



KUIDAS EDENDADA SOTSIAALSE ETTEVÕTLUSE INKUBATSIOONIDE ARENGUT NOORTESEKTORIS

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Projekti „Sotsiaalse ettevõtluse arendamine ja edendamine noortesektoris“ viiakse läbi Erasmus+ programmi raames ning seda kaasfinantseerib Euroopa Liit.

Sisu eest vastutab ainult kirjastaja/esitaja; see ei kajasta Euroopa Komisjoni või sellega seotud rahandusametuste vaateid.



VIAINDUSTRIÆ



KUIDAS EDENDADA SOTSIAALSE ETTEVÕTLUSE INKUBATSIOONIDE ARENGUT NOORTESEKTORIS

JUHEND NOORTEORGANISATSIOONIDELE

Intellektuaalne väljund 1

Projekti nimi: Sotsiaalse ettevõtluse arendamine ja edendamine noortesektoris

Erasmus+ Key tegevus 2: Strateegiline partnerlus noorsootöö alal

Projekti viitenumber: 2016-2-LV02-KA205-001191

Autorid: Anita Stirāne, Renāte Lukjanska, Angel Casal, Austē Ćerniauskaitē, Lucy Topaloff, Alice Mazzarella

Toetajad: Adele Bērziņa, Polina Kolobova, Alo Raieste, Airina Grudzinskaitē and Jolanta Blažaitē

Eriline tänu: Jevgenija Kondurova, Madara Ūlande, Miglė Paškevičiūtė, Emanuele de Donno, Coralie Gaudoux, Sami Deweerdt ja MakeSense kogukond

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Projekti „Sotsiaalse ettevõtluse arendamine ja edendamine noortesektoris“ viiakse läbi Erasmus+ programmi raames ning seda kaasfinantseerib Euroopa Liit.

Sisu eest vastutab ainult kirjastaja/esitaja; see ei kajasta Euroopa Komisjoni või sellega seotud rahandusasutuste vaateid.

SISUKORD

Sissejuhatus.....	5
Sotsiaalne ettevõtlus – mis see on?	5
Miks on noorteorganisatsioonid olulised osalejad?.....	6
Juhendi teemad.....	7
Projektipartnerid.....	8
1. Ülevaade noortesektorist ning partnerriikides tegutsevad sotsiaalse ettevõtluse toetusorganisatsioonid....	10
1.1. Läti.....	10
1.1.1. Ülevaade noorte MTÜ-de kohta, avalike noortekeskuste osa noorsootöös	10
1.1.2. Noorte osakaal sotsiaalses ettevõtluses	11
1.1.3. Olulisemad organisatsioonid ja tegevused, mis toetavad noorte sotsiaalset ettevõtlust.....	11
1.2. Leedu	13
1.2.1. Ülevaade noorte MTÜ-de kohta, noortekeskuste osa noorsootöös.....	13
1.2.2. Noorte osakaal sotsiaalses ettevõtluses	14
1.2.3. Olulisemad organisatsioonid ja tegevused, mis toetavad noorte sotsiaalset ettevõtlust.....	15
1.3. Eesti.....	17
1.3.1. Ülevaade noorte MTÜ-de kohta, noortekeskuste osa noorsootöös.....	17
1.3.2. Noorte osakaal sotsiaalses ettevõtluses	17
1.3.3. Olulisemad organisatsioonid ja tegevused, mis toetavad noorte sotsiaalset ettevõtlust.....	18
1.4. Itaalia	19
1.4.1. Noorte osakaal sotsiaalses ettevõtluses	19
1.4.2. Olulisemad organisatsioonid ja tegevused, mis toetavad noorte sotsiaalset ettevõtlust.....	19
1.5. Prantsusmaa.....	20
1.5.1. Noorte osakaal sotsiaalses ettevõtluses	20
1.5.2. Olulisemad organisatsioonid ja tegevused, mis toetavad noorte sotsiaalset ettevõtlust.....	22
2. Veebiküsitlus – kuidas edendada sotsiaalset ettevõtlust noorte hulgas	24
2.1. Vastajate iseloomustus.....	24
2.2. Noorteorganisatsioonide küsimustike analüüs kolmes riigis: Eestis, Lätis, Leedus	24
2.3. Kokkuvõte	27
3. Sihtrühma arutelu: kuidas toetada noorteorganisatsioonide tegevust sotsiaalse ettevõtluse populariseerimisel noortesektoris	28
3.1. Sihtrühma arutlus teemal, milliste toetusmehhanismidega aidata kaasa noorte sotsiaalsete ettevõtjate inkubatsiooniprotsessile.....	28
3.1.1. Läti	28
3.1.2. Leedu	29
3.1.3. Eesti	29

3.2. Järeldused iga riigi kohta ja soovitusel sotsiaalse ettevõtluse arendamiseks noorte hulgas	30
3.2.1. Läti	30
3.2.2. Leedu	31
3.2.3. Eesti	32
4. Parimad näited noorte edukastest sotsiaalsetest ettevõtetest	33
4.1. Läti	33
4.2. . Leedu	34
4.3. Eesti	36
5. Ülevaade allikatest	38
5.1. Inspiratsiooniallikad	38
5.2. Veebivõrgustike töövahendid	39
5.3. Enesearenduse materjalid	39
5.4. Rahastusallikad, ühisrahastamine	41
6. Noortejuhtide ja -organisatsioonide töömeetodid	44
6.1. SENSE Fiction	44
6.2. Hold-up	46
6.3. Veel metodoloogiad	48
Bibliograafia	49

SISSEJUHATUS

Euroopa Liidu (EL) Nõukogu määratleb noorte tööhõivet ühe korrapärase temaatilise prioriteedina, seejuures rõhutatakse noorte aktiivset ühiskondlikku kaasatust, noorte töötajate rolli tööturul, ning ka üleminekut haridusasutustest tööturule. Euroopa Liidu riikides tervikuna on aktiivselt majanduselus osalevate 15–30-aastaste inimeste osakaal viimase kümnendi jooksul vähenenud, samas on langenud ka nende majanduslik aktiivsus.

Tegevuskavas *ENTREPRENEURSHIP 2020* öeldakse, et on tekkinud vajadus kasutada inimeste ettevõtlusalast potentsiaali. Üks võimalus vähendada töötust ja tõsta Läänemere regiooni konkurentsivõimet on korralike toetusmehhanismide loomine noorte ettevõtjate jaoks, eriti sotsiaalse ettevõtluse valdkonnas.

Käesolevad juhtnöörid on mõeldud noorte ärialaste algatuste ja huvide toetamiseks, ning eriti sotsiaalse ettevõtluse edendamiseks.

SOTSIAALNE ETTEVÕTLUS – MIS SEE ON?



Sotsiaalne ettevõtlus on uus idee, ja seda mitte ainult Balti riikides, sotsiaalne ettevõtlus kasvab kogu maailmas. 1980. aastatel hakati Euroopas looma järjest rohkem ettevõtteid, mille peamiseks eesmärgiks polnud firma omanike majanduslikud huvid, vaid ühiskondlik kasu, tegeleti ühiskonnale oluliste probleemidega, mida riik ei suutnud lahendada ning mille lahendamisest erasektor ei olnud huvitatud, kuna see ei olnud nende jaoks finantsiliselt elujõuline.

Suurem osa sotsiaalsetest ettevõtetest loodi algselt selleks, et anda töökohti teatud rühmadele, nagu näiteks puuetega inimesed või pikaajalised töötud. Viimase kolmekümne aasta jooksul on arusaamad sotsiaalsest ettevõtlusest arenenud – praegu on Euroopas mitusada tuhat sotsiaalset ettevõtet. Nad mitte ainult ei loo teatud ühiskonnarühmadele töökohti, vaid pakuvad ka kaupu ja teenuseid, tegeledes sel moel terve hulga avalikkuse jaoks oluliste teemadega.

Sotsiaalsete ettevõtete tegevusvaldkond võib olla erinev, kuid praeguseks on täheldatud nende märkimisväärset mõju järgmistes valdkondades: 75% tegevusest on seotud sotsiaalsete teenustega, tööhõivega ja koolitusega, keskkonnaga, haridusega ning majandusliku, ühiskondliku ja kogukondliku arenguga. Ülejäänud 25% sotsiaalsetest ettevõtetest tegutseb kultuuri, kunstide, tervishoiu, kinnisvara kindlustuse alal, äriühingutena ning seadusandlike, õigusabi ja poliitiliste missioonide täitmisel. Sotsiaalsed ettevõtted võivad kaasa rääkida ka keskkonnateemade ja haridusprobleemide juures ning edendada kodanike kaasatust ja ühiskonnas positiivse muutuse läbiviimist.

”

Sotsiaalse ettevõtja missiooniks on mõjutada inimeste elusid, mitte lugeda, kui palju nad on raha teeninud.

Sotsiaalne ettevõtte on ettevõtte, mis võimaldab ühiskondlike probleemide lahendamist äri vahendite abil – ettevõtte toodab kaupasid või pakub teenuseid eesmärgiga lahendada ühiskondlikke probleeme, selle asemel et silmas pidada firma omanike rahalist kasu. Sotsiaalse ettevõtte tõhususe mõõtmise vahendiks on ettevõtte võime leida edukaid lahendusi sotsiaalsetele probleemidele.

What is your motivation to start social business?



Pilt 1 Lätis 2017. aastal loodud sotsiaalse ettevõtte loomise motivatsiooni selgitamiseks küsimustik

”

Sotsiaalsed ettevõtjad alustavad projekte, mis pakuvad lahendusi ühiskondlikele ja keskkonnaprobleemidele, ning arendavad samas ausat ärimudelit. Nende eesmärgiks on positiivse mõju ning piisavalt suure aastatulu loomine, et nende ettevõtte suudaks tegutseda pikka aega.

Praegu ei ole Ameerika Ühendriikides ja Euroopas üldiselt tunnustatud sotsiaalse ettevõtja, sotsiaalse ettevõtluse ja sotsiaalse ettevõtte definitsiooni, sotsiaalseks ettevõtteks peetakse ettevõtet, mille eesmärgiks on uuenduslike lahenduste pakkumine seni lahendamata sotsiaalsetele probleemidele, kuid ettevõtte sissetulek investeeritakse ettevõtte tegevuse arendusse.

MIKS ON NOORTEORGANISATSIOONID OLULISED OSALEJAD?

Oluline osa noorte ettevõtluse alase hariduse jagamises on noorsooorganisatsioonidel. Nemad suudavad enda juurde koguda kõige tõhusamad noortealgatused, jälgida noorte inimeste probleeme ning mõjutada neid positiivses suunas.

Kohalikud noorteorganisatsioonid on paik, kus noored inimesed saavad mitteformaalset haridust ja praktilisi kogemusi erinevatel aladel, samuti toimivad nad teabe vahetamise keskustena ja aitavad noortel leida vajalikku informatsiooni.



Käesolev juhend on mõeldud selleks, et anda lühike ülevaade sellest, millised on võimalikud noorte ettevõtjate idufirmade loomise mehhanismid, ning jagada parterriikide kogemusi noorte sotsiaalse ettevõtluse toetamisel.

Omaette teemana on esitatud võimalike toetusmehhanismide ja toetusvahendite kohta käiv praktiline informatsioon, noorteorganisatsioonide ja nooterühmade jaoks on tehtud kokkuvõtte, mille alusel nad saavad edendada sotsiaalse ettevõtluse ideed noorte inimeste hulgas.

JUHENDI TEEMAD

Selle juhendi loonud töörühma eesmärgiks oli anda projekti "Development and promotion of social business within youth sector" („Sotsiaalse ettevõtluse areng ja edendamine noortesektoris“) raames ülevaade Baltimaade – Läti, Leedu ja Eesti – noorteorganisatsioonidest, noorte võimalustest ettevõtetes kaasa lüüa ning suundadest, mille järgi analüüsida noorte huvi sotsiaalse ettevõtluse vastu ning jagada teavet selle ideede ja projektide arengu edendamise toetusmehhanismide ja metodoloogia kohta. Juhend annab ülevaate ka partnerriikide, Prantsusmaa ja Itaalia, kogemuste ja metodoloogiate kohta, et neid tundma õppida ning kasutada ka Balti riikides.

Alustamiseks antud toetus nii teadmiste kui ka rahalise abi kujul on tähtis, et rakendada sotsiaalsele ettevõtlusele omaseid tegevuspõhimõtteid ja meetodeid: inkubaatorid, kiirendid, temaatilised töötoad, ühisrahastamine on väga olulised toetusvahendid ja abivahendid noortele firmadele, kes liiguvad sihikindlalt uute kõrguste poole!

Osapoolte tundmaõppimise ning motiveerimise nimel keskendutakse noorteorganisatsioonidele ja noortekeskustele mõeldud juhendis „Kuidas edendada sotsiaalse ettevõtluse inkubatsioonide arengut noortesektoris“ järgmistele eesmärkidele:

- EESMÄRK NR 1**  **Anda ülevaade Balti riikide noorteorganisatsioonidest ning nende sidemetest sotsiaalse ettevõtlusega;**
- EESMÄRK NR 2**  **Esitada projekti töörühma analüüsi tulemusi sotsiaalse ettevõtluse toetusmehhanismide ja noorte osalemise ning noorte osalemisvõimaluste kohta ning määratleda peamised takistused;**
- EESMÄRK NR 3**  **Näidata partnerriikide noorte sotsiaalse ettevõtluse toetamise ja arendamise häid praktikaid;**
- EESMÄRK NR 4**  **Sõnastada soovitusel;**
- EESMÄRK NR 5**  **Pakkuda kasulikku materjali toetusmehhanismide ja metodoloogiate kohta.**



PROJEKTIPARTNERID



Sociālās inovācijas centrs (SIC) (Läti), mittetulunduslik organisatsioon, asutatud 2010. aastal. SIC tegutseb peamiselt kolmes valdkonnas: 1) sotsiaalse ettevõtluse populariseerimine; 2) erinevad lahendused noorte tööpuuduse vähendamiseks; 3) ühiskonna ees seisvad probleemid (nt erivajadustega inimeste probleemid). SIC on alates 2010. aastast korraldanud loenguid sotsiaalse innovatsiooni, sotsiaalse ettevõtluse ja ühiskonnas toimuvate muutuste teemadel kohalikele omavalitsustele, noortele, teadlastele, loomeliitude esindajatele, idufirmadele, ettevõtjatele, kooliõpetajatele, üliõpilastele ja teistele, kellele pakub huvi sotsiaalne areng ja positiivsed muutused ühiskonnas huvilistele (kokku on loengutel osalenud rohkem kui 2000 inimest).



INVOLVED.

INVOLVED (Eesti), mittetulunduslik organisatsioon, mille eesmärgiks on elukestva õppimise võimaluste loomine ja inimeste enesearengu edendamine eri sihtrühmade seas nii kohalikul kui ka rahvusvahelisel tasandil. Vaatevälja avardamise, praktiliste oskuste kasvatamise ning teabe ja tegevuste pakkumise kaudu püüame kaasata ühiskonnaellu rohkem inimesi. *Involved* on huvitatud noorte mobiilsusprojektidest, vabatahtliku töö arendamisest ja kultuuride vahelisest õppimisest, integratsioonist, migratsioonist, võrdsetest õigustest ja inimõigustest, ning tegutseb neis valdkondades aktiivselt.



Viesoji istaiga Bendruomenių kaitos centras (BKC) (Leedu) mittetulunduslik organisatsioon, asutatud 2001. aastal ning on alates sellest töötanud koos Leedu kohalike kogukondadega, aidates neil lahendada mitmesuguseid sotsiaalseid probleeme. BKC projektide ja programmide keskmes on ettevõtlus ja sotsiaalne innovatsioon, neid teostatakse läbi partnerlussuhete mitmete kohalike ja riiklike äriliste abiorganisatsioonidega, nagu näiteks regionaalsed ärikeskused, äriinkubaatorid ja majandusministeeriumi juures tegutsev *Enterprise Lithuania*. BKC on jaganud koolitust mitmesajale kohaliku omavalitsuse töötajale, kogukondade esindajale ja ettevõtjale.



MakeSense (Prantsusmaa) mittetulunduslik organisatsioon, mis koordineerib eri riikidest pärit vabatahtlike tööd, et aidata sotsiaalsel ettevõtjatel nende projekte arendada. Töö toimub nii veebis kui ka ettevõtetes, korraldatakse loomingulisi õpitubasid – kõik vabatahtlikud saavad kaasa lüüa sotsiaalsete ettevõtjate igapäevaste raskuste leevendamise juures. MakeSense:

- tõstab kodanike ja ka noorte teadlikkust sotsiaalse ettevõtluse suhtes, selleks korraldatakse temaatilisi sündmusi,
- koolitab vabatahtlikke, kes oskaksid lahendada sotsiaalsete ettevõtjate ees seisvaid probleeme ning neid nende töös toetada,
- leiab üles sotsiaalsed ettevõtjad ning toetab neid,
- avaldab koostöö kaudu avalike ja eraorganisatsioonidega ühist mõju ühiskonnale.

VIAINDUSTRIÆ

VIAINDUSTRIÆ (Itaalia), kultuuriühendus, mis töötab Kesk-Itaalias sotsiaalselt tõrjutud piirkondades, kus valitseb palju pingeid (isolatsioon, töötus, rasside vahelised pinged). Ühendus toetab erinevaid sotsiaalse kunsti projekte. VIAINDUSTRIÆ liikmed usuvad, et osalemise kaudu muutub avalik ruum paremaks ning soovivad analüüsida kriisis olevate kogukondade arvamust ja osalemise määra. Ühendus on avaldanud mitmeid kirjatöid ja arvamusi ajalehtedes, raadios ning uuenduslike videokanalite kaudu.

Ühendus pakub sotsiaalsete puuduste leevendamiseks hariduslikke ja didaktilisi vahendeid, loomingulisi praktikaid. Ühendus on ühinenud paljude kohalike liitudega, Itaalia riiklike institutsioonidega ning Euroopa kultuurikandjatega ning teeb nendega koostööd – iga projekt on oluline vahend kultuurilise sünergia ja muutuse loomise teel ning sellel eesmärgil tegutsetakse kõikidel tasanditel.



1. ÜLEVAADE NOORTESEKTORIST NING PARTNERRIIKIDES TEGUTSEVAD SOTSIAALSE ETTEVÕTLUSE TOETUSORGANISATSIOONID

Selles peatükis antakse lühike ülevaade noorteorganisatsioonide süsteemist Lätis, Leedus ja Eestis ning nende osast noorsootöös tervikuna, samuti määratakse kindlaks üldine noorte osalemise tase sotsiaalses ettevõtluses.

Selle peatüki kõige olulisem osa on aga sotsiaalseid ettevõtteid toetavate organisatsioonide tutvustamine, nende hulgas on sotsiaalse ettevõtluse kiirendid, inkubaatorid ja programmid. Antakse ka asjakohane ülevaade sotsiaalset ettevõtlust toetava keskkonna kohta Itaalias ja Prantsusmaal.

1.1. LÄTI

1.1.1. Ülevaade noorte MTÜ-de kohta, avalike noortekeskuste osa noorsootöös

Lätis määratletakse noorsootööd kolme olulise poliitikadokumendi abil:

- Noorsooseadus (*Jaunatnes likums*, jõustus 01.01.2009);
- Noorsoopoliitika ellurakendamise plaan aastateks 2016-2020 (*Jaunatnes politikas īstenošanas plāns 2016.-2020. gadam*);
- Omavalitsuste noorsoopoliitika arenguplaan (*Jaunatnes politikas attīstības plāns pašvaldībās*).

Noorsoopoliitika koosneb hulgast suunatud tegevustest, mida rakendatakse ellu kõikide riiklike poliitikate raames, see edendab noorsoo täielikku ja mitmekülgset arengut, noorte kaasatust ühiskonnaellu ning nende elukvaliteedi tõstmist. Riiklikku noorsoopoliitikat viivad ellu riiklikud ja kohalikud võimud. Noorsooseadus määratleb ka omavalitsuste õigused luua noortekeskusi, mille eesmärgiks on kohalike noortealgatuste toetamine, osalemine otsuste tegemises ja avalikus elus.

Noortekeskus (noortealgatuse keskus) on üks omavalitsuste noorsootöö elluviimise vahenditest ning kuulub noorsootööd tegevate institutsioonide hulka. Noortekeskus on väga tähtis aste „aktiivsete“ ja „mitteaktiivsete“ noorte vahel. See on koht, kus erinevate huvide ja elukogemusega noored kohtuvad sõbralikus, avatud ja toetavas keskkonnas. Noortekeskused teevad koostööd teiste noorsoopoliitikat ellu viivate institutsioonide ja isikutega.

Väljaspool omavalitsusi võivad noorsoo-organisatsioonid tegutseda ühendustena, mis on registreeritud ühenduste ja sihtasutuste registris ning ka noorteorganisatsioonide nimekirjas, kus peavad end registreerima kõik Noorsooseadust järgivad organisatsioonid. Mais 2017 oli Läti noorteorganisatsioonide registris registreeritud 29 Noorsooseaduse kriteeriumitele vastavat organisatsiooni, millesse kuulub 5273 aktiivset noort (<http://www.izm.gov.lv/lv/jaunatne/jaunatnes-organizaciju-saraksts>).

Läti haridus- ja teadusministeeriumi poliitikate algatamise ja arendamine osakonna loodud veebisaidil www.jaunatneslietas.lv mainitakse 427 Läti huviharidusega seotud haridusasutust, noortekeskust, noorsootöö spetsialisti ja noorteorganisatsiooni, nende hulgas on 160 noortekeskust ja 93 noorteorganisatsiooni.

Mais 2017 oli Lätis kokku 17 821 ühendust ja sihtasutust (Läti Vabariigi Ettevõtete Registri andmed); <http://www.ur.gov.lv/statistika.html?a=1091>). E-platvormi www.ngolatvia.lv andmete järgi töötab laste- ja noorsootöö valdkonnas 50 MTÜ-d ning 77 sihtgruppi kuuluvatest organisatsioonidest on laste- ja noorteorganisatsioonid.



1.1.2. Noorte osakaal sotsiaalses ettevõtluses

Sotsiaalsed ettevõtted on üldiselt uued (loodud 5–6 aastat tagasi), neid pole palju ning nad on üsna väikesed. Ettevõtjad on noored, motiveeritud ja paindlikud. On selliseid ettevõtjaid, kes tegelevad majandustegevusega, eriti palju leidub neid mittetulundusühendustes, millel on vajalik potentsiaal muutuda oma kindla staatuse ja missiooniga sotsiaalseks ettevõtteks. Nende tegevuses peituv suur potentsiaal võib neist lõpuks teha erilise missiooniga avalikkuse huvides tegutseva sotsiaalse ettevõtte.

Läti ettevõtted, mida saab pidada sotsiaalseteks ettevõteteks, on tingimustega kohanenud ning valinud tegevusviisid, mis sobivad nende põhitegevuse eesmärkidega kõige paremini. Eriti aktiivsed on need ettevõtted valitsusvälises sektoris, kus tegutsevad ühingute või sihtasutustena, vahel ka kaupmeestena.

Samamoodi saab sotsiaalseid ettevõtteid moodustada lubatud määral majandusliku tegevusega seotud valitsusväliste organisatsioonide (ühingud, sihtasutused) põhjal, mis paljudel juhtudel ei saaks pikas plaanis eksisteerida ilma projektidest saadava rahastuse või annetusteta. Noored ja paindlikud sotsiaalsed ettevõtjad (kes tahavad mõjutada ja muuta ühiskonda) loovad sotsiaalseid ettevõtteid äritegevuse kaudu, nagu näiteks piiratud vastutusega firmad või aktsiaseltsid.

Läti Kaubandus- ja Tööstuskoja poolt läbi viidud EL pilootprojektis, milles selgitati, kui palju on sotsiaalseid ettevõtteid ning hinnati nende majanduslikku mõju Lätis (pilootprojekt „Sotsiaalsete ettevõtete määramiseks ja nende majandusliku mõju hindamiseks Lätis“), osales 1296-st valimis esindatud firmast (valitsusvälised organisatsioonid uuringus ei osalenud) 1164 firmat ehk 89,8%. Ainult 3% uuringus osalenud firmadest peab oma tegevust sotsiaalseks ettevõtluseks. Ainult 2% osalenud firmadest kasutavad oma kasumit sotsiaalsete eesmärkide täitmiseks. Enamik ettevõtetest on mikroettevõtted ja väikesed ettevõtted (vastavalt 69% ja 22%). 4% nende firmade töötajate koguarvust kuulub sotsiaalse tõrjutuse tõttu riskirühmadesse.

Sellest statistikast lähtudes on võimatu rääkida eraldi noorte inimeste osalusest sotsiaalses ettevõtluses, ei ole tehtud seda teemat käsitlevaid uuringuid ega statistilisi uurimusi, ning see ei ole ka käesoleva juhendi eesmärk. Noorte kaasatus sotsiaalses ettevõtluses kajastab seega noorte osalemist äritegevuses üldiselt.

OECD raportis „Invest in Youth: Latvia 2“ („Panustame noortesse: Läti“ 2. osa) selgub, et Lätis raskendab noorte tööhõivekriisi märkimisväärselt negatiivne demograafiline olukord: alates 2002. aastast on 15–29-aastaste inimeste osakaal Läti rahvastikus langenud 23% võrra. Samas raportis tehakse kokkuvõtte EUROSTAT-i andmetest, mis ütlevad, et Euroopa Liidus oli 2016. aastal keskmiselt 5% 20–24-aastastest ning umbes 8% 25–29-aastastest noortest üksikettevõtjad. Lätis on üksikettevõtjate osakaal mõlemas vanuserühmas väiksem – umbes 4% ja 6,5%. Samas on Läti näitajad kõrgemad Eesti ja Leedu omadest.

1.1.3. Olulisemad organisatsioonid ja tegevused, mis toetavad noorte sotsiaalset ettevõtlust

Lätis ei ole eriti palju sotsiaalse ettevõtluse arengut edendavaid ja toetavaid organisatsioone, kuid ettevõtted, mis seda teevad, võtavad asja südamega ning kaasavad sotsiaalse ettevõtluse ideest huvitatud noori ja pakuvad neile praktilist abi, nagu näiteks kiirendid ja inkubaatorid. Kolm olulisemat uutele tegijatele avatud organisatsiooni:



New Do(o)r Riga on rahvusvaheline sotsiaalse innovatsiooni platvorm, mille peamine tegevus toimus Riias. See asutati 2013. aastal ning töö toimub koostöös Läti kultuuri- ja haridusseltsiga Migrash, pangaga Rietumu ja Israeli saatkonnaga Lätis. Platvormi toetavad ka mitmed Läti, Rootsi, Israeli, Ukraina ja teiste riikide avalikud ja äriorganisatsioonid. New Do(o)r Riga avab igal aastal ärikiirendi uutele ettevõtjatele ning see on tasuta.

Veebisait: <http://newdoor.lv/en/>



Reach for Change Latvia on koostööprojekt rahvusvaheliste organisatsioonide vahel, mis toetavad laste elu parandavate mõtete elluviimist. Reach for Change Läti haru pakub sotsiaalse ettevõtluse kiirendit ja inkubaatorit, samuti ka rahalist toetust. Üksikisikud või organisatsioonid saavad taotleda toetust Reach for Change kaudu igal aastal toimuva avaliku konkursi kaudu.

Veebisait: <http://reachforchange.org/en/>



Loomemajanduskeskuse inkubaator töötab Läti Investeermise ja Arengu Agentuuri juures ning pakub toetust sotsiaalse ettevõtluse alal alustavatele ettevõtjatele ning kutsub sotsiaalseid idufirmasid kandideerima toetustele inkubatsiooni ja eelinkubatsiooni ajaks. Loomemajanduskeskuse inkubaatori eesmärgiks on toetada uute, elujõuliste ja konkurentsivõimeliste firmade loomist ja arenemist, pakkuda riigi kodanikele ja ettevõtjatele keskkonda firma loomiseks või oma idee arendamiseks, pakutakse ka konsultatsiooniteenust, koolitusi, nõustamist üldistel ärisse puutuvatel teemadel, mentorlust ja kaasfinantseerimist.

Veebisait: <http://www.liaa.gov.lv/lv/fondi/2014-2020/biznesa-inkubatori>

Mainimist väärivad ka organisatsioonid, mis arendavad sotsiaalseks ettevõtluseks sobivat keskkonda, jagavad teavet ning pakuvad vastavaid koolitusi laiemale publikule.

Sotsiaalse ettevõtluse „ökosüsteemi“ loomise olulisim organisatsioon on **Läti Sotsiaalse Ettevõtluse Ühendus**, mis koondab organisatsioone, ettevõtteid ja üksikisikuid, kes soovivad arendada sotsiaalset ettevõtlust Lätis. Praegu kuulub ühendusse rohkem kui 50 liiget – MTÜ-d, sihtasutused, sotsiaalsed ettevõtted, aktivistid ja eksperdid.

Veebisait: <https://www.socialauznemendarbiba.lv/>

LATVIJAS SOCIĀLĀS
UZŅĒMĒJDARBĪBAS
ASOCIĀCIJA



Sotsiaalse innovatsiooni keskus pakub sotsiaalse innovatsiooni, sotsiaalse ettevõtluse, poliitiliste protsesside ja poliitike kujundamise alast mitteformaalset haridust ebasoodsas olukorras olevatele ühiskonna rühmadele, ning toetab ühiskonna liikmete kaasamist sotsiaalsetesse ja poliitilistesse protsessidesse. Peamiseks eesmärgiks on edendada sotsiaalse innovatsiooni ja sotsiaalse ettevõtluse ideed ja liikumist kui strateegilist jätkusuutliku arengu tagamise vahendit. Keskus on alates 2010. aastast pakkunud loenguid sotsiaalse uuenduse teemal, korraldanud sotsiaalse ettevõtluse ja sotsiaalse muutuse teemalisi sündmusi kohalikele võimudele, noortele, kooliõpetajatele, üliõpilastele ja teistele huvilistele, keda paelub sotsiaalne kasvamine ja positiivsed muutused ühiskonnas. Keskus on välja andnud terve hulga sotsiaalsetele idufirmadele ja kohalikele omavalitsustele mõeldud hariduslikke materjale.

Veebisait: <http://socialinnovation.lv/en/>



Noorte enesearengu, kompetentsi tõstmise ja sotsiaalse ettevõtluse keskus **OISTABA** on multifunktsionaalne, kaasaegne, palju võimalusi pakuv ja edumeelne koht, kus noored saavad erinevate tegevuste kaudu omandada ja parandada oma oskusi ja kompetentsust sotsiaalse ettevõtluse alal, koguda uusi kogemusi ning veeta vaba aega tänapäeva noortele vajalike oskuste kasvatamisega: isikuomadused (maailmavaate kujundamine), professionaalsed oskused, kompetentsus õppimise ja õpetamise alal, suhtlemisoskus ja sotsiaalne kompetentsus, peale nende veel ka juhtimis- ja protsesside juhtimise oskused. Keskus korraldab mitmesuguseid tegevusi: koolitust, loomingulisi töötubasid, võistlusi, klubilisi üritusi (äri, keeled, fotokunst, videokunst, mängud jne), käsitletakse noortega seotud teemasid, pakutakse konsultatsioone Euroopa Liidu programmides osalemiseks ja toetust nendes osalemiseks, tutvustatakse erinevaid noorteorganisatsioonide algatusi ning äritegevuse võimalusi Ogre regioonis.

Veebisait: <https://oistaba.lv/>



Õpilaste õppimise kompanii (inglise keeles: Pupils learning company, PLC) on õpilaste loodud ja juhitud koolitusfirma, mille tegevust koordineerib **Junior Achievement**. PLC eesmärgiks on tegutseda firmana ning keskkonnas, kus õpilased saaksid koolitust, kuidas toota ja müüa oma tooteid ja teenuseid. PLC ei ole juriidiline isik, neid esindab Junior Achievement Latvia ning koolid, kus järgitakse nende programmi. PLC-le annab nõu ja seda toetab ärikonsultantide rühm, PLC konsultandid. Lätis tegutses 2014/2015 õppeaastal 814 registreeritud PLC õpperühma. See on väga tõhus toetus, kuna PLC pakub koolitusi ka sotsiaalse ettevõtluse alal. PLC korraldab võistlusi ja muid sarnaseid üritusi, milles sotsiaalseid algatusi hinnatakse teistest eraldi (need moodustavad omaette kategooria).

Veebisait: <http://www.jal.lv/news>

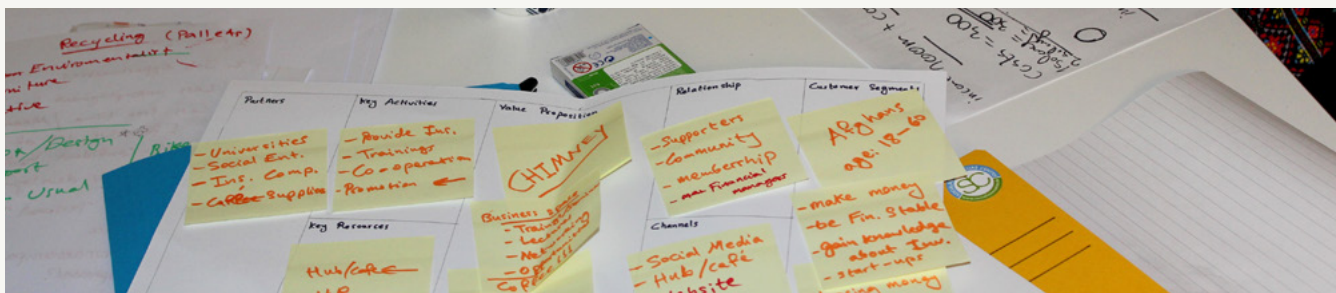
1.2. LEEDU

1.2.1. Ülevaade noorte MTÜ-de kohta, noortekeskuste osa noorsootöös

Leedus peetakse MTÜ-deks neid organisatsioone, mis on registreeritud vastavalt ühenduste seadusele, heategevuslike sihtasutuste seadusele ja eravalduses olevate mittetulundusühenduste seadusele, kõige rohkem on viimasena nimetatud asutusi. Vastavalt 2014. aastal loodud mittetulundusühenduste seadusele ei loeta MTÜ-ks organisatsioone, mis ei tegutse avalikes huvides, st ühendusi, mis tegutsevad oma liikmete huvides.

Valitsuse noorsootöösakond määratleb noorte MTÜ-na seaduslikult moodustatud ühendust, mille liikmete koguarvust 2/3 on noored inimesed, ja/või katusorganisatsiooni, mille liikmesorganisatsioonide hulgas on noorteorganisatsioone rohkem kui 2/3. Leedus peetakse nooreks inimeseks 14 kuni 29-aastaseid inimesi. Noortealgatuseks peetakse tegevusi, mida viivad läbi noored, selleks et rahuldada noorte inimeste vajadusi. Noortega töötavad organisatsioonid on need seaduslikud asutused, mille eesmärgiks on noortetöö ning mis rahuldavad noorte inimeste vajadusi. Need organisatsioonid järgivad noorsoopoliitikat – tegevusi, mille sihiks on noorte inimeste ees seisvate probleemide lahendamine ning mis pakuvad toetust noorte isiklikku arengut ja sotsiaalset integratsiooni toetava keskkonna loomiseks. Noorsoopoliitika kätkeb endas ka tegevusi, mis ehitavad üles ühiskonna mõistmist ja

1. Ülevaade noortesektorist ning partnerriikides tegutsevad sotsiaalse ettevõtluse toetusorganisatsioonid



sallivust noorte suhtes. Vastavalt statistilistele andmetele on Leedus 648 noortega töötavat MTÜ-d, nende seas ka noorte loodud ja juhitud MTÜ-d.

Mainimist väärivad veel kaks sotsiaalkindlustuse ja tööministeeriumi juures tegutsevat institutsiooni, mis on lähedalt seotud noorte MTÜ-dega ning mõjutavad nende tööd suuresti. Noorsootöösakond analüüsib riigi noorteorganisatsioonide ja noortega töötavate organisatsioonide tegevust ning noorsootöö nõukogu jälgib, et oleks tagatud noorte MTÜ-de kaasamine ja neile antaks sõnaõigust.

Leedu linnades tegutseb terve hulk noorteorganisatsioone, mis esindavad erinevaid huvirühmasid ega piiritle tavaliselt oma tegevust ühe valdkonnaga.

Olulised on riiklikul tasandil tegutsevad MTÜ-d, nagu näiteks Leedu kooliõpilaste ühing, noorteorganisatsioon WORK, MTÜ Noorte Kogemused ja koostöö, noorteorganisatsioonide liit Ümarlaud – need institutsioonid mitte ainult ei kaasa noori inimesi erinevatesse tegevustesse, vaid seisavad ka noorte huvide eest. Regionaalsed noorteorganisatsioonid osalevad poliitika kujundamises regionaalsete noorte- ja riiklike organisatsioonide kaudu, Leedu Noorte Nõukogu kaudu – see on riigi suurim noorteorganisatsioon. Selle peamiseks eesmärgiks on ühendada ja esindada riiklikke ja regionaalseid noorteorganisatsioone. Nõukogu tegevus on suunatud oma liikmete institutsionaalse arengu ja nende majandusliku iseseisvuse saavutamisele, selleks arendatakse rahalisi toetusmehhanisme ning kutsutakse üles tegelema ettevõtlusega, arendatakse töö kvaliteedi tõstmiseks mõeldud süsteeme ning seistakse hea selle eest, et järjest rohkem noori oleks kaasatud MTÜ-de töös ja nende vabatahtlikus tegevuses.

Rahvusvaheline Noorte Koostöö Agentuur on samuti oluline organisatsioon. Selle peamiseks eesmärgiks on noorte rahvusvahelise koostöövõimaluste tagamine ning Leedu noorte edukas osalemine Euroopa Liidu noorsooprogrammides.

Leedus on 36 avatud noortekeskust ja 134 noortele avatud keskkonda. Avatud noortekeskused on juriidilised isikud või nende harud, mis töötavad noorsoovaldkonnas ning pakuvad noortele sotsiaalseid, pedagoogilisi ja psühholoogilisi teenuseid. Keskused püüavad jõuda ka ebasoodsas olukorras olevatele ja madala motivatsioonitundega noorteni. Avatud keskkond noortele on keskkond, mis on kohandatud noorsootööks, see asub haridus-, spordi- või sotsiaalhoolekandeametite juures ning seal töötatakse olemasolevate metodoloogiate järgi ning kasutatakse kohapealseid seadmeid ja varustust.

Üldiselt võib öelda, et avalikel noortekeskustel on väiksem mõjuala kui noorte MTÜ-del. Nende tegevusse saab küll kaasata mõningaid sotsiaalse ettevõtluse elemente, kuid noorte MTÜ-de potentsiaal edendada sotsiaalset ettevõtlust Leedus on suurem.

1.2.2. Noorte osakaal sotsiaalses ettevõtluses

Vaatamata jõupingutustele juurutada 2005. aastal Leedus Ashoka Internationali põhimõtet ning esimese sotsiaalse rahastamismehhanismi Burès käivitamist juba 2009. aastal peetakse sotsiaalset ettevõtlust Leedus ikka veel uuenduslikuks nähtuseks. Sotsiaalne ettevõtlus kui ettevõtluse vorm võeti omaks 2015. aastal. Alates sellest ajast on sotsiaalses ettevõtluses tegevate inimeste arv järjekindlalt kasvanud. Siiski on vaja sotsiaalset ettevõtlust toetavaid seadusandlikke algatusi, et saaks paremini täita seatud eesmärgid.

1. Ülevaade noortesektorist ning partnerriikides tegutsevad sotsiaalse ettevõtluse toetusorganisatsioonid

Enamik noorteorganisatsioonidest ei pea sotsiaalset ettevõtlust oma prioriteediks, mõned organisatsioonid ja institutsioonid kaasavad oma tegevusse sotsiaalse ettevõtluse elemente, et seda populariseerida.

Praegu on kõige olulisem tõsta inimeste teadlikkust sotsiaalse ettevõtluse osas ning suurem osa tegevustest sel alal keskenduvad sellele, et harida inimesi küsimuses, mis on sotsiaalne ettevõtlus ja milline on sotsiaalne ettevõtte. Üks haridusalastest algatustest on metodoloogia loomine, mida kooliõpetajad saavad kasutada oma tundides. Metodoloogia on loodud Briti Nõukogu poolt ning kohandatud Leedu tingimustele. Praeguseks osaleb programmis kümme kooli ja koolituskeskust, neid toetavad **Socifaction** projektid.

Järjest rohkem osaleb sotsiaalset ettevõtlust edendavates projektides Leedu kõrgkooli ja kõrgharidusinstituutide. See toimub peamiselt konverentside ja üliõpilastele mõeldud võistluste kujul, mis tõmbavad ligi nii kohalikke kui ka välismaalt tulnud tudengeid. On toimunud ka terve hulk kooliõpilastele mõeldud sotsiaalset ettevõtlust tutvustavaid sündmusi. Iga-aastane sotsiaalse innovatsiooni festival **BiZZ** toob kokku rohkem kui 200 osalejat, kes on innukad saada uusi teadmisi sotsiaalse ettevõtluse algatuse kohta.

Viimase paari aasta jooksul korraldatud projektid ja sündmused on mänginud olulist osa noorte kaasamisel sotsiaalsesse ettevõtlusse. Projekt Socifaction on siiani aidanud kiirendada rohkem kui 200 ettevõtte loomist ning praegu on töös paarikümne uue teiste projektide ja algatuste kaudu toetatud ettevõtte rajamine.

Äri- ja sotsiaalse sektori ühinemine muutub Leedus aegamööda järjest tavalisemaks, sotsiaalselt vastutustundlikke ettevõtteid tuleb juurde ning majandusministeerium tunnustab sotsiaalset ettevõtlust. Ministeerium lisas iga-aastaste riigi kõige mõjukamatele firmadele mõeldud auhindade nimekirja ka sotsiaalse ettevõtluse liidri auhinna.

1.2.3. Olulisemad organisatsioonid ja tegevused, mis toetavad noorte sotsiaalset ettevõtlust

Nagu juba mainitud – sotsiaalne ettevõtlus ei kuulu just paljude ettevõtete prioriteetide hulka. On siiski rida eraalgatusi, mis muude tegevuste seas toetavad ka noorte sotsiaalset ettevõtlust.



ISM Üliõpilaste Esindajatekogu korraldab võistlust **Creative Shock**, see on iga-aastane rahvusvaheline võistlus, kus üliõpilased lahendavad sotsiaalses ettevõtluses esinevaid tüüpilisi probleeme. Igal aastal kogunevad osalejad, et lahendada tegelikust elust võetud äri-, turundus- ja avalike suhete probleeme, millega seisavad silmitsi sotsiaalsed ettevõtted ja organisatsioonid. Üliõpilased saavad teada, milliste probleemidega sotsiaalsed ettevõtjad kokku puutuvad, ning sotsiaalsed ettevõtted saavad lahenduskäikusi, mida saavad oma töös kasutada. LCC rahvusvaheline ülikool Klaipėdas korraldab jätkusuutlikkuse jämmi ja sotsiaalse ettevõtluse nädalat. 2017. aasta kevadel võõrustas Kaunase Tehnoloogiaülikool konverentsi Changemakers'ON – see on rahvusvaheline sotsiaalse ettevõtluse juhtumeid käsitlev konverents ja võistlus. Sotsiaalseid ettevõtjaid kutsutakse veetma nädal aega töötades koos eri valdkondade ekspertidega, et arendada oma ideed jätkusuutlikuks firmaks. Kazimieras Simulavičiuse nimeline ülikool pakub valikkursusi sotsiaalse innovatsiooni ja sotsiaalse ettevõtluse teemal, ning Vilniuse Gediminas Tehnikaülikool pakub eri kursusi ja mooduleid.

Veebisait: <http://creativeshock.lt/>



Junior Achievement on üleilmselt tegutsev MTÜ, mis on pühendunud kõige sagedamini esinevate noorte inimeste sotsiaalsete ja majanduslike raskuste lahendamisele hariduse jagamise ja noorte jõustamise kaudu – noored saavad ise muuta oma tulevikku ning üles ehitada majanduslikult eduka firma. Leedu haruettevõtte töötab peamiselt koolides ning viib läbi 9.-12. klassi õpilastele mõeldud programme. Nad populariseerivad sotsiaalset vastutustunnet sellega, et korraldavad kümme korda aastat üliõpilasfirmadele mõeldud laatasid.

Veebisait: <http://www.lja.lt/>



Enterprise Lithuania on majandusministeeriumi juures tegutsev mittetulunduslik agentuur, mis edendab ettevõtlust ja äritegevust ning on aidanud käivitada terve hulga sotsiaalse ettevõtluse algatusi, nagu näiteks „Sotsiaalse ettevõtluse teejuhi“ loomine ning Leedu inimeste teadlikkuse tõstmine sotsiaalse ettevõtluse osas – seda tehakse maa eri paikades korraldatavate konverentside kaudu. 2016. aastal tegutses kuue kuu jooksul sotsiaalsetele ettevõtjatele mõeldud mentorlusprogramm. *Enterprise Lithuania* pakub tasuta ärikonsultatsiooni väikestele sotsiaalsetele ettevõtetele, see on väga tänuväärne tegevus, sest paljudel sotsiaalsetel ettevõtjatel puudub äriline taust.

Veebisait: <http://www.enterpriselithuania.com/en>



Reach for Change on rahvusvaheline mittetulundusorganisatsioon, mille üks haru tegutseb Leedus. Organisatsioon toetab sotsiaalseid ettevõtjaid ehk „muutuse juhte“, kes püüavad luua oma lastele paremat tulevikku – nad toetavad järeltulijaid rahaliselt ning annavad neile ligipääsu äriekspertide teadmiste ja professionaalsete võrgustike juurde.

Veebisait: <http://reachforchange.org/en/>



Geri Norai („head soovid“) on organisatsioon, mis aitab firmadel ja MTÜ-del tugevdada nende sotsiaalset vastutustunnet. Korraldatakse mitteformaalse hariduse ja võrgustiku sündmusi sotsiaalsetele ettevõtjatele, nagu näiteks „Heade mõtete õhtu“ ja „Sotsiaalsete ettevõtjate hommikusöök“. Lisaks sellele tehakse koostööd teiste organisatsioonidega mitmete algatuste ja projektide juures, nagu näiteks Socifaction ja Bizzz ning sotsiaalse ettevõtluse festival.

Veebisait: <http://www.gerinorai.lt/>



NVO Avilys (MTÜ Taru) on koos töötamise keskkond ja platvorm, mis toetab MTÜ-sid ja sotsiaalseid ettevõtjaid. Seda tehakse soodsas hinnaga kontorite rentimise näol, samuti pakutakse sotsiaalsetele ettevõtjatele ja MTÜ-dele platvormi, kus nad saavad sõlmida partnerlussuhteid, jagada oma teadmisi ning aidata üksteisel toime tulla erinevate raskustega. NVO Avilys on ka üks iga-aastase sotsiaalse ettevõtluse tippkohtumise, projekti Socifaction ja festivali Bizzz peamisi korraldajaid.

Veebisait: <http://www.nvoavilys.lt/>



Socifaction on üks Leedu aktiivsemaid sotsiaalse ettevõtlust toetavaid projekte, see on kolme viimase aasta jooksul tegutsenud eri vormides. Socifaction oli alguses Leedu ja Läti ettevõtjatele mõeldud sotsiaalse ettevõtluse kiirendusprogramm. Programmis osales 140 sotsiaalset ettevõtjat. Praegu juhib Socifaction programmi, mis pakub toetust 60 sotsiaalsele ettevõttele 15 omavalitsusest.

Leedu esimene sotsiaalse ettevõtluse kiirendusprogramm osutus edukaks, see aitas ettevõtjatel oma ideid arendada ning 72 äriideed on juba võtnud sotsiaalse ettevõtte kuju. 14 kuni 30-aastastele Läti ja Leedu ettevõtjatele mõeldud kiirendi tegutses kolmes järgus (kolmanda järgu sihtrühmaks olid füüsiliste puuetega inimesed). Ettevõtjad läbisid intensiivse koolituse (õpitoad, seminarid ja sotsiaalsete ettevõtete külastused) selle kohta, kuidas ideed arendada, turundada, müüa, tutvustada, kuidas korraldada suhteid teistega, mõõta ühiskondlikku mõju ja veel palju muud. Igale meeskonnale määrati mentor, kes juhendas osalejaid koolituste vahele jääval ajal. Praeguseks on Socifactionist saanud uus projekt pealkirjaga: „Socifaction: Social Enterprise Regional Development“ („Socifaction: sotsiaalse ettevõtluse regionaalne areng“), mille sihtrühmaks on pealinnast väljapoole jäävates eri regioonides ja kogukondades tegutsevad sotsiaalsed ettevõtjad.

Veebisait: <http://socifaction.com/>

1.3. EESTI

1.3.1. Ülevaade noorte MTÜ-de kohta, noortekeskuste osa noorsootöös

Eesti seadusandlus ei piira ega täpsusta, milliste eesmärkide täitmiseks võib luua mittetulundusühendusi. Mittetulundusühendusi ja sihtasutusi registreeritakse maakonna- ja linnavalitsuste vastavates osakondades. 2004. aastaks oli Eestis registreeritud umbes 20 000 MTÜ-d.

Noorteühendus on mittetulundusühendus, mille liikmetest vähemalt kaks kolmandikku on noored inimesed ning mille eesmärgiks on noorsootöö korraldamine ja läbiviimine. Eestis toimub selliste MTÜ-de kaudu tingimuste loomine selleks, et noored saaksid tegeleda enese arendamisega, et nad oleksid aktiivsed väljaspool oma perekonda, et neil oleks ligipääs täiskasvanutele mõeldud haridussüsteemile ning nad saaksid töötada nende poolt valitud alal. Iga-aastaseid noorteühenduste toetusi jagatakse järgmiste kriteeriumite järgi: vähemalt 500 noore liikmega noorteorganisatsioon, mille allüksused tegutsevad vähemalt ühel kolmandikul riigi territooriumist. Eestis korraldatakse avalike noortekeskuste ülesandeid noorsootööseaduse ja kohalike omavalitsuste seaduse järgi. Noortekeskus on noortetöö tegija, mille tegevust korraldab kohalik omavalitsus või mittetulundusühendus. Noortekeskused pakuvad mitmesuguseid teenuseid ning on peamised noorsootöö läbiviijad.

1.3.2. Noorte osakaal sotsiaalses ettevõtluses

Sotsiaalses ettevõtluses osalevate noorte osakaalu selgitamiseks viisid Aksel Kirch ja Tarmo Tuisk 2015. aasta septembris läbi uuringu, mille vaadeldi Eesti noorte suhtumist ettevõtlusse.

See uurimistöö annab parema ülevaate noorte arusaamadest ja nende osalemisest ettevõtluses, samuti ka nende ettevõtlusega seotud võimetest. Samateemalise uurimuse tegid ka Tallinna Tehnikaülikooli teadlased Urve Venesaar, Ene Kolbre ja Toomas Piliste. Nende uurimuse teemaks oli üliõpilaste suhtumine ettevõtluse ja valmisolek selles osaleda, noorte ettevõtjate isikuomadused ja tulevikuplaanid.

1. Ülevaade noortesektorist ning partnerriikides tegutsevad sotsiaalse ettevõtluse toetusorganisatsioonid

Üliõpilaste suhtumist ettevõtlusesse hinnati nende firma loomiseks vajaliku motivatsiooni alusel. Vastajate seas olid enamuses need, kes soovisid tegutseda oma soovide järgi, olulisel kohal oli eneseteostus. Väga tugev motivaator oli võimalus teenida suuremat sissetulekut. Kuigi eri sihtrühmade motivatsioon ettevõtluse alustamiseks oli erinev, oli peaaegu kõikidel vastajatel kavatsus tulevikus ettevõtlusega alustada. Tugevamini motiveeritud noored kavatsesid seda teha lähitulevikus, madalama motivatsiooniga üliõpilased lükkasid firma loomise kaugemasse tulevikku.

Mõlema uurimuse tulemused näitavad, mil viisil noored on ettevõtlusesse kaasatud, kuidas saadakse ettevõtlusest aru teoreetilisel tasandil, haridussüsteemis ja mida noored ettevõtjad teevad. Arvestati ka juba sotsiaalses ettevõtluses tegevate ja seda plaanivate noorte sotsiaalset ja igapäevast keskkonda ja selle mõju nende tegevusele.

1.3.3. Olulisemad organisatsioonid ja tegevused, mis toetavad noorte sotsiaalset ettevõtlust



Eesti Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku asutasid 19 sotsiaalset ettevõtet 11. aprillil 2012, see on mittetulundusühing, millesse praegu kuulub 48 Eesti parimat sotsiaalset ettevõtet. SEV-i peamiseks eesmärgiks on tõsta sotsiaalsete ettevõtete arvu, organisatsioonilist võimekust ja ühiskondlikku mõju. Selleks tegutseb SEV eestkõnelejana, toetab sotsiaalseid ettevõtteid (SEV-il on programmid sotsiaalse ettevõtluse arendamiseks, mis seavad rõhu müügitulemuste parandamisele ja fookuse teravdamisele, kvaliteedile ja oma tegevuse mõjule; kasutatakse erinevaid meetodeid, nagu näiteks disainmõtlemine ja *action learning*). 2016. aastal toodi prooviversioonina välja veebilahendus Eesti avalike organisatsioonide jaoks (sh sotsiaalsed ettevõtted), mille abil saab plaanida, analüüsida ja vahendada sotsiaalset mõju.

Veebisait: <https://sev.ee/en/>



Sotsiaalse Ettevõtluse Inkubaator (SEIKU) on esimene inkubaator Eestis. Selle lõi 2013. aastal sotsiaalne ettevõtte Domus Dorpatensis. SEIKU inkubaatori esimest tegevusaastat rahastas ka NFCS. Inkubaatori eesmärgiks on aidata ühiskondlikke probleeme lahendavatel ettevõtetel oma tegevust alustada. Ettevõtete eesmärgiks on aidata kohalikel inimestel, mittetulunduslikel organisatsioonidel ja teistel huvipooltel käima lükata oma sotsiaalsed ettevõtted.

Inkubaatori programmi kuulub koolitus, nõustamine, mentorlus ja töökoht kontor. Esimene, kaheksast sotsiaalsest ettevõttest koosnev rühm alustas oktoobris 2013. Inkubaatoris osalejatele on oluline, et nad kogevad teiste omasuguste toetust ning saavad nendega suhelda.

Veebisait: <http://seiku.ee/en/>



Heateo Sihtasutus (*Heateo SA*) on ainuke Balti riikides tegutsev strateegilise heategevuse organisatsioon. Sihtasutus keskendub laialdase mõjuga ühiskondlikele algatustele (nii sotsiaalsete ettevõtete kui ka ühenduste ja sihtasutuste teostatud). Sihtasutus valib toetuse saajateks suure probleemide lahendamise potentsiaaliga projektid ja organisatsioonid. Mõned neist on rajatud sihtasutuse enda poolt, teised on leitud organisatsioonide tegevuse tõhususe regulaarse mõõtmise tulemusena. Toetuse sisuks on rahalised investeeringud ja professionaalne nõustamine (nt vabatahtlikud Swedbankist, firmadest Hill & Knowlton, KPMG, Fontes). Lisaks sellele toetusele saavad organisatsioonid ka omavahel kogemusi vahetada ja suhelda.

Veebisait: <http://www.heategu.ee/>

1.4. ITAALIA

1.4.1. Noorte osakaal sotsiaalses ettevõtluses

Itaalias ei ole sotsiaalne ettevõtlus veel eriti laialt levinud, tavalises äritegevuses seda sageli ei kohta. Noorte suure tööpuuduse tulemusena (39,1% 2016.aastal) tekib aga järjest rohkem sotsiaalse ettevõtluse projekte, mis leiavad ka toetust. Kriis annab teed uutele võimalustele, mis vajavad ellujäämiseks toetusi. Itaalia kommertskoja andmetel seisab Itaalias peaaegu 56 000 ettevõtte eesotsas alla 25-aastane juht, üllatav on see, et nende hulk järjest kasvab – hoolimata riigis valdavalt levinud standardsest ärimudelist. Suurem osa neist ettevõtetest asuvad Lombardias (põhjas) ja Kampaanias (põhjas), seega leidub neid kogu maal. 2016. aastal vähenes alla 25-aastase juhiga ettevõtete arv võrreldes 2015. aastaga 5,6% võrra. Suur osa sotsiaalsetest ettevõtetest, projektidest, idufirmadest, algatustest ja inkubaatoritest tegelebki peamiselt noorte inimeste probleemidega ja noorsooalvaldkonnas. See aitab kinnistada mõtet, et innovaatilised ja sotsiaalsed ettevõtted on tulevikus meie kohaliku ja rahvusvahelise majandussüsteemi osalised. Itaalias kadus tavaettevõtetes 2008 ja 2014 vahel peaaegu 500 000 töökohta, sotsiaalsete koostööde töötajate koguarv on aga kasvanud 340 000-lt 407 000-ni, rekordilised 20,1%.

Olulisemad teed noorte sotsiaalsete ettevõtete toetamiseks (toetus võib olla nii rahaline kui ka koolituste või teabe kujul) on määratud riiklike poliitikatega, toetust pakuvad ülikoolid, erafirmad ja MTÜ-d.

1.4.2. Olulisemad organisatsioonid ja tegevused, mis toetavad noorte sotsiaalset ettevõtlust

Strateegiline roll on noortekeskustel, seda eriti üleminekuperioodil pärast kõrgkooli lõpetamist ja uute võimaluste leidmist. Olulisimaks tegevuseks on noortele teabe jagamine hariduse saamise võimaluste, praktika, tööturu, koolituste, töökohtadele kandideerimise ja eri sündmuste kohta. Itaalias on noortekeskuste ülesandeks järjest rohkem teabe jagamine noortele haridusvaldkonna kohta ning kultuurisündmuste korraldamine.

Tänu ülikoolide ja kohalike omavalitsuste koostööle on noortekeskused viimasel ajal hakanud tegutsema ka sotsiaalse ettevõtluse arendamise alal. Majanduskriisi ajal – nagu Itaalias praegusel hetkel – on kõige olulisem tõsta noorte teadlikkust nende endi loomingulise jõu kohta, mida on võimalik rakendada ja lihvida. Just sellel põhjusel on diskussioon ettevõtluse võimaluste kohta järjest rohkem päevakorras. On ka pikk kiriku juures tegutsevate noortekeskuste traditsioon (alates 16. sajandist), need keskused pakuvad loomulikult kindla iseloomuga teenuseid, mis on mängulised ja kogukonnatundele suunatud. Seadusandluses määrab MTÜ-de struktuuri kindlaks seadus 49/97, artikkel 28 (MTÜ-de tunnustamine) (http://www.cooperazioneallosviluppo.esteri.it/pdgcs/italiano/LeggiProcedure/Legge4987/pdf/legge_49.pdf).

Valisime tutvustamiseks parimad näited, mis iseloomustavad kõige paremini Itaalias noortele ja sotsiaalsete ettevõtlusele osaks saavat toetust.



AINULT VAPRAD

Sihtasutus „Ainult vaprad“ on *erainstitutsioon*, see on mitme kuulsa Itaalia moefirma emafirma, mis otsustas 2008. aastal hakata investeerima sotsiaalsesse ettevõtlusse. Eesmärgiks on valida eri valdkondades tegutsevad idufirmad (põllumajandus, haridus, tervishoid, veevõrk, energia, äri, naiste õigused, kommunikatsioon), mille missiooniks on võitlus ebavõrdsusega ning ebasoodsamas olukorras olevate piirkondade ja inimeste jätkusuutlikku arengusse panustamine kogu maailmas. Toetusi tehakse nii Itaalias kui ka rahvusvaheliselt.

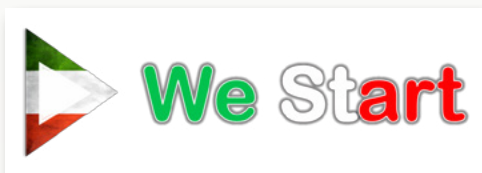
Veebisait: <http://www.otbfoundation.org/projects/>



POLIHUB

Polyhub on Milaano Polütehnikumi inkubaator, mida juhib Milaano Polütehnikumi Sihtasutus ja toetab Milaano linn seadmete tootmise firma PoliHub Servizi Srl kaudu. Seega on tegemist ülikooli poolse toetusega. PoliHubi peamiseks tegevusalaks on tehnoloogia ja inseneriteadus, missiooniks on innovaatiliste, paindliku ärimudeli alusel töötavate idufirmade toetamine ning teaduse, idufirmade ja kogenud innovatsioonimeelsete firmade vahelise suhtluse edendamine.

Veebisait: <http://www.polihub.it/>



WESTART

WESTART on hea näide idufirmade sotsiaalse mõju „võitlusest“. See toimub Napolis. WeStart on mõttekoda, koostöö Impact ja Rotaract Partenopea vahel, selle eesmärgiks on ökosüsteemi loomine, mille kaudu levitada parimaid praktikaid ja tutvustada algatust „Social Impact“ ning toetada aktiivselt ettevõtjate koolitamist, kes suudavad luua oma kogukonnale teenused pakkuva ettevõtte.

Veebisait: <http://www.westartitaly.com/>

1.5. PRANTSUSMAA

1.5.1. Noorte osakaal sotsiaalses ettevõtluses

Prantsuse näite põhjal näeme, et peale sotsiaalsete ettevõtluse idufirmade rahalise toetamise on oluline ka teadlikkuse tõstmine ja avalikkuse kaasamine.

Organisatsioon MakeSense võimaldab kõikidel kodanikel saada muutuse tegijaks ning ühiselt luua jätkusuutlikke lahendusi ühiskondlikele ja keskkonnaprobleemidele. MakeSense kogukond arvudes: 2000 toetust saanud ettevõtjat; rohkem kui 30 000 kaasatud inimest; 100 linna üle kogu maailma.

Kogukonna kaasamiseks on vaja selget arusaamist sotsiaalsest ettevõtlusest ning MakeSense on loonud oma definitsiooni: **Sotsiaalsed ettevõtjad loovad ettevõtte, mille peamine eesmärk on ühiskondlike ja keskkonnaprobleemide lahendamine.**



1. Ülevaade noortesektorist ning partnerriikides tegutsevad sotsiaalse ettevõtlike toetusorganisatsioonid

Tingimused:

- Otsene mõju kasusaajatele
- Töötada jätkusuutliku ärimudel rakendamise nimel
- Kasumit kasutatakse firma kasvamiseks ja parema toote või teenuse arendamiseks
- Vähemalt üks inimene testib lahendust 6 kuu jooksul

Ka Prantsusmaa sotsiaalsete ettevõtjate ees seisab palju probleeme, mis on seotud kommunikatsiooniga, äritegevusega, õigusvaldkonnaga jne. Kodanikud soovivad kaasa aidata neile oluliste küsimuste lahendamise juures, kuid nad ei tea, kuidas sellega algust teha. Suured tegijad, nagu näiteks korporatsioonid ja avalik-õiguslikud institutsioonid tahavad, et nende tegevus aitaks kaasa positiivse mõju suurendamisele ... kuid nad ei tea, mida on aja selleks teha!

Peamised sotsiaalse ettevõtlike inkubatsioonimehhanismid, milles noored saaksid osaleda:

- Üliõpilaste algatuste toetamine: KOOLITUSED;
- Toetada sotsiaalsete ettevõtlike kiirendite tööd;
- Ehitada KOGUKONDASID ja rakendada ellu kollektiivse tegevuse süsteeme;
- INSPIREERIDA noori sündmuste ja meedia kaudu.

Noorte osalemine kogukondade tegevuses vajab seda toetavate keskkondade ülesehitamist. Praegu tegutseb 49 kohalikku koordinaatorit ja 16 kohalikku hooandjat programmi elluviimiseks, mille kaudu MakeSense jõuaks 42 kohta.

At the core of MakeSense - A grassroots community of volunteers and entrepreneurs in 100 cities of the world...



A **community of volunteers**, engaged to support solutions to tackle issues they care about

30 000+ volunteers engaged in real life

A **network of pioneers social entrepreneurs**, who build impactful & sustainable solutions

2000+ entrepreneurs supported



CJDES (*Centres des jeunes, dirigeants et acteurs de l'économie sociale* – noortekeskustulevastele sotsiaalse ettevõtlike juhtidele ja tegijatele) on võrgustik kogemuste vahetamiseks, arutelude pidamiseks ja tegevusplaanide loomiseks. Nad korraldavad sündmusi, õhtusööke ja arutelusid sotsiaalse ettevõtlike teemadel. Veebisait: <http://cjdes.org/>

L'ESPER (*L'Economie Sociale Partenaire de l'Ecole de la République* – Vabariigi Kooli partner sotsiaalse ettevõtlike alal) võimaldab oma liikmete kogemuste vahetamist ja dialoogi pidamist (46 tervisekindlustuse ettevõtet, kooperatiivi ja muud organisatsiooni), et populariseerida sotsiaalset ettevõtlust ja Prantsuse vabariiklikke väärtusi noorte hulgas. Õppejõud ja õpetajad saavad pöörduda L'ESPER-i poole, kui nad tahavad neid teemasid õppetöös käsitleda. Veebisait: <http://lesper.fr/>

1. Ülevaade noortesektorist ning partnerriikides tegutsevad sotsiaalse ettevõtluse toetusorganisatsioonid

Igas Prantsusmaa regioonis on kasutusel omad sotsiaalse ettevõtluse vahendid ja allikad. Näiteks Pariisis tegutsev „Atelier“ ja sellega seotud ringkonnad ning nende programm SUCCESSION! tõstab sotsiaalse ettevõtluse alast teadlikkust 18-30-aastaste noorte seas). Veebisait: <http://www.vosvaleursfontcarriere.fr/>

1.5.2. Olulisemad organisatsioonid ja tegevused, mis toetavad noorte sotsiaalset ettevõtlust



Chambre Regionales de l'Economie Sociale et Solidaires (CN CRES) – (Regionaalne sotsiaalse ja solidaarse majanduse koda) on valitsusasutus. CN CRES tervitab sotsiaalse ettevõtluse vastu huvi tundvaid inimesi ning jagab neile teavet ja aitab uustulnukatel paremini õiget teerada leida. CN CRES pakub uutele ettevõtjatele vahendeid ettevõtete loomiseks. CN CRES haldab ka veebisaiti ja foorumeid, kus jagatakse teavet tööturu kohta, et noortel inimestel oleks parem ligipääs tööturule.

Veebisait: http://www.cncres.org/accueil_cncres



Avise on insenerikeskus ja ressursside keskus. Avise toetab ühiskonnale kasu toovate ühenduste loomist ja arendamist. Avise on riiklik ettevõtmine, seega toimub selle tegevus peamiselt vahendite ja ressursside jagamise teel, Avise ei tegutse maa eri regioonides koha peal.

Avise pakub:

- Internetiportaali avise.org, mis vahendab noorte teadlikkuse tõstmise tööriistu.
- Koguaruanne teemal „kuidas tõsta noorte teadlikkust sotsiaalse ettevõtluse osas“
- Juhendid sotsiaalses ettevõtluses töö leidmiseks
- Videod sotsiaalse ettevõtluse ideede levitamiseks noorte seas: „Tu connais l'ESS?“ – „Kas tead, mis on sotsiaalne ettevõtlus?“
- Töövahendeid sotsiaalsetele ettevõtjatele sündmuste korraldamiseks
- „Say Yess“ meediakanal, kus räägitakse sotsiaalsete ettevõtjate edulugusid (positiivne meedia on Prantsuse noorte seas populaarne)

Veebisait: <http://www.avise.org/>



Animafac on üliõpilaste algatusi ja organisatsioone toetav võrgustik. Animafac'il on palju professionaalse integratsiooni ja mittetulundusliku tegevuse edendamise vahendeid. Veebisait on mõeldud üliõpilastele. Teised programmid on loodud hiljuti ülikooli lõpetanutele (*Pro'Pulse*) ja noortele ettevõtjatele (*pépinière l'Arsenal*).

Sotsiaalsed ettevõtlust toetavad:

La confédération générale des Scop – võrgustik, mis toetab ettevõtete loomist, uuendamist ja muutumist kooperatiivse tootmisühenduse kujul (Scop) või kooperatiivse kollektiivse huvirühma kujul (Scic). Nad pakuvad pedagoogilist abi ning aitavad professionaalidel aru saada kooperatiivide tegevusest.

Solidarité étudiante korraldab ja koordineerib koostööalgatusi, solidaarsusel põhinevaid tegevusi ja aitab üliõpilasi nende igapäevaelus. Nad aitavad korraldada iga aasta septembris toimuvad üliõpilaste sotsiaalse ettevõtluse nädalat.

Need organisatsioonid viivad omavahel kokku sotsiaalseid ettevõtjaid ja inkubaatoreid, siis kui projekt on käima lükatud.



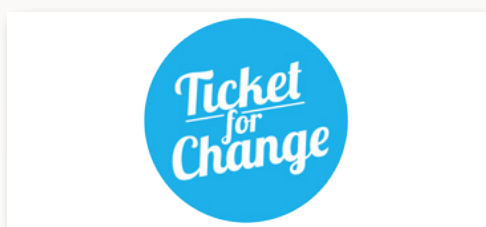
Enactus toetab üliõpilasi sotsiaalse ettevõtte loomisel. Nad pakuvad koolitusi, sündmusi, riiklikke ja rahvusvahelisi võistlusi. Nad teevad koostööd ülikoolide ja koolidega, et tõsta noorte teadlikkust sotsiaalse ettevõtluse osas. Nad pakuvad oma liikmetele ka professionaalset nõustamist.

Veebisait: <http://enactus.fr/>



MakeSense populariseerib sotsiaalse ettevõtluse ideed. Nad koolitavad vabatahtlikke, kes suudaksid lahendada sotsiaalsete ettevõtjate probleeme või hakkaksid ise sotsiaalseks ettevõtjaks. MakeSense'il on ka äriharu (CommonsSense), mis töötab selle nimel, et luua kogukondi suurte ettevõtete sees. Nende haru „SenseSchool“ viib ettevõtjaid koolidesse ja ülikoolidesse.

Veebisait: <https://www.makesense.org/>



Ticket for Change aitab noortel toime tulla tänapäeva maailma probleemidega. Nad loid ka veebikoolituse ning abistavad noori sotsiaalseid ettevõtjaid ettevõtte loomise ja ülesehitamise juures.

Veebisait: <http://www.ticketforchange.org/>

2. VEEBIKÜSITLUS – KUIDAS EDENDADA SOTSIAALSET ETTEVÕTLUST NOORTE HULGAS

Selleks et koguda asjakohast teavet noortekeskuste rolli kohta ning saada ülevaadet noorte MTÜ-de tegevusest viidi Lätis, Leedus ja Eestis läbi uurimus „Sotsiaalse ettevõtluse edendamine noorte seas“.

Uurimuse eesmärgiks oli leida, mil määral noored osalevad noorteorganisatsioonide korraldatud üritustel ja milline on nende ürituste sisu. Samuti sooviti teada, millised on noorte huvid ja teadmised, suhtumine sotsiaalsetesse probleemidesse, kui palju noored mõjutavad probleemide lahendamist ja mida nad arvavad sotsiaalsest ettevõtlusest. Uurimus käsitles ka organisatsioonide huvi tutvustada sotsiaalset ettevõtlust ja korraldada vastavaid sündmusi, uuriti ka seda, milliseid tegevusi, toetust ja teavet on vaja tulevikus.

2.1. VASTAJATE ISELOOMUSTUS

Uuringus osales kokku 93 Balti riikide noorteorganisatsiooni: 30 Lätist, 37 Leedust ja 26 Eestist. Seega saab uuringu põhjal adekvaatse ülevaate praegusest olukorrast. Keskmiselt 40% vastajatest (48,6% Leedu vastajatest) olid pärit maapiirkondadest ning 60% linnadest.

Paljudel uuringus osalenud organisatsioonidest on rohkem kui 5 aasta pikkune noorsootöö kogemus (47,6%). 40,06% organisatsioonidest on noorsootööd teinud 1 kuni 5 aastat.

Tegevustes osalevate noorte hulk on kõigis kolmes riigis kuude kaupa erinev: 20 kuni 50 noort inimest kuus osales Lätis 20%, Leedus 37,8% ning Eestis 45,5% organisatsioonide tegevuses. Rohkem kui 50 noort osales Lätis 20%, Leedus 29,7% ja Eestis 13,6% organisatsioonide tegevuses. Vähem kui 20 noort inimest osales Lätis 60%, Leedus 32,4% ja Eestis 40,9% kõikides uuringus osalenud organisatsioonide tegevuses.

Balti riikide MTÜ-dest rääkides on oluline vaadelda ka organisatsioonide peamisi rahastusallikaid. Suurem osa organisatsioonidest saab toetust fondidelt, projektide ja programmide kaudu: 46,7% Lätis, 43,2% Leedus ja 40,9% Eestis. 13,5% Leedu vastajatest saab toetust regionaalsetelt fondidelt, 8,1 % kohalikelt omavalitsustelt. Lätis rahastavad kohalikud omavalitsused 40% noorsoo-organisatsioonide tööd, kuid Eestis ainult 9%. Tasub mainida, et 16,2% Leedu vastajatest ütles, et nad ei kasuta ühegi fondi toetusi ning saavad toetust mujalt, Lätis ei ole 6,7% mittetulundusühendustest oma eelarvet, Eestis tegutseb 9% neist äriliste põhimõtete alusel.

Võib öelda, et Balti riikide MTÜ-de peamiseks rahastusallikaks on fondid, projektid, programmid ning et riigilt saadav toetus ei ole piisav (välja arvatud Läti puhul).

2.2. NOORTEORGANISATSIOONIDE KÜSIMUSTIKE ANALÜÜS KOLMES RIIGIS: EESTIS, LÄTIS, LEEDUS

Selles peatükis on esitatud põhjalikum analüüs tegevuste ja noorte osaluse kohta nendes tegevustes, analüüsi aluseks on uuringus osalenud organisatsioonide vastused, eriti põhjalikult uuriti ettevõtluse alase haridusega seotud teemasid. Analüüsiti ka seda, kuidas noored tajuvad sotsiaalseid probleeme ning kui suur on nende valmisolek osaleda nende lahendamises.

Noorte inimeste nõudmiste ja osalemise kohta organisatsioonide tegevuses ütles umbes 1/3 vastanutest, et uute oskuste omandamine ja praktiline abi oma mõtete eoks tegemisel on väga tähtsal kohal. Vastajad ütlesid, et nende tegevuses osalevatele noortele on sotsiaalsed aspektid ja suhtlemine mõttekaslastega samuti väga olulised. Kõige olulisemaks teguriks noorte motiveerimisel organisatsioonide tegevuses osaleda osutus koos olemine. Mainiti veel



2. Veebiküsitlus – kuidas edendada sotsiaalset ettevõtlust noorte hulgas

paljusid teisi motiveerivaid tegureid: meelelahutus, uued oskused, praktiline abi projektide elluviimisel. Lätis peeti kõige vähem oluliseks moraalset toetust ja tegutsemisele julgustamist, neid ja meelelahutust peeti pigem kõrvalise tähtsusega, ja mitte kõige olulisemaks motivaatoriks. Kokkuvõtteks võib öelda, et organisatsioonide töös osalevate noorte erinevate vajaduste rahuldamine on oluline osa tööst.

Kui püüame teada saada, millised on organisatsioonide tegevuses osalevate noorte vajadused, tuleks arvestada nii mõnegi teguriga: üks neist on organisatsioonile omaste tegevustega arvestamine, teine organisatsiooni poolt noortele antav toetus.

Uurimuses osalejatelt küsiti nende arvamust noorte osalemise kohta organisatsioonide töös ja sotsiaalsete probleemide lahendamises. Rohkem kui pooled vastajatest usuvad, et noored saavad sotsiaalsetest probleemidest üldiselt hästi aru, kuid neil ei ole plaanis osaleda nende lahendamise juures. 37, 8% Leedu, 47% Eesti ning ainult 16,7% Läti vastajatest ütlesid, et noori huvitab sotsiaalsetele probleemidele vastuste leidmine. Lätis on ka kõige rohkem neid, kes ei ole sotsiaalsetest probleemidest teadlikud – 23,7%.

Vastajad pidasid üheks võtmelemendiks seda, et noored ei tunne, et suudaksid sotsiaalseid probleeme lahendada, kuna välised tingimused – nagu näiteks ebasoodne keskkond ja vähene toetus – ei tööta nende kasuks (keskmiselt 40% vastajatest). Umbes 20% vastajatest ütles, et noored kipuvad vastutust teiste peale lükkama, umbes 14% vastajatest arvab, et noortel pole piisavalt enesekindlust, sellepärast, et nad usuvad, et ei suuda olukordi hallata ega muuta. Teised vastajad mainisid, et noortel lihtsalt pole mõtteid, kuidas sotsiaalseid probleeme võiks lahendada ning et noori ei huvita lahenduste otsimine.

Vastajate sõnul on umbes 1/3 noortest ühiskondlike probleemide suhtes optimistlikult meelestatud ning kavatseb kaasa lüüa nende lahendamises, need noored on alati ka teistega jagama oma parimaid praktikaid ning neilt õppima. 29,4% Leedu ja 16,7% Läti vastajatest ütles, et noored suudavad sotsiaalseid probleeme mõista, kuid ei avalda soovi tegutseda nende lahendamise nimel ning 1/3 vastajatest mainis, et noored osalevad sotsiaalsete probleemide lahenduste väljatöötamisel aktiivselt.

Küsimusele **kas noored inimesed peavad äritegevust, ettevõtte loomist üheks sotsiaalsete probleemide lahenduseks** anti nii positiivseid kui ka negatiivseid vastuseid: Leedus oli positiivseid vastuseid 51,4% ja negatiivseid 48,6%; Eestis vastavalt 52,2% ja 47,8%, ning ainult Lätis arvas suurem osa vastajatest, et noored ei pea äritegevust ja oma firma loomist sotsiaalsete probleemide lahendamise viisiks – positiivselt vastas 26,7% ning negatiivselt 73,3% küsitletutest.

Vastuseks küsimusele, mis on peamised takistavad tegurid, mis hoiavad noori oma firmat asutamast, et lahendada kõige põletavamaid sotsiaalseid probleeme, vastas 70,3% Leedu, 52,4 % Eesti ja 60% Läti küsitletutest, et noored arvavad, et äritegevus võib küll aidata lahendada sotsiaalseid probleeme, kuid raske on firma loomise ideed ellu viia. Oli ka neid, kes arvasid, et äritegevus ei aita sotsiaalsete probleemide lahendamisele kaasa ning neid, kes usuvad, et noored ei pea äritegevust sotsiaalsete probleemide lahendamise võimaluseks.

Kokkuvõtteks võib öelda, et noored on äritegevuse suhtes positiivselt meelestatud, nad peavad seda tõhusaks viisiks lahendada sotsiaalseid probleeme, kuid on oluline märkida, et Balti riikides paistab praegu olevat vähe positiivseid praktikaid ja näiteid.



2. Veebiküsitlus – kuidas edendada sotsiaalset ettevõtlust noorte hulgas

Järgmised küsimused tegelesid rohkem sellega, kuidas noorteorganisatsioonid saaksid anda oma osa (kui nad seda soovivad teha) noorte teavitamiseks erinevate äritegevuse võimaluste kohta ning äritegevuse (sh sotsiaalse ettevõtluse) populariseerimiseks noorte hulgas. Lätis ja Eestis ütles rohkem kui 70% vastajatest, et nad teavitavad noori inimesi erinevatest äriideede arendamise võimalustest, Leedus tegid seda 48, 6%, ning koguni 51, 4% vastas, et nemad sellega ei tegele. Teabe jagamiseks äriideede arendamise kohta kasutatakse sihtotstarbeliste sündmuste ja tegevuste korraldamiseks, mainiti ka veebiväljaannete loomist. Teiste võimalustena mainiti: trükitud infomaterjalid, mis on saadaval organisatsiooni kontorites, e-mailide teel levitatavad infokirjad ja sotsiaalmeedia.

Organisatsioonide esindajad ütlesid, et noorte ettevõtluse (sh sotsiaalse ettevõtluse) edendamise üks vajalikumaid vahendeid on rahaline toetus ning teave rahalise toetuse saamise võimaluste kohta, nagu näiteks lisatoetused ideede realiseerimise jaoks (kust leida tööjõudu ja aega) ning noorte pilootprojektide jaoks. Uurimuse kestel kogutud andmetest selgus ka, et väga olulisel kohal on koolitus ja kutseõpe (tehnoloogiaalne väljaõpe oskustöölisele ning koolitused noortele õpetajatele), abi on isegi sellest, kui spetsialistid noortega rääkimas käivad ning aitavad neil leida oma rada ning julgustavad neid.

Lisaks sellele selgus, et noorteorganisatsioonid vajavad toetust ja teavet järgmistel teemadel:

- Millised spetsialistid koordineerivad koolitusi, kus õpetatakse kasutama olemasolevaid rahastusvõimalusi;
- Millised spetsialistid oskaksid vabas õhkkonnas rääkida ja motiveerida noori inimesi ettevõtluse alal ning aidata neil nende probleeme lahendada;
- Harivad loomingulised õpitoad;
- Informatsioon toetusevõimaluste kohta, sh rahastamine, kuid mitte ainult.

Viimane ja kõige olulisem küsimus oli: millised eritegevused, mille abil saab tõsta noorte huvi sotsiaalse ettevõtluse vastu, pakuksid huvi teie linna/piirkonna/regiooni noortele?



Vastuste aluse saab plaanida noortesektori sotsiaalse ettevõtluse populariseerimise tegevusi:

- Sotsiaalse ettevõtluse ideede arendamise mentorid
- Edulugude jagamise õhtud, sotsiaalsete ettevõtjate esinemised noortele, kohtumised nendega
- Sotsiaalsete ettevõtete külastamine
- Praktika sotsiaalses ettevõttes
- Sotsiaalsete ettevõtjate „töövarjuks“ olemine
- Sotsiaalsete ettevõtjate igapäevatöö jälgimine
- Suvine praktika sotsiaalsetes ettevõtetes
- Osalemine sotsiaalmeedia temaatilistes rühmades
- Sotsiaalsete probleemide kaardistamine, ajurünnakud ja sõnastamine, samas ka sobivaimate lahenduste loomine
- Mentorite toetus sotsiaalse ettevõtte idee arendusjärgus
- Koolitused sotsiaalse ettevõtluse teemadele
- Erarahastus erasektorist



2.3. KOKKUVÕTE

Uurimistulemuste alusel sai selgeks, et noorteorganisatsioonid on huvitatud ettevõtluse populariseerimisest noorte seas ning teevadki seda juba üsna edukalt, järjest rohkem tutvustatakse noortele inimestele ka sotsiaalset ettevõtlust ning võimalusi selles osaleda. Võtmeküsimuseks on noorte huvi sotsiaalsete probleemide lahendamise vastu, selleks tuleb neile jagada vajalikku teavet ning praktilist abi.

Vastajate meelest on sotsiaalse ettevõtluse edendamiseks vaja turgutada koostööd praeguste sotsiaalsete ettevõtjate, toetusorganisatsioonide ja noorteorganisatsioonide vahel – selleks võib korraldada kohalikke ühisüritusi, kutsuda ettevõtjaid noorte inimestega rääkida ja arutlema, et tõsta teadlikkust ühiskonnaelus osalemise suhtes ning ka sotsiaalsete probleemide suhtes. Neil teemadel tuleb rohkem rääkida, püüda selgitada probleemide põhjused ning aidata leida viise, kuidas probleeme sotsiaalse ettevõtluse abil lahendada.

Käesolevas juhendis jagame teavet toetusmeetmete kohta, mida Balti riikides praegu kasutatakse, kiirendite, inkubaatorite ja toetusorganisatsioonide kohta, ning käsitleme ka parimaid praktikaid. Siit leiate ka viited allikmaterjalide juurde, mida noored võiksid tundma õppida, samuti kaks metodoloogiat, mis on välja töötatud spetsiaalselt selleks, et kaasata inimese sotsiaalsete teemade käsitlemisse ning aidata vähendada sotsiaalse ettevõtlusega seotud teadmatust.



3. SIHTRÜHMA ARUTELU: KUIDAS TOETADA NOORTEORGANISATSIOONIDE TEGEVUST SOTSIAALSE ETTEVÕTLUSE POPULARISEERIMISEL NOORTESEKTORIS

Projekti "Development and promotion of social business in the youth sector" („Sotsiaalse ettevõtluse areng ja edendamine noortesektoris“) töörühm korraldas sihtrühmale arutelusid ning tõi kokku eri huvipooled – sotsiaalse ettevõtluse toetusorganisatsioonid ja noorteorganisatsioonid, samuti ka ülikoolid – selleks, et määrata kindlaks peamised sotsiaalset ettevõtlust takistavad tegurid (eriti noorte osalemist takistavad tegurid). Otsiti võimalusi sotsiaalse ettevõtluse laiemaks tutvustamiseks, koostöövõimaluste ja vastastikuse toetuse loomiseks. Selle peatüki esimese osas antakse ülevaade sellest, millised on sotsiaalset ettevõtluse arengut ja tunnustamist takistavad tegurid, teises osas esitatakse järeldused ja soovitud olukorra parandamiseks.

3.1. SIHTRÜHMA ARUTLUS TEEMAL, MILLISTE TOETUSMEHHAANISMIDEGA AIDATA KAASA NOORTE SOTSIAALSETE ETTEVÕTJATE INKUBATSIOONIPROTSESSILE

Peeti kolm sihtrühma arutlust Balti riikides ning tehti intervjuusid projekti teemadel Itaalias ja Prantsusmaal, eesmärgiks oli parem arusaamine sellest, milline on hetkel sotsiaalset ettevõtlust toetav keskkond ning milliste mehhanismide abil oleks võimalik seda veel tõhusamalt toetada.

Sihtrühmad proovisid vastata järgmistele küsimustele:

1. Kuidas oleks võimalik populariseerida sotsiaalset ettevõtlust noorte seas ja miks see on oluline?
2. Millised on noorte ees seisvad suurimad takistused, kui nad soovivad alustada sotsiaalse ettevõtlusega?
3. Millised on olemasolevad toetusmehhanismid, nii hariduslikud kui ka rahalised?
4. Mida saavad noortekeskused teha sotsiaalse ettevõtluse edendamiseks noorte hulgas?
5. Kuidas saavad noortekeskused mõjutada sotsiaalse ettevõtluse levikut noorte seas? Kuidas seda mõju luua?

Läti sihtrühma arutelu toimus Riias jaanuaris 2017 ning selles osalesid erinevad huvipooled: Sotsiaalse Ettevõtluse Liit, 3 äriinkubaatori esindajad ning noorteorganisatsioonide esindajad. Leedu sihtrühma arutelu toimus märtsis 2017 ning selles osalesid valitsuse ja riiklike MTÜ-de esindajad, arvamused ja Leedu sotsiaalset ettevõtlust edendavad mittetulundusühendused. Eesti sihtrühma arutlus toimus jaanuaris 2017 ning selles osalesid: kõrgkoolid, ülikoolid, noorsootöötajad, õpetajad ja Eestis elavad välismaalased. Itaalias ja Prantsusmaal tehtud intervjuusid käsitletakse allpool peatükis „Noorte osakaal sotsiaalses ettevõtluses“.

”

Noore põlvkonna jaoks on väga oluline teha tähendusrikkaid asju ning sotsiaalne ettevõtlus aitab neil selleni jõuda.

3.1.1. Läti

Lätis on praegu olemas erinevaid hariduslikke materjale ja teavet sotsiaalse ettevõtluse kohta, kuid seda ei jagata noortele. Noortel inimestel puudub arusaamine sotsiaalse ettevõtluse olemusest. Ei piisa pelgast soovituselt: siin on see link, vaadake sealt! Noored tahavad kõike „katsuda“, järele proovida, läbi teha. Noored on viimasel ajal äritegevuses ja mittetulundusühendustes aktiivsemaks muutunud, nad tahavad lahendada sotsiaalseid probleeme, töötada loominguliste ja kultuuriprojektide juures, nad tahavad töötada lastega, noortega, riskirühmadega.



3. Sihtrühma arutelu: kuidas toetada noorteorganisatsioonide tegevust sotsiaalse ettevõtluse populariseerimisel noortesektoris

Noorte osalemine sotsiaalses ettevõtluses on keskse tähendusega, sest valikud, mida noored teevad praegu, määravad selle, milliseks kujuneb meie tulevik, kuidas ettevõtted edaspidi tegutsevad. Mida rohkem noored teavad sotsiaalse ettevõtluse kohta, seda suurema sotsiaalse vastutustundega on ettevõtjad tulevikus!

Kuid on ka takistusi, miks noored ei saa sotsiaalses ettevõtluses osaleda, näiteks:

- Saadaval pole piisavalt teavet selle kohta, kuidas noortekeskused peaksid tegutsema ja mis on sotsiaalne ettevõtlus;
- Motivatsioon. Kas noored üldse tahavadki sellega tegeleda? On võimatu sundida kedagi rajama uut laadi firmat, kui neil pole sel alal ambitsioone, kui nad ei soovi ennast ületada ja oma „mugavustsoonist“ välja astuda. **Kõige parem meede noorte kaasamiseks on nende endi huvi asja vastu;**
- Kaasnevad hüved on samuti väga oluline argument uue firma või sotsiaalse ettevõtte loomisel;
- Sotsiaalse ettevõtluse potentsiaal. Kui sotsiaalne ettevõtlus populaarsust ei kogu ega ole noortele „nähtav“, siis noored selle juurde ei jõua. Sotsiaalset ettevõtlust tuleks tutvustada mitte ainult rahavoogude liigutamise vahendina, rohkem tuleks rääkida selle sotsiaalsest mõjust;
- Hirm ettevõtlusega alustada, kuna see paistab olevat liiga keeruline – ettevõtjaks hakkamine toob kaasa liiga palju keerulist asjaajamist ja raskeid ülesandeid.
- Need, kes hakkavad tegelema sotsiaalse ettevõtlusega, pole tavaliselt ettevõtja tüüpi inimesed, nad on pigem inimesed, kes tahavad teha heategevust. Edukas sotsiaalses ettevõttes peaks olema erinevaid isiksusi: ühtede huvialaks on sotsiaalsed küsimused, teised mõtleavad rohkem äriliste asjade peale. Sotsiaalne ettevõtte peaks pidevalt arenema, seal töötavad inimesed peaksid suutma muuta oma mõttemalle ning end pidevalt äri alal harima.
- Teadmiste puudus, on vaja tutvustada kogu maailmast pärit näiteid sotsiaalsete ettevõtete kohta, et näidata, et selline ettevõtte võib toota kasumit.

3.1.2. Leedu

Praegu valitsevad tingimused:

- Leedu haridus- ja teadusministeerium on seadnud sotsiaalse ettevõtluse edendamise oma prioriteediks. Ministeerium ärgitab sotsiaalseid ettevõtjaid ja teadlasi koostööle.
- Finantstoetuse mehhanismid toimivad peamiselt Leedu regioonides, märkimisväärne osa investeringutest sotsiaalsesse ettevõtlusesse tuleb maaelu arenguprogrammidest.
- JTBA rahvusvahelises juhendis esitatud sotsiaalse ettevõtluse populariseerimise põhimõtteid võib pidada toetusmehhanismiks, mille abil levitada sotsiaalse ettevõtluse ideed noorte seas. Toetusmehhanismide hulka kuuluvad programmid nagu Erasmus, mille üheks prioriteediks on sotsiaalne ettevõtlus.
- Mittetulundusühendused on teine tähtis koht, kus sotsiaalse ettevõtluse idee on juba kanda kinnitanud.
- Kiirendi Reach for Change, linnades ja regioonides läbi viidavad noorte juhtide programmid ning projekt Socifaction kuuluvad peamiste sotsiaalse ettevõtluse ideede levitamise kanalite hulka.
- Ülikoolide juhitud programmid pakuvad noortele sotsiaalsetele ettevõtjatele haridusalast tuge ning Leedu teadlaste *hackathon* ChangeMakers'ON on üks neist hariduslikest toetusmehhanismidest.

3.1.3. Eesti

Eesti sihtrühm keskendus teemadele, nagu näiteks: kuidas on võimalik populariseerida sotsiaalset ettevõtlust noorte seas; kuidas paremini ära kasutada sotsiaalmeedia ja sotsiaalse turundamise vahendeid, korraldada kokkusaamisi ettevõtjatega, esile tuua edukaid ettevõtteid ning kasutada riiklike abimeetmeid (töötukassa). Kõrgkoolid saavad anda oma osa tõstes noorte teadlikkust.

Ka Eestis tuvastati samade takistavate tegurite olemasolu: teadmiste, pealehakkamise, mentorluse ja motivatsiooni puudus, vähene arvestamine maapiirkondadega ning ebapiisav toetus neile, seetõttu püsib maapiirkondades konservatiivne suhtumine muutustesse ning uute mõtete elluviimisse.



”

noor inimene = väheste kogemustega inimene

Oma firma või sotsiaalse ettevõtluse alustamiseks tuleb läbi teha bürokraatia kadalipp, see võtab palju aega, samuti kulub aega partnerite ja investorite leidmise peale, kes sooviksid oluliste probleemide lahendamisega tegeleda.

Kõige sagedamini kostub vastustest, et väga levinud on seisukoht, et

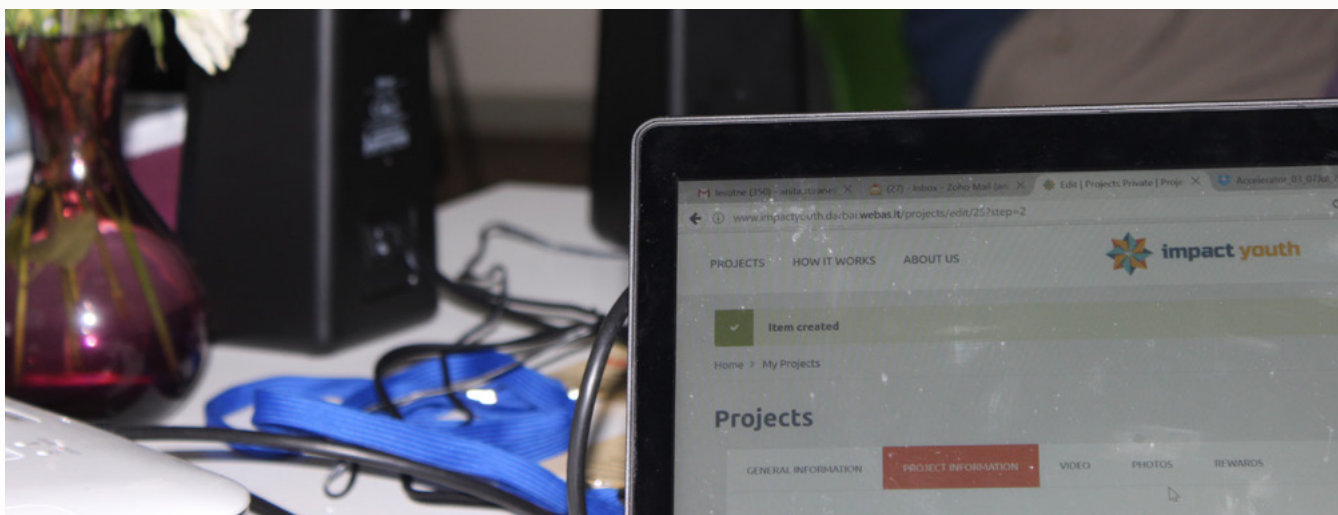
3.2. JÄRELDUSED IGA RIIGI KOHTA JA SOOVITUSED SOTSIAALSE ETTEVÕTLUSE ARENDAMISEKS NOORTE HULGAS

Soovitused põhinevad sihtrühma arutelude tulemustel. Soovitused puudutavad eelkõige võrgustike tööd ja rahastamist, seega tuleb arvestada, et sotsiaalne ettevõtlus ei juurdu noorte seas ilma toetava keskkonna loomiseta, sealhulgas ka soosiv avalik arvamus ja poliitiline tahe lülitada noortepoliitikasse ja haridussüsteemi sotsiaalset ettevõtlust toetavaid meetmeid. Nendest lahus olevad jõupingutused annavad tulemuseks ainult väikesi edusamme, samas kui süsteemne ja sihtotstarbeline töö mitmel rindel korraga loob sünergiat vajalike eesmärkide saavutamiseks. Järgnevalt on esitatud tulemused riikide kaupa, kõikide Balti riikide sihtrühmade aruteludes tuli esile ka palju ühised jooni.

3.2.1. Läti

Kokkuvõte:

- Noortekeskused ei ole pelgalt keskkond, kust saab teavet sotsiaalse ettevõtluse kohta, need on ka suurepäraseid kohad, kus jälgida sotsiaalsete probleemide arengut ning pidada arutelusid võimalike lahenduste üle. Raskete olukordade tuvastamiseks saab ideid arendada ideede genereerimise programmides, demola-platvormidel, rühmatöö või ekspertide abil.
- Sotsiaalse ettevõtluse aluseks on sotsiaalse probleemi lahendamine, seega on oluline üles leida probleemid ja raskused ning välja töötada lahendus ning äriidee järgmiste sammude kaudu:
 - 1) probleemide kaardistamine;
 - 2) lahenduste otsimine;
 - 3) lahenduse esitamine;
 - 4) idee arendamine ettevõtluskeskkonda silmas pidades.
- Selleks on vajalikud koostöös kohalike omavalitsuste, kõrgkoolide ja kohalike firmadega anda parimatele ideedele ja projektidele toetusi. Kohalikud omavalitsused seavad oma peamised eesmärgid ise, kuid noortekeskused saavad selles palju kaasa rääkida, näiteks mõnele sotsiaalsele probleemile suuremat tähelepanu pöörates.
- Noortekeskuste roll võrgustiku loomisel ja „tuumikprobleemide“ valimisel on keskse tähendusega – just nemad töötavad ju ka edaspidi asjast huvitatud noortega ning aitavad neil antud teemal teadmisi koguda.



3. Sihtrühma arutelu: kuidas toetada noorteorganisatsioonide tegevust sotsiaalse ettevõtluse populariseerimisel noortesektoris

Soovitused noorte äritegevuse arendamiseks:

- on vajalik luua sotsiaalse ettevõtluse agentuur One stop, teabematerjalid, koolitada vabatahtlikke konsultante, anda ruumid esimese konsultatsiooni läbiviimiseks; inspireerida noori ja rääkida sotsiaalse ettevõtluse teemadel, anda neile vähemalt kaks kolmest toetusmeetmest: ärikonsultatsioon ja võrgustik;
- teabejagamise õhtud ja kohtumised, inspireerivate lugude jagamine, kuid samuti ka lood läbikukumistest – toimumise koht: noortekeskused;
- luua sotsiaalsetes ettevõtetes praktikakohti;
- sotsiaalsetes ettevõtetes „töövarjuks“ käimine;
- sotsiaalsed ettevõtted peaksid tegutsema proaktiivselt ning looma noortele võimalusi oma tegevusega tutvumiseks;
- kooliõpilastele suviste töökohtade loomise sotsiaalsetes ettevõtetes;
- haridusprogramm, mille sisuks oleks võistlused, ettevõtlus ja ka sotsiaalne ettevõtlus;
- sotsiaalse ettevõtluse tunnustamine oma kogukonnas;
- käia koolides ning anda õpilastele lahendamiseks kindlaid sotsiaalseid probleeme.



3.2.2. Leedu

Võrgustikustrateegiad ja töövahendid sotsiaalse ettevõtluse populariseerimiseks noorte hulgas

Võrgustikutööd peaks toetama:

1. Võrgustikustrateegiate loomise ja elluviimise kaudu, et muuta sotsiaalne ettevõtlus nähtavaks ning anda sellele ühiskonnas suuremat toetuspinda:
 - Loominguline sotsiaalmeedia kampaania, mis sisaldab muuhulgas Facebook'i võistlusi, YouTube'i videote postitamist, mikroblogisid, sotsiaalse ettevõtluse ideede poolt hääletamist sotsiaalvõrgustikes, inspireerivate videote ja piltide tegemine – kõik see võib tekitada senisest oluliselt suuremat huvi sotsiaalse ettevõtluse vastu.
 - Olemasolevate veebisaitide kasutamine.
2. Arendada ja reklaamida võrgustike töövahendeid ja võimalusi ning aidata noortel olla sotsiaalsed ettevõtjad:
 - Sotsiaalsete ettevõtete käsiraamat: www.verslilietuva.lt/lt/socialinis-verslas See on hea sissejuhatus teemasse, interaktiivne töövahend annaks aga huvilistele parema ettekujutuse sellest, kuidas sotsiaalse ettevõttega algust teha ning noortel asjahuvilistel oleks sellest palju kasu.
 - Mentorlus on oluline sotsiaalse ettevõtluse populariseerimise vahend ning seda saab teha ka interneti ja sotsiaalvõrgustike kaudu.



3. Sihtrühma arutelu: kuidas toetada noorteorganisatsioonide tegevust sotsiaalse ettevõtluse populariseerimisel noortesektoris

3. Olemasolevate sotsiaalse ettevõtluse kogukondade toetamine: kuidas luua paremaid strateegiaid ja tugevdada võrgustike tööd

- Tuleb edendada koostööd valitsusasutuste, MTÜ-de, aramusliidrite, kõrgkoolide, kohalike kogukondade vahel – kõikide sotsiaalse ettevõtluse ideed arendavate asjaosaliste vahel.
- Sotsiaalse ettevõtluse ideed välismaalt, mida saaks ellu viia ka Leedus – näiteks veebitöövahenditega seotud ideed.

Soovitused sotsiaalse ettevõtluse populariseerimiseks Leedu noorte hulgas:

- Noorte ettevõtjate toetamiseks vajalike mehhanismide loomiseks on vaja mõista noori inimesi ning määrata kindlaks nende vajadused.
- Poliitiline tahe on noorte sotsiaalsest ettevõtlusest huvitatud inimeste leidmisel väga oluline.
- Oluline on populariseerida sotsiaalse ettevõtluse ideed noorsoopoliitikatega tegelevate valitsuse esindajate ja noortega töötavate riigiteenistujate seas (nagu näiteks tööjõu vahendamise noorsoo-osakonna töötajad).
- Riiklikud rahalised vahendid on piiratud. Sotsiaalse ettevõtluse pikaajalisemaks propageerimiseks on vajalik valitsuse süsteemne lähenemine.
- Avaliku arvamuse kujundamine on oluline, seda eriti kogukondades, kus noorte algatustesse suhtutakse vaenulikult ning palju energiat kulub selleks, et saada kohalike võimude toetust.
- Sotsiaalse ettevõtluse propageerimiseks on vaja tugevdada erinevaid MTÜ-dega ja kodanikuühiskonnaga seotud meetmeid.
- Ühiskonna harimisel ja noorte jõustamisel mängib olulist rolli haridussüsteem: sealt saavad noored eelteadmised sotsiaalse ettevõtluse ja sellega alustamise kohta.
- Kasuks tuleks investeerimine aktiivsetesse noortesse, keda huvitab sotsiaalne ettevõtlus.
- Tuleks tugevdada olemasolevaid sotsiaalse ettevõtluse kogukondasid, edendada suhtlust ja koostööd organisatsioonide, aramusliidrite, kohalike kogukondade vahel.
- Noorte aramusliidrite, äritegelaste ja äriekspertide partnerlus sotsiaalsete probleemide lahendamisel tuleb kasuks kogu üritusele.
- Leedukeelne veebikursus: lühiloengud, ülesanded, ettevõtte alustamise põhimõtted.
- Sotsiaalse ettevõtte loonud noorte edulugude jagamine.
- Mentorlus on väga tähtis vahend.
- Sotsiaalse ettevõtluse ideed välismaalt, mida saaks ellu viia ka Leedus.
- Sotsiaälvõrgustiku loomine, kus otsitaks ja jagataks sotsiaalse ettevõtluse alaseid ideid.
- Sotsiaalse ettevõtluse levitamisel peaks keskenduma Leedu suurimatele linnadele.
- Leedus tuleks arvesse võtta ka üleilmset kogemust sotsiaalse ettevõtluse vallas, nagu näiteks sotsiaalsete ettevõtete, sotsiaalsete edasimüüjate ja MTÜ-de poolt juhitud sotsiaalsete ettevõtete andmebaas.

3.2.3. Eesti

- Noorte jõustamine, et nad julgeksid ennast väljendada, öelda välja oma arvamuse/vajadused/mured;
- Soodsa keskkonna loomine selleks, et tekiks uued ideed ning saaks neid ka ellu viia (sh ka katseperiood), samade huvidega inimeste kokku toomine;
- Noorsootöötajate rolli täpsustamine – see ei ole ainult rääkimine, vaid ka käimalükkamine (raskus: vajaliku toetuse puudumine);
- Noorte „ekspertide“ endi edulood ja läbikukkumised: samm-sammult kirja pandud (käsiraamat/video);
- Kõikide olemasolevate platvormide ja vahendite kasutamine.

Järgida tuleks edu saavutanud näitejuhtumeid.



4. PARIMAD NÄITED NOORTE EDUKASTEST SOTSIAALSETEST ETTEVÕTETEST

4.1. LÄTI



Young Folks on noorteorganisatsioon, millel on 20 juhti ja 180 osalejat vanuses 12 kuni 25 aastat, samuti osalevad selles 2 kuni 12-aastased lapsed, lapsevanemad ja sõbrad – kokku rohkem kui 1000 inimest. Missiooniks on aidata noortel leida oma tee elus ja olla õnnelik. Organisatsiooni selgroo moodustavad eri aladelt pärit juhid (fotograafid, kunstnikud, vabatahtlikud, tantsijad, näitlejad, ajakirjanikud, kokad, disainerid, õpetajad jne). Young Folks'i ajalugu ei ole pikk: see loodi 2014. aastal, mil tiim hakkas looma ja arendama sotsiaalset ettevõtet. 2015. aastal osaleti Reach for Change sotsiaalse ettevõtluse inkubaatoris ning selle abil hakati tööle projektidega, pandi paika organisatsiooni struktuur ning arengustrateegia. 2016. aastal loodi ühisrahastuse platvorm, mis toetab noortealgatusi. 2020. aastaks plaanitakse ehitada noortekeskus ning olla stabiilne sotsiaalne ettevõte.

Veebisait: <http://youngfolks.lv/?lang=lv>



Vanemate ajapuudus ja vähesed teadmised kasvatuses on põhjused, miks perekonnad ei veeda koos mõnusasti aega, ning see tekitab lastes hüljatuse ja üksilduse tunnet. Sellise olukorra lahendamine on üks **Fairy House**'i peamisi eesmärgi. 2016. aastal toetas see projekt 100 last. Fairy House on loonud muinasjutudel põhineva lauamängu, mis aitab vanematel tuvastada oma laste probleeme ning pakub ka võimalust koos aega veeta. Mängides räägivad lapsed tihti vanematele oma muredest muinasjutu kujundite kaudu ning naudivad koosolemist. Kui lauamäng osutus edukaks, otsustas Anna seda edasi arendada ning lõi mobiiliäpi, mis lähendab perekonnaliikmeid üksteisele ning aitab vanematel koos lastega aega veeta isegi siis, kui nad asuvad teineteisest kilomeetrite kaugusel. Äpp sisaldab mängu, selles on ka tähekalender, mille abil lapsevanem ja laps saavad kokku leppida, millal nad koos aega veedavad. Näiteks: laps aitab lapsevanemaid kodutöodes, teeb koolitööd ning saab head hinded, lapsevanemad annavad talle selle eest autasu. Fairy House on alates 2016. aastast Reach for Change sotsiaalse ettevõtluse inkubaatori liige.

Veebisait: <http://www.skazki.lv/>

4. Parimad näited noorte edukastest sotsiaalsetest ettevõtetest



„Sokke annetakse lastekodudele ja kodututele kõige vähem. Meie muudame seda!“ **Good Monkey** on sotsiaalne ettevõte, mis disainib ja müüb kompressioonitehnoloogia abil toodetud vastupidavaid sokke aktiivse eluviisiga inimestele. Iga müüdud sokipaari pealt annetakse raha laste- ja noortekeskustele. Sokid on mugavad ja vastupidavad, puuvillast, tallaosa on tehtud kompressioonitehnoloogia abil, mis parandab verevarustust ja vähendab villide tekkimise võimalust. Be good and #dogood (#DariLabu)

Good Monkey osales Riias New Do(o)r sotsiaalse ettevõtluse inkubaatoris.

Veebisait: <https://www.facebook.com/goodmonkeylv/>



Projekt „**Tell me**“ („Ütle mulle“) korraldab ja viib läbi nukuteatri alaseid koolitusi ning loomingulisi töötubasid Läti lastekodudes elavatele 7 kuni 10-aastastele lastele. Sellega aitavad nad kaasa laste loomingulisust ja emotsionaalset väljendusoskust turgutava keskkonna loomisele. Töötubades õpivad lapsed tegema nukuteatrit, teevad ise nukkusid ja dekoratsioone. Lapsed esitavad oma nukuetendusi ja jagavad kogemusi. Meie projekti eesmärgiks on tõmmata avalikkuse tähelepanu lastekodude laste suhtlemis- ja emotsionaalsetele probleemidele. Me oleme loonud käsitsi valmistatud nukkude sarja koos raamatutega. Raamatud sisaldavad lugusid, iga nuku iseloomustust ning nukunäidendite käsikirju. Raamatutes on ka lastekodulaste joonistusi. Osa selle komplekti müümisest saadud raha kulutatakse projekti rahastamiseks.

„Tell Me“ läbis inkubatsiooniprotsessi Riias, sotsiaalse ettevõtluse inkubaatoris New Do(o)r

Veebisait: <https://www.facebook.com/tellmepuppets>

4.2. . LEEDU



„**Lech Lecha Design**“ on sotsiaalne ettevõte, mis tegeleb riide ja aksessuaaride disainiga ning loob uusi tooteid kasutatud riidest. Vaesuse, kodutuse või sõltuvuse tõttu sotsiaalselt tõrjutud inimesed osalevad toodete valmistamises kunstiteraapia tundide raames. Lech Lecha oli kiirendiprogrammis äärmiselt edukas ning talle omistati üks olulisemaid auhindasid – praktika vabalt valitud Euroopa sotsiaalse ettevõtte juures, et õppida, kuidas käib sotsiaalse ettevõtte töö ja juhtimine. Praegu on valmis saanud uus kollektsioon ning firmal on õnnestunud oma tööd tutvustada ka laiemale publikule.

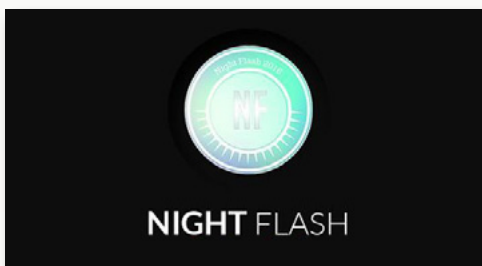
Veebisait: <https://www.facebook.com/lechlechadesign/>

4. Parimad näited noorte edukastest sotsiaalsetest ettevõtetest



Enterprise Lithuania Sotsiaalsete Ettevõtete Mentorluskava leidis aset 2016. aasta märtsist oktoobrini. Sotsiaalsed ettevõtjad kutsuti kiiruse peale toimuvale mentorkohtumisele, kus neil oli 5 minutit, et rääkida neile programmis määratud mentoriga. Pärast lühikest vestlust pidid mentorid ja ettevõtjad valima 3 inimest, kellega nad tahaksid koos töötada. Partnerlus leidis aset ainult juhul, kui mõlemad pooled olid teineteist valinud. Neid, kes ei leidnud partnerit, julgustati registreeruma mentorluse võrgustiku platvormil. Kogu programmi jooksul toimusid regulaarsed ettevõtjate kohtumised mentoritega, lisaks sellele kohtuti ka teiste töörühmadega, et arutleda ning anda ülevaade oma edusammudest, tõstatada probleeme ning otsida võimalikke lahendusi – kõik programmi tõhususe nimel. Programmi lõppedes esitas iga töörühm ülevaate oma edusammudest. Programmi kaudu said toetust muuhulgas: **Savanoryste verslui** („vabatahtlikud äris“), sotsiaalne algatus, kus firma meeskonna oskusi ja juhtimispraktikaid kasutatakse professionaalsete oskuste rakendamiseks ning aidatakse MTÜ-del nende probleeme lahendada; ning **“CoolUkis”** – sotsiaalne algatus, mis populariseerib säästlikku eluviisi ning aitab vähendada vanemate inimeste sotsiaalset tõrjutust ühisaedade jagamise kaudu. Programmi tegevusi plaanitakse veel üheks tsüklik, ning seekord on programmi täiendatud esimeses tsükli osalenute nõuannete põhjal.

Veebisait: <http://www.coolukis.lt/>



Junior Achievement Lithuania ärivõistlus keskkooliõpilastele. Osalemiseks peavad õpilased õpetajate ja ärikonsultandi abil rajama ettevõtte. Eriauhinna saab kõige suuremat sotsiaalset vastutustunnet näidanud õpilasfirma. See on mitmel korral viinud selliste ettevõtete loomiseni, mida saab pidada sotsiaalseks ettevõtteks. Seega, kuigi programm ei ole mõeldud sotsiaalsete ettevõtete toetamiseks, on neid ikkagi tekkinud. Näiteks: **Night Flash**, Kaunase Vyturyse gümnaasiumi õpilasfirma, mille eesmärgiks on teha inimesed pimedas parmini nähtavaks ning vähendada halva nähtavuse tõttu toimuvate liiklusõnnetuste hulka. Firms luuakse ja müüakse helkureid.

Veebisait: <https://www.facebook.com/MMBNightFlash/>



“Savanoryste verslui” („Vabatahtlikud äris“) on sotsiaalne ettevõte, mis firmadameeskonna juhtimise oskuste ja teiste professionaalsete tövõtete abil aitab MTÜ-del ja kolmanda sektori organisatsioonidel tõhustada oma tegevust ning lahendada nende probleeme. Neli ettevõtjat, kes sellega alustasid, olid enne tegutsenud sotsiaaltöö vallas ja MTÜ-des. Seega teadsid nad väga hästi, millised on MTÜ-de igapäevased probleemid ning neil on aastatepikkune kogemus oma valdkonnas. Neil jäi aga puudu kogemusest, kuidas teha oma

4. Parimad näited noorte edukastest sotsiaalsetest ettevõtetest

sotsiaalne ettevõte atraktiivseks firmade ja kompaniide silmis, keda nad soovisid näha oma klientidena. Mentorlusprogramm aitas neil tõhusalt tutvustada oma teenust sihtrühmale ning leida oma koht turul, nii et firmad peaksid nende teenust vajalikuks personaliprobleemide lahendamise viisiks.

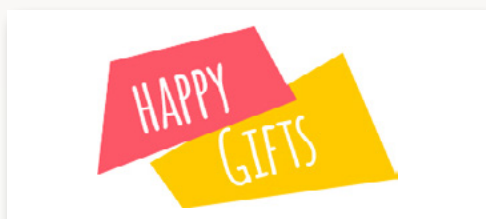
Veebisait: <http://www.savanorysteverslui.lt/>



"Caritas Works" on sotsiaalne ettevõte, mille peamiseks eesmärgiks on anda tööd ja aidata leida oma koht tööturul sotsiaalselt tõrjutud inimestel (endised vangid, kodutud jne). Nad valmistavad küünlaid, mida müüakse kirikutele, matusebüroodele ja ka eraklientidele.

Veebisait: <https://www.facebook.com/caritasworks>

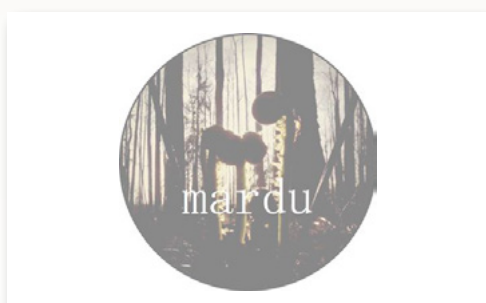
4.3. EESTI



MTÜ SOTSIAALNE AGENTUUR **"KAASAAITAJAD"/HAPPY GIFTS** on veebikeskkond, mille abil saab osaleda heategevuses. Annetuse tegemiseks saate osta kingituse nende kodulehelt ning võite sel moel toetada näiteks Toidupanka või Eesti loomade varjupaikasad, kes kasutavad seda raha kõige olulisemate igapäevaprobleemide lahendamiseks.

Kust raha tuleb ja milliseid heategevusi selle abil tehakse? Veebisaidi kaudu tehtud maksed annetakse valitud heategevuslikele organisatsioonidele.

Veebisait: www.happygifts.ee



MTÜ MARDU STUDIO on ideedekiirendi Soomaal, tulevikus soovitakse kasvada avatud stuudioks, kus saavad tegutseda loomingulised inimesed. Kunstnike residentuuride ja koolitusprogrammide toetamise kaudu toetatakse Viljandimaa ja Pärnumaa väikeettevõtteid (toote- ja teenusearendus). Firma tegeleb säästliku disaini loomisega ning mikro- ja väikeettevõtete töötajate oskuste taseme tõstmisega.

Kust saadakse raha ning kuidas seda kasutatakse? Mardu teenib raha oma toodete müügist, kasumit kasutatakse disaini- ja loomemajanduse edendamiseks kohalikes ettevõtetes ning teistes ettevõtte tegevusvaldkondades.

Veebisait: <http://www.mardu.ee/>

4. Parimad näited noorte edukastest sotsiaalsetest ettevõtetest



MTÜ PLAYBACK on lastele mõeldud võrgustik, mis tegeleb käsitöömänguasjade valmistamisega beebidele ja väikelastele. Mänguasjad on tehtud taaskasutatud materjalidest ning sisaldavad salajase koostisosana lisaportsu armastust! MTÜ „Game Gourm“, katusorganisatsioon, soovib tõmmata suuremat tähelepanu sellele, et väikelaste vanemad tahavad töötada paindliku graafiku alusel, see muudaks neid tööturul konkurentsivõimelisemaks.

Kust saadakse raha ja milliseid heategusid selle abil tehakse?

Raha teenitakse pehmete mänguasjade müügist, sellega toetatakse käsitöölise tööd ning võib olla kindel, et emad maksavad meistritele õiglast palka.

Veebisait: <https://www.facebook.com/sopsdisain>



TempID – sotsiaalse ettevõtluse aastaauhinna võitja – genius.ee nädala idufirma! TempID on odav, patsientidele paigaldatav identifitseerimiskleeb, mille abil jälgitakse keha temperatuuri. NFC ja uusima kiiptehnoloogia (SW) kasutamine tagab meditsiiniliselt pädeva teabe kogumise.

Esitus: Rahvusringhäälingu saates Terevisioon. Link: TempID Terevisioonis

Toote tutvustamine ETV saates Ringvaade. Link: TempID in Ringvaade

Prototron top 20 (<http://prototron.ee/>)

Ettevõtte kutsuti osalema Euroopa suurimal idufirmade *hackathon*ile Junction (<https://hackjunction.com/>)

Artikkel ajalehes Postimees: <http://tehnika.postimees.ee/3909859/eestlased-leiutasid-temperatuuri-mootva-plaastri>

Baltimaade suurima riist- ja tarkvara *hackathon* Technohack 2016 võitja.

Kõige suurema potentsiaaliga idufirma idee, kuulub Ajujahi Top 30 (<http://www.ajujaht.ee/>)

Veebisait: <http://tempid.ee/>

5. ÜLEVAADE ALLIKATEST

Selles peatükis on ära toodud materjalid ja allikad, mida saavad vabalt kasutada noored, kellel on ideid sotsiaalse ettevõtte asutamise kohta. Siin on esitatud ka metodoloogiaid, mida saavad kasutada noortekeskused, et rääkida noortele sotsiaalsest ettevõtlusest, seda neile tutvustada ning koostöös noortega luua parem keskkond sotsiaalse levikuks.



5.1. INSPIRATSIOONIALLIKAD

Mis on sotsiaalne ettevõtlus? (2 minuti pikkune video: SENS) Sotsiaalse ettevõtluse idee selgitamiseks tehtud animatsioon laiemale publikule, eesmärgiks teadlikkuse tõstmine selliste firmade suhtes.

<http://socialinnovation.lv/en/what-is-social-entrepreneurship-2-min-video-from-sens/>

Majora Carter – 3 lugu kohaliku öko-ettevõtluse kohta: TEDxMidwest. Majora Carter on keskkonnaõiguse aktivist, kes muutis inimeste arusaamasid õiglase keskkonna tagamisest. Ta alustas oma tegevust Bronx'i lõunaosas sajandivahetuse paiku. Praegu juhib ta Ameerika Ühendriikides kohaliku majandusarengu liikumist.

<http://socialinnovation.lv/en/majora-carter-3-stories-of-local-eco-entrepreneurship-at-tedxmidwest/>

Film "Social Entrepreneurs: Pioneering Social Change" („Sotsiaalsed ettevõtjad: sotsiaalse muutuse pioneerid”), Skoll Foundation. Sihtasutus Skoll tegi 2009. aastal lühifilmi sotsiaalsest ettevõtlusest. See on suurepärane ülevaade viimase kolmekümne aasta jooksul tehtud edusammudest. Filmi alustab Mohammad Yunus **Grameen bank**'ist, selles on intervjuud mitme sotsiaalse ettevõtjaga ning teiste sel alal tegutsevate inimestega, nende seas on ka Osberg (**Skoll Foundation**), Bill Drayton (**Ashoka**), Jacqueline Novogratz (**Acumen Fund**), John Elkington (**Volans**) ning filmi autor David Bornstein.

<http://socialinnovation.lv/en/social-entrepreneurs-pioneering-social-change-film-by-skoll-foundation/>

Jane McGonigal on mängulooja, kes töötab Palo Altos Tuleviku Instituudis. **Gaming can make a better world (Mängimine võib maailma paremaks muuta)** (TED konverents)

<http://socialinnovation.lv/en/jane-mcgonigal-gaming-can-make-a-better-world-at-ted-conference/>

10 filmi, mis inspireerivad muutma maailma paremaks. Nimekirjas on 10 suhteliselt uut filmi, milles kutsutakse üles muutma maailma paremaks. Loodame, et teile meeldib neid filme vaadata!

<http://socialinnovation.lv/en/10-movies-to-inspire-making-the-world-a-better-place/>

5.2. VEEBIVÕRGUSTIKE TÖÖVAHENDID

Horyou – tegevusele suunatud sotsiaälvõrgustik, mille eesmärgiks on ühiskonna muutumine paremuse poole. Veebipõhises üleilmses kogukonnas saavad kokku organisatsioonid, isiksused ja toetajad. <https://www.horyou.com/>

Global Social Entrepreneurship Network (GSEN) (Üleilmne Sotsiaalse Ettevõtluse Võrgustik) – on uus platvorm, mille eesmärgiks on aidata kaasa koostööle sotsiaalsete ettevõtjate vahel ning luua rohkem rohujuuresandide toetusvõimalusi neile. Sellest saab noorte sotsiaalsete ettevõtjate toetusvõrgustik, mis aitab läbi viia inkubatsiooni, arendustegevusi ja ettevõtte kasvatamist kogu maailmas, ja kõike seda juba ettevõtte loomisest alates. www.gsen.global

Sotsiaalsete ettevõtmiste võrgustik (SVN) liidab teid järjest kasvava uuendusmeelsete firmade juhtide ja sotsiaalsete ettevõtjate kogukonnaga, et aidata teil teie firmat paremaks muuta, omandada paremaid juhioskusi ja laiendada oma mõju ühiskonnas. <http://svn.org/>

Balticlab on innovatsiooni ja juhtimisprogramm, mida juhivad Läänemeremaade Nõukogu ja Rootsi Instituut. Programm toob kokku Läänemeremaade ettevõtjad ja loomingulised inimesed, et koos uurida uusi arengusuundi ja leida uusi inspiratsiooniallikaid ning luua kujundada koos tulevikku. <http://balticlab-online.eu/>

<http://www.socialenterprisebsr.net/> - selle platvormi kaudu on võimalik viia kokku lahendused ja probleemid, sotsiaalsed uuendajad ja teised huvipoole, ning seeläbi luua rohkem hüvesid kogu ühiskonna jaoks.

<http://www.socialenterprisebsr.net/> esimene Põhja-Balti interaktiivne ja integreeritud õppimis- ja tegevusplatvorm – tagatud on pidev infovool, teadmised ja sotsiaalse innovatsiooni areng toimub loomingulises ja positiivses vaimus. Platvorm sisaldab hariduslikke materjale, koostööd hõlbustavaid töövahendeid ning sotsiaalsete ettevõtete andmebaasi. <http://www.socialenterprisebsr.net/database/>

Kohalikud allikad

Leedu

Enterprise Lithuania mentorlusvõrgustik – saate virtuaalmaailmas kokku teile sobiva mentoriga, kes toetab teid teie ettevõtmistes.

Facebook'i rühmad, teiste seas: *Socialinis verslas ir socialinės iniciatyvos, Gerų idėjų vakarėlių bendruomenė.*

5.3. ENESEARENDUSE MATERJALID

Enese arendamine on sotsiaalse ettevõtluse õnnestumiseks äärmiselt vajalik. Ettevõtlusega alustajatel soovitatakse pidevalt otsida võimalusi, kuidas täiendada oma teadmisi turundamise, mõju mõõtmise, ärimudeli, rahastamise jms alal, kuna tänapäeva maailm on kiires muutumises ning väga kerge on ajast maha jääda uute tehnoloogiate ja lähenemisviiside osas – see aga aeglustab ettevõtte arengut.

Siin on mõned rahvusvahelised veebiplatvormid, mis pakuvad tasuta või väga väikese hinnaga koolitusi.

How to Change the World/Kuidas muuta maailma – Coursera kursus Wesley Ülliloolilt. „Kuidas muuta maailma“ sai alguse New Yorgi 92. tänaval toimunud sotsiaalse heateo kohtumisel (Social Good Summit). Kokku said maailma kõige loomingulisemad ettevõtjad, kirjanikud, teadlased ja poliitikud, et arutleda, millised innovaatilised mõtteviisid ja tehnoloogiad võiksid aidata lahendada tuliseid üleilmseid probleeme.

Koolitus sisaldab:

1. nädal: Mis on sotsiaalsed hüved? Ühiskarjamaalt moraalse revolutsioonini
2. nädal: Vaesus, rikkus ja toetus
3. nädal: Kliimamuutused ja jätkusuutlikkus
4. nädal: Haigused ja üleilmne tervishoid
5. nädal: Naised, haridus ja sotsiaalne muutus
6. nädal: Haridus, sotsiaälvõrgustikud ja aktivism

Kursused kättesaadavad: <https://www.coursera.org/learn/world-change>

Design Kit: inimesekeskse disaini kursus

Inimesekeskse disaini kursus on seitsme nädala pikkune õppekava, milles tutvustatakse inimesekeskse disaini põhimõtteid ning viise, kuidas selle lähenemisviisi abil luua uuenduslikke, tõhusaid ja jätkusuutlikke lahendusi sotsiaalsetele probleemidele. Kursus loodi selleks, et jõuda inimesteni, kes ei tea inimesekesksest disainist veel midagi, seega pole eelnev kogemus sel alal vajalik (kuid loomulikult tervitame oma endisi õpilasi, kes soovivad lihvida oma oskusi inimesekeskse disaini vallas!) <https://course.novoed.com/design-kit-2016-2>

Ettevõtlus parema maailma loomise nimel – Entrepreneurship to Foster Societal Change soovib levitada uut mõtteviisi ning õppemeetodeid läbiproovitud töövahendite ja -tehnikate juurutamiseks, mille abil luua elujõulisi ja mõjukaid probleemilahendusi parema maailma nimel – need lahendused põhinevad jätkusuutlikel ärimudelitel.

<https://open.sap.com/courses/sbw1>

Business Models Beyond Profit – loeng sotsiaalse ettevõtluse kohta. Saksamaal Bremeni Jacobi Ülikooli Osterwalderi strateegiaoskonnas loodud ärimudeligeneraatori autori Alexander Osterwalderi 3. loengu slaidid, loeng toimus 25. augustil 2009 impACT programmi raames.

<http://socialinnovation.lv/en/business-models-beyond-profit-social-entrepreneurship-lecture/>

- **+Acumen** – pakub maailmaklassi veebikursusi, mis annavad ainet uutmoodi mõtteviisi juurutamiseks, koos õppimiseks ning kutsuvad osalejaid liituma üleilmse õppijate ja tegijate kogukonnaga – et muuta maailma (plusacumen.org). +Acumen'it nimetatakse ka sotsiaalsete ettevõtjate üleilmseks kooliks, seal antaks väga head koolitust mõju hindamise, sotsiaalsete mudelite, lugude jutustamise jm teemadel.
- **edX** on veebiplatvorm, mis pakub maailma parimate ülikoolide loenguid. edX-i missiooniks on „suurendada ligipääsu kõrge kvaliteediga haridusele kõikide jaoks ja igal pool“ (edx.org)
- **YouTube** on aktiivse õppimise keskkond. Kogu maailmast pärit juhendajad ja professionaalid jagavad siin oma teadmisi ja kogemusi.
- **Ted talks** – ted.com on kogumik, millesse kuulub üle 100 inspireeriva ja motiveeriva video. Paljude kõneluste teemaks on maailma paremaks muutmine, innovatsioon ja muutused. Need videod on vaatamist väärt ning pakuvad palju õpetlikku materjali.



Soovitav on uurida ka, mida on leida raamatukogudes, raamatupoodides ning veebiraamatupoodides sotsiaalse ettevõtluse, ettevõtluse arendamise, ettevõtluse analüüsimise, sotsiaalse innovatsiooni jms kohta. Mõned head näited:

Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers – autor: Alexander Osterwalder

Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want (Strategyzer) – autor: Alexander Osterwalder

“For Dummies”, raamatusari – erinevad autorid

Coaching for Performance: The Principles and Practices of Coaching and Leadership (People Skills for Professionals) – autor: sir John Whitmore

Sotsiaalse innovatsiooni keskuse poolt loodud hariduslikud materjalid: “How to choose proper business model” („Kuidas valida sobivat ärimudelit“), “Social impact assessment material” („Sotsiaalse mõju hindamise materjalid“) ning toetavad videod <http://socialinnovation.lv/en/educational-materials-of-social-entrepreneurship-development-in-the-baltic-sea-region/>

Kohalikud allikad

Läti

- Seminarid ja õpitoad: NVO nams <http://www.iksd.riga.lv/public/56036.html> <https://www.facebook.com/RigasNVOnams/?fref=ts>
- Seminarid: LIAA (Läti Investeerimis- ja Arenguagentuur) <http://www.liaa.gov.lv/lv/calendar>
- Loengud, seminarid ja õpitoad: Läti Sotsiaalse Ettevõtluse Liit ja teised osapooled <https://www.socialauznamejdarbiba.lv/>

Leedu

- Enterprise Lithuania algatusel loodud sotsiaalse ettevõtluse käsiraamat.

Soovitav on jälgida riiklike ja rahvusvaheliste osapoolte sotsiaälvõrgustikes tehtud ja teabekeskuste poolt pakutud uuendusi, seda saab teha kohalikes omavalitsustes ja noortekeskustes.



5.4. RAHASTUSALLIKAD, ÜHISRAHASTAMINE

Rahastamine



Ühisrahastamise platvormid:

1. <http://impactyouth.eu/> - esimene noorte sotsiaalse ettevõtluse ideede elluviimiseks loodud ühisrahastuse platvorm
2. Kickstarter.com
3. StartSomeGood.com
4. Indiegogo.com
5. RocketHub.com
6. Pozible.com
7. Causes.com
8. Razoo.com
9. Crowdrise.com
10. Fundly.com
11. Plumfund.com

Baltic Funding – rohkem kui 300 Läänemere regiooni koostööd toetava rahastusinstrumendi register <http://funding.balticsea-region.eu/>

5. Ülevaade allikatest

D-Prize – auhind, mida antakse arengumaade vaesust leevendavate lahenduste eest. Vaesuse vähendamiseks on juba palju ära tehtud, nüüd tuleb viia need lahendused inimesteni, kes neid kõige rohkem vajavad. D-prize tegelebki sellega, kutsudes sotsiaalseid ettevõtjaid arendama paremaid mooduseid elukvaliteeti tõstvate tehnoloogiate levitamiseks ning rahastades värselt loodud idufirmasid, mis on saavutanud parimaid tulemusi sel alal. <https://www.d-prize.org/>

BMW Foundation – koostööjatoetusorganisatsioonidele, mis püüavad parandada sotsiaalsete ettevõtete töökeskonda sellega, et jagavad rahalist toetust ja pakuvad konsultatsiooniteenust, teemale lähenetakse teaduslikult või siis kantakse sotsiaalsete ettevõtjate probleemid üle poliitika- või sotsiaalsektoris ning lähenetakse neile analoogiate abil. <http://www.bmw-stiftung.de/en/>

Ananda Ventures social venture fund – Euroopa juhtivaid sotsiaalses ettevõtluses tegutsevaid riskikapitali ettevõtteid. Ananda investeerib oma „koduhoovis“ toimetesse sotsiaalsesse muutustesse – Euroopa kiire kasvuga, oma regiooni sotsiaalseid probleeme lahendavatesse firmadesse. <http://www.socialventurefund.com/en>

The Employment and Social Innovation (EaSi) programme – Euroopa Liidu tasandil toimiv finantsinstrument, mille eesmärgiks on töötajate kõrge töö kvaliteet, pidev tööhõive, asjakohase ja korraliku sotsiaalse kaitse tagamine, võitlus sotsiaalse tõrjutuse ja vaesuse vastu ning töötingimuste parandamine. <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=1081>

The Skoll Foundation – eesmärgiks on suuremad muutused, selleni liigutakse investeerides sotsiaalsesse ettevõttesse ja innovaatoritesse, kes aitavad lahendada maailma kõige põletavamaid probleeme, sihtasutus aitab neil omavahel kohtuda ning tunnustab nende tööd. <http://skoll.org/>

Ashoka – sotsiaalsed ettevõtjad on sotsiaalse muutuse mootoriks ning eeskujuks kodanikele. Ashoka otsib juhtivaid sotsiaalseid ettevõtjaid ning investeerib nende ettevõttesse, aidates neil selle kaudu suurendada mõju ühiskonnas. <https://www.ashoka.org/>



Kohalikud allikad

Leedu

The Fund for Social Enterprises – Euroopa Liidu ja Leedu valitsuse ühine algatus, mida juhib Leedu põllumajandusministeerium. Kui teie ettevõtte on registreeritud mõnes maapiirkonnas, võite sealt toetust saada.

Kohalikud tööühikud – rahastamisalgatused, mis aitavad ebasoodsas olukorras olevaid inimesi ning tegelevad sotsiaalse ettevõtluse populariseerimisega

3sektorius.lt – kolmanda sektori rahastusvahend, kust saavad toetust need ettevõtted, mis on MTÜ-dena registreeritud ja need, kes kavatsevad luua MTÜ

Enterprise Lithuania – saab aidata kokku panna sobiva toetuspaketi

Laenuühistud – need on tavaliselt paindlikumad kui pangad

ImpactYouth (jätkab Kelkbures.lt tegevust) – ühisrahastuse platvorm, mis keskendub noortele ja noorte sotsiaalsete ettevõtlusele

Läti

YoungFolks ühisrahastusplatvorm, mis aitab ellu viia laste ja noorte unistusi! <http://youngfolks.lv/home/?lang=en>

Projektu banka on kohalik platvorm, kus kogutakse ühisrahastust eri tüüpi projektide ja ideede elluviimise toetamiseks. <https://projektubanka.lv/>

2017. kuni 2022. aastani viib Läti sotsiaalministeerium koos finantsasutusega Altum ellu Euroopa Sotsiaalfondi projekti nr 9.1.1.3/15/I/001 "Support for social entrepreneurship" („Toetuse sotsiaalsele ettevõtlusele”), milles ministeeriumi eesmärgiks on saavutada sotsiaalsete ettevõtete laiem tunnustamine ning rohkem toetusi (mitte laenusid) neile – nii juba tegutsevatele kui ka alles loodud sotsiaalsetele ettevõtetele kuni 50 000 euro ulatuses.



Rohkem teavet: <http://www.lm.gov.lv/text/3496>

Eesti:

Abirahad

EAS, Enterprise Estonia – rajatud 2000. aastal, EAS tegutseb Eestis äritegevuse edendamiseks ning regionaalpoliitika alal, EAS on üks suurimaid ettevõtlusele riiklikku toetust pakkuvaid institutsioone, jagatakse finantsabi, nõustamisteenust, koostöövõimalusi ja koolitusvõimalusi, kaasatakse nii ettevõtjaid, teadusasutusi, avalikku ja mittetulundussektorit.

Start-up grant: eesmärgiks on toetada suure arengupotentsiaaliga ettevõtete rajamist, ning seeläbi laiendada regionaalset ettevõtlust ja suurendada eksportivate firmade arvu. Toetust saavatel firmadel on kohustus täita teatud eesmärgid, nagu näiteks uute töökohtade loomine ja müügitulu suurendamine.

Ettevõtluse arendamise programm: eesmärgiks on toetada läbimõeldud arendustegevust, tegevusplaane, uuenduste elluviimist ja tootearendust. Arendusprogrammi käigus tuleb iga osale ettevõtte välja uute toodete ja teenustega, mis on oma eelkäijatega võrreldes kasumlikumad.

Ühisrahastus

Eesti on selles Euroopas esirinnas! Ühisrahastamisega tehti algust 2009. aastal, mil loodi kohalik P2P tarbijalaenuplatvorm isePankur (praegu Bondora). 2015. aastal oli Eesti ühisrahastuse mahult inimese kohta Euroopas teisel kohal. Kuigi Eesti turg koosneb ainult 1M+ tarbijatest, on sel potentsiaali kasvada virtuaalsete Eesti kodanike arvel – neid tõmbab hiljuti Eesti valitsuse poolt loodud e-residentide programm.

Kohalikud platvormid

Eestis tegutseb mitmeid platvorme, suurem osa neist tegutseb rahvusvaheliselt.

Bondora.com eesmärgiks on muutuda üle-Euroopaliseks laenuplatvormiks. Bondoral on inimeselt inimesele laenude vahendamiseks olemas litsents Suurbritannias ning praegu jälgib ettevõtte tegevust Suurbritannia rahastustegevuste amet (*Financial Conduct Authority*).

Hooandja.ee on Eesti „käimapanija”, mis asutati 2012. aastal, sellel on rohkem kui 43 000 pidevat annetajat ning kasutajate andmebaasis on üle 180 riigi.

Investly.co on esimehe P2P ettevõtte, laenude ja pangatehingute platvorm Eestis (asutatud 2014. aastal), ka nemad avasid 2017. aastal harukontori Londonis.

Esimene võrdsusel põhinev platvorm **Fundwise.me** asutati 2015. aastal (ühisrahastusplatvorm)

6. NOORTEJUHTIDE JA -ORGANISATSIOONIDE TÖÖMEETODID

Selles peatükis tutvustame kahte metodoloogiat, mille o välja arendanud Prantsuse organisatsioon MakeSense, kes kasutab neid edukalt sotsiaalse ettevõtluse populariseerimiseks ja avalikkuse teadlikkuse tõstmiseks. Rohkem teavet MakeSense'i kohta leiate 1. peatükist.

6.1. SENSE FICTION



MakeSense Sense Fiction workshop: kuidas kujustada sotsiaalse ettevõtluse ideid sotsiaalsete ja keskkonnamuutuste elluviimiseks

Mis on SenseFiction?

SenseFiction on loominguine õpituba, mis aitab kodanikel luua sotsiaalse ettevõtluse projekti. Õpituba kestab 1 tund kuni 2 päeva, rühmas on 4-5 inimest, osalejate tegevust projekti loomisel juhib rühmajuh.

Millised on SenseFictioni eesmärgid ?

- toetada kodanikke sotsiaalse ettevõtte loomise juures;
- võimaldada inimestel kokku saada ning töötada rühmaga projekti kallal;
- toetada prototüüpide loomisel;
- toetada osalejat indu alustada oma ettevõtte loomist.

Kes osalevad?

Noored ettevõtjad, kes tahavad lahendada üleilmseid probleeme, kellel on juba olemas idee või projekt ning kes otsivad tiimikaaslast selle arendamiseks.

Tulevased ettevõtjad, kes tahavad ettevõtmisega algust teha ning võidelda, kuid kellel napib teadmisi ideede elluviimiseks. Nad tahavad leida sobiva idee, lahenduse ning luua tiimi selle probleemi lahendamiseks.

Uudishimulikud inimesed, keda motiveerib teadmine, et nad saavad kaasa aidata sotsiaalsete või keskkonnaprobleemide lahendamisele.

Kui kaua SenseFiction'i õpituba kestab ?

Olenevalt teemast – teie ise loote oma SenseFiction'i formaadi !

SenseFiction'i sessioon võib kesta 1 tund kuni 2 päeva, sõltuvalt sellest, kui kiiresti osalejad probleemi lahendamisega hakkama saavad (ja kui palju läheb aega sessiooni ettevalmistamisega).

Milliseid formaate kasutatakse SenseFiction'i raames:

- 1,5 tunni pikkune SenseFiction: avasta/mõista, mis on loominguline õpituba
- 5-tunnine SenseFiction (klassikaline formaat): kujuta ette/sõnasta projekti peamine eesmärk/lahendamist vaja probleem
- 1-päevane SenseFiction: arenda detailne plaan ning katseta seda kasutajate peal
- 2-päevane õpituba

SenseFiction'i 4 sammu:

- **Inspiratsioon**, et aidata osalejatel aru saada, mida tähendab innovatsioon ja kuidas seda ellu viia
- **Probleemi analüüs**:
 - kindlaks määrata, milliseid probleeme hakatakse lahendada
 - jagada kõikidele rühma liikmetele teavet projekti kohta
- **Ajurünnak**, et välja sõeluda lahendused antud probleemile
- **Sotsiaalse idufirma loomise kontseptsioon** või alguses rühmajuhi välja pakutud idee parandamine

SenseFiction'i õpitoa lühike kirjeldus

See materjal on algselt mõeldud tutvustava materjalina SenseFiction'i kohta SenseFiction'i partneri ja kaaskorraldaja jaoks Liibanonis. MakeSense'i kogukonna arendaja MENA-s, Elsa, kohtus ülikooli kogukonnaga, kui temaga oli kontakti võetud õpitoa korraldamise osas.

Klassikaline metodoloogia:

Sissejuhatus ja inspiratsioon:

- Mis on MakeSense + partnerite tutvustamine/sündmuse korraldajad
- Sotsiaalsete ettevõtete uurimine ning nende tegevuse mõistmine, et näidete varal luua võimalikult hea ettevõtte

Tiimi kokkupanemine:

- Tiimid kujunevad ise ning ülejäänud inimesed võivad nendega liituda vastavalt sellele, millise probleemi lahendamises nad tahavad kaasa lüüa
- Tiimide koosseisu võib ka enne kindlaks määrata

Sotsiaalse/keskkonnaprobleemi analüüsimine:

- Probleemi põhjuse tuvastamine
- Olemasolevate algatuste vaatlemine (probleem/sotsiaalse ettevõtluse turg)
- Probleemi põhiolemuse sõnastamine

Ajurünnak:

- kõikide ideede jagamine teistega, et luua lahendusi, mõju neile, kelle probleeme hakatakse lahendada, kuidas luua pidevat kasumit, ainulaadsed projektile omased väärtused
- Ajurünnak ja sedelite täitmine

Lugude tahvel:

- Kasutajakogemuse prototüüp ja läbimängimine

Tegevuskava:

- Määrake kindlaks, milliseid hüpoteese hakkate tõestama
- Määrake kindlaks, millised tegevused on selleks vajalikud

Tutvustuskõneks valmistumine:

- Õppige, kuidas pidada lühike ja lüüv tutvustav kõne



OUR GOAL:

PROBLEM → OPPORTUNITY →
SOCIAL BUSINESS SOLUTION!

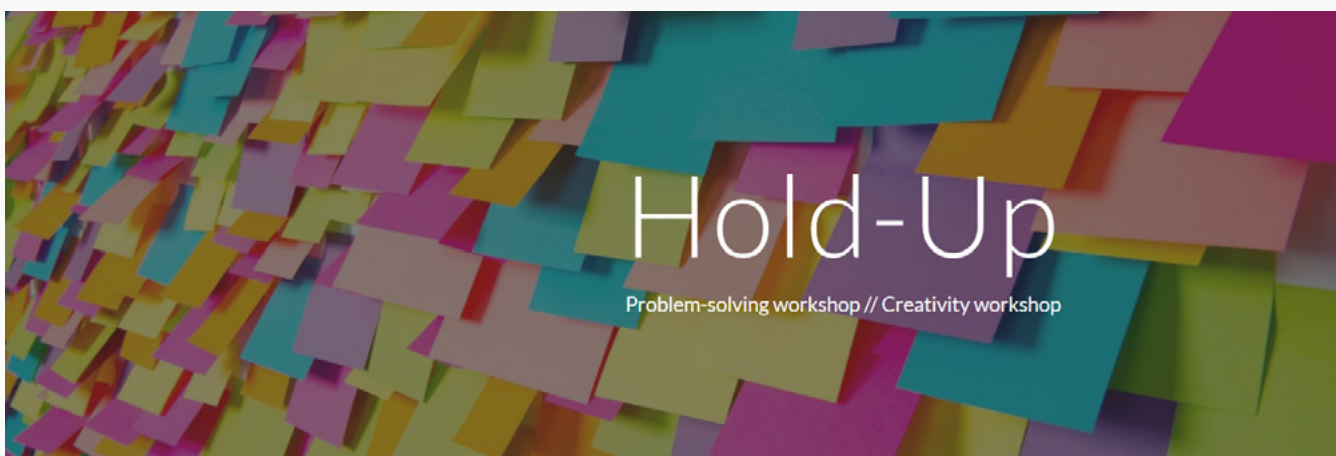
Siit leiate materjalid, mille abil saate ise korraldada SenseFiction päeva!



[How to organize your SenseFiction?](#) ja [5hour SenseFiction Manual](#)

Liitu MakeSense kogukonnaga <https://www.facebook.com/groups/gangmakesense/?fref=ts>

6.2. HOLD-UP



MakeSense on selle metodoloogia abil toetanud 1373 sotsiaalset ettevõtjat kogu maailmas ning aidanud ja inspireerinud 1853 sotsiaalset ettevõtjat. Miks mitte kasutada seda metodoloogiat, et aidata uutel sotsiaalsetel ettevõtetel leida parimad ideed oma ettevõtte arendamiseks?

Hold-up! on hästi juhitud ja mentorite pilgu all toimuv ajurünnak, kus osalejad aitavad sotsiaalsel ettevõttel „välja kaevata“ parimad ettevõtte arendamise ideed. Sündmuse alguses esitab idee/firma/lahenduse omanik väga konkreetse ülesande, mille lahendamiseks on vaja värskaid ja uusi mõtteid ning loomingulisi meetodeid. Siis hakkavad osalejad pakkuma nõuandeid, mõtteid ja soovitusi probleemi lahendamiseks.

Hold-up! on väikesemõõduline sündmus, kus tegeletakse ühe sotsiaalse idee/äri/lahenduse arendamisega, osalevad mentor ja 6 kuni 20 osalejat – noored eri aladelt, eri kogemuse ja vaadetega, nende ühine joon on huvi sotsiaalsete probleemide lahendamise vastu ja nad on avatud umbes kolmetunnise ajurünnaku tegemiseks!



6. Noortejuhtide ja -organisatsioonide töömeetodid

1. Kõigepealt – tuleb leida PROBLEEM!

Vähemalt 3 nädalat enne Hold-up! sündmust toimub kohtumine sotsiaalse ettevõtjaga, et teda küsitleda ning määrata kindlaks, millist probleemi hakkate lahendama Hold-up! sessioonil. Varuge sotsiaalse ettevõtjaga kohtumiseks ja asja üle arutlemiseks umbes üks tund.

2. Sõnastage probleem ühe küsimuse kujul: KUIDAS?

3. Sõnastage tulemused, mida ootate Hold-up'ilt!

Vaja läheb ka:

- ▶ laud + toolid
- ▶ umbes 400 post-it sedelit ja 15 pliiatsit või markerit (võid paluda, et ettevõtja need kaasa võtaks)

Kuidas asi toimub:

Osalejate tervitamine

1. Sissejuhatus – 20 minutit

Korraldajate tutvustamine

Ühe sotsiaalse ettevõtja ettevõtte tutvustus

Probleemi esitamine – peamised teemad ja takistused

Küsimused ja vastused – seotud probleemiga

Jäämurdja

2. Inspiratsiooni sein – 15 minutit

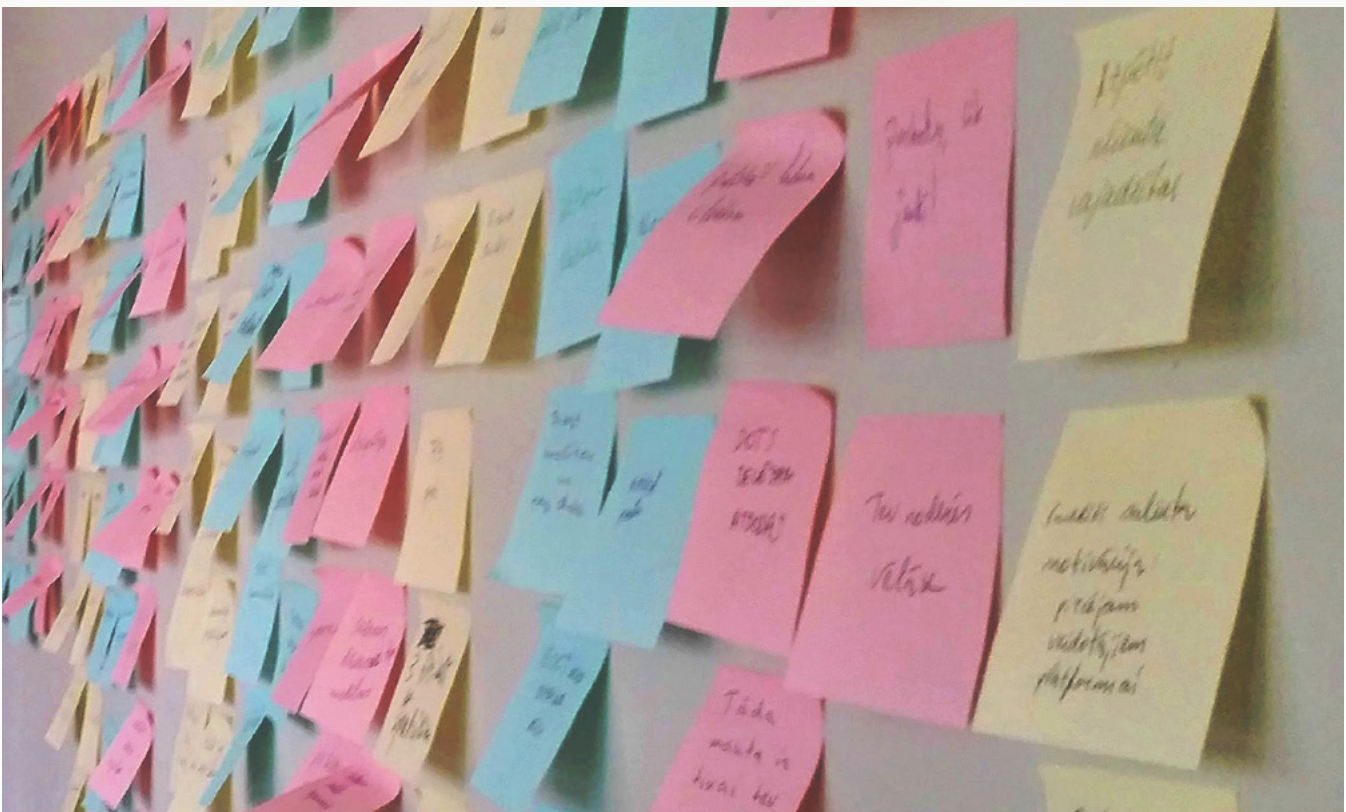
3. Ajurünnak – 30 minutit

Ärge unustage, et osalejatele tuleb tutvustada reegleid

4. Lahenduste loomine – 45 minutit

5. Lahenduste esitlemine – 10 minutit

Tänu sõnad ja selgitused, kuidas luua väikest kogukonda.



Peamised reeglid:

- **Ainult ideed.** Väljenda oma mõtet mõne sõnaga, mitte loo kujul.
- **Arenda edasi teiste ideesid.** Teiste ideede ärakuulamine võib inspireerida uute mõtete tekkimist.
- **Kõik ideed on võrdsed.** Ei mingit enda tsenseerimist või arvustamist, ükski mõte pole liiga hea või liiga halb ja see kehtib nii sinu kui ka kõikide teiste kohta.
- **Arenda välja 100 ideed.** Selles faasis keskenduge kvaliteedi asemel kvantiteedile.
- **Vabasta end.** Väljendage kõiki mõtteid valjusti ja lõbutsege!
- Kõik ideed tuleks valjult välja öelda ning sedelitele kirja panna; 1 mõte ühe sedeli kohta



Pildid Hold-up! sessioonist

Siit leiате materjalid, mille abil saate ise korraldada Hold-Up! sündmuse [How to facilitate a Hold-Up?](#)



Videod

MakeSense nõuanded õpitubade läbiviimise kohta <https://www.youtube.com/watch?v=MuoEKWrFkJI>

MakeSense nõuanded raamimise kohta <https://www.youtube.com/watch?v=ROZn9M5NR-E>

Liitu MakeSense kogukonnaga <https://www.facebook.com/groups/gangmakesense/?fref=ts>

6.3. VEEL METODOLOOGIAID

Moodul „**Become an entrepreneur**“ („Hakka ettevõtjaks“)

Käsiraamat „**How to organize a coworking event for young people**“ („Kuidas korraldada noorte kaastöötajate ühistegevusi“) annab üksikasjalikke juhiseid kahepäevase sündmuse läbiviimiseks. CityYouth #challenge loodi selleks, et inspireerida noori inimesi olema vastutustundlikud kodanikud ja ettevõtjad, et ärgitada neid tegema karjääri ettevõtluses ning valima äritegevust positiivse muutuse läbiviimise vormina.



BIBLIOGRAAFIA

1. Aksel Kirch, T. T. (2015). *Kaunas University of Technology, European Integration Studies*. (K. U. Technology, tootja) Seisugamärts 2017, Kaunas Tehnoloogiaülikool: <http://www.eis.ktu.lt/index.php/EIS/article/view/12808>;
2. e-estonia. (ilma kuupäevata). Seisuga 19. juuli 2017, e-estonia: <https://e-estonia.com>;
3. crowdfundinghub. (ilma kuupäevata). *CrowdfundingHub*. Seisuga 19. juuli 2017, CrowdfundingHub: <http://www.crowdfundinghub.eu/current-state-of-crowdfunding-in-estonia/>;
4. Eesti, Sihtasutus Archimedese noorteagentuur. (ilma kuupäevata). mitteformaalne. Seisuga 19. juuli 2017, mitteformaalne: <http://mitteformaalne.ee>
5. EEA ja NORWAY GRANTS. (11.06.2014). <http://eeagrants.org/>. Seisuga 25. märts 2017, <http://eeagrants.org/>: <http://eeagrants.org/News/2014/Social-entrepreneurship-helping-young-people-into-work>
6. Estonia, M. o. (17.06.2010). *Eesti Vabariik, haridus- ja teadusministeerium*. Seisuga 25. märts 2017, <https://www.hm.ee/en/activities/youth/youth-work>;
7. Kirch, M. (07.07.2004). *Riigikogu*. Seisuga 25. märts 2017, Riigikogu: https://www.riigikogu.ee/msi_arhiiv/ch_research.html#DESI;
8. Eesti Vabariigi haridus- ja teadusministeerium. (ilma kuupäevata). hm.ee. Seisuga 19. juuli 2017, hm.ee: <https://www.hm.ee/en/activities/youth/financing-youth-work>;
9. Network, E. S. (11.04.2012). SEV. (SEV, toimetaja) Seisuga 25. märts 2017, SEV: <http://sev.ee/en/>;
10. Parlament. (01.05.1998). *Riigikogu (Eesti parlament)*. Seisuga 25. märts 2017, Riigikogu: <https://www.riigiteataja.ee/en/eli/ee/510042014003/consolide/current>;
11. Parlament. (17.06.2010). *Riigikogu*. Seisuga 25. märts 2017, <https://www.riigiteataja.ee/en/eli/520122013004/consolide>;
12. Parlament. (02.06.1993). *Riigikogu*. Seisuga 25. märts 2017, Riigikogu: <https://www.riigiteataja.ee/en/eli/509012014003/consolide>;
13. Services, I. C. (2014). *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe*. London: ICF Consulting Services;
14. StatCounter GlobalStats. (ilma kuupäevata). StatCounter GlobalStats. <http://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/estonia>;
15. Taru, M. (2010). Noortetöö Tallinnas: positiivne mõju noortele inimestele. *Studies of Transition States and Societies, STSS*, 2 (2)
16. Urve Venesaar. (2006). *Tallinn University of Technology*. Seisuga 25. märts 2017, Tallinn University of Technology: https://www.researchgate.net/publication/24137730_Students'_Attitudes_and_Intentions_toward_Entrepreneurship_at_Tallinn_University_of_Technology
17. Noorsooseadus (*Jaunatnes likums*, jõustus 01.01.2009)
18. Noorsoopoliitika ellurakendamise plaan aastateks 2016-2020 (*Jaunatnes politikas īstenošanas plans 2016.-2020.gadam*)
19. Omavalitsuste noorsoopoliitika arenguplaan (*Jaunatnes politikas attīstības plāns pašvaldībās*)

