

Suvestinė redakcija nuo 2016-08-31

Isakymas paskelbtas: TAR 2015-04-03, i. k. 2015-05148



LIETUVOS RESPUBLIKOS ŪKIO MINISTRAS

**ĮSAKYMAS
DĖL SOCIALINIO VERSLO KONCEPCIJOS PATVIRTINIMO**

2015 m. balandžio 3 d. Nr. 4-207

Vilnius

Vadovaudamasis Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2012–2016 metų programos įgyvendinimo prioritetinių priemonių, patvirtintų Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2013 m. kovo 13 d. nutarimu Nr. 228 „Dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2012–2016 metų programos įgyvendinimo prioritetinių priemonių patvirtinimo“, 25 punktu,

t v i r t i n u Socialinio verslo koncepciją (pridedama).

Ūkio ministras

Evaldas Gustas

SOCIALINIO VERSLO KONCEPCIJA

I SKYRIUS BENDROSIOS NUOSTATOS

1. Socialinio verslo koncepcijos (toliau – Koncepcija) tikslas – pateikti socialinio verslo bendruosius principus, nustatyti problemines sritis ir išskirti pagrindinius uždavinius, siekiant skatinti socialinio verslo plėtrą.

2. Koncepcija siekiama Lietuvoje įgyvendinti 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. rezoliucijos „Socialinio verslo iniciatyva. Socialinėms įmonėms plėtoti palankios aplinkos kūrimas socialinių inovacijų ekonomikoje“ rekomendacijas nacionalinėms vyriausybėms socialinio verslo ir socialinių įmonių veiklos bendrų sąlygų gerinimo klausimais.

3. Atsižvelgiant į tai, kad Europos Komisijos 2011 m. spalio 25 d. komunikate Nr. (2011) 682 „Socialinio verslo iniciatyva. Socialinėms įmonėms plėtoti palankios aplinkos kūrimas socialinių inovacijų ekonomikoje“ vartojami terminai „socialinis verslas“ ir „socialinės įmonės“ yra lygiaverčiai, Koncepcijoje yra vartojamas tik terminas „socialinis verslas“, nes jis yra bendresnis, apimantis ir socialinės įmonės, kaip socialinio verslo subjekto, sampratą.

II SKYRIUS SOCIALINIO VERSLO SAMPRATA

4. Koncepcija paremta Europos Komisijos 2011 m. spalio 25 d. komunikate Nr. (2011) 682 „Socialinio verslo iniciatyva. Socialinėms įmonėms plėtoti palankios aplinkos kūrimas socialinių inovacijų ekonomikoje“ pateikta nenormine socialinio verslo apibrėžtimi, pagrįsta daugumos Europos Sąjungos (toliau – ES) valstybių narių taikomais bendraisiais principais.

5. Socialinė ekonomika – tai socialinę ir ekonominę vertę kuriantis nacionalinės ekonomikos sektorius, siekiantis patenkinti tuos socialinius ir žmogiškuosius poreikius, kurių netenkina privatus ir viešasis sektoriai.

6. Socialinę ekonomiką sudaro du subsektoriai:

6.1. socialinės ekonomikos rinkos subsektorius – tokia ekonominė veikla, kuria siekiama socialinės naudos, prekes ar paslaugas parduodant rinkoje ekonomiškai reikšmingomis kainomis, patiriant ekonominę riziką;

6.2. socialinės ekonomikos ne rinkos subsektorius – tokia ekonominė veikla, kuria siekiama socialinės naudos, nemokamai arba ekonominiu požiūriu nereikšmingomis kainomis teikiant paslaugas ar prekes tikslinėms socialinėms grupėms.

7. Socialinės ekonomikos rinkos subsektoriaus pagrindas – socialinis verslas.

8. Socialinis verslas – tai 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. Socialinis verslas apima tris pagrindinius aspektus: verslumo (nuolatinė ūkinė komercinė veikla), socialinį (socialinių tikslų siekimas) ir valdymo (ribotas pelno paskirstymas, skaidrus valdymas).

9. Socialinis verslas yra tiesiogiai susijęs su nuolatinė ūkine komercine veikla:

9.1. teikiant paslaugas ir (arba) prekes, skirtas socialinėms reikmėms (būsto, sveikatos priežiūros, pagalbos pagyvenusiems asmenims ar neįgaliesiems, pažeidžiamų grupių socialinės įtraukties, vaikų priežiūros ir t. t.);

9.2. gaminant prekes arba teikiant paslaugas tokiu būdu, kad būtų siekiamas socialinio pobūdžio tikslas (socialinė ir profesinė integracija, suteikiant galimybę dirbti asmenims, kurie atsidūrė nepalankioje padėtyje dėl atskirtį ir atstūmimą lemiančios menkos kvalifikacijos ar socialinių arba profesinių problemų ir t. t.).

10. Socialinis verslas turi atitikti keturis pagrindinius kriterijus (Konceptijos priede pateikiamos socialinio verslo kriterijų detalizavimo rekomendacijos):

10.1. pagal savo įstatus ar kitą įstatymu nustatytą juridinio asmens steigimo dokumentą vykdoma nuolatinė ekonomine veikla siekiama pagrindinio tikslo – išmatuojamo ir teigiamo socialinio poveikio;

10.2. gautas pelnas reinvestuojamas pagal iš anksto apibrėžtas pelno paskirstymo procedūras ir taisykles, kad būtų pasiekti pagrindiniai tikslai;

10.3. socialinis verslas yra valdomas atskaitingai ir skaidriai, įtraukiant į valdymą suinteresuotuosius subjektus ar jų teisėtus atstovus, kuriems daro poveikį vykdoma veikla;

10.4. socialinis verslas yra nepriklausomas nuo valstybės ir savivaldybių institucijų bei įstaigų, viešojo sektoriaus organizacijų ir kitų organizacijų.

Punkto pakeitimai:

Nr. [4-533](#), 2016-08-29, paskelbta TAR 2016-08-30, i. k. 2016-22859

11. Socialinį verslą gali vykdyti pelno siekiančios įmonės, kurių ekonominės veiklos pagrindinis tikslas – socialinė nauda, ir pelno nesiekiančios organizacijos, savo veikloje taikančios verslo modelius.

12. Socialinis verslas gali būti įvairių teisinių formų: bendrijos, bendrovės, kooperatyvai, savitarpio draudimo įmonės, asociacijos, susivienijimai, fondai ir kitos.

13. Socialiniam verslui būdinga verslo modelių įvairovė: atlygintinų paslaugų modelis, paslaugų subsidijavimo modelis, užimtumo modelis, kooperatyvo modelis, organizacinio palaikymo ir kiti modeliai. Konkretus socialinio verslo modelis parodo, kaip kuriama socialinė ir ekonominė vertė, panaudojant organizacinę struktūrą, turimus socialinius, ekonominius ir žmogiškuosius išteklius, atsižvelgiant į išorinės aplinkos komponentus – naudos gavėjus, klientus ir veiklos partnerius. Socialiniam verslui gali būti pritaikyti ir tam tikri kelių verslo modelių principai pagal veiklos pobūdį, tikslinę grupę ar uždavinius.

14. Socialiniame versle naudojami įvairūs finansiniai ištekliai – ekonominės veiklos pajamos, paskolos, subsidijos, narystės mokesčiai ir t. t. Taip pat yra naudojamos aukos ir nepiniginiai ištekliai – tokie kaip savanoriškas darbas.

III SKYRIUS

SOCIALINIO VERSLO BŪKLĖS APŽVALGA

15. Strategijoje „Europa 2020“, pavyzdinėje iniciatyvoje „Inovacijų sąjunga“, Europos kovos su skurdu ir socialine atskirtimi plane ir Bendrosios rinkos akte pabrėžiama, kad Europos Sąjunga socialinę ekonomiką ir socialines inovacijas laiko esminiu uždaviniu, siekiant teritorinės sanglaudos ir ieškant originalių visuomenės problemų sprendimo būdų, ypač kovojant su skurdu ir socialine atskirtimi.

16. Socialinė ekonomika yra svarbus ES ekonomikos ramstis – ji sudaro apie 10 proc. bendrojo vidaus produkto. Socialinės ekonomikos srityje ES dirba daugiau kaip 11 mln. darbuotojų (4,5 proc. dirbančių ES gyventojų). Kas ketvirta kasmet ES įsteigiama nauja įmonė (Prancūzijoje, Suomijoje ir Belgijoje – kas trečia) yra socialinė įmonė. Didžiojoje Britanijoje 2010 metais socialinės įmonės sudarė 5,7 proc. visų įmonių, 2012 metais – 5,9 proc.

17. Socialiniam verslui būdingas labai platus veiklos spektras. ES valstybėse narėse socialinis verslas dažniausiai veikia trijose srityse: integracijos į darbo rinką (mokymai bedarbiams ir reintegravimas į darbo rinką), asmeninių paslaugų (vaikų priežiūra, paslaugos senjorams, nuotolinės paslaugos, pagalba socialiai atskirtiems žmonėms ir pan.) ir socialiai atskirtų vietovių vystymo (socialinis verslas labai nutolusiose kaimo vietovėse, reabilitacinės programos kaimo vietovėse).

18. Atsižvelgiant į socialinės ekonomikos raidos tendencijas ES, socialinio verslo plėtra Lietuvoje taip pat turėtų vykti dviem kryptimis – skatinant tradicinę privatų verslą įsitraukti sprendžiant socialines problemas ir skatinant nevyriausybinės organizacijas savo veikloje taikyti verslo modelius.

19. Lietuvoje menkai pasitikima privačia iniciatyva, socialinis verslas yra mažai žinomas, trūksta geros praktikos pavyzdžių ir užsienio šalių patirties sklaidos, stokojama skatinamųjų ir finansinės paramos priemonių, taip pat socialinio verslumo mokymų, kompetencija ir žinios šioje srityje ribotos, todėl tik keletas organizacijų savo veikloje taiko socialinio verslo principus. Ryškiausios socialinio verslo iniciatyvos Lietuvoje vykdomos neformaliojo švietimo, socialinės atskirties mažinimo, tikslinių grupių reintegravimo į darbo rinką ir užimtumo didinimo srityse, tačiau nėra statistinių duomenų, kiek tokių verslų ar iniciatyvų jau veikia.

20. Socialinis verslas, kaip socialinių tikslų siekiantis verslo modelis, Lietuvoje teisiškai nepakankamai reglamentuotas:

20.1. Socialinių įmonių įstatyme įteisintas tik socialinio verslo užimtumo modelis, kai socialinės įmonės statusą turinčios įmonės įdarbina tikslinėms grupėms priklausančius asmenis, praradusius profesinį ir bendrąjį darbingumą, ekonomiškai neaktyvius, negalinčius

lygiomis sąlygomis konkuruoti darbo rinkoje. Šioms įmonėms teikiama valstybės pagalba. Taip kiti socialinio verslo modeliai lieka neįteisinti ir neplėtojami, o valstybės pagalba teikiama tik vienam iš galimų socialinio verslo modelių.

20.2. Socialinių įmonių įstatyme pateikta socialinės įmonės apibrėžtis neatitinka Europos Komisijos nustatytų socialinės įmonės kriterijų. Lietuvos socialinėse įmonėse išlieka tradicinio verslo modeliui būdingas pelno maksimizavimo siekis. Įmonės savininkai savo nuožiūra sprendžia pelno paskirstymo klausimus, pelnas nėra reinvestuojamas į socialinės misijos įgyvendinimą, nėra taikomos inovacijos socialinės misijos ir ekonominės veiklos sinergijai pasiekti. Taip gerokai susiaurinama socialinio verslo samprata ir neišnaudojamas socialinio verslo plėtros potencialas. Būtina socialinių įmonių veiklos teisinę bazę suderinti su Europos Komisijos pateiktais bendraisiais socialinio verslo ir socialinių įmonių kriterijais, ypač pelno reinvestavimo veiklos plėtrai aspektu.

21. 2014 metais Lietuvoje veikė 133 socialinės įmonės, iš jų 63 neįgaliųjų socialinės įmonės. Iš viso socialinėse įmonėse dirbo 4 762 tikslinėms grupėms priklausantys darbuotojai. Per 2014 m. I pusmetį socialinėse įmonėse buvo naujai įdarbinti 1 265 tikslinėms grupėms priklausantys asmenys. Veikiančių socialinių įmonių veiklos poveikis kuriant darbo vietas ir sprendžiant socialinės atskirties problemas yra menkas, tačiau reikalauja didelių valstybės išlaidų – valstybės parama socialinėms įmonėms 2013 m. sudarė 12,7 mln. eurų, o 2014 m. I pusmetį – 7,3 mln. eurų.

22. Lietuvoje neišnaudojamas nevyriausybinių organizacijų potencialas skatinant socialinį verslą. 2014 metais šalyje veikė apie 15 tūkst. nevyriausybinių organizacijų (toliau – NVO). Vidutinis metinis NVO biudžetas sudarė 869–1448 eurų. Tik nedaug NVO didesnę dalį savo biudžeto suformuoja iš ūkinės veiklos pajamų. Dauguma NVO nuolat susiduria su finansinių išteklių, reikalingų veiklai plėtoti, trūkumu. Visa tai riboja NVO galimybes plėtoti savo veiklą ir didinti socialinio poveikio mastą. Būtina skatinti NVO paslaugų pardavimą ir taikyti verslo modelius siekiant apibrėžto socialinio tikslo, ugdyti partnerystę su verslo atstovais visuomenės naudai. NVO ir smulkiojo verslo sinergija paskatintų socialinio verslo plėtrą ir būtų naudinga tiek įmonėms, tiek visuomenei.

23. Paprastai daugelį socialinių problemų sprendžia valstybė. Dalis valstybės vykdomų funkcijų socialinės gerovės srityje gali būti atlikta privačia iniciatyva, taip būtų galima greičiau rasti efektyviausių priemonių socialinėms problemoms spręsti. Skirdamas daug dėmesio socialinei misijai ir vartotojų poreikiams, socialinis verslas gali sukurti geresnių viešųjų paslaugų teikimo alternatyvų. Socialinio verslo ir viešojo sektoriaus partnerystė yra naudinga sprendžiant visuomenei reikšmingus ekologinius, socialinės rūpybos, sveikatos priežiūros, švietimo ir kitus klausimus. Šio proceso pradžia galėtų tapti privataus ir nevyriausybinių sektoriaus įtraukimas į viešųjų paslaugų teikimo sritį – valstybė galėtų organizuoti per socialinį verslą tam tikras paslaugas, skirtas socialinėms reikmėms.

24. Socialinio verslo srityje susiduriama su dar viena problema – nekuriami socialiniai klasteriai – teritoriniu pagrindu veikiančių tarpusavyje susijusių organizacijų tinklai, kuriuose bent viena organizacija yra viešųjų paslaugų teikėja. Socialiniai klasteriai galėtų būti kuriami vaikų,

senyvo amžiaus žmonių globos, mokymo ir ugdymo, psichinės ir fizinės sveikatos, pagalbos bedarbiams ar rizikos grupių asmenims ir kitose srityse.

25. Su rímtomis kliūtímis susiduria socialines inovacijas ígyvendinančios įmonės ar organizacijos, nes nėra pakankamai finansuojami visi socialinių inovacijų etapai (parama idėjai, bandomieji arba prototipiniai projektai, ígyvendinimas, plėtra). Būtina sudaryti galimybių finansuoti idėjų generavimą ir testavimą, gauti lėšų bandomiesiems projektams, nes socialinių inovacijų idėjai pasiteisinti reikalingi 3 metai, vėliau pritraukti privačių lėšų, kad būtų toliau ígyvendinamos pasiteisinusios socialinės inovacijos.

26. Socialinių inovacijų ígyvendinimo sėkmės prielaidos: socialinių inovacijų ir socialinio verslo kultūros formavimas, tinkama teisinė bazė, skirtingų finansavimo šaltinių naudojimas, socialinių novatorių tinklaveika nacionaliniu ir tarptautiniu mastu, viešojo sektoriaus partnerystė su NVO ir privataus verslo atstovais, tikslinių grupių įtrauktis, socialinių inovacijų infrastruktūros sklaida ir perkėlimas į regionus, veiksminga kontrolės ir stebėsenos sistema, pakankami administraciniai gebėjimai.

27. Lietuvoje trūksta viešosios diskusijos socialinio verslo ir socialinių inovacijų klausimais, mažai kvalifikacijai kelti skirtų mokymų, nėra socialinio verslo studijų programos aukštosiose mokyklose. Būtina organizuoti daugiau mokymų socialiniams novatoriams ir socialiniams verslininkams, plėsti konsultacinių paslaugų tinklą, sukurti socialinio verslo ir inovacijų gerosios praktikos pavyzdžių bazę.

28. Konceptija ir pagal ją priimti ekonominiai ir politiniai sprendimai turi skatinti socialinio verslo ir visos valstybės ekonomikos plėtrą, sudaryti sąlygas diegti socialines inovacijas, novatoriškus sprendimus, skirtus socialinėms problemoms spręsti, skatinti tarpsektorinį bendradarbiavimą, užimtumą ir verslumą.

IV SKYRIUS

KONCEPCIJOS UŽDAVINIAI IR ĮGYVENDINIMAS

29. Siekiant ígyvendinti Konceptijos tikslą iškelti trys uždaviniai:

29.1. pirmas uždavinys – sukurti socialiniam verslui palankią teisinę aplinką;

29.2. antras uždavinys – sukurti socialiniam verslui palankią finansinę ir mokestinę paramos sistemą;

29.3. trečias uždavinys – padidinti socialinio verslo žinomumą.

30. Įgyvendinant pirmą uždavinį – sukurti socialiniam verslui palankią teisinę aplinką – numatomi šie veiksmai:

30.1. įvertinti ES valstybėse narėse ir kitose šalyse pasiteisinusias teises socialinio verslo formas, jų įteisinimo galimybes ir, atsižvelgus į Lietuvos teisinę sistemą, formuoti socialinį verslą reglamentuojančią teisinę bazę;

30.2. sudaryti sąlygas viešųjų pirkimų sistemoje dalyvauti įvairių teisinių formų socialiniam verslui.

31. Įgyvendinant antrą uždavinį – sukurti socialiniam verslui palankią finansinę ir mokestinę paramos sistemą – numatomi šie veiksmai:

31.1. rengiant priemones socialinio verslo finansavimui gerinti, įvertinti ir taikyti Lietuvai tinkamus novatoriškus paramos būdus ir metodus, naudojamus ES valstybėse narėse ir kitose šalyse;

31.2. įvertinti galimybes įdiegti šias finansines ir mokestines priemones:

31.2.1. socialiniam verslui skirtas paskolos garantijos priemonės (pavyzdžiui, savitarpio garantijų tinklus ar valstybės garantijų fondus), mikrokreditų teikimą;

31.2.2. kapitalizavimo priemonės vidutinės trukmės ar ilgalaikėms socialinėms investicijoms (pavyzdžiui, socialinių inovacijų fondus, socialinius rizikos kapitalo fondus);

31.2.3. reguliavimo ar mokestines priemones, skatinančias kurti socialinį verslą ir (arba) palengvinančias įvairių suinteresuotųjų subjektų įsitraukimą į šią veiklą.

31.3. siekiant išryškinti socialinio verslo naudą, tikslinga parengti metodiką, leidžiančią įvertinti socialinio verslo veiklos poveikį ir socialinį veiksmingumą; tiek kredito įstaigoms, tiek valstybės kreditinės paramos valdytojams trūksta tinkamų priemonių, skirtų socialinio verslo kreditingumui įvertinti, todėl dažnai vengiama pripažinti socialinio verslo vertę ir ekonominį stabilumą;

31.4. įvertinti galimybes taikyti didesnę paramos intensyvumą iš Europos Sąjungos struktūrinių fondų ir Europos žemės ūkio fondo kaimo plėtrai bei nacionalinių paramos priemonių.

32. Įgyvendinant trečią uždavinį – padidinti socialinio verslo žinomumą – numatomi šie veiksmai:

32.1. didinti piliečių sąmoningumą, viešinant informaciją apie socialinio verslo poveikį ir rezultatus;

32.2. skatinti glaudesnę socialinių ir tradicinių pelno siekiančių įmonių bendradarbiavimą;

32.3. palaikyti socialinį dialogą, kad būtų atsižvelgta į socialinio verslo ypatumus, skatinti šių ypatumų vystymą;

32.4. inicijuoti gebėjimų stiprinimo programas, pagal kurias būtų remiamas ir palengvinamas socialinio verslo kūrimas ir socialinių inovacijų diegimas;

32.5. inicijuoti konsultavimo ir informacijos teikimo programas steigiantiems ir vystantiems socialinį verslą;

32.6. skatinti palankesnę valstybės institucijų ir įstaigų požiūrį į socialinį verslą;

32.7. skatinti NVO ir asocijuotųjų struktūrų socialinio verslo plėtros iniciatyvas;

32.8. skatinti keitimąsi verslo vystymo ir mokymo programų geriausios praktikos pavyzdžiais ir modeliais.

33. Siekiant įgyvendinti Konceptijos 29 punkte nurodytus uždavinius, yra būtina:

33.1. laikytis nuoseklaus požiūrio, derinant socialiniam verslui skatinti skirtas priemones;

33.2. skatinti diegti socialines inovacijas (socialinių įmonių, užtikrinančių neįgalių asmenų integraciją į darbo rinką, patirtis yra vienas iš socialinių inovacijų pavyzdžių, tačiau socialinės inovacijos pasireiškia ir naujais paslaugų teikimo metodais, naujų novatoriškų produktų ir paslaugų kūrimu, siekiant patenkinti naujus visuomenės poreikius);

33.3. užtikrinti socialinio verslo rėmimo politikos skaidrumą, atsižvelgiant į įvairių socialinio verslo formų ir modelių įvairovę ir nepažeidžiant konkurencijos;

33.4. skatinti valdžios institucijų ir socialinio verslo bendradarbiavimą, teikiant visuomenės poreikius atitinkančias socialines paslaugas.

34. Siekiant įgyvendinti Konceptijos uždavinius sukurama tarpžinybinė komisija (darbo grupė), sudaryta iš suinteresuotų valstybės institucijų, verslo asociacijų ir nevyriausybinių organizacijų atstovų, mokslo ekspertų ir kitų suinteresuotų šalių atstovų, ši komisija parengia tarpinstitucinį veiksmų planą.

35. Konceptijos įgyvendinimą koordinuoja Ūkio ministerija ir Socialinės apsaugos ir darbo ministerija.

SOCIALINIO VERSLO KRITERIJŲ DETALIZAVIMO REKOMENDACIJOS

1. Socialinio verslo koncepcijos 10.1 papunktyje nustatyto kriterijaus detalizavimas:

1.1. Šis kriterijus apibrėžia pagrindinį socialinį tikslą, kuris skiria socialinio verslo subjektus nuo tradicinių pelno siekiančių verslo subjektų.

1.2. Socialinio tikslo gali būti siekiama bet kuriame socialinio verslo grandinės etape: surandant išteklių, įdarbinant darbuotojų, sukuriant produktą (paslaugą) bei vykdant rinkodarą, pasitelkus tikslią auditoriją.

1.3. Kadangi socialinį tikslą tiksliausiai galima indikuoti pagal tikslią auditoriją, socialinis verslas pagal šį kriterijų turi atitikti bent vieną iš šių bruožų:

1.3.1. Socialinis verslas yra orientuotas į asmenis, kurie yra atskirti nuo įvairių visuomenės gyvenimo sričių, yra jautresni socialiniams ir ekonominiams iššūkiams ir rizikoms bei turi mažiau išteklių su jais sėkmingai susidoroti (pavyzdžiui, neįgalieji, vienišos motinos ar tėvai, priešpensinio amžiaus žmonės, pensininkai, kvalifikacijos neturintys jauni asmenys, nedirbantys, nesimokantys, ir mokymuose nedalyvaujantys jauni asmenys, tautinių mažumų atstovai, pabėgėliai, prievartą patyrę asmenys ir kt.).

1.3.2. Socialinis verslas yra orientuotas į visuomenę ir jo vykdoma veikla turi didesnę teigiamą poveikį aplinkai, palyginti su tradiciniu verslu, bei nauda (tiesiogiai vykdant veiklą arba nukreipiant veiklos rezultatus) yra teikiama vienoje ar keliose srityse, pavyzdžiui:

1.3.2.1. pagrindinių ūkio šakų (pavyzdžiui, transporto, pramonės, energetikos, žemės ūkio, būsto, turizmo ir kt.) poveikio aplinkai mažinimas;

1.3.2.2. efektyvesnis gamtos išteklių naudojimas ir atliekų tvarkymas;

1.3.2.3. pasaulio klimato kaitos ir jos padarinių švelninimas;

1.3.2.4. biologinės įvairovės apsauga, gyvūnų globa;

1.3.2.5. kraštovaizdžio apsauga ir tvarkymas;

1.3.2.6. Lietuvos kultūrinio savitumo išsaugojimas;

1.3.2.7. visuomenės kūrybingumo skatinimas, kultūros paslaugų prieinamumo plėtojimas;

1.3.2.8. ligų ir priklausomybių prevencija, pacientų telkimas ir jų teisių gynimas bei tarpusavio pagalbos stiprinimas;

1.3.2.9. sveikatos apsauga, socialinis turizmas;

1.3.2.10. žmogaus teisių ir lygių galimybių gynimas ir užtikrinimas;

1.3.2.11. bendruomeninių organizacijų veikla, tenkinanti gyvenamosios vietovės bendruomenės viešuosius poreikius;

1.3.2.12. pilietiškumo, patriotiškumo ugdymas, visuomenės švietimas ir informavimas valstybės gynybos klausimais;

1.3.2.13. parama socialiniam verslui ir nevyriausybinėms organizacijoms;

1.3.2.14. socialinės atskirties mažinimas ir integracijos į darbo rinką skatinimas.

2. Socialinio verslo koncepcijos 10.2 papunktyje nustatyto kriterijaus detalizavimas:

2.1. Socialinis verslas pagal šį kriterijų turi atitikti bent vieną iš šių bruožų: vykdoma nuolatinė ekonominė veikla, siekiant pelno; sukuriama darbo vietų. Tai atskiria socialinį verslą nuo tradicinių nevyriausybinių organizacijų ar kitų socialinės ekonomikos veiklos formų, kai siekiama socialinio tikslo, bet nevykdoma nuolatinė ekonominė veikla, neįdarbinami darbuotojai (t. y. veikama vien savanorystės pagrindu).

2.2. Pagal šį kriterijų didžiąją dalį socialinio verslo pajamų turi sudaryti rinkos įplaukos (prekių ir (arba) paslaugų pardavimas) – gaunama daugiau nei 50 proc. pajamų iš ekonominės veiklos, neskaitant investicijų verslo plėtrai.

3. Socialinio verslo koncepcijos 10.3 papunktyje nustatyto kriterijaus detalizavimas:

3.1. Šis kriterijus apibrėžia mechanizmus, kurie skirti socialinių tikslų įgyvendinimui užtikrinti. Valdymo aspektas dar griežčiau atskiria socialinį verslą nuo tradicinių verslo subjektų bei nevyriausybinų organizacijų.

3.2. Pagal šį kriterijų socialiniam verslui yra privalomas:

3.2.1. ribotas pelno paskirstymas. Didžioji dalis pelno – daugiau nei 50 proc. – turi būti reinvestuojama socialiniam tikslui įgyvendinti;

3.2.2. skaidrumas, skirtas netiesioginio socialinio verslo subjekto turto pasidalijimo rizikai išvengti: viešinamas socialinio verslo pelnas, sąžiningai nustatomas darbo užmokestis, teikiama pelno reinvestavimo informacija.

4. Socialinio verslo koncepcijos 10.4 papunktyje nustatyto kriterijaus detalizavimas:

4.1. Pagal šį kriterijų socialiniam verslui yra privalomas nepriklausomumas nuo valstybės ir savivaldybių institucijų ir įstaigų.

4.2. Socialinis verslas turi būti nepriklausomas nuo įmonių, įstaigų, organizacijų, kurių pagrindinė veikla yra orientuota ne į socialinių tikslų įgyvendinimą, o skirta kitiems šių įmonių, įstaigų, organizacijų tikslams įgyvendinti (pvz.: politinės partijos, religinės bendruomenės ir pan.).

Papildyta priedu:

Nr. [4-533](#), 2016-08-29, paskelbta TAR 2016-08-30, i. k. 2016-22859

Pakeitimai:

1.

Lietuvos Respublikos ūkio ministerija, Įsakymas

Nr. [4-533](#), 2016-08-29, paskelbta TAR 2016-08-30, i. k. 2016-22859

Dėl Lietuvos Respublikos ūkio ministro 2015 m. balandžio 3 d. įsakymo Nr. 4-207 „Dėl Socialinio verslo koncepcijos patvirtinimo“ pakeitimo