

Millist mõju tahate saavutada?

Milline on potentsiaal mõju saavutamiseks teie ettevõtte idee rakendamisega?

Sotsiaalsed ettevõtted pole lihtsalt sotsiaalsete eesmärkidega ettevõtted, vaid viis, kuidas inimesed saavad teha koostööd võrdsemate, ausamate ja kestlikemate kogukondade loomiseks. Sotsiaalsed ettevõtted pakuvad alternatiivset meetodit kaupade ja teenuste vahetamiseks ning mõjutavad inimesi (sotsiaalne), planeeti (keskkond) ja ühiskonda (kultuur ja kogukond).

Üldiselt rääkides mõjutavad organisatsioonid, ettevõtted või üksikisikud oma kogukonda sotsiaalse mõju kaudu. Sotsiaalse mõju allikaks võib olla tegevus, projekt, programm või poliitika ja see võib olla tahtlik või tahtmatu, positiivne või negatiivne.

Sotsiaalset mõju võivad tunda vahetult organisatsiooni või indiviidiga seotud inimesed, kuid see võib ulatuda ka kaugemale: teistesse kogukondadesse, piirkondadesse ja isegi riikidesse. Traditsiooniliselt on sotsiaalsete ettevõtete ülesandeks olnud sotsiaalse, keskkondliku ja majandusliku mõju loomine (kolmekordne tulem).



Majanduslik mõju: See tähendab vahendeid, mida ettevõtte kasutab kogukonna hüvanguks investeeritava tulu teenimiseks. Võib seonduda ka kohaliku majanduse parandamisega.



Keskkondlik mõju: Mõned sotsiaalsed ettevõtted on keskendunud positiivse keskkonnamõju avaldamisele (nt taaskasutus või kogukondlik metsamaa). Kõik sotsiaalsed ettevõtted peaksid üritama oma negatiivset keskkonnamõju piirata ja tegema keskkonnateadlikke otsuseid.



Sotsiaalne mõju: Sotsiaalne ettevõtte peaks veenduma, et see mõjutab inimesi, nende heaolu ja elatusvahendeid positiivselt.



Kultuuriline mõju: Kultuuri sisuks on traditsioonid, normid, väärtused, keeled, uskumused, kunst, oskused, eluviis, seadused, hoiakud jne. Sotsiaalse ettevõtte tegevus peaks mõjutama kultuuri positiivselt, toetama selle positiivseid külgi ja püüdma muuta negatiivseid hoiakuid.

Good Finance'i video „Introduction to social impact“: https://youtu.be/KDCYc_0h13g

Sotsiaalne, keskkondlik ja kultuuriline mõju ning sotsiaalse ettevõtte püsiväärtused - nende tegutsemisviis - on omavahel seotud. Sotsiaalne ettevõtte peaks oma väärtusi ja nende järgimist selgelt väljendama. See tähtsate jagatud sotsiaalsete väärtuste tunnustamine eristab sotsiaalseid ettevõtteid teistest ettevõtlusvormidest ja võib tõmmata ligi sotsiaalselt meelestatud kliente.

Sektorid, kus sotsiaalsed ettevõtted on traditsiooniliselt avaldanud märkimisväärset mõju, on:



Sotsiaalne mõju on ülevaade muudatustest, mida kavatsete oma sotsiaalse ettevõttega teha või käsitleda. See võib olla probleemi seljatamisega abistamine või mingi võimaluse kogukonna kasuks pööramine. On oluline keskenduda mõjule või muutusele, kuna see on peamine põhjus sotsiaalse ettevõtte asutamiseks ja juhtimiseks.

Sotsiaalse ettevõtte sihi ja eesmärkide määratlemine

Kuigi tulu tootmine on sotsiaalse ettevõtte jaoks oluline, on selle peamiseks motivaatoriks sotsiaalse või keskkondliku mõju avaldamine. Seetõttu on äärmiselt tähtis, et teie sotsiaalse ettevõtte sotsiaalsed ja/või keskkondlikud eesmärgid oleksid selgelt määratletud. Selgelt

püstitatud eesmärgid võimaldavad selgelt sõnastada, millega ettevõtte tegeleb ning mida ja kuidas see loodab saavutada.

Siht peaks olema lühike ülevaade sellest, miks teie sotsiaalne ettevõtte loodi ja mida see loodab pikemas perspektiivis saavutada, st lõppeesmärk.

SIHT	EESMÄRK
Siht on lõppeesmärk, mida sotsiaalne ettevõtte soovib saavutada.	Eesmärk on miski, mida sotsiaalne ettevõtte soovib saavutada pidevalt selle poole püüeldes.
Pikaajalised tulemused	Lühiajalised tulemused
Üldine suund või kavatsus	Konkreetne eesmärk
Eesmärk	Saavutus
Mida on võimalik saavutada?	Kuidas seda saavutada?

Näiteks on kohaliku sotsiaalse tootmisettevõtte sihiks rikastada elusid ja parandada inimeste tervist, tootes tervislikku toitu, toetades koolitusi ja töötajate võimalusi.

Eesmärgid on sammud, mida astutakse sihini jõudmiseks. Tõhusad eesmärgid peaksid vastama SMART-kriteeriumitele:

- spetsiifiline (*Specific*) - eesmärk peaks olema määratletud võimalikult selgelt, et saada aru, millal see on täidetud.
- mõõdetav (*Measurable*) - peaksite suutma mõõta, kas eesmärk on täidetud või mitte.
- saavutatav (*Achievable*) - võimalik saavutada.
- asjakohane (*Relevant*) - see peaks olema osa ettevõtte üleüldisest sihist.
- tähtajaline (*Time-bound*) - eesmärk peaks olema planeeritud kindlasse ajavahemikku.

Kohaliku sotsiaalse toiduettevõtte SMART-eesmärkideks võiksid olla näiteks:

- pakkuda aastas 6 tööturukoolituse kohta;
- pakkuda kohalikult kasvatatud värskaid tooteid 30 majapidamisele;
- korraldada aastas 12 töötuba teadlikkuse suurendamiseks tervislikust toitumisest.

Sihi ja eesmärkide selge määratlemine annab teie äriplaani jaoks vajaliku raamistiku ning määrab mõju mõõtmise konteksti.

Miks on sotsiaalse mõju mõõtmine oluline?

Sotsiaalsete ettevõtete jaoks on oma sotsiaalse ja/või keskkondliku mõju mõõtmine tähtis, kuna sellega on võimalik tõendada, et nad teevad oma kogukonnale head, täidavad oma kasusaajate vajadusi ja saavutavad oma sotsiaalseid sihte.

Lihtne on langeda lõksu, kus tulemusi pigem eeldatakse, kui tõestatakse.

Õigupoolest toetub enamik sotsiaalseid ettevõtteid oma mõju väljendamisel subjektiivsetele tõenditele. Kuigi jutuvestmine on mõnes olukorras igati kohane, pole mõju ainult lugudega võimalik mõõta.

On palju olukordi, kus teil palutakse esitada oma sotsiaalse mõju kohta arvandmeid, näiteks aastaaruandluses ja rahastamistaotlustes.

Oskus sotsiaalset mõju mõista, hinnata ja väljendada on teie ettevõtte jaoks äärmiselt oluline. Selle abil saate mõõta oma tulemuslikkust püstitatud eesmärkide kontekstis ja näidata potentsiaalsetele klientidele, rahastajatele ja partneritele juba saavutatud positiivset mõju.

Mida teha sotsiaalset mõju käsitleva teabega?

Sellist teavet on võimalik kasutada paljudel kasulikel eesmärkidel, näiteks:

- oma tegevuse planeerimine ja täiustamine, selgitades kogutud teabe taustal välja, mis toimib ja mis mitte;
- laiema kogukonna teavitamine ja kaasamine;
- oma sotsiaalse ettevõtte tegevuste turustamine;
- rahastajatele, klientidele ja huvirühmadele aru andmine;
- uute rahastajate, investorite, partnerite ja klientide leidmine;
- uute ettevõtlusvõimaluste leidmine.

1. Ressursside suunamine

Paljud maapiirkondade sotsiaalsed ettevõtted peavad tegutsema piiratud võimaluste ja ressurssidega. Üksikasjalik teave selle kohta, kuidas aeg ja investeeringud teie eesmarke mõjutavad, parandab märkimisväärselt teie võimekust kasutada oma ressursse parimal viisil. Sotsiaalse mõju hindamine aitab organisatsioonidel paremini planeerida, tõhusamalt tegutseda ja oma eduvõimalusi parandada.

Võite keskenduda tegevustele, mis on teistest märkimisväärselt kasutoovamad, või tuvastada ja hinnata valdkondi, kus investeeritud ressurssidega pole soovitud mõju saavutatud. Sotsiaalset mõju puuduvat teavet saab kasutada oma kogukonna huvirühmade ja vabatahtlike teavitamiseks ja kaasamiseks ning see tagab, et te vastutate oma tegevuse eest.

2. Investorite ligimeelitamine ja alalhoidmine

Investorites (sealhulgas toetuste rahastajates, võlausaldajates või sponsorites) huvi äratamiseks ja selle säilitamiseks peate oma finants- ja sotsiaalset mõju selgelt mõõtma ja väljendama, tehes seda võimalikult hõlpsalt mõistetaval viisil. Investorid mõistavad sotsiaalset mõju kõige paremini, kui selle väljendamiseks kasutatakse finantsmõõdupuid:

Nt Iga kulutatud 10 naela eest saab noortele mõeldud tegevustes osaleda 5 last.

3. Pakkumistes osalemine avaliku sektori lepingute saamiseks või kaupade ja teenuste müümine

Sotsiaalsed ettevõtjad peavad suutma oma teenuseid reklaamida viisil, mis on ametnikele ja tarbijatele kiiresti ja kergesti mõistetav. Oma sotsiaalse või keskkondliku mõju tõendamine on tihti rahastamisprotsesside või -taotluste eelduseks.

Kuidas mõju mõõtmine aitab planeerida

Mõju mõõtmine on teie planeerimisprotsessi keskseks osaks, kuna selle abil saate välja selgitada, kas olete oma pikaajalise nägemuse elluviimisel õigel teel, ja oma tegevust vajadusel muuta. Mõju mõõtmine aitab lisaks äratada huvi võimalikes partnerites, investorites ja klientides.

Peaksite suutma selgitada, mida soovite oma kogukonnas muuta, ja tegutsema sotsiaalse mõju plaani loomise suunas kas oma äriplaani osana või sellega paralleelselt. Seega on meetmete määratlemise protsessi ajal äärmiselt kasulik mõelda, mida soovite muuta ja kuidas teie tegevused selle muudatusega seostuvad.

Peaksite looma ülevaate, milles on kirjeldatud „kui juhtub see - siis teen seda“ olukordi seoses teie loodetava muudatusega seotud tegevusega. Iga sotsiaalne ettevõtte peaks oma tegevuste mõju selle meetodiga analüüsima. Selle lähenemise abil saate hakata jälgima meetmeid, mis aitavad testida, kui edukalt tegevus tegelikult kulgeb ja mõõta saavutatud mõju ulatust.