamų finansinių mechanizmų sukūrimas socialiniam verslui. Lietuvoje startuoliams jau yra sukurta ekosistema gauti finansavimą ir jiems ten sąlyginai daug yra kas leidžiama. Tačiau socialiniai verslai yra labai priklausomi nuo sukurtų priemonių iš ES investicijų finansavimo fondų. Yra ne vienas atvejis girdėtas ir daug kam žinomas, jog paskelbus kvietimus socialinių verslų kūrimuisi nebuvo gauta nei vienos paraiškos, sutartys atitinkamai nėra pasirašomos, ES finansavimas nepanaudojamas, jau ir dabar yra žinomi skaičiai kiek ES finansavimo skirtų lėšų nėra investuota į veiklas. Kai priešingai mūsų organizacijoje – paskutiniame skelbtame kvietime teikti paraiškas gavome jų 100 ir tik dvi iš jų galėjome atmesti kaip netinkamas. Iš kur kyla toks neatitikimas? Iš finansavimo mechanizmų netinkamo sudarymo, paraiškų teikimo procesas ir pačios paraiškos dydis yra per didelis norinčiam besikurti socialiniam verslui. Pas mus jam neleidžiama nei eksperimentuoti, bandyti, juk verslas tuo ir remiasi – eksperimentavimu, bandymu, idėjų generavimu, klaidų darymu – o dabartinis paraiškų ir projektų vykdymo mechanizmas yra suformuotas toks, jog tu turi vykdyti viską taip kaip parašei paraiškoje, būtinai turi nusimatyti kokius rezultatus pasiekti, o tie rezultatai dažnai būna eiliniai skaičiai – kaip surinktų dalyvių skaičius, negalimi jokie pakitimai. O verslas yra kintantis mechanizmas, pabandei, po pusmečio pamatei kad ši veikla netinka, reikia persiorientuoti – patikslinti, bet tu to negali daryti, nes jau pasirašei finansavimo sutartį pagal projekto paraišką. Niekas nežiūri į poveikį, žiūri tik į fizinius rodiklius, o poveikio matavimui reikalinga galimybė keisti verslo vykdymą pagal visuomenės poreikius. Iš to atitinkamai išplaukia supratimo ugdymas. Visuomenė turi jausti tą klausimą „kodėl turėčiau tai daryti“, iš kur kyla tas poreikis, o valdžios institucijos turi reaguoti į poreikių kitimą – trūksta supratimo iš jų pusės.

Komunikacijoje yra taip pat labai svarbus Vyriausybės vaidmuo, gerųjų ir tinkamų pavyzdžių viešinimas. Žinoma komunikacija gali būti suprasta ir kaip socialinio verslo bendruomenės ir vyriausybės bendradarbiavimas ir iš klausimas abiejų pusių, kuris labai svarbus, dėlto atitinkamai gal ir finansavimo mechanizmai nebūtų kuriami tokie sudėtingi.

6. Kokie veiksmai turi būti atliekami „iš apačios“ (visuomenės, atskirų žmonių lygmuo) siekiant skatinti socialinę ekonomiką Lietuvoje?

Įžvelgiu du aspektus: vienas jų yra komandos sudarymas. Šiuo metu yra susipriešinimas ir manymas, jog socialiniai žmonės negali ir neturi dirbti kartu su verslo žmonėmis, nes tai tampa jau ne socialine veikla, kažkuo tarsi netinka. Kas yra nenatūralu ir iš tiesų netinkamai suprantama. Geriausi sprendimai gali išaugti iš įvairiapusės komandos sudarymo, nes vienas žmogus dažnai neturi visų reikiamų kompetencijų ir išteklių. Labai svarbus dalykas būtų socialinių žmonių ir verslo žmonių bendradarbiavimas, siekiant naudingų rezultatų. Taigi komandos supratimas.

Kitas dalykas būtų tas, jog dažniausiai socialinės įvairios iniciatyvos ir verslai kuriami „iš asmenybės“. Žmogau kuris turi tam tikrą asmeninę priežastį kurti socialinį verslą. Kaip ir pavydžiui dažnai būna jei artimoje aplinkoje, šeimoje atsiranda žmogus su negalia, tuomet žinant tą problemą „iš vidaus“ žmogus mato kur yra tam tikros problemos ir neatitikimai tarp siūlomų produktų ar paslaugų. Taip yra sukuriama tinkami sprendimai – asmeninis akstinas, motyvacija keisti yra vienos svarbiausių. Manau, jog žmonės turi matyti tam tikrą neteisybę esančią visuomenėje ir turėti norą tas neteisības įveikti – tuomet kuriami sprendimai, kurių pasėkoje yra kuriami socialiniai verslai. Žmonių atsidavimas idėjai, noras ir ketinimas ją kurti yra labai svarbu.

7. Lietuvos kaip socialinės ekonomikos formuotojos vaidmuo tarptautiniame kontekste; (Lietuva ar Europos Sąjunga daro įtaką socialinės ekonomikos išsigalėjimui) (Komentaras: Jūsų nuomone, kokia Lietuvos situacija Europiniame kontekste?).

Manau, jog Lietuva tarptautiniame kontekste yra maždaug viduryje šiuo metu. Tikrai nesame labai atsiliekančios, veiksmai visgi yra daromi ir su kiekvienais metais vis atsiranda apčiuopiamų ir pamatuojamų rezultatų.

8. Kaip galėtumėte įvertinti Lietuvoje esančią teisinę sistemą socialinio verslo skatinimo klausimais, ar tinkamai reglamentuota, kaip vertinate pakeitimus?

Na džiaugiuosi, jog kažkas yra daroma, per daug į tai nesigilinai, bet dabartiniame įstatyme (pastaba: socialinio verslo plėtros įstatymas) yra labai daug abejotinų teiginių. Pvz.: visų suinteresuotų pusių įtraukimas, tačiau kaip vertinti, jei bandome išspręsti tokias problemas kaip vaikų skriaudimas, pedofilija ir kitas tam tikras problemas, kur viena iš suinteresuotų pusių yra skriaudėjas – pvz., tėvai, juk jie skriaudžia savo vaiką, bet įstatyme yra parašyta, jog reikia išsiaiškinti ir jų poreikius, lūkesčius, mąstymą ir kitus aspektus. Paradoksas visiškai nelogiškas. Tikiuosi bus keičiama ši nuostata, arba tiksliai aiškiai apibrėžiama. Per daug interpretacijų. Aišku, manau jog yra gerai kad visgi kuriamas įstatymas, jis gal leis žmonėms labiau suprasti kas yra socialinis verslas. Tačiau galime dar vertinti ir tai, kad daugybėje šalių įvairių socialinių

verslą ar socialinę ekonomiką kaip visumą skatinančių ir reglamentuojančių įstatymų nėra, tačiau tai netrukdo tokių verslų egzistavimui šalyse, netgi labai dideliais skaičiais, čia ne skaičius net gal svarbus o jų daromas poveikis visuomenei. Aišku atitinkamai gal visuomenės yra labiau pačios skatinančios socialinį verslas, jis kyla iš žmonių ir taip net neskatinamas, o ir požiūris į socialinį verslą yra daugumos vienodas – socialinis verslas priimamas labai teigiamai. Įstatymai kaip savaime turbūt neduoda tos naudos, kol nėra tam pasiruošus visuomenė ir iš žmonių nekykla iniciatyvos – bet kaip tam tikrų saugiklių įtvirtinimas – yra tinkamas panaudojimas.

9. Ar mūsų žmonės turi pakankamai kompetencijų?

Iš tiesų, galiu pasakyti, jog trūksta kompetencijų, net gi labai daug ir įvairių.

Taip pat manyčiau viena aspektas yra – trūksta supratimo aplamai apie verslą ir jo vykdymą, trūksta supratimo, jog verslo vykdymui yra daug svarbių aspektų, siekiant jog jis būtų sėkmingas. Tai kad ir pavyzdžiui – teko ne kartą girdėti, socialiniai verslininkai ir NVO sektoriaus atstovai, jog marketingas – reklama kaip tokia nėra naudojama, ji vertinama neigiamai, kaip tradicinio – pelno siekiančio verslo viena iš pagrindinių veiklių, nes tai susiję iš dalies neva su nesąžiningumu, kaip čia reklamuosiesi dabar ir panašiai. Taigi sakyčiau, jog trūksta tiek visuomenėje, tiek ir tarp socialinių verslininkų – verslui būdingų kompetencijų ir supratimo

10. Gal Jūs turėtumėte kokių pastebėjimų ir papildymų, ko Jūsų neužklačiau, bet manote, jog yra svarbu socialiniam verslui?

Manau, jog Lietuvoje yra susiformavęs labai netinkamas požiūris į verslą ir jo vykdymą, dėlto gal net svarbiausi veiksmai ir prioritetas šiuo metu turėtų būti verslo ir verslumo, kaip savybės, rehabilitavimas. Visuomenėje šiuo metu egzistuoja įsitikinimas, jog verslas yra nukreiptas vien į kuo didesnio pelno siekimą, vykdo netinkamus ir neetiškus veiksmus, o verslininkai yra gobšūs ir nelinkę dalintis. Labai svarbūs veiksmai būtų verslo skaidrumo skatinimui, parodymui koks jis yra iš tiesų, kokios veiklos vykdomos ir kokį poveikį verslas gali duoti. Tai verslo tinkamo įvaizdžio formavimas ir suformavimas turėtų būti vienas iš tikslų.

11. Gal žino kokį asmenį kuris būti socialinės inovacijos kūrėjas?

Eglė Jokužytė – neįgaliesiems kuria knygas.

E4 Austė Černiauskaitė

Interviu data: 2019 m. balandžio 25 d.

1. Savęs ir savo vykdomos veiklos pristatymas (Komentaras: eksperto vykdomos veiklos sąsajos su nagrinėjama tema);

Mano visas pirmas susidomėjimas buvo iš aplinkosauginės pusės, nes studijavau aplinkosaugą – ir seniai man jau rūpėjo šios temos. Ir sužinojus apie tą visą konceptą, pačio socialinio verslo

ir kad gali tvarumas būti užtikrintas būtent to verslo modelio pagalba man pasirodė labai įdomus. Pačios mūsų iniciatyvos idėja kilo mano draugei Ievai ir ji pasidalino ja su manimi kai grįžome į Lietuvą, studijavau Italijoje, ir užsiminė, jog dalyvauja tokiam konkurse, mokymuose, vadinasi jie ...neaiškus pavadinimas... organizavo tie patys organizatoriai, kurie organizuoja socialinio verslo forumą, jie prieš 4 metus organizavo socialinio verslo akseleratorių. Na papasakojo apie tą idėją, yra žemės, jos yra panaudojamos, kad galėtų jaunos šeimos arba šiaip žmonės, norintys ūkininkauti galėtų naudoti tas žemes, tokia buvo ta pirminė idėja, sudomino ji mane ir pradėjome vystyti tą idėją, dalyvavome mokymuose. Mane sužavėjo tai, kad mes bandom spręsti įvairias socialines problemas, darai ir kuri kažką gero. Kuo toliau tai darėme matėsi daugiau tų teigiamų pusių – ir žmonėms ir vaikams edukacija, ir kartų bendravimas, ir tradicijų išsaugojimas. Paskui pradėjome bendrauti su žmonėmis kuriems teikiama ta paslauga, matėsi kad jaučiasi jiems ta vertė ir gauna naudos.

Šiuo metu esu „Kurk Lietuvai“ programoje, esu jos dalyvė, esu projektų vadovė ir pirmas mano projektas buvo švietimo ministerijoje, o antras yra „Verslo Lietuvoj“ ir „Klaipėda ID“.

2. Kas yra socialinė ekonomika? Socialinės ekonomikos svarba ir reikšmė Lietuvai?

Paprasta ekonomika susijusi su finansais, o socialinė ekonomika – socialinė nauda. Socialinės vertės perdavimas ir mainai. Taip paprastai ir vadinčiau realiai. Socialinė ekonomika – socialinės naudos mainai.

3. Socialinės ekonomikos svarba ir reikšmė Lietuvai?

Socialinė ekonomika tai yra labai svarbu ir iš tiesų yra labai daug įvairių socialinių problemų ir jos yra kompleksinės, susideda iš daugybės smulkių. Sprendžiant socialines problemas taip pat atsiliepia ir tai paprastai ekonomikai, nes yra daugybę įsipynusių dalykų. Jeigu yra stipriai socialiai atsakinga visuomenė ir problemos yra sprendžiamos gana anksti ir neišauga iki tokių problemų, kurios paskui kainuoja valstybei mokesčių mokėtojų pinigus spręsti tuos padarinius visus. Aš manau labai svarbu yra adresuoti tas gilumines problemas, jas spręsti – tuomet ir žmonės laimingesni būna, ir šalis stipresnė, ir galiausiai mažiau išleidžiama pasekmėms, tiek sveikatos, tiek ir socialiniams dalykams, tiek aplinkai ir pan.

4. Socialinė ekonomika – kaip elementų visuma ir ryšių tarp jų modelis, kokie būtų tai elementai?

Galima įvairiais būdais, vieni tai per tą socialinių problemų įvairovę eiti, kokios jos yra: dažnai susijusios su įvairiais iššūkiais vyresniame amžiuje, su vaikais, su socialinėmis paslaugomis, mokyklomis ir priežiūra – vaikų ir vyresnio amžiaus žmonių, ir tiesiog tas elementarus bendravimas tarp asmenų ir tie socialinės rizikos visi atvejai.

Tuomet gal galima eiti per artimiausius veikėjus: tai nevyriausybinių organizacijų, per po truputi atsirandančius socialinius verslus, per socialines inovacijas. Ir, manau, šeimos ir bendruomenės irgi labai svarbus momentas, nes daugelis tų socialinių problemų yra sprendžiamos šeimoje arba bendruomenėje. Ir na taip įvairūs veikėjai: socialiniai darbuotojai, psichologai.

5. Kokie ryšiai tarp šių elementų?

Čia įeina visi tie visi mainai. Mainoma yra ta gerovė, vienaip suteikia, kitaip suteikiama. Aišku, ant to įvairūs socialiniai darbuotojai ir psichologai, ir kiti žmonės, kurie efektyviai dalyvauja tame, yra kaip ir veikėjai kažkokių paslaugų, kažkokios naudos ir yra tuomet bendruomenės, šeimos ir visuomenė kuri gauna tą naudą. Ir iš tiesų tą naudą gauname visi ir tiesiog vieni galbūt aktyviau prisideda prie tos naudos sukūrimo ir paskleidimo, o kiti mažiau yra į tai įsitraukę ir gauna tą naudą, bet mažiau jos suteikia. O tada dar ryšys tarp problemų. Na problemas yra labai artimai susijusios dažniausiai ir yra įvairūs būdai jas spręsti ir kai sprendi socialines problemas dažnai įeina tas kompleksiskumas ir sprendžiant tą vieną problemą, dažnai sprendžiasi ir kita glaudžiai susijusi ir tiesiog viena iš kitos atsiranda, ir tas ryšys abipusis – viena iš kitos ir atvirkščiai.

6. Socialinės ekonomikos pamatas, kas galėtų būti?

Manau elementariausiai tai galėtų būti ryšys tarp žmonių, nes iš to pačio žodžio „socialinis“ – kyla iš to bendravimo, iš ryšio, manau taip galėčiau pasakyti.

7. Socialinės ekonomikos pagrindiniai rodikliai, socialinės ekonomikos ir gyvenimo kokybės sąsajos?;

Gerovė kaip gyvenimo kokybė.

8. Kokie veiksmai turi būti atliekami „iš viršaus“ (vyriausybės lygmuo) siekiant skatinti socialinę ekonomiką Lietuvoje?

Iš viršaus turėtų būti sukurtos sąlygos, kurios bent jau netrukdytų vykti vieniems socialinės ekonomikos veiksams ar socialinėms inovacijoms. Realiai sudaryti sąlygas, jog žmonės galėtų kurti, jog nebūtų kažokie tokie aktyvūs stabdžiai, su kuo susiduria bendruomenė ar tiesiog žmonės su idėjomis, kad na turi idėjų bet vienas ar kitas dalykas trukdo įgyvendinti tą idėją. Manau, kad tos sąlygos ir procesai būtų paprastesni kažką kurti ir ta pagalba būtų suteikiama kai yra iniciatyva „iš apačios“, tada jei yra reikiama pagalba – ji būtų suteikiama. Aš esu už tai, kad žmonės susiburia į bendruomenes, jie patys jaučia tas problemas labiausiai nes tai juos paveikia, ir jie pradeda jas spręsti, o iš viršaus yra tos sąlygos, suteikiama ta parama jau kai yra nustatytas poreikis. Bendruomeninė veikla. Manau, kad iš viršau neturėtų būti taip smarkiai nurodinėjama, turėtų būti suteiktos sąlygos. Iš mokslo pusės turėtų būti nagrinėjama jeigu tai yra platesnė problema, ne tokia vietinė ar siaura, tai turėtų būti tiriama, pateikiami įrodymai,

kurie tada padėtų tiek bendruomenėms aktyviai spręsti tas problemas tiek ir valdžiai matyti, kokių tos paramos priemonių reikia labiausiai.

9. Pasakėte, jog yra vieni ar kiti dalykai kurie trukdo, kokie tie pagrindiniai trukdžiai suprojektuoti tame aukščiausiam lygmenyje, kurie trukdo skatinimui:

Na jei kažko labai nori tai tuos trukdžius apeini, na bet tiesiog kartais kai būna sudėtingi procesai tarkim ar matavimai – aplikuoti ir gauti, ir tiesiog kažkokius mokymus – na nėra iškomunikuojama aiškiai kaip tu pasinaudoti, na yra trukdoma. Kartais būna teisės aktai taip parašyti, kad labai sunku suprasti kas yra galima, o kas ne, arba tam procesui yra aktyviai trukdoma. Žinau iš aplinkos socialinių verslų, kurie pradėjo gilintis – suprato, kad nėra net teisės aktuose apibrėžta kaip vienu ar kitu atveju daryti, kadangi niekas iki to nebuvo to daręs, tai yra socialinė inovacija, tai jie net negali pasinaudoti jau žinomu keliu, jau tada reikia patiemams kurti, nagrinėti, žiūrėti, kaip čia būtų galima padaryti. Na tų stabdžių taip konkrečiai dabar negalėčiau įvardinti. Esu girdėjusi kad nemažai yra buvę, pvz.: kurtas tas teisės aktas prieš 10 metų, na ir neapgalvotos situacijos, kol va neišlindo kažkoks tai naujas dalykas, kuris adresuotų tam tikrą problemą, kuri tiesiog nebuvo sprendžiama arba buvo sprendžiama vienu būdu ir net nebuvo įsivaizduojama, jog gali būti kitaip ir kartais tas va nelankstumas teisės aktu, arba savivaldybės ar vyriausybės nustatytų tvarkų neleidžia tiems pokyčiams. Socialinės inovacijos – visgi yra pakankamai sudėtinga pačioj pradžioj kažką sukurti naujo, o kai susiduri su tokia nelanksti sistema, dar labiau apsunkina ir gali prarasti motyvaciją žmonės, kadangi pačioj pradžioj jie veikia iš idėjos, o jei dar apsunkina reikalus tas procesas gali nusvirti rankos tiesiog – daugiau to lankstumo turėtų būti.

10. Dabartinė reglamentavimo sistema.

Socialinio verslo įstatymas buvo kuriamas jau prieš kelis metus, nepavyko jo tuomet įgyvendinti, projektas buvo sustabdytas. Tas greitis aš manau, kad nėra nieko blogo, jog lėčiau, nes jei kažkas labai greitai būna daroma dažnai kokybė nukenčia. Ir manau kad Lietuvoje ta teisėkūra yra iš tikrųjų yra per daug įvairių įstatymų, per greitai jie leidžiami, tie pokyčiai nėra apgalvoti dažnu atveju, tuomet vėl atsiranda daug neaiškumų, kuriuos ateityje reikia kažką keisti. Lėtumas nėra blogai. Dėl dabartinės situacijos tai aš nesu į ją labai daug įsigilinsi, bet tai yra iš tiesų labai sudėtinga. Kaip ir socialinę ekonomiką, taip ir socialinį verslą apibrėžti yra labai sunku ir norint kad tai tikrai išliktų ir būtų atvira socialinėms inovacijoms, kurių tikrai nenuspėsi iš anksto ir tų sričių irgi gali būti labai įvairių, tai tas kompleksiskumas turi atsisipindėti. Ir tas įstatymas turi būti pakankamai atviras ir kai kažką tokio kuri automatiškai atsiranda tokios situacijos, kuriomis kiti gali pasinaudoti ir pvz. jei būtų suteikiamos ar lengvatos, ar kažkokia sistema – gali būti piktnaudžiaujama, jei ji per daug atvira. Tai iš vienos pusės ir yra labai sudėtinga, na gal gerai kai viskas yra apgalvojama ir yra deramasi ir su socialinio

verslo bendruomene, ir su praktikais – ir tas procesas juda. Manau kad socialinio verslo įstatymas turi būti, nes dažnai būna taip kad tai socialinis verslas, bet kadangi nėra įteisintas pas mus socialinis verslas tai negali aplikuoti vienam ar kitam kvietime tokie atstovai. Ir tuomet automatiškai aplikuoja organizacijos kurios ne visiškai atitinka tuos reikalavimus, kurie keliami tam finansavimui gauti, ir tuomet kyla tokia sumaištis – žmonės kurie iš tiesų galėtų padaryti tą poveikį – jie negauna to finansavimo, nes forma neatitinka formaliai, o kiti gauna – bet to socialinio poveikio neatneša. Bet pats įstatymas, nemanau kad labai stabdo socialinių verslų atsiradimą. Labiau manau stabdo kiti platesni dalykai kaip visuomenės pasirengimas, nuostatos, pati ekonominė situacija – kaip ir buvo kalbama per forumą, Lietuviai negali susitaupyti tiek kiek reikia tam pradiniam verslo įnašui.

Jeigu per daug atviras įstatymas – juo galima pasinaudoti, bet jis turi būti pakankamai atviras kad socialiniai verslai nebūtų apriboti tik viena forma, ar vienai problemai, nes tos problemos yra kompleksinės, ir gaunasi toks sudėtingas procesas.

Socialinei ekonomikai, manau, įstatymas nėra pagrindinis – o visuomenės parengimas yra svarbesnis, žmonių nusiteikimas yra svarbesnis. Pagal įvairius tyrimus – Lietuvoje empatija yra žema – tai lemia, jog nedidelė dalis žmonių įsitraukia į savanoriavimą, kas yra labai svarbu. Arba ir socialinio verslo rėmimas yra dar silpnas – pvz.: žmonės gali pirkti iš paprasto verslo – kuris realiai nieko socialiai nedaro, arba galėčiau pirkti iš socialinio verslo iš karto – ir taip prisidėti prie socialinių problemų sprendimo – to visgi Lietuvoje yra dar labai mažai, tas tikrai trukdo. Jei dar apie socialinį verslą kalbant – tai ir rinką Lietuvos yra maža, tai irgi lemia daug. Žmonių nusiteikimas – žmonės daug socialinių problemų linkę spręsti šeimoje, savo viduje, nemanau kad tai yra NVO darbas arba socialinių verslų. Daug kas vis dar paremta šeima, tai nėra nei gerai nei blogai, tiesiog tą sistemą visą tai tikrai nemažai paveikia.

11. Kokie veiksmai turi būti atliekami „iš apačios“ (visuomenės, atskirų žmonių lygmuo) siekiant skatinti socialinę ekonomiką Lietuvoje?

Aš manau, kad kai yra lokali problemos, jos turi būti sprendžiamos lokaliai bendruomenėse ir jeigu įmanoma socialiniam verslui įsikurti tokiam vietiniam lygmenyje, tai, manau, yra tikrai labai efektyvu. Na aišku, yra bendraujama su asmenimis, matosi pokytis, galima jį įvertinti, bet tam yra svarbus žmonių aktyvumas, o Lietuvoje, dažnu atveju, žmonės yra geri ir ne visuomet įsitraukia aktyviai į bendruomenių veiklą. Tas skatinimas jų, jog jie daugiau įsitrauktų, manau, pagelbėtų visiems šiems – socialinės ekonomikos sąlygoms, verslų kūrimuisi ir augimui. Bet kaip tai turėtų daryti – manau yra didžiausias klausimas. Aš manau, kiek galima daug iš viršaus prikelti – iš pačios bendruomenės, kad aktyvūs žmonės kažkaip tą aktyvumą išplėstų aplinkui. Kaip pvz.: Vilniuje bendruomenės įkūrė laboratoriją, jie labai aktyviai kuria, žmonės jiems pa-

siūlo įvairias paslaugas ir tiesiog gyvybiška vietokūra labai prisideda prie to kad žmonės neranda būdų natūraliai pradėti daugiau bendrauti, pažinti savo bendruomenę, ir taip atsiranda ir tie bendri pokalbiai ir temos ir problemos, kurias galbūt reikia spręsti. Ir taip viskas vyksta daug natūraliau, nei kažkas iš viršaus nuleidžia tas problemas. Iš apačios yra daug labiau veiksminga, tačiau kartais tos bendruomenės būna pakankamai pasyvios ir reikia tų žmonių, tos kibirkšties, kuri padėtų.

12. kaip kompetencijos?

Na taip, jeigu norima kad tai tikrai būtų socialinis verslas, tas socialinis aspektas veštų, tai šitie dalykai (verslo valdymas, rinkodara, planavimas ir pan.) yra labai svarbūs, nes kitaip to verslo nebus. Rinkodaros priemonės ir reklamavimas irgi yra būtinas, nes kitaip niekas apie produktą nežinos ir jo nepirks. O žmonės, kuriems svarbios socialinės problemos, kurie nori jas spręsti – idėjiniai žmonės, jiems dažnai šie dalykai nėra taip natūraliai priimtini ir jiems trūksta tų kompetencijų ir tikrai reikia tos pagalbos. Kartais galima būtų tiesiog jungti komandą tarp tų žmonių kurie turi tų kompetencijų. Aišku tas pelningumas socialiniam versle yra pakankamai mažas, nes jo dalis yra investuojama atgal, tai irgi skirtingi žmonės susirenka. Kartais žmonės tiek susikoncentravę į tą socialinę problemą – žmonės, kurie nori kurti socialinį verslą, kad jiems atrodo.... tas ryšys – psichologinis su pinigais, su pinigų uždirbimu – sunku įsijausti į verslo pusę, tai tokie dalykai kuriuos kartais tikrai sunku suderinti, nes galbūt esame užauginti tokiam burbulė – va čia pinigus uždirbti nėra visuomet gerai, galbūt mes esame gobšūs ir panašiai, ir čia tokie loginiai pamatiniai dalykai, kurie irgi trukdo paprašyti pinigų už suteiktą paslaugą, nors ji ir yra kokybiška, bet kaip čia prašysi pinigų.

Tas pats yra kalbant su nevyriausybinėmis organizacijomis, kurios nori labiau pakrypti į socialinį verslą, net gi tie visi žodžiai kurie yra vartojami – jie yra kitokie, kitoks mąstymo būdas. Ir tai yra sudėtinga, kai žmonės yra pratę vienaip, natūralu, kad reikia pagelbėti, vienu ar kitu įgūdžiu, ir pasimykti bei pasigilinti. Manau kad tai yra įmanoma padaryti ir parodyti kad tas blogai, tai gali būti labai gerai, o pinigai yra tiesiog įrankis tau daryti tą savo poveikį. Yra daug visokių visuomenės dalykų, kurie jau užkoduoti smegenyse.

Kadangi ta sąvoka (socialinis verslas) Lietuvoje yra pakankamai nauja, daug kas nesupranta, kuo skiriasi nuo socialinių įmonių ar nuo kitų socialinių sprendimo būdų ir tas suvokimas kad tai yra verslas yra sudėtingas tiems žmonėms kurie kuria pirmuosius tuos socialinius verslus Lietuvoje, jie dažnai yra vedami tos socialinės idėjos ir tas verslas yra kaip na tarp kitko ir ne visai, ir vis tiek norisi kažkokios paramos – tai dvilypis dalykas. Ir kadangi tai yra daug gyčiau negu tik verslą kurti, nes tu turi būtent tą dvigubą ar trigubą bottom line: dirbama, socialinis poveikis ir galbūt aplinkosauginis poveikis. Iš kitos pusės arba paslaugos gaunasi tada tikrai ne pigios arba kažkokios paramos galima prašyti. Iš tiesų yra daug socialinių verslų kurie turi

savo miksą iš ko gauna pajamas, bet jei didžioji dalis yra uždirbama verslo modelio principu – tai jau visai neblogai, nes tai suteikia stabilumo, nešokinėji nuo projekto prie projekto, ir tas stabilumas atsiranda.

13. Lietuvos kaip socialinės ekonomikos formuotojos vaidmuo tarptautiniame kontekste; (Lietuva ar Europos Sąjunga daro įtaką socialinės ekonomikos įsigalėjimui) (Komentaras: Jūsų nuomone, kokia Lietuvos situacija Europiniame kontekste?).

Manau, kad Lietuvoje į tai yra krepiama vis daugiau dėmesio ir tikrai mes turime tų socialinių paslaugų, kurių daug kur nėra. Kaip ir ta pati mūsų sveikatos sistema, manau, yra tikrai nebloga ir kitokia pagalba yra suteikiama, bet pati forma pakankamai skiriasi. Daug kas yra daroma iš tų viešųjų paslaugų yra suteikiama, arba kaip minėjau, jeigu nėra numatyta, kad tai viešos paslaugos, tai šeimoje tie dalykai turi būti sprendžiami. Kitur Europoje yra stipresnis NVO sektorius, kuris dalį problemų apsiima, o kitur socialiniai verslai, ar asociacijos, ar kiti judėjimai. Tai va tos formos galbūt skiriasi. Pas mus vis dar stiprus šeimos ir viešųjų paslaugų, o kitur kiti dalykai arba vartotojų sektorius – liberalios šalys. Pati forma yra labai skirtinga visur. Nemanau, kad mes labai prastai atrodome šalių kontekste, aišku yra kur augti ir tobulėti. Netgi yra sudėtinga lyginti, nes yra nusistovėję dalykai istoriškai.

14. Pastebėjimai ekspertės – papildymai:

Manau, kad socialinė ekonomika vystosi ir vis daugiau žaidėjų atsiranda joje: būna iš to tradicinio, iš šeimos, iš viešojo sektoriaus, bet dabar yra vis labiau skatinamas socialinis verslas ir NVO vis stiprėja ir auga, manau kad tai yra gerai, nes viešasis sektorius negali tų visų spragų užpildyti, o socialinis verslas labai gerai toms smulkioms problemoms, o NVO yra tokiam šiek tiek platesniame lygmenyje gali. Labai svarbu kad visi šie žaidėjai galėtų dalyvauti rinkoje, būtų vertinami ir skatinami.

E4 Eglė Jokužytė

Interviu data: 2019 m. gegužės 1 d.

1. Savęs ir savo vykdomos veiklos pristatymas (Komentaras: eksperto vykdomos veiklos sąsajos su nagrinėjama tema);

Pirmiausia, mano veikla yra socialinis verslas, pagrindinės yra dvi kryptis:

1. Knygų leidyba, kurios yra skaitomos, kaip aš sakau, skirtingais pojūčiais, tai yra rega, lytėjimu, klausia ir net uosle ir šios knygos yra skirtos ir regintiems ir neregiams. Šioje veikloje mano pagrindinė idėja yra, kad būtent suteikti galimybę neregiams skaityti tas pačias knygas, kokias skaito regintieji. Tai yra, kad tą pačią knygą galėtų skaityti ir tie, ir tie žmonės. Daugiausia orientuotos knygos yra į vaikus, tai yra vaikams ir jaunimui skirtos knygos. Didelį dėmesį skiriam knygų iliustracijoms, tam kad tiek regentys tiek neregiai galėtų tiesiog per lytėjimą

atpažinti paveikslukus, nes būtent per šitose knygose yra, kaip ir minėjau, kad jos yra skaitomos ir lytėjimu, tai supratau, kad didelį poveikį daro ne tik neregijų bendruomenei, tai yra kad neregiai turi galimybę skaityti knygas, jie gali skaityti Brailio raštu, kas yra labai svarbu neregiams, ypač vaikams, nes vaikai lavina per lytėjimo pojūtį, jiems neturint regos yra labai svarbu lavinti šį pojūtį. Pagrindinė priemonė lavinimo vaikų yra Brailio rašto skaitymas. Mokliškai netgi įrodyta, kad Brailio raštas yra ta priemonė kuri leidžia lavinti vaikų intelektą, tie vaikai kurie vaikystėje mokėsi Brailio rašto tai užaugę studijuoja ir universitetuose, ir atranda savo gyvenimo veiklą. Esmė yra ta kad Brailio raštas – tai ta priemonė, kuri leidžia vaikams tobulinti tą lytėjimo pojūtį. O regintiems vaikams tai yra įdomu, dėl to kad yra labai svarbu tam tikrame amžiuje lavinti motoriką, o tos iliustracijos, kurios yra perteiktos iškiluoju būdų leidžia jiems suprasti per pirščiukus, užmerktomis akimis, taip kaip tai supranta neregiai. Ir po kažkiek tai laiko, kai pradėjau tuo domėtis, supratau kad ir regintiems vaikams tai daro didelį poveikį, tai yra šios knygos skatina kalbėti suaugusius su savo vaikais apie skirtingus žmones ir leidžia pažinti ir neregijų pasaulį, ir per šias knygas mes ugdome socialines kompetencijas. Tai labai įdomu pasidarė, kad su šiomis knygomis galima daryti ir edukacines įvairias programas, ir ypač tie medikai kurių vaikams reikalinga ir komunikaciniai įgūdžiai ir motorikos lavinimai – logopedai, irgi naudoja šias knygas mokyklose galima skaityti ne tik patį turinį, analizuoti iliustracijas, bet ir , kaip sakau, apie socialinę poveikį galima šnekėtis su vaikais. Man buvo labai įdomu, aš pati darau įvairius tyrimus po šių knygų, ir vėliau paaiškėjo, jog vaikai po šių edukacinių programų nori daryti gerus darbus, tai yra nori savanoriauti, nori kažkam tai padėti, tai šitas poveikis yra labai ryškus ir po šių knygų patys tėvai ir mokytojai sako, jog vaikams norisi netgi susirasti draugų neregijų kad labiau pažinti tuos kitus pasaulius.

2. Antroji pusė yra švietimo, ugdomoji veikla, kuri leidžia vaikus ugdyti per šitas knygas. Taip pat savo vykdomos veiklos eigoje supratau kad yra daugybė sričių kuriomis galėčiau prisidėti mažinant atskirtį neregijų, turizmo, įvairios informacinės priemonės, stendai kurie būtų pritaikyti neregiams, kad jie galėtų pažinti tą aplinką kurioje gyvena. Čia tokia trumpai ta socialinė veikla, kurioje mes darome pokyti tiek visuomenėje, tiek ir prisidedame prie neregijų bendruomenės

2. Kas yra socialinė ekonomika? Socialinės ekonomikos svarba ir reikšmė Lietuvai; Socialinė ekonomika, aš žiūriu per tą prizmę kaip socialinio verslo indėlio į tą ekonomiką. Tai socialinis verslas kaip ir pagrindinis tikslas nėra pelno siekimas, pagrindinis jo tikslas yra daryti pokyti visuomenėje, ir būtent tas gautas pelnas investuojamas į kažkokius tai produktus ar paslaugas, kurios prisideda prie tos visuomenės gerovės., Tai ta ekonomika labiau pamatuojama pagal socialinį pokyti tos daromos veiklos. Tai kaip ir pinigine ta išraiška turėtų būti matuojama ne vien pelno pinigine išraiška, bet ir poveikio matavimo indėlis į visuomenę, kuo

daugiau investuojama į socialinius dalykus, tuo laimingesni aplinkui žmonės, ir tuo jiems yra geriau gyventi ir tokiu būdu jie save taip pat realizuoja ir ekonomika kyla per tų žmonių veiklą. Ir ta graža sukuria pačią ekonomikos vertę.

3. Socialinės ekonomikos svarba ir reikšmė Lietuvai?

Kultūrinio aspekto nebuvimas – prieš 8 metus labai nežinoma veikla. Socialinio ir verslo bendradarbiavimas – socialinio poveikio darymui. Jau dabar Lietuvoje nemažas augimas. Lt kapitalo tik dabar pradeda augti šitoj kultūroj.

Mūsų Lietuva yra pakankamai jauna šalis ir dar nėra to kultūrinio pamato būtent socialiniam aspektui. Tai kas buvo prieš 8-10 metų, kai aš pradėjau šią veiklą, tai buvo labai nežinoma ir vien apie tą socialinį dalyką nebuvo labai daug kalbama., ir netgi to socialinio verslo pradžia prieš tiek metų atrode visiems kad tai yra labdaros ir paramos rašytojai. Iš esmės aš matau šioje socialinė pusėje, kad socialinis verslas bendradarbiaudamas su verslu sukuria dar didesnę tą socialinę vertę, dėlto kad verslas – darydamas / augindamas pelną, turėtų investuoti į tą socialinę pusę, ir darant tą verslo veiklą pačiam jį iš tiesų yra sudėtinga daryti. Tai vėl tas bendradarbiavimas su socialinio verslo įmonėmis leidžia sukurti dar didesnę vertę šiam dalykui. Nes patys žmonės labiau įsitraukia į tas socialines erdves, darbuotojai bendradarbiaudami su socialiniu verslu gali dalyvauti įvairiose programose, projektuose, kur jie mato tą poveikį, kurį jie kaupdami tą pelną, investuoja į šiuos dalykus ir kokį pokytį daro kitiems žmonėms. Jau dabar Lietuvoje matau nemažą augimą šioje vietoje, ir didžioji dauguma verslo kompanijų, ypač tų kurių investicijos yra iš užsienio, jie tą dalyką labiau supranta, o Lietuviško kapitalo verslininkai tik pradeda augti šioje kultūroje. Manau kad po 10 metų bus dar geresnė situacija. Tai tiesiog reikia laiko.

Jei įmonė kuria kažkokias tai technologijas, tai jie aišku gali kurti tokius produktus kurie gali padėti kitokių žmonių gyvenime, tai aišku, kad jie priartėtų prie pačio žmogaus, kad jie atrastų tą poreikį, jie turi bendradarbiauti su tais žmonėmis, kurie yra arčiau šių žmonių – su bendruomenėmis, su tokioms organizacijoms nepelno siekiančiomis, nes per tą bendradarbiavimą jie labiausiai gali suprasti tą poreikį kur tas priemonės ar tą produktą būtų galima pritaikyti. O jeigu ta įmonė kuria tik pelną ir nėra orientuota į žmonių gerinimą – manau, kad šios įmonės, kaip ir daro dažniausiai užsienio kompanijos, tai 10 proc., viso savo pelno turėtų skirti žmonių gyvenimo gerinimui, tai jei viduje to nėra, tai bendradarbiavimo būdu jie gali tai padaryti. Tai ratas sukasi – skiri savo pelną, kad tą aplinką gerintum, investuoji į visus ekologinius dalykus, kuri kažkokius tai produktus, būtinai, manau, kad kiekviena įmonė turi pagalvoti, kaip padaryti tą produktą tokį, kad jis atneštų džiaugsmo ar pagerintų jo gyvenimą.

4. Socialinė ekonomika – kaip elementų visuma ir ryšių tarp jų modelis, kokie būtų tai elementai?

Verslas ar veikla kuri daroma turi prisidėti prie to kam yra orientuotas tas produktas – nauda kuri gaunama – kas pagerėja. Kokia gaunama nauda –

Pati ekonomika yra sudėtingas žodis vaikui, tai jeigu reiktų vaizduoti vaikui ar žmonėms tai reiktų vaizduoti per personažus, kurie vaikšto, ir prisideda prie to kad kitas šypsotųsi. Jei bendrai, suprasti, kad verslas ar veikla, kurią tu darai, turėtų kažkuo tai prisidėti prie to, kam yra labiau orientuotas tas produktas ar paslauga. Tokiu būdu prisidedant parodyti kokią naudą gauna žmogus, ar tai personažas, kuriam tai yra skirta, ir kas po to pagerėja. Kažkokiam tai Jonukui padarome kažkokią tai įrenginį, Jonukas nevaikšto tai sukuri vežimėli ar tai kojas, kurios leidžia jam atsistoti ir eiti, arba piešti, suteiki jam galimybę piešti – kurdamas savo piešinius parodyti kas jame yra o vėliau tas piešinys pristatomas parodoje kur vėliau džiugina kitus. Aš manau, kad žmonėms reikia aiškinti paprastais žodžiais ir parodyti koks pokytis vyksta žmonėse ir kokia nauda yra gaunama iš to ką darai. Tai tiek ir tiek gavai pinigų iš to ką darai ir dalį pinigų skiri savo veiklos gerinimui, o dalį socialinio poveikio darymui. Svarbiausia ne tik vaikams, bet ir paprastems žmonėms viską pateikti paprastais žodžiais, nes kai ateina mokslininkas ir pradeda šnekėti gali pasidaryti nuobodu, nes tu neturi tiek tų žinių ir palaikyti tą mintį yra sunku. Jei ir norime auginti visuomenę, jog ji būtų socialiai atsakinga, reikia eiti per paprasčiausius pavyzdžius.

5. Kokie veiksmai turi būti atliekami „iš viršaus“ (vyriausybės lygmuo) siekiant skatinti socialinę ekonomiką Lietuvoje?

Aš tai galvočiau, jeigu valstybiniu lygmeniu būtų skatinamas bendradarbiavimas verslo su socialiniu verslu, tai tas pokytis būtų daug didesnis, nes socialinio verslo misija yra padaryti tą pokytį, bet investicija į šį dalyką, į žmogiškuosius, į atlyginimus, dar visos tos išlaidos, yra pakankamai nemažą sumą sudaro ir dėlto viskas vyksta labai lėtai. Ir bendradarbiaujant su verslu, kuris padėtų sukurti tą didesnę vertę, nes pats verslas investuodamas į šį dalyką augins ir tą socialinę ekonomiką plačiau prasme. O valstybės lygmeniu labiausiai reiktų sukurti tokią sistemą, kur verslas visada nori tos naudos, kodėl jie turėtų prisidėti prie to, kodėl jie turėtų skirti savo uždirbtus pinigus šitam dalykui, tai jei valstybės lygmeniu būtų pateikta sistema, kuri skatintų tai daryti, ar tai tiems, kurie prisideda ir daro pamatuojamą pokytį, kartu bendradarbiaudami jiems būtų suteikiamos tam tikros lengvatos teikiant projektus, gaunant kažkokią tai paramą, investuojant į technologijas, kurios prisidėtų – čia būtų didelė paskata augimui. Dabar pačioms kompanijoms yra per didelės išlaidos investuoti, nes atsiperkamumo pinigine išraiška jie nemato, ir dėl ko turėtų pirkti tą techniką, kuris kurtų tą produktą, kai tas produktas nėra pelno siekimo produktas. Pvz.: knygos Brailio raštu, jos reikalauja ne tik žinių ir patirties, bet ir investicijų į technologijas. Bet suprantama kad šios knygos nėra masiniam pardavimui, tai yra prisidėjimas prie žmonių su regos negale gyvenimo prisidėjimo ir prie vaikų ugdymo, o

graža ateina tik per daug metų. Tačiau ta technika jei neatsiperka per keletą metų, tai daug kas ir nenori investuoti. Aš manyčiau, kad jei valstybės lygmeniu būtų skatinami šie dalykai tai ir verslas norėtų prisidėti. Kodėl jam neturėti tam tikros naujos įrangos, kurią ir vėliau galbūt galės pritaikyti ne tik prie socialinio pokyčio, bet ir atrastų kažkokius produktus, kurie atneštų ir pelno.

6. Kokie veiksmai turi būti atliekami „iš apačios“ (visuomenės, atskirų žmonių lygmuo) siekiant skatinti socialinę ekonomiką Lietuvoje?

Gyvenimo būdas – toks jau yra, ne visi gali tai daryti ir ne visiems reikėtų. Nuo mažens reikia ugdyti, bet nereikia visiems žmonėms tai kišti. Pati pažino tik tada kai su neregiais pabuvo ir turi tos patirties.

Aš įsivaizduoju, jog socialinis verslininkas – tai yra gyvenimo būdas. Ir yra jisai toksai, kiekvienas socialinis verslininkas kurdamas – jisai gyvena tuo, ne visi gali tai daryti ir ne visiems reikėtų, nes visi esame skirtingi. O užauginti savyje tą norą padėti kitiems, reikia ugdyti nuo mažens. O jei to nėra nei šeimoj nei mokykloj, tai tas žmogus savo gyvenime nelabai supranta iš ko man čia ta nauda, tai ir nereikia jam kišti to, nes jis tiesiog nesupras, nes tai ne jam. Bet jei žmogus dirbdamas su socialinio verslo lyderiais, pamato, kad prisideda prie kitų žmonių džiaugsmo, tai ir jam pačiam malonu, pvz.: ir įtraukia savo šeimos narius, ateina ar į renginius, ar į projektus įsitraukia, ir jie pajaučia tą drive'ą – wow ir aš prisidedu, ir mano buvimas, nors ir mažas, bet jisai padaro kažką kitą laimingesnį. Tai bendradarbiaujant aš galiu pajauti tą pojūtį. Aš pati pradėjau tik susipažinti su neregiais tik per socialinį projektą, kuriame dalyvavo neregiai, ir aš supratau kad turiu pakankamai daug žinių, kurią įgijau per patirtį augdama ir dirbdama, ir supratau, kad aš noriu dalintis tomis žiniomis ir man tai yra kaip ir dovana gyvenimo, dėl ko aš esu, ir šios žinios ir patirtis gali padėti kažkam kitam, tai yra auginama viduje.

7. Įstatymai mūsų

Socialinio verslo niekaip dar nevertinu įstatyminės bazės, iš esmės labai liūdnei. Aš taip galvoju, visi tie kuria tuos įstatymus, tą sistemą, jie įsivaizduoja – kad skatinti yra labai gerai, bet auginti tai kas yra – irgi turėtų būti labai svarbu. Todėl kad, vien tik investicijos į skatinimą yra didelė rizika, nes dažniausiai, tiksliai pavyzdžių skaičiais nežinau kiek iš tų startup'ų išsaugojimo sukuria tą ekonominę vertę – yra mažas procentas. Manau kad turėt nepamiršti ir tų kurie jau yra pažengę porą žingsnelių, savo jėgomis jau yra kažką padarę, kas galėtų sukurti tuos produktus, į didesnę ekonominę vertę paverstų. Tai jeigu tos investicijos būtų į tokio verslo auginimą – tai ta ekonominė vertė augtų ne tik Lietuvos viduje, bet ir gali ateiti iš užsienio pinigų, kurie darytų tą pokytį pačiai Lietuvai. Tai vat šis skatinimas – ši sistema turėtų būti sukurta, jog plačiau pasižiūrėtų į šiuos visus dalykus. Nežinau ar tai yra planuose, ar tai tik į

startuojantiems skirta, bandoma auginti nuo pamatų, tačiau turėtų būti strategijose numatyta palaikyti ir auginti tai, kas jau yra sukurta.

8. Lietuvos kaip socialinės ekonomikos formuotojos vaidmuo tarptautiniame kontekste; (Lietuva ar Europos Sąjunga daro įtaką socialinės ekonomikos įsigalėjimui) (Komentaras: Jūsų nuomone, kokia Lietuvos situacija Europiniame kontekste?)

Galiu pasakyti, kad Lietuviai yra gabūs, kūrybingi ir unikalūs. Lietuviai sukuria labai daug gražių dalykų, tokių dalykų kuriais stebina daugybę metų išsivysčiusias šalis. Tačiau lietuviams yra labai sudėtinga save parodyti užsienyje, pristatyti ir paskleisti tą žinių plačiąja prasme. Dėlto kad užsienyje, į tuos sukurtus dalykus yra dedamos tikrai nemažos investicijos, į jų palaikymą, augimui, o lietuviams reikia patiems alkūnėmis muštis kad išeitų į tą uždarbį, o tai iš tiesų ilgas kelias. O lietuvius, būna prieš penkis metus sukūręs tą produktą ar paslaugą, tačiau, kažkokios tai didesnės įmonės užsienyje skirdamos investicijas daug plačiau paskleidžia ir tas produktas, kuris būna sukurtas Lietuvoje, po kažkiek tai metų kaip ir normalu. Tai jeigu Lietuva investuotų į tokius unikalius dalykus, tai galėtų daug plačiau save pristatyti užsienyje.

9. Gal pati turite kokių aspektų dar paminėti ko neužklausiau?

Mano vizija kad po kažkiek tai metų, po 100 ar po 200 metų, jei visuomenėje būtų tos socialinės kompetencijos, socialinis požiūris būtų ugdomas nuo vaikų ir taptų normalu dalintis ar tai žiniomis, patirtimi ar dar kažko su kitais, tai po kažkiek tai metų visi verslai būtų socialiniai. Aš tuo tikiu, nes tai yra normalu daryti – yra pelnas, yra verslas, dėlto ir susidaro socialinis verslas iš dviejų žodžių, nėra akcentuojama tik į verslą, tik į pinigus, nes tai žmogui nėra faina taip gyventi – pačiam verslininkui. Jisai užsisuka savo mintyse kaip daugiau uždirbti, kad didesnius fabrikus statyti, čia turi jo požiūris keistis į visą gyvenimą ir prasmę ir jeigu šitai ugdyti nuo vaikystės, tai ir užaugę vaikai apie tą verslą labai ženkliai mąstyti.

Norint mokyti vaikus, turi turėti pavyzdžius sakykime lyderius ir vaikams ateiti ir dėstyti vien teoriją yra labai sausa, kai ateina žmogus kuris per savo patirtį pasidalina kaip aš dariau, tai tam vaikui yra motyvacija eiti šiuo keliu. Ir jei pas mus šių žmonių nepalaikys – tai neturės pamato kaip parodyti tam vaikui. Tai auginti tą kartą yra labai svarbu, nes tai kaip ir nauja mūsų šalyje, bet nematau, kad tai nebuvo daroma mūsų šalyje. Negi mes negalime savo pavyzdžiais, kurie jau yra padaryti, prisidėti prie to ugdymo, net ik Lietuvos vaikams – mes tai galime ir užsienyje parodyti. Investicijų vien į ugdymą – nepakaktų, reikėtų tam tikros atsvaros nuo ko tam vaikui pasakoti. Tai gerai jei verslininkas sakys – na tai kiek tu uždirbai per tuos penkerius metus, nu sorry ne daug uždirbau, neturėjau investicijų į savo darbuotojų atlyginimus, aš tai dariau tiesiog savo malonumu, pelno labai didelio nėra – tai ar tas vaikas norės daryti? Nebūtinai pelno, bet pasigirti, jog aš tą ekonominę vertę sukūriau – na negalės pasakyti, tai jei tu

negali, tai kaip aš tau galėsiu. Čia užburtas ratas, manau, kad valstybei čia turėtų būti įdomu, ugdant vaikus ir turėti atspirti ir kas jau buvo padaryta.

E4 Simona Laiconaitė

Interviu data: 2019 m. gegužės 6 d.

1. Savęs ir savo vykdomos veiklos pristatymas (*Komentaras: eksperto vykdomos veiklos sąsajos su nagrinėjama tema*);

Socialinio verslo forumo dieną, valdyba priėmė sprendimą ir aš tapau vadove, tai tą pačią dieną ir ėjau į diskusiją. Tai dar net nepilnas mėnesis, jei oficialiai taip žiūrint. O socialinio verslo lauke aš esu jau senokai, nuo 2012 metų, aš dirbau nevyriausybinėje organizacijoje – mes visą laiką ieškodavom būdų kaip generuoti pajamas ir negyventi vien tik iš projektų, bet patiems sukurti kažkokią tai vertę – socialinę vertę ir žiūrėti, kaip mes galim ją monetizuoti – iš privataus sektoriaus arba tiesiog iš naudos gavėjų. Diferencijuodavome pajamų kryptis. Ir tuomet komandiruotėje – konferencijoje išgirdome kad yra socialinis verslas, jo požymius ir bruožas, ir tuomet supratome, kad mes tam tikra dalimi stengiamės tapti nežinodami tokios sąvokos kaip socialinis verslas. Tai 2012 m. su ta sąvoka susipažinau ir tuomet mes kryptingai pradėjome su ta organizacija ieškoti būdų kaip galėtume būti pilnavertiškas socialinis verslas. Ir kai išėjau iš tos organizacijos atėjau į Reach for Change, įkūriau Reach for Change Lietuvoje, pradėjau inkubatorių, akseleratorių organizuoti ir remti socialinius verslus. Ir tuomet išėjau iš nevyriausybinių sektoriaus, galime sakyti atėjau į fondą ir pradėjau socialiniams verslams teikti paramą. Ta dalis man leido labai gyliai suprasti su kokiomis problemomis gali susidurti socialiniai verslai, nes mes turėjome ir aplinkosauginių, ir va Eglė Jokužytė buvo viena pirmųjų laimėjusių inkubatoriuje pirmą vietą su neregijų vaikų švietimu, kažkas buvo maisto nešvaistymo, buvo ir švietimo, ir sporto – ten tikrai daug labai skirtingų krypčių buvo pasirinkę socialiniai verslai ir jie susidurdavo su labai skirtingomis problemomis. Ir tada aš per tą bandymą jiems padėti savas problemas spręsti ir rasti geriausius sprendimus, geriau susipažinau ir su socialinio verslo lauku. Ir aišku mes visuomet, kartu ir su Jurgita ir su kitais žmonėmis, buvome kaip lauko kūrėjai, mes ieškodavom būdų paskatinti žmones imtis socialinio verslo, paskatinti institucijas apsibrėžti kas yra socialinis verslas, kad mes visi vienodai suprastume ne per siaurai, nes socialinis verslas praktiškai bet kas gali būti. Jei jau plačiai pradedi žiūrėti, tai vos ne kiekvienas verslas galėtų, tam tikras modifikacijas įvedęs, tapti socialiniu. Taip nuo 2012 metų po truputi ir maluosi socialiniam versle ir paskui kai išėjau iš Reach for change, išėjau nepriklausomai konsultuoti organizacijų. Tai aš dirbau tiek su verslais, tiek ir socialiniais verslais, su nevyriausybinėmis organizacijomis, kurios neturi socialinio verslo požymių ir jas konsultuo-

davau įvairiomis verslo plėtros, verslo vykdymo klausimais, komunikacijos, auditorijos atradimo, pasiekimo klausimais, produktų kūrimo, paslaugų kūrimo klausimais ir pan. Ir šitai veiklai nenutrūkus, vėl grįžau į socialinio verslo lauką – į socialinio verslo asociacijos vadovės pareigas. Tai užsidarė ratas, tik kad visuomet buvo augimas.

2. Kas yra socialinė ekonomika? Socialinės ekonomikos svarba ir reikšmė Lietuvai; *Aš socialinį verslą apibrėžiu taip – organizacija, kurios pirminis veiklos tikslas konkrečios socialinės arba aplinkosauginės problemos sprendimas, bet ji savo veiklą, tiek sprendimus, tiek darbo organizavimą, komunikaciją, vadybinius aspektus sprendžia vadovaudamasi verslo principais. Tai yra geriausia, tvariausia, efektyviausia praktika, ir ieško skirtingų pajamų šaltinių, priešingai nei tradicinės NVO, kurios labai dažnai siekia išgyventi vien tik iš paramos. Tai aš sakyčiau, kad socialinis verslas yra ta organizacija kuri diferencijuoja savo pajamų uždirbimą, sugeba sugeneruoti be paramos. Ir aš visada sakau, kad socialinis verslas privalo matuoti socialinį poveikį, ir, mano supratimu, jei jis jo nematuoja, tai vargu ar jis yra socialinis verslas. Nes tada aš galiu manyti, kad tai yra tik lozungai, kad yra kuriamas gerasis arba nekuriamas pokytis. Tam kad tu matuotum, gali matuoti ir tai kad nekuri, gali to pokyčio nebūti, tu gali savo matavimuose tai pastebėti, bet manau kad tai yra privalomas elementas kiekvieno socialinio verslo. Gebėjimas suprasti ar tu darai kokį socialinį pokytį.*

O socialinę ekonomiką suprantu kaip truputi globalesnį dalyką ir, mano manymu, socialinė ekonomika yra orientuota į socialinės vertės kūrimą. Tai reiškia, kad į ją pakliūna ir verslo socialinė atsakomybė su politikomis ir strategijomis, ir mūsų kaip mikro subjektų asmeninė atsakomybė perkant dalykus ar veikiant ekonominiame kontekste. Aš matau taip kaip dėlionę labai skirtingų subjektų, tarp kurių papuola ne tik socialinis verslas, bet ir visi kiti.

3. Socialinė ekonomika – kaip elementų visuma ir ryšių tarp jų modelis, kokie būtų tai elementai?

Aš gal truputi globaliau suprantu, jei yra skirtingi subjektai, tarkim socialinį verslą mes jau turim apibrėžę, bet jeigu tai yra verslas, kuris turi socialinės atsakomybės politiką, strategiją ir ją įgyvendina, tai jis irgi, mano manymu, yra socialinės ekonomikos subjektas, nes jisai savo indėlį į socialinę gerovę įdeda. Tai yra visi naudos gavėjai, kurie dalyvauja, irgi yra atskiri subjektai. Į mikro lygmenį nusileidus, tai individualus sąmoningumas vartojant, perkant, kuriant, mes kiekvienas esam socialinės ekonomikos subjektai, jeigu mes sąmoningai sugebėtume prie to prisidėti, kurti, skatinti savo pasirinkimais ir balsuoti. Tarkim kad ir susitinkam čia, aš nežinau ar Therrie turi savo socialinę politiką kokią nors, kaip jie veikia, bet jeigu aš žinočiau kad tikrai ne – aš kavą tikrai pirkčiau kažkur kitur ir tai būtų mano toks mikro apsisprendimas, kuris mano manymu, irgi būtų socialinės ekonomikos dalis. Aš, manau, kad aš kaip subjektas galiu daryti įtaką didesniems subjektams ir jų sprendimams.

4. Socialinės ekonomikos pagrindiniai rodikliai, socialinės ekonomikos ir gyvenimo kokybės sąsajos?;

Vienas rodiklis tai yra socialinis poveikis ir jisai gali būti kuriamas, turint tvarų veiklos modelį ir netvarų. Tai aš, kaip vieną iš reikalingų elementų ir rodiklių, įdėčiau tvarų veiklos modelį. Tai reiškia, sugebanti save išlaikyti organizacija ar subjektas. Ekonomika, ji neveiks, jei nebus tvarumo. Aš ką pastebiu, kad organizacijos, kurios nesugeba išsilaikyti arba neranda tvaraus modelio, jos tada vargu ar apskritai socialinį poveikį matuos, nes tai tuomet tampa antrarūšiu reikalu – nėra išgyvenimo ir išlikimo klausimas. Tvarumas ir sugebėjimas uždirbti pajamas ir jas reinvestuoti – turėtų būti prioritetas taip pat.

5. Socialinės ekonomikos ir gyvenimo kokybės sąsajos?

Gyvenimo kokybė auga stiprėjant ir kokybiškėjant socialinei ekonomikai. Kuo daugiau subjektų įsijungia į socialinę ekonomiką, tuo geresnė yra gyvenimo kokybė visiems: tiek tiems kurie kuria pridėtinę vertę, tiek ir tiems kurie gali gauti.

6. Kokie veiksmai turi būti atliekami „iš viršaus“ (vyriausybės lygmuo) siekiant skatinti socialinę ekonomiką Lietuvoje?

Finansiniai paskatinimai – tai nevienintelė sąlyga kurtis socialiniams verslams. Asmenybė, verslumas ir aistra – ras būdų tam finansuoti.

Pastaruosius dvejus metus nuo politinių klausimų buvau gana atsitraukusi, labiau savanaudiškai koncentravaušis į tuos, kurie man pačiai buvo aktualūs ir įdomūs. Mano manymu, viskas yra tvarkoje, judame tinkama kryptimi, ir nemanau, kad galima sakyti jog judame per lėtai, manau kad tempas yra geras, nes manau kad yra geriau judėti iš lėto užsitikrinus ir mokantis procese, negu kad paskubėti su sprendimais ir paskui žiūrėti, kad mes labai daug bėdų prisidarėm, prišiemėm finansavimų ir paskui žiūrim, kad tai nesutampa su mūsų tikslais, kokius mes galbūt galėjome sukurti, jeigu būtume judėję lėčiau. Tai aš galiu sakyti jog viskas yra gerai, tempas ir kryptis yra geri, nes jei mes kalbėtume apie socialinį verslą tai jis tik kokius 6-7 metus kaip tampa ta tema, kuria galima kalbėti valstybės institucijose, viešajame sektoriuje. Veiksmai manau yra geri, turint omenyje, kad šią vasarą yra ketinama priimti socialinio verslo plėtros įstatymą. Aš sveikinu šiuos dalykus. Svarbu nepamiršti, nors faktiškai ar juridiskai politiką formuoja vyriausybė, bet įtaką tam turime mes. Tai šioje situacijoje reikia nepamiršti, jog mes turime būti pakankamai aktyvūs, jeigu mes norime, kad rezultatas būtų geras. Mes negalime kaltės suversti kažkam kitam. Aktyviai dalyvauti visuose pasitarimuose į kuriuos būna kviečiamos ir visuomeninės organizacijos.

7. Ar socialiniai verslai yra pakankamai skatinami, ar čia pavieniai tokie atvejai?

Tai mes mažai turime tų tikrųjų socialinių verslų. Asmenys, kurie paprastai nori dirbti su socialinių problemų sprendimais jie nebūtinai turi tinkamas žinias iš verslo pusės. Šios dvi kompetencijos yra labai skirtingos, tiek savo empatija, tiek kažkokių įgūdžių paketu, sakykim, ar patirties paketu, ir apskritai labai retai būna kad vienas asmuo turi kombinaciją abiejų. Čia paprastai tada būna aukso vidurys ir žmonės sugeba kažkokius socialinius verslus sukurti. Priešingu atveju tai arba stipresnė viena pusė arba kita ir tada išvis sunku identifikuoti ar čia yra išvis socialinis verslas. Jeigu truputi pro pirštus žiūrint: kažkur truputi į tvarumą, kažkur į socialinio poveikį, jei truputi atleidžiam tuos dalykus – manau, kad pas mus stipriai daugėja socialinių verslų apskritai. Labai didelė dalis nevyriausybinių organizacijų stengiasi tapti socialiniais verslais, na aš ne visai pritariu, kad tai būtina ir gera daryti, bet aš matau tokią tendenciją – stengiamasi tapti socialiniais verslais ir būti traktuojamais kaip socialinis verslas. Tai daugėja, auga ir jų yra, tik klausimas kiek iš jų yra tikrų.

Apie pačią pradžią, tai aš gal esu šalininkė tos pusės, kad finansiniai priemonės ir paskatinimai yra labai gerai ir jie yra tikrai reikalingi ir naudingi, ir nemanau kad kas nors kada atsisakytu pinigų verslui kurti, kad ir nepaisant to kad socialinis verslas yra ne pelno siekiantis, bet tai nėra vienintelė sąlyga socialiniam verslui atsirasti. Aš per tą forumo diskusiją sakiau, kad vis tiek yra asmenybiniai rodikliai, kurie yra svarbiausi. Iš pradžių, kiek iš Reach for change pusės pamenu, mes labai vertindavome asmenybę, verslumą ir aistrą tai problemai spręsti ar tam savo sugalvotam sprendimui. Šitai būdavo svarbiausia tuo metu, nes tada mes žinodavome, kad jeigu žmogus turi pakankamą aistrą, tai jis ras būdų tam finansuoti ir tai nebūtinai turi būti šita finansinė priemonė, tai gali būti iš privataus sektoriaus rėmėjai ir panašiai. Taigi pačiai pradžiai atsirasti, sakyčiau, turi būti tos asmeninės, individualios kompetencijos stiprios ir didžiulė aistra. Dabar ką aš matau pvz. regionų kontekste, tekę dirbti su akseleratoriumi Satisfaction, nežinau ar teko girdėti, aš dirbau su vienu regionu, iš viso dirbome su 10 jų, tai aš pastebėjau ką? Socialiniai verslai regionuose kuriasi dažnai tokiu principu – yra pinigų – jįsai tai pasiima ir tada reikia žiūrėti kaip keturis rodiklius užtikrinti. Ir tą bendruomenę įtraukiam – sprendžiam problemą, sprendžiam problemą, kažką parduodam ir sakykim tokiu fiktyviu būdu užtikrinam. Gali būti, kad kažkiek statistiką galėtų iškreipti tokie verslai, aš net sakyčiau kabutėse verslai, dėlto kad paskui greičiausiai praėjus finansavimo periodui jų nebeliks. Ir čia yra didžiulė problema – socialinio verslo pagrindinis variklis yra problema ir tavo sugalvotas sprendimas ją spręsti, tai yra asmeninis „drive‘as“ ir asmeninė aistra, tai ši dalis nesibaigia tada kai baigiasi pinigai. O jeigu pirminė paskata yra atsiradęs finansavimas, kurį tiesiog reikia išnaudoti, tai kai pinigai baigiasi – baigiasi ir socialinis verslas. Tai sakyčiau, kad reikėtų atskirti socialinį verslą ir jo pradžią pagal tai dėl kokių trigerių, dėl kokios priežasties jisai atsirado.

8. Kokie veiksmai turi būti atliekami „iš apačios“ (visuomenės, atskirų žmonių lygmuo) siekiant skatinti socialinę ekonomiką Lietuvoje? Kokiomis priemonėmis būtų galima paskatinti tų tikrųjų socialinių verslų kūrimąsi? Ar čia tiesiog visuomenė turėtų pati subręsti, kiekvienas žmogus individualiai ir pamatyti tą tikrąją problemą, o ne vien finansavimo gavimas?

Turbūt idealioje visuomenėje taip ir būtų. Aš sakyčiau, kad kombinacija. Vienas iš dalykų, ką gali pasiūlyti tiek valstybė, tiek privatus sektorius, tai yra tikrai ne tik pinigai, tai yra ir mentorstė arba ekspertinė pagalba arba kažkokios naštos perrimimas, kad ir plėtros planavimo perrimimas – na tokios veiklos, kuri nėra finansinė, bet yra su kompetencijomis, žiniomis ir kitais ištekliais, kurių ta organizacija neturi. Šitas manau, kad visai veiktų. Arba aš esu konsultavusi tokias organizacijas, kurios išvis nežino nuo kur pajudėti, dėlto kartais nepajuda, tai būna, kad reikia ne tokio biurokratinio požiūrio į vieną konsultaciją – čia pasakėm yra tokie teisės aktai, persiskaityk ir bus viskas aišku, bet tokio... aš sakyčiau, kad tokio paskatinimo tradicinio reikėtų iš startuolių pasaulio „atsivešti“. Akseleravimo principu, nebūtinai tai turi vadintis akseleratoriumi, bet va tokiu principu – tai yra per ekspertinę pagalbą gali būti sukurta strategija, produktas, geras startas, arba pasiruošimas pritraukti lėšų iš kitur. Tai vat šita pagalba ir parama, toks paskatinimas būtų ko ne lygiavertis finansiniam. Reach for change – tik vienas gauna finansinę paramą, kiti kurie patenka į inkubatorių – ne, bet kai mes vertindavome metų pabaigoje, ar po 2, ar 3-ųjų inkubatoriuje, tai rodikliai būdavo vis tiek būdavo aukščiau nei ties finansais, bet ties ekspertinę pagalbą, kuri padėjo išspręsti tas problemas, kurių pati organizacija niekada nebūtų išsprendusi, nes jiems yra per brangu samdyti ekspertus iš išorės. Tai aš sakyčiau yra lygiavertis paskatinimas.

9. Socialinės inovacijos – teko girdėti, kad Lietuvoje socialinių inovacijų išvis nėra. Kaip Jūs manote, kokia situacija Lietuvoje dėl socialinių inovacijų?

Taip mano požiūris yra toks, kad mes nesusitariame, kas yra socialinė inovacija. Aš sakau, kad socialinė inovacija gali būti viskas arba gali būti niekas. Čia kaip ir interneto tezė sklando – stebuklas – viskas arba nieko. Tai lygiai tas pats ir su socialinėmis inovacijomis. Tai kas mes sakom yra inovacija. Mes tarkim galime sakyti, kad Lietuvoje kažkas yra inovacija, kas pasaulyje jau yra įprasta, jeigu mes tai atnešame į Lietuvos kontekstą spręsti konkrečią problemą, tai jau yra inovatyvus būdas kažkam išspręsti. Aš sakyčiau, kad dėl to reikėtų susitarti, nevadinti visko iš eilės inovacija ir tiesiog pasižiūrėti į individualius. Prieš kokius 5-erius metus beveik viskas buvo inovacija, net Jurgita buvo pasakiusi, kad inovacija yra labiausiai devalvavusi sąvoka, ir čia jau nieko naujo neprikursi, nes tų dalykų mes turime milijonus ir kiekviena smulkmena gali būti vadinama inovacija. Tai tiesiog reikėtų susitarti kas tai yra. Aš sakyčiau kad tai yra naujas metodas, tas pats socialinis verslas vis dar yra socialinė inovacija, tai verslo

metodai ir geroji praktika atnešta į socialinį sektorių savaime yra inovacija, nes mes nesame pratę veikti. Dėlto ir kyla tokie dideli debatai už tai kad socialinis verslas gali būti tiesiog verslo priedanga. Dėlto kad mes turime tokių didelių baimių dėl aiškių atskirimų. Tai jei socialinį verslą vertinam kaip socialinę inovaciją, tai mes iškart matom kaip mes į tą inovaciją reaguojam - su tokia truputėli atsarga ir galbūt baime. Mes tiesiog patys kaip lietuviai tiesiog nesame pratę tikėti inovacijomis.

10. Lietuvos kaip socialinės ekonomikos formuotojos vaidmuo tarptautiniame kontekste; (Lietuva ar Europos Sąjunga daro įtaką socialinės ekonomikos įsigalėjimui) (Komentaras: Jūsų nuomone, kokia Lietuvos situacija Europiniame kontekste?)

Aš sakyčiau, jei lygintume su Vakarų ir Skandinavijos pasauliu tai mes dar šiek tiek atsilikame, bet jeigu imtume, pvz. su kuo man teko dirbti, su Kazachstanu – tai mes labai stipriai priekyje ir tikrai yra dalykų, kurių mums galėtų pavydėti. Na toks natūralus, vakarai – rytai arba šiaurė – pietūs, na tas pasiskirstymas visur yra, tai lygiai tas pats ir su socialine ekonomika. Bet mes judame labai gera kryptimi, mes vejamės sparčiau negu kita Europos šiaurės arba vakarų šalis, jie kuria dalykus tarkim 30 metų, mes bandome per 5-erius metus pasiekti tą patį dalyką. Tai mūsų žingsniai yra šiek tiek spartesni, nes mes galime semtis patirties ir inovuoti „on the top“ – dar papildomai. Tai mūsų žingsniai ir tempas yra labai geri, turint omenyje, kad starto pozicija buvo gerokai vėliau. Ir nesakyčiau, kad čia mes esame kažkokie tai labai atsilikėliai ir neturime pakankamai jėgos socialinei ekonomikai stiprinti.

11. Kokie būtų Jūsų pastebėjimai?

Taip galiu dėl socialinio poveikio, savo nuomonę, kuri būna kartais skiriasi. Pas mus būna kalbama taip, kad reikėtų kažkaip socialinio poveikio matavimą reikėtų kažkur labai tiksliai apibrėžti, dokumentuoti. Aš visgi nesutinku su šita pozicija. Mano manymu, reikėtų leisti kaip įmanoma labiau individualizuoti ir rasti pati lengviausią būdą socialiniam poveikiui matuoti. Mes turėtume užtikrinti, kad jis bus matuojamas, aišku teisės aktais įtvirtinti, kad toks faktas būtų privalomas ir galbūt galėtume apibrėžti kas yra socialinis poveikis. O metodiką, būdą, tempą, tankį, apimtį tegul socialiniai verslai individualiai susikuria ir, kad tai nebūtų kaip našta, bet integruota į tas visas veiklas.

Ai dar įdomus dalykas, prieš porą savaitių turėjau pokalbį su asmeniu, kuris turėjo viešąją įstaigą ir jis labai didelę dalį veiklų daro viešojoje įstaigoje, o dalį veiklų pagal individualios veiklos pažymą. Ir jis sako, kad niekur nėra kalbama, bet aš vis dar esu socialinis verslininkas, vykdydamas veiklą pagal individualios veiklos pažymą. Nes socialinio verslo plėtros įstatymas ir apskritai diskusijoje, būnama sakoma kad viešoji įstaiga gali būti socialinis verslininkas, kad mažoji bendrija gali būti socialinis verslas, bet niekas nekalba apie tai kad pavienis asmuo gali

būti socialinis verslininkas. Tai čia toks šiaip diskusijai klausimas, kad tai apskirtai nebūtinai yra juridinis asmuo.

Supratau tai, kad kol mes bandome apibrėžti socialinį verslą – socialinis verslas savaime labai stipriai kinta ir jisai gali atrasti labai skirtingų formų. Ir galų gale gal sugebėsime priimti įstatymą ir taisykles ir tada socialinis verslas jau bus mutavęs, kad jis jau nebeprisitaikys prie to įstatymo.

5 priedas. Socialinio verslumo, pagrindinio Lietuvos socialinės ekonomikos modelio elemento, potencialo tyrimo klausimynas

Gerbiami respondentai,

Esu Vilniaus universiteto, Ekonomikos ir verslo administravimo, Kokybės vadybos magistro programos studentė Gintarė Boreikytė, nagrinėjanti socialinio verslumo pasireiškimą Lietuvos švietimo sistemoje.

Šio klausimyno pagrindinis tikslas yra nustatyti Lietuvos jaunuolių (14-29 metų amžiaus) socialinio verslumo potencialą ir pagrindinius faktorius, skatinančius jų socialinį verslumą. Klausimyno klausimai suformuoti siekiant atskleisti Jūsų nuomonę, o ne turimas žinias. Apibendrinti duomenys bus naudojami magistro darbui rengti ir Lietuvos socialinio verslumo skatinimui. Klausimyno pildymas Jums turėtų užtrukti 5-8 min. Anketa yra anoniminė.

Ačiū už Jūsų atsakymus.

1. Lytis	<input type="checkbox"/> Vyras <input type="checkbox"/> Moteris
2. Amžius (įrašykite)	
3. Švietimo įstaigos, kurioje šiuo metu mokotės, tipas	<input type="checkbox"/> Bendrojo ugdymo mokyklas <input type="checkbox"/> Profesinė / Žemės ūkio mokykla <input type="checkbox"/> Kolegija <input type="checkbox"/> Universitetas (bakalauro programa) <input type="checkbox"/> Universitetas (magistro programa)
4. Klasė/kursas (įrašykite)	
5. Švietimo įstaigos, kurioje šiuo metu mokotės, vieta:	<input type="checkbox"/> Kaimas (gyventojų skaičius iki 500) <input type="checkbox"/> Miestelis (gyventojų skaičius nuo 500 iki 3 000) <input type="checkbox"/> Mažas miestas (gyventojų skaičius nuo 3 001 iki 10 000) <input type="checkbox"/> Vidutinio dydžio miestas (gyventojų skaičius nuo 10 001 iki 100 000) <input type="checkbox"/> Didmiestis (gyventojų skaičius nuo 100 001 ir daugiau)

6. Įvertinkite teiginius, atspindinčius Jūsų asmenines savybes:

	Visiškai nesutinku	Labiau nesutinku, nei sutinku	Neutrali nuomonė	Labiau sutinku, nei nesutinku	Visiškai sutinku
6.1. Aš pasižyimi verslumu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.2. Aš pasižyimi pilietiniu aktyvumu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.3. Aš pasižyimi bendruomeniškumu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.4. Aš pasižyimi kūrybiškumu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.5. Aš pasižyimi tikslo išsikėlimu ir siekimu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.6. Aš pasižyimi socialiniu verslumu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.7. Aš pasižyimi iniciatyvumu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.8. Aš pasižyimi lyderyste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.9. Aš pasižyimi idėjų kūrimu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.10. Aš pasižyimi pastovumu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.11. Aš pasižyimi aukštu atsakingumu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.12. Aš pasižyimi vidine motyvacija prisidėti prie visuomenės gerovės	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.13. Aš pasižyimi konkurencingumu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.14. Aš pasižyimi vadovavimo gebėjimais	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.15. Aš pasižyimi orientacija į rezultatą	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.16. Aš pasižyimi nusistovėjusios tvarkos peržiūrėjimu – atnaujinimu – „laužymu“	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Įvertinkite teiginius, atspindinčius socialinio verslo tikslų reikšmingumą šio verslo veiklos vykdymui (*komentaras: socialinis verslas nukreiptas ne į vieno tikslo siekimą*):

	Visiškai nesutinku	Labiau nesutinku, nei sutinku	Neutrali nuomonė	Labiau sutinku, nei nesutinku	Visiškai sutinku
7.1. Ekonominis tikslas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.2. Pelno investavimas į visuomenei reikiamas sritis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.3. Žmonių socialinės gerovės gerinimas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.4. Socialinės atskirties tarp žmonių grupių mažinimas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.5. Socialiniai pažeidžiamų grupių integravimas į darbo rinką	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.6. Socialiai pažeidžiamų grupių integravimas į visuomenę	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.7. Darbo vietų kūrimas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.8. Socialinių inovacijų kūrimas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Įvertinkite teiginius, atspindinčius Jūsų mokymosi/studijavimo įstaigos organizacinės kultūros* bruožus skatinančius Jūsų socialinio verslumo** ugdymą:

*Organizacinė kultūra – organizacijoje vyraujančių vertybių, įsitikinimų, požiūrių, elgesio visuma, kartu apimanti ir vyraujančias funkcijas ir procesus..

***Socialiniam verslumui yra būdingas aukštas inovacijų ir kūrybiškumo lygis bei socialiai pažeidžiamų grupių problemų identifikavimas.*

	Visiškai nesutinku	Labiau nesutinku, nei sutinku	Neutrali nuomonė	Labiau sutinku, nei nesutinku	Visiškai sutinku
8.1. Organizacijoje skatinama iniciatyva „iš apačios“ – iš moksleivių / studentų	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.2. Organizacijoje skatinamas naujų idėjų generavimas					
8.3. Organizacijoje skatinamas eksperimentavimas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.4. Organizacijoje skatinamas žinių ir patirčių dalijimasis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.5. Organizacijoje ugdomas ne tik vidinis, bet ir išorinis bendradarbiavimas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.6. Organizacijoje ugdomas klaidų nagrinėjimas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.7. Organizacijoje toleruojamos klaidos ir neatitikimai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.8. Organizacijoje ugdoma išsikelti problemą ir ją spręsti					
8.9. Organizacijoje ugdomas kūrybiškumas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.10. Organizacijoje iškeliamas visuomenės neteisingumas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.11. Organizacijoje skatinamas socialinių problemų suvokimas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.12. Organizacijoje ugdomas požiūris į sėkmės priklausymą nuo sukauptų įgūdžių	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.13. Organizacijoje nesėkmė suprantama kaip atsitiktinumas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.14. Organizacijoje ugdomas tinkamos informacijos surinkimas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.15. Organizacijoje ugdomas atvirumas bendruomenei	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.16. Organizacijoje ugdomas pastovumas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.17. Organizacijoje ugdomas ilgalaikis įsipareigojimas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.18. Organizacijoje ugdomas požiūris, jog ekonominio rezultato siekimas nėra esminis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.19. Organizacijoje ugdomas požiūris, jog verslas turi kurti socialinę vertę	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.20. Organizacijoje skatinamas atsidavimas socialinei misijai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Įvertinkite teiginius, atspindinčius Lietuvos situaciją:

	Visiškai nesutinku	Labiau nesutinku, nei sutinku	Neutrali nuomonė	Labiau sutinku, nei nesutinku	Visiškai sutinku

9.1. Socialinio verslo kūrimui Lietuvoje teikiamas pakankamas dėmesys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.2. Socialinio verslo situacija Lietuvoje yra gera	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.3. Socialinio verslo sistema Lietuvoje yra tinkamai sureguliuota	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.4. Socialinių problemų sprendimams Lietuvoje teikiamas pakankamas dėmesys	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.5. Socialinio verslo kūrimui skiriami pakankami finansiniai ištekliai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.6. Lietuvos rinka skatina socialinio verslo kūrimą(si)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.7. Savivaldybė skatina socialinio verslo kūrimą(si)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.8. Bendruomenės (pvz.: sodų bendrija, kaimo bendruomenė, miestų gyventojų bendruomenė) skatina socialinio verslo kūrimą(si)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.9. Lietuvos visuomenė turi pakankamai kompetencijų reikalingų socialinių verslų kūrimui	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.10. Socialinės problemos Lietuvoje sprendžiamos tinkamai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.11. Lietuvoje socialiniai verslai kuriami dėl verslo subjektų ekonominės naudos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.12. Lietuvoje socialiniai verslai kuriami dėl visuomenės gerovės	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Įvertinkite teiginius:

	Visiškai nesutinku	Labiau nesutinku, nei sutinku	Neutrali nuomonė	Labiau sutinku, nei nesutinku	Visiškai sutinku
10.1. Aš noriu būti verslininkas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.2. Aš noriu būti socialinis verslininkas* <i>* Socialinis verslininkas yra asmuo, kuris imasi aktyvių veiksmų skirtų esminiams socialiniams pokyčiams pasiekti</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.3. Aš noriu būti socialinis verslininkas savo rajone, mieste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.4. Aš ketinu būti socialinis verslininkas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.5. Aš ketinu steigti socialinį verslą	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.6. Aš ketinu dirbti socialiniame versle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Jeigu pageidaujate gauti apibendrintus tyrimo rezultatus, įrašykite savo el. paštą:

--

6 priedas. KMO and Bartlett's Test reikšmės įtraukus 5 konstruktus

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.883
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	9362.046
	df	1891
	Sig.	0.000

7 priedas. Pasuktų faktorių matrica suskirsčius į 11 faktorių

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

Rotated Component Matrix^a

	Component											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
8.5. Organizacijoje ugdomas ne tik vidinis, bet ir išorinis bendradarbiavimas	0.796											
8.6. Organizacijoje ugdomas klaidų nagrinėjimas	0.764											
8.8. Organizacijoje ugdoma išsiskirti problemą ir ja spręsti	0.761											
8.15. Organizacijoje ugdomas atvirumas bendruomenei	0.752											
8.17. Organizacijoje ugdomas ilgalaikis įsipareigojimas	0.752											
8.4. Organizacijoje skatinamas žinių ir patirčių dalijimasis	0.743											
8.16. Organizacijoje ugdomas pasitovumas	0.733											
8.14. Organizacijoje ugdomas tinkamos informacijos surinkimas	0.732											
8.9. Organizacijoje ugdomas kūrybiškumas	0.725											
8.2. Organizacijoje skatinamas naujų idėjų generavimas	0.717									0.360		
8.20. Organizacijoje skatinamas atsidavimas socialinei misijai	0.681											
8.11. Organizacijoje skatinamas socialinių problemų suvokimas	0.668							0.331				
8.7. Organizacijoje toleruojamos klaidos ir neatitikimai	0.665							0.300				
8.3. Organizacijoje skatinamas eksperimentavimas	0.640									0.399		
8.12. Organizacijoje ugdomas požiūris į sėkmės priklausymą nuo sukauptų įgūdžių	0.616											
8.19. Organizacijoje ugdomas požiūris, jog verslas turi kurti socialinę vertę	0.615											
8.18. Organizacijoje ugdomas požiūris, jog ekonominio rezultato siekimas nėra esminis	0.595							0.450				
8.10. Organizacijoje iškeliamas visuomenės neteislingumas	0.509							0.484				
6.8. Aš pasižymiu lyderyste		0.782										
6.7. Aš pasižymiu iniciatyvumu		0.782										
6.14. Aš pasižymiu vadovavimo gebėjimais		0.779										
6.6. Aš pasižymiu socialiniu verslumu		0.757			0.313							
6.2. Aš pasižymiu pilietiniu aktyvumu		0.709										
6.3. Aš pasižymiu bendruomeniškumu		0.709										
6.1. Aš pasižymiu verslumu		0.678										

6.12. Aš pasižymiu vidine motyvacija prisidėti prie visuomenės gerovės	0.663						
6.15. Aš pasižymiu orientacija i rezultatą	0.618			0.358			
6.9. Aš pasižymiu idėjų kūrimu	0.597				0.560		
6.13. Aš pasižymiu konkurencingumu	0.591						-0.370
6.16. Aš pasižymiu nusistovėjusios tvarkos peržiūrėjimu / atnaujinimu – laužymu	0.556						
6.5. Aš pasižymiu tikslo išsikėlimu ir siekimu	0.529				0.353		
9.2. Socialinio verslo situacija Lietuvoje yra gera	0.808						
9.3. Socialinio verslo sistema Lietuvoje yra tinkamai sureguliuota	0.807						
9.4. Socialinių problemų sprendimams Lietuvoje teikiamas pakankamas dėmesys	0.789						
9.5. Socialinio verslo kūrimui skiriami pakankami finansiniai ištekliai	0.772						
9.10. Socialinės problemos Lietuvoje sprendžiamos tinkamai	0.747						
9.1. Socialinio verslo kūrimui Lietuvoje teikiamas pakankamas dėmesys	0.744						
9.6. Lietuvos rinka skatina socialinio verslo kūrimą(si)	0.702					0.363	
9.9. Lietuvos visuomenė turi pakankamai kompetencijų reikalingų socialiniu verslu kūrimui	0.648						
9.7. Savivaldybė skatina socialinio verslo kūrimą(si)	0.600					0.447	
9.12. Lietuvoje socialiniai verslai kuriami dėl visuomenės gerovės	0.571						0.502
9.8. Bendruomenės (pvz.: sodų bendrija, kaimo bendruomenė, miestų gyventojų bendruomenė) skatina socialinio verslo kūrimą(si)	0.508					0.428	
9.11. Lietuvoje socialiniai verslai kuriami dėl verslo subjektų ekonominės naudos	0.467			0.338			
7.5. Socialiai pažeidžiamų grupių integravimas į darbo rinką	0.863						
7.4. Socialinės atskirties tarp žmonių grupių mažinimas	0.851						
7.6. Socialiai pažeidžiamų grupių integravimas į visuomenę	0.827						
7.8. Socialinių inovacijų kūrimas	0.806						
7.3. Žmonių socialinės gerovės gerinimas	0.759						
7.2. Pelno investavimas į visuomenei reikiamas sritis	0.759						
7.7. Darbo vietų kūrimas	0.729						
7.1. Ekonominis tikslas	0.485	0.328				0.388	
10.4. Aš ketinu būti socialinis verslininkas				0.907			
10.5. Aš ketinu steigti socialinį verslą				0.883			
10.6. Aš ketinu dirbti socialiniame versle				0.842			
10.2. Aš noriu būti socialinis verslininkas				0.817			
10.3. Aš noriu būti socialinis verslininkas savo rajone, mieste				0.799			
10.1. Aš noriu būti verslininkas	0.322			0.650			
6.10. Aš pasižymiu pastovumu	0.318			0.753			

6.11. Aš pasižymiu aukštu atsakingumu		0.499			0.606				
8.13. Organizacijoje nesėkmė suprantama kaip atsitiktinumas	0.424					0.616			
6.4. Aš pasižymiu kūrybiškumu		0.371					0.768		
8.1. Organizacijoje skatinama iniciatyva iš apačios – iš moksleivių / studentų	0.476							0.550	

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. a. Rotation converged in 21 iterations.

8 priedas. Pasuktų faktorių matrica suskirsčius kintamuosius į 5 faktorius

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
8.5. Organizacijoje ugdomas ne tik vidinis, bet ir išorinis bendradarbiavimas	0.769				
8.8. Organizacijoje ugdoma išsikelti problemą ir ją spręsti	0.753				
8.6. Organizacijoje ugdomas klaidų nagrinėjimas	0.734				
8.11. Organizacijoje skatinamas socialinių problemų suvokimas	0.719				
8.4. Organizacijoje skatinamas žinių ir patirčių dalijimasis	0.717				
8.20. Organizacijoje skatinamas atsidavimas socialinei misijai	0.717				
8.16. Organizacijoje ugdomas pastovumas	0.717				
8.2. Organizacijoje skatinamas naujų idėjų generavimas	0.715				
8.15. Organizacijoje ugdomas atvirumas bendruomenei	0.714				
8.7. Organizacijoje toleruojamos klaidos ir neatitikimai	0.713				
8.17. Organizacijoje ugdomas ilgalaikis įsipareigojimas	0.712				
8.9. Organizacijoje ugdomas kūrybiškumas	0.709				
8.3. Organizacijoje skatinamas eksperimentavimas	0.676				
8.18. Organizacijoje ugdomas požiūris, jog ekonominio rezultato siekimas nėra esminis	0.669				
8.14. Organizacijoje ugdomas tinkamos informacijos surinkimas	0.658				
8.19. Organizacijoje ugdomas požiūris, jog verslas turi kurti socialinę vertę	0.649				
8.12. Organizacijoje ugdomas požiūris į sėkmės priklausymą nuo sukauptų įgūdžių	0.642				
8.10. Organizacijoje iškeliamas visuomenės neteisingumas	0.616				
8.13. Organizacijoje nesėkmė suprantama kaip atsitiktinumas	0.544				.326
8.1. Organizacijoje skatinama iniciatyva iš apačios – iš moksleivių / studentų	0.515				
6.7. Aš pasižymiu iniciatyvumu		0.781			
6.14. Aš pasižymiu vadovavimo gebėjimais		0.738			
6.8. Aš pasižymiu lyderyste		0.722			
6.6. Aš pasižymiu socialiniu verslumu		0.720			.382
6.12. Aš pasižymiu vidine motyvacija prisidėti prie visuomenės gerovės		0.717			
6.9. Aš pasižymiu idėjų kūrimu		0.716			
6.3. Aš pasižymiu bendruomeniškumu		0.708			
6.15. Aš pasižymiu orientacija į rezultatą		0.701			
6.2. Aš pasižymiu pilietiniu aktyvumu		0.680			
6.5. Aš pasižymiu tikslo išsikėlimu ir siekimu		0.669			
6.11. Aš pasižymiu aukštu atsakingumu		0.644			
6.1. Aš pasižymiu verslumu		0.596			.392
6.13. Aš pasižymiu konkurencingumu		0.595			
6.16. Aš pasižymiu nusistovėjusios tvarkos peržiūrėjimu / atnaujinimu – laužymu		0.591			
6.4. Aš pasižymiu kūrybiškumu		0.545			
9.3. Socialinio verslo sistema Lietuvoje yra tinkamai sureguliuota			0.796		
9.2. Socialinio verslo situacija Lietuvoje yra gera			0.772		
9.4. Socialinių problemų sprendimams Lietuvoje teikiamas pakankamas dėmesys			0.767		
9.1. Socialinio verslo kūrimui Lietuvoje teikiamas pakankamas dėmesys			0.757		
9.6. Lietuvos rinka skatina socialinio verslo kūrimą(si)			0.745		
9.10. Socialinės problemos Lietuvoje sprendžiamos tinkamai			0.740		
9.5. Socialinio verslo kūrimui skiriami pakankami finansiniai ištekliai			0.728		
9.9. Lietuvos visuomenė turi pakankamai kompetencijų reikalingų socialinių verslų kūrimui			0.654		
9.7. Savivaldybė skatina socialinio verslo kūrimą(si)			0.636		
9.12. Lietuvoje socialiniai verslai kuriami dėl visuomenės gerovės			0.622		

9.8. Bendruomenės (pvz.: sodų bendrija, kaimo bendruomenė, miestų gyventojų bendruomenė) skatina socialinio verslo kūrimą(si)			0.583	
9.11. Lietuvoje socialiniai verslai kuriami dėl verslo subjektų ekonominės naudos			0.517	
7.5. Socialiai pažeidžiamų grupių integravimas į darbo rinką				0.840
7.6. Socialiai pažeidžiamų grupių integravimas į visuomenę				0.830
7.4. Socialinės atskirties tarp žmonių grupių mažinimas				0.811
7.8. Socialinių inovacijų kūrimas				0.806
7.2. Pelno investavimas į visuomenei reikiamas sritis				0.763
7.7. Darbo vietų kūrimas				0.738
7.3. Žmonių socialinės gerovės gerinimas				0.729
7.1. Ekonominis tikslas				0.488
10.4. Aš ketinu būti socialinis verslininkas				0.877
10.5. Aš ketinu steigti socialinį verslą				0.853
10.3. Aš noriu būti socialinis verslininkas savo rajone, mieste				0.806
10.2. Aš noriu būti socialinis verslininkas				0.803
10.6. Aš ketinu dirbti socialiniame versle				0.797
10.1. Aš noriu būti verslininkas				0.672

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. a. Rotation converged in 6 iterations.

9 priedas. Socialinio verslumo potencialo tyrimo klausimyno teiginių vidinio patikimumo ir suderinamumo vertinimas

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

Klausimų grupė	Cronbacho alfa koeficientas	Teiginių skaičius
6. Jaunuolių asmeninės savybės	0,929	15
7. Socialinio verslo tikslų reikšmingumas	0,922	8
8. Organizacinės kultūros bruožai	0,952	20
9. Dabartinė Lietuvos situacija	0,913	12
10. Jaunuolių noras / ketinimas būti socialiniais verslininkais	0,918	6

10 priedas. Socialinio verslumo, pagrindinio Lietuvos socialinės ekonomikos modelio elemento, potencialo tyrimo duomenų aprašomoji statistika

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

	Bendri atsakymai		Švietimo įstaigos, kurioje šiuo metu mokosi, tipas				Švietimo įstaigos, kurioje šiuo metu mokosi, vieta			
			Bendrojo ugdymo mokykla		Aukštojo mokslo mokykla		Kaimas, miestelis, mažas ir vidutinio dydžio miestas		Didmiestis	
Teiginiai	Vidurkis	Stan. nuokrypis	Vidurkis	Stan. nuokrypis	Vidurkis	Stan. nuokrypis	Vidurkis	Stan. nuokrypis	Vidurkis	Stan. nuokrypis
<i>Teiginiai, atspindintys asmenines savybes</i>										
6.1. Aš pasižyčiu verslumu	3.00	1.160	2.99	1.134	3.04	1.261	2.89	1.161	3.20	1.142
6.2. Aš pasižyčiu pilietiniu aktyvumu	3.38	1.162	3.34	1.147	3.51	1.218	3.36	1.178	3.41	1.141
6.3. Aš pasižyčiu bendruomeniškumu	3.63	1.122	3.64	1.122	3.62	1.134	3.59	1.183	3.72	1.003
6.4. Aš pasižyčiu kūrybiškumu	3.84	1.072	3.86	1.070	3.76	1.090	3.87	1.107	3.79	1.013
6.5. Aš pasižyčiu tikslo išsikėlimu ir siekimu	3.78	1.018	3.71	1.063	4.02	0.812	3.67	1.098	3.97	0.828
6.6. Aš pasižyčiu socialiniu verslumu	2.93	1.077	2.90	1.074	3.02	1.097	2.82	1.064	3.13	1.081
6.7. Aš pasižyčiu iniciatyvumu	3.54	1.107	3.51	1.130	3.64	1.026	3.53	1.166	3.56	0.996
6.8. Aš pasižyčiu lyderyste	3.28	1.228	3.24	1.254	3.42	1.138	3.21	1.285	3.41	1.116
6.9. Aš pasižyčiu idėjų kūrimu	3.59	1.081	3.57	1.110	3.64	0.981	3.56	1.138	3.65	0.972
6.11. Aš pasižyčiu aukštu atsakingumu	3.86	1.098	3.79	1.134	4.11	0.935	3.76	1.130	4.04	1.020
6.12. Aš pasižyčiu vidine motyvacija prisidėti prie visuomenės gerovės	3.56	1.146	3.57	1.157	3.56	1.119	3.62	1.174	3.46	1.093
6.13. Aš pasižyčiu konkurencingumu	3.47	1.173	3.45	1.180	3.51	1.160	3.43	1.236	3.54	1.053
6.14. Aš pasižyčiu vadovavimo gebėjimais	3.33	1.191	3.34	1.239	3.31	1.019	3.32	1.262	3.35	1.057
6.15. Aš pasižyčiu orientacija į rezultatą	3.73	1.017	3.69	1.054	3.84	0.878	3.68	1.075	3.80	0.904
6.16. Aš pasižyčiu nusistovėjusios tvarkos peržiūrėjimu / atnaujinimu – laužymu	3.48	1.061	3.48	1.053	3.51	1.100	3.44	1.075	3.56	1.038
<i>Teiginiai, atspindintys socialinio verslo tikslų reikšmingumą šio verslo veiklos vykdymui</i>										
7.1. Ekonominis tikslas	3.39	1.088	3.36	1.062	3.49	1.180	3.39	1.063	3.39	1.140
7.2. Pelno investavimas į visuomenei reikiamas sritis	3.64	1.093	3.54	1.106	4.00	0.977	3.52	1.126	3.87	0.999

7.3. Žmonių socialinės gerovės gerinimas	3.97	1.027	3.88	1.057	4.27	0.863	3.93	1.069	4.04	0.948
7.4. Socialinės atskirties tarp žmonių grupių mažinimas	3.73	1.209	3.65	1.220	4.02	1.138	3.71	1.253	3.79	1.133
7.5. Socialiai pažeidžiamų grupių integravimas į darbo rinką	3.64	1.117	3.52	1.130	4.07	0.963	3.54	1.152	3.82	1.032
7.6. Socialiai pažeidžiamų grupių integravimas į visuomenę	3.74	1.141	3.60	1.160	4.20	0.944	3.64	1.159	3.92	1.092
7.7. Darbo vietų kūrimas	3.97	1.143	3.95	1.161	4.04	1.086	4.00	1.199	3.92	1.038
7.8. Socialiniu inovacijų kūrimas	3.84	1.108	3.81	1.123	3.98	1.055	3.82	1.169	3.89	0.994
<i>Teiginiai, atspindintys mokymosi/studijavimo įstaigos organizacinės kultūros bruožus skatinančius respondentų socialinio verslumo ugdymą</i>										
8.1. Organizacijoje skatinama iniciatyva iš apačios - iš moksleivių / studentų	3.39	1.041	3.33	1.088	3.60	0.837	3.32	1.068	3.52	0.984
8.2. Organizacijoje skatinamas naujų idėjų generavimas	3.56	1.078	3.50	1.077	3.76	1.069	3.52	1.139	3.63	0.960
8.3. Organizacijoje skatinamas eksperimentavimas	3.33	1.149	3.28	1.155	3.51	1.121	3.34	1.156	3.32	1.144
8.4. Organizacijoje skatinamas žinių ir patirčių dalijimasis	3.72	1.037	3.69	1.054	3.84	0.976	3.71	1.121	3.76	0.870
8.5. Organizacijoje ugdomas ne tik vidinis, bet ir išorinis bendradarbiavimas	3.66	1.049	3.66	1.060	3.67	1.022	3.64	1.111	3.70	0.932
8.6. Organizacijoje ugdomas klaidų nagrinėjimas	3.57	1.072	3.55	1.082	3.64	1.048	3.57	1.102	3.58	1.023
8.7. Organizacijoje toleruojamos klaidos ir neatitikimai	3.33	1.173	3.37	1.157	3.18	1.230	3.46	1.199	3.08	1.092
8.8. Organizacijoje ugdoma išsikelti problemą ir ją spręsti	3.66	0.990	3.61	1.010	3.84	0.903	3.62	1.091	3.73	0.774
8.9. Organizacijoje ugdomas kūrybiškumas	3.68	1.074	3.68	1.099	3.69	0.996	3.75	1.111	3.55	0.997

8.10. Organizacijoje iškeliamas visuomenės ne-teisingumas	3.00	1.056	3.04	1.050	2.87	1.079	3.03	1.104	2.94	0.969
8.11. Organizacijoje skatinamas socialinių prob-lemų suvokimas	3.39	1.065	3.36	1.062	3.51	1.079	3.33	1.085	3.51	1.026
8.12. Organizacijoje ugdomas požiūris į sėkmės priklausymą nuo sukauptų įgūdžių	3.48	1.022	3.47	1.071	3.51	0.843	3.50	1.105	3.45	0.858
8.13. Organizacijoje nesėkmė suprantama kaip atsitiktinumas	2.89	1.058	2.90	1.049	2.87	1.100	2.90	1.052	2.89	1.076
8.14. Organizacijoje ugdomas tinkamos informa-cijos surinkimas	3.64	0.998	3.58	1.018	3.84	0.903	3.58	1.051	3.75	0.890
8.15. Organizacijoje ugdomas atvirumas bend-ruomenei	3.50	1.084	3.46	1.058	3.62	1.173	3.42	1.123	3.63	1.003
8.16. Organizacijoje ugdomas pastovumas	3.33	1.056	3.37	1.019	3.18	1.173	3.36	1.089	3.25	0.996
8.17. Organizacijoje ugdomas ilgalaikis įsiparei-gojimas	3.47	0.987	3.46	0.975	3.51	1.036	3.46	1.023	3.49	0.924
8.18. Organizacijoje ugdomas požiūris, jog eko-nominio rezultato siekimas nėra esminis	3.13	1.039	3.12	1.019	3.18	1.114	3.13	1.034	3.13	1.055
8.19. Organizacijoje ugdomas požiūris, jog vers-las turi kurti socialinę vertę	3.29	1.009	3.23	1.005	3.47	1.014	3.22	1.055	3.39	0.918
8.20. Organizacijoje skatinamas atsidavimas so-cialinei misijai	3.26	1.027	3.23	0.997	3.36	1.131	3.19	1.031	3.37	1.018
<i>Teiginiai, atspindintys Lietuvos situaciją</i>										
9.1. Socialinio verslo kūrimui Lietuvoje teikia-mas pakankamas dėmesys	2.76	1.061	2.81	1.074	2.60	1.009	2.72	1.090	2.85	1.009
9.2. Socialinio verslo situacija Lietuvoje yra gera	2.74	1.004	2.75	1.015	2.69	0.973	2.67	1.056	2.87	0.893
9.3. Socialinio verslo sistema Lietuvoje yra tin-kamai sureguliuota	2.69	0.993	2.72	1.048	2.60	0.780	2.64	1.089	2.80	0.786

9.4. Socialinių problemų sprendimams Lietuvoje teikiamas pakankamas dėmesys	2.69	1.090	2.74	1.121	2.53	0.968	2.71	1.161	2.66	0.955
9.5. Socialinio verslo kūrimui skiriami pakankami finansiniai ištekliai	2.60	1.018	2.59	1.055	2.60	0.889	2.50	1.098	2.76	0.836
9.6. Lietuvos rinka skatina socialinio verslo kūrimą(si)	2.87	1.029	2.90	1.046	2.78	0.974	2.86	1.116	2.89	0.854
9.7. Savivaldybė skatina socialinio verslo kūrimą(si)	2.88	0.975	2.90	1.039	2.82	0.716	2.84	1.074	2.96	0.764
9.8. Bendruomenės (pvz.: sodų bendrija, kaimo bendruomenė, miestų gyventojų bendruomenė) skatina socialinio verslo kūrimą(si)	2.99	1.015	2.96	1.038	3.11	0.935	2.89	1.062	3.18	0.899
9.9. Lietuvos visuomenė turi pakankamai kompetencijų reikalingų socialinių verslų kūrimui	2.94	0.998	2.90	1.001	3.07	0.986	2.81	1.046	3.17	0.862
9.10. Socialinės problemos Lietuvoje sprendžiamos tinkamai	2.67	1.013	2.66	1.046	2.69	0.900	2.61	1.092	2.77	0.848
9.11. Lietuvoje socialiniai verslai kuriami dėl verslo subjektų ekonominės naudos	3.06	0.978	3.06	1.033	3.09	0.763	3.03	1.104	3.13	0.695
9.12. Lietuvoje socialiniai verslai kuriami dėl visuomenės gerovės	2.98	1.091	2.92	1.114	3.20	0.991	2.93	1.180	3.08	0.906
<i>Teiginiai, atspindintys jaunuolių norą ir ketinimą būti socialiniais verslininkais</i>										
10.1. Aš noriu būti verslininkas	3.08	1.349	2.99	1.344	3.38	1.336	2.94	1.362	3.32	1.296
10.2. Aš noriu būti socialinis verslininkas	3.01	1.213	2.94	1.213	3.22	1.204	2.92	1.254	3.15	1.129
10.3. Aš noriu būti socialinis verslininkas savo rajone, mieste	2.75	1.202	2.65	1.177	3.09	1.240	2.59	1.196	3.04	1.164
10.4. Aš ketinu būti socialinis verslininkas	2.58	1.184	2.55	1.174	2.64	1.228	2.52	1.206	2.68	1.144
10.5. Aš ketinu steigti socialinį verslą	2.47	1.102	2.51	1.136	2.36	0.981	2.43	1.138	2.55	1.039
10.6. Aš ketinu dirbti socialiniame versle	2.64	1.075	2.65	1.108	2.62	0.960	2.62	1.133	2.69	0.965

11 priedas. H₁ rezultatų statistika (Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

Group Statistics

	Švietimo įstaiga, kurioje šiuo metu mokosi, tipas	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais	Bendrojo ugdymo mokykla	155	2.72	1.024	0.082
	Aukštojo mokslo mokykla	45	2.89	0.926	0.138

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances	t-test for Equality of Means								
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais	Equal variances assumed	0.577	0.448	-0.995	198	0.321	-0.169	0.170	-0.504	0.166
	Equal variances not assumed			-1.052	78.014	0.296	-0.169	0.161	-0.489	0.151

12 priedas. H₂ rezultatų statistika (Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

Group Statistics

	Švietimo įstaiga, kurioje šiuo metu mokosi, tipas	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais	Kaimas, miestelis, mažas ir vidutinis miestas	129	2.67	1.036	0.091
	Didmiestis	71	2.91	0.928	0.110

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances	t-test for Equality of Means								
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais	Equal variances assumed	1.643	0.201	-1.595	198	0.112	-0.236	0.148	-0.527	0.56
	Equal variances not assumed			-1.647	158.227	0.102	-0.236	0.143	-0.518	0.047

13 priedas. H₃ rezultatų statistika (Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

1 = Bendrojo ugdymo mokykla – moksleiviai

Correlations

		6. Jaunuolių asmeninės savybės	10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais
6. Jaunuolių asmeninės savybės	Pearson Correlation	1	0.333**
	Sig. (1-tailed)		0.000
	N	155	155
10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais	Pearson Correlation	0.333**	1
	Sig. (1-tailed)	0.000	
	N	155	155

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

2 = Aukštojo mokslo mokykla – studentai

Correlations

		6. Jaunuolių asmeninės savybės	10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais
6. Jaunuolių asmeninės savybės	Pearson Correlation	1	0.389**
	Sig. (1-tailed)		0.004
	N	45	45
10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais	Pearson Correlation	0.389**	1
	Sig. (1-tailed)	0.004	
	N	45	45

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

	r	n	Output:
Sample 1:	0.333	155	z-score: -0.37
Sample 2:	0.389	45	1-tail p: 0.355856
			2-tail p: 0.711711
Reset	Calculate		
Status:	Status okay		

14 priedas. H₄ rezultatų statistika (Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

1 = Kaimas, miestelis, mažas ir vidutinio dydžio miestas

Correlations

		6. Jaunuolių asmeninės savybės	10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais
6. Jaunuolių asmeninės savybės	Pearson Correlation	1	0.289**
	Sig. (1-tailed)		0.000
	N	129	129
10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais	Pearson Correlation	0.289**	1
	Sig. (1-tailed)	0.000	
	N	129	129

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

2 = Didmiestis

Correlations

		6. Jaunuolių asmeninės savybės	10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais
6. Jaunuolių asmeninės savybės	Pearson Correlation	1	0.463**
	Sig. (1-tailed)		0.000
	N	71	71
10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais	Pearson Correlation	0.463**	1
	Sig. (1-tailed)	0.000	
	N	71	71

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

	r	n	Output:
Sample 1:	0.289	129	z-score: -1.353
Sample 2:	0.463	71	1-tail p: 0.087967
			2-tail p: 0.175934
Reset	Calculate		
Status:	Status okay		

15 priedas. Hs rezultatų statistika (Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

1 = Bendrojo ugdymo mokykla – moksleiviai

Correlations

		8. Organizacinės kultūros bruožai	10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais
8. Organizacinės kultūros bruožai	Pearson Correlation	1	0.254**
	Sig. (1-tailed)		0.001
	N	155	155
10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais	Pearson Correlation	0.254**	1
	Sig. (1-tailed)	0.001	
	N	155	155

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

2 = aukštojo mokslo mokykla – studentai

Correlations

		8. Organizacinės kultūros bruožai	10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais
8. Organizacinės kultūros bruožai	Pearson Correlation	1	0.067
	Sig. (1-tailed)		0.332
	N	45	45
10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais	Pearson Correlation	0.067	1
	Sig. (1-tailed)	0.332	
	N	45	45

16 priedas. H6 rezultatų statistika (Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

1 = Kaimas, miestelis, mažas ir vidutinio dydžio miestas

Correlations

		10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais	8. Organizacinės kultūros bruožai
10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais	Pearson Correlation	1	0.264**
	Sig. (1-tailed)		0.001
	N	129	129
8. Organizacinės kultūros bruožai	Pearson Correlation	0.264**	1
	Sig. (1-tailed)	0.001	
	N	129	129

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

2 = Didmiestis

Correlations

		10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais	8. Organizacinės kultūros bruožai
10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais	Pearson Correlation	1	0.104
	Sig. (1-tailed)		0.193
	N	71	71
8. Organizacinės kultūros bruožai	Pearson Correlation	0.104	1
	Sig. (1-tailed)	0.193	
	N	71	71

17 priedas. H7 rezultatų statistika (Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	28.843	3	9.614	10.992	0.000 ^b
Residual	171.431	196	0.875		
Total	200.274	199			

a. Dependent Variable: 10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais

b. Predictors: (Constant), 9. Lietuvos socialinio verslo situacija, 6. Jaunuolių asmeninės savybės, 8. Organizacinės kultūros bruožai

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.379 ^a	0.144	0.131	0.935

a. Predictors: (Constant), 9. Lietuvos socialinio verslo situacija, 6. Jaunuolių asmeninės savybės, 8. Organizacinės kultūros bruožai

18 priedas. Kintamųjų porų Pirsono koreliacijos koeficientų rezultatai

(Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis tyrimo duomenimis)

Correlations

		10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais	6. Jaunuolių asmeninės savybės	8. Organizacinės kultūros bruožai	9. Dabartinė Lietuvos situacija
10. Jaunuolių noras/ketinimas būti socialiniais verslininkais	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 200	0.346** 0.000 200	0.221** 0.002 200	0.187** 0.008 200
6. Jaunuolių asmeninės savybės	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	0.346** 0.000 200	1 0.000 200	0.436** 0.000 200	0.098 0.168 200
8. Organizacinės kultūros bruožai	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	0.221** 0.002 200	0.436** .000 200	1 0.000 200	0.401** 0.000 200
9. Dabartinė Lietuvos situacija	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	0.187** 0.008 200	0.098 0.168 200	0.401** .000 200	1 0.000 200

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).