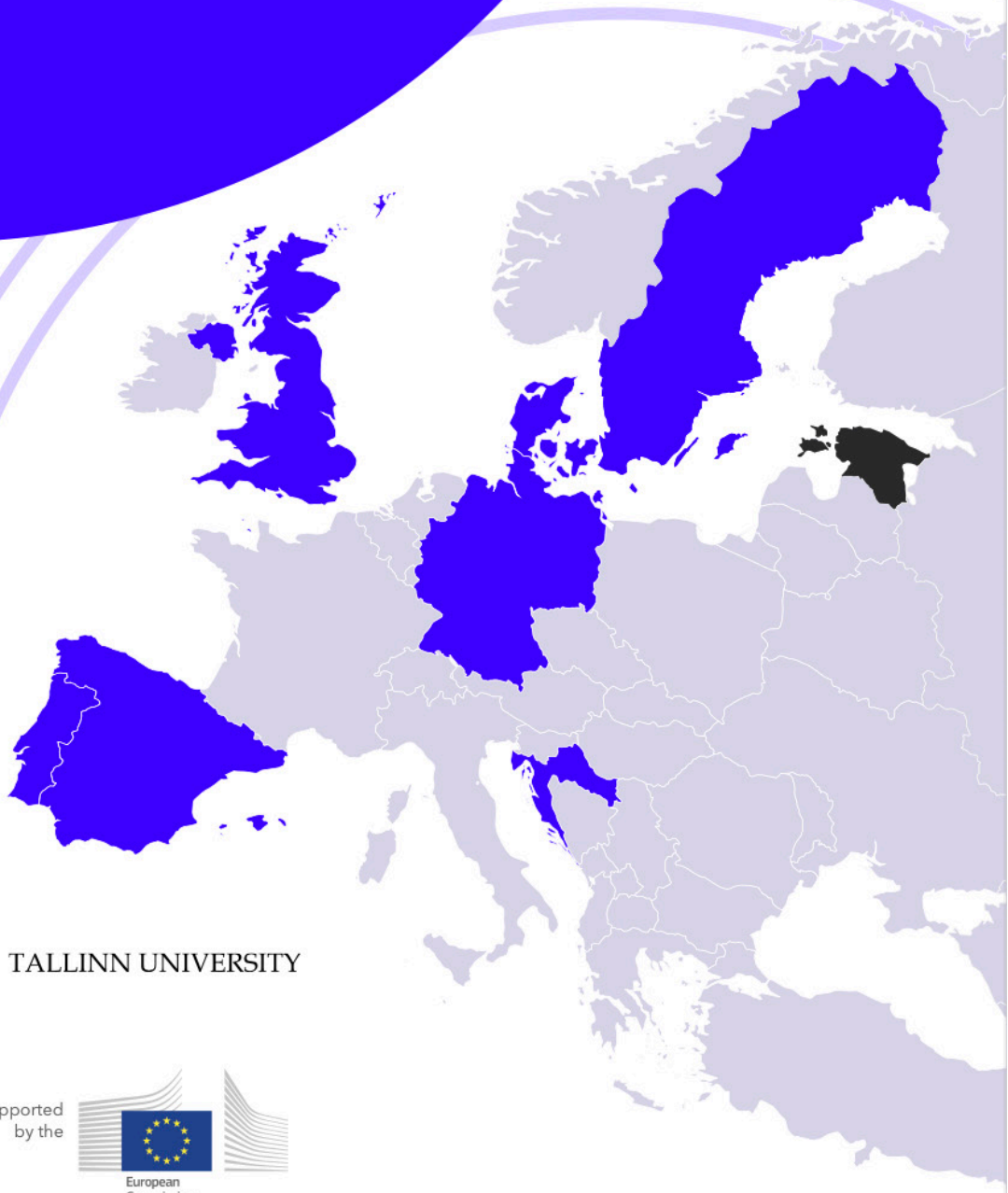
European Social Enterprise Monitor

2020
2021

Eesti Seire



SOCIAL ENTERPRISE ESTONIA

TALLINN UNIVERSITY

european social enterprise monitor

Supported by the European Commission

Projekti algatajad

Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik (SEV)

Euclid võrgustik

Autor

Katri-Liis Lepik, Phd

Soovituslik viitamine

Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik (2021). *European Social Enterprise Monitor - Eesti raport 2020-2021*. Autor: Katri-Liis Lepik. Eesti.

Euroopa Liidu ja tehniline tugi

Wieteke Dupain, Oriana Pilia, Euclid võrgustik, Qualtrics

Keeletoimetus

Laura Ilves

Disain ja kujundus

Vestmint Pro

Rahastaja

Seiret rahastab Euroopa Komisjoni Euroopa tööhõive ja sotsiaalse innovatsiooni programm (EaSI). Raportis sisalduvad seisukohad kuuluvad selle autorile ja ei kajasta Euroopa Komisjoni ametlikke seisukohti.

EESSÕNAD

Siseministeerium

Raivo Küüt

Siseministeeriumi rahvastiku toimingute ja kodanikuühiskonna asekantsler

Sotsiaalmajandusel ja sotsiaalsel ettevõtlusel on üha kasvav roll tänapäeva ühiskonna toimimise ja majandusmaastikul nii Euroopa Liidus kui Eestis. Euroopa Liidus nähakse sotsiaalset ettevõtlust kui võimalust kaasamiseks, ühtekuuluvustunde tekitamiseks ning ühiskondliku vastutuse võtmiseks. Sotsiaalse ettevõtluse kasutegur ja tähtsus ühiskonna jaoks avaldub tema unikaalsuses läbi rolli – olla samal ajal oma paindlike vormide kaudu ühiskondlike muutuste mootor, uuenduslike ja innovaatiliste lahenduste pakkuja, kaasava tööturu edendaja või ka sotsiaalteenuste pakkuja.

Olgugi, et Eesti sotsiaalse ettevõtluse areng on alles arenemas ja mõnede liikmesriikidega võrreldes ehk isegi lapsekingades, on see olnud alates 2015. aastal kinnitatud „Kodanikuühiskonna arengukavaga 2015–2020“ kui riikliku kodanikuühiskonna poliitika arendamise üks fookustest. Uuel strateegiaperioodil on sotsiaalne ettevõtlus juba kõrgendatud tähelepanu all. Siseministeerium valis 2021. aasta kevadel üheks strateegiliseks partneriks Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku, kelle asjatundlikkust kasutades töötame intensiivselt kahel suunal: et kasvaks sotsiaalsete ettevõtete jätkusuutlikkus ja nende poolt loodud ühiskondlik väärtus ning samal ajal leviks Eesti elanikele teadlikkus sotsiaalsest ettevõtlikkusest kui võimalikust tegevusvormist teiste vormide kõrval, tema väärtuslikkusest teiste vormidega võrreldes ning sotsiaalse ettevõtluse rollist ühiskonnas laiemalt.

Sotsiaalse ettevõtluse arengule Eestis hoo sisse lükkamiseks seisab meil lähiaastatel ees mitu suurt väljakutset. Ka mõned konkreetsemad väljakutsed vajavad suure eesmärgi saavutamiseks lahendusi, olgu see siis olemasolevate ettevõtlustoetuste sotsiaalsetele ettevõtetele kättesaadavaks muutmine või uute finantsinstrumentide loomine, sotsiaalse ettevõtte defineerimine õigusaktides, usaldusväärse statistika kogumine või sotsiaalse ettevõtluse potentsiaali laiem tutvustamine.

Käesolev raport on vajalik ja asjakohane väline pilguheit Eesti sotsiaalse ettevõtluse hetkeolukorrale ja väljakutsetele. Olen kindel, et siit leiavad head alusmaterjali nii poliitikakujundajad kui sotsiaalsed ettevõtted, et meie ees seisvate väljakutsetega toime tulla.

Head lugemist!

Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik

Marge Maidla

Limitless Impact Investments kaasasutaja, Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku juhatuse liige 2019-2021

Järgmised aastad saavad olema võtmelise tähtsusega, et püsida kursil ning saavutada aastaks 2030 ÜRO Säästva Arengu eesmärgid. Sotsiaalsed ettevõtted mängivad nende eesmärkide täitmisel olulist rolli, sest just sotsiaalsed ettevõtted on need, kes loovad oma toodete ja teenustega positiivseid muutuseid ühiskonnas ja keskkonnas. Selleks, et aina rohkem inimesi teaks, mis on sotsiaalne ettevõtlus ning inspireeruks sotsiaalse ettevõtluse võimekusest innovatsiooni eest vedada, on just selliseid ülevaateid, nagu seesama raport siin, hädasti vaja. Samuti on selline ülevaade oluliseks sisendiks nii poliitikaloojatele, sotsiaalse ettevõtluse tugiorganisatsioonidele ning juba tegutsevatele ettevõtjaile endile, et mõista, kuhu on tänaseks oma tööga jõutud, ning infole tuginedes planeerida järgmiseid samme tulevikuks.

Head lugemist ja inspireerimist!

Tallinna Ülikool

Katri-Liis Lepik

Tallinna Ülikool, dotsent
Sotsiaalse ettevõtluse magistriprogrammi kuraator

Sotsiaalsed ettevõtjad on missiooniinimesed, kes püüavad luua uuenduslikke lahendusi ja ärimudeleid. Nende peamine eesmärk on ühiskondlike probleemide lahendamine positiivsete sotsiaalsete- ja keskkonnamuutuste kaudu. Sotsiaalne ettevõtlus tekitab üha suuremat huvi nii poliitikute, teadlaste kui ka traditsiooniliste ettevõtjate seas. Seda nähakse uuendusliku ja jätkusuutliku lähenemisviisina, mis võiks aidata leevendada tänases maailmas levinud ebavõrdsust, keskkonnaprobleeme, vaesust ja luua töökohti haavatavatele sihtrühmadele. Oma tegevusega toetavad nad ÜRO jätkusuutliku arengu eesmärke (SDG) aastaks 2030.

Eestis ei ole sotsiaalse ettevõtluse mõiste endiselt veel väga tuntud ja nende organisatsioonide nähtavamaks muutmisele loodab seire kaasa aidata. Seire eesmärgiks on täita märkimisväärseid lünki sotsiaalsete ettevõtete struktuuri, nende rahalise seisu, mõjude, takistuste ja vajaduste kohta, et neid saaks paremini toetada. Tänastele ühiskondlikele väljakutsetele innovaatiliste lahenduste loomiseks on vaja rohkem sotsiaalsete ettevõtete keskseid toetusmeetmeid ning koostööd kodanikuühiskonna, ettevõtluse ja avaliku sektori osapoolte vahel.

Head sotsiaalse ettevõtluse valdkonnaga tutvumist!

SISUKORD

Eessõnad 3
Siseministeerium 3
Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik 4
Tallinna Ülikool 5

10 fakti seires osalenud Eesti sotsiaalsetest ettevõtetest 7

Sissejuhatus 8

1. Sotsiaalne ettevõtlus Eestis 14
1.1 Päritolu ja asukoht 14
1.2 Vanus ja tegutsemisaeg 14
1.3 Tegevusvaldkonnad 15
1.4 Juriidiline vorm 16

2. Sotsiaalne ettevõtlus COVID-19 pandeemia ajal 18

3. Ühiskondlik ja keskkonnamõju 19
3.1 Mõju valdkonnad 19
3.2 Kasusaajad 21
3.3 Hanked 23

4. Mõju mõõtmine 25

5. Turg, tulu ja rahastamine 27
5.1 Tulud majandustegevusest *vs.* mittemajandustegevusest 27
5.2 Tulud, kasum ja finantsplaneerimine 28
5.3 Finantsplaneerimine 31
5.4 Finantseerimine ja investeeringud 31

6. Innovatsioon ja kasv 35
6.1 Innovatsioon ja tehnoloogia 35
6.2 Laienemine 36

7. Töötajad ja juhtimine 37
7.1 Töötajad 37
7.2 Vabatahtlik töö 39

8. Takistavad ja soodustavad tegurid 39
8.1 Takistavad tegurid 39
8.2 Poliitiline toetus 41
8.3 Sotsiaalse ettevõtluse ökosüsteem 42

Kokkuvõte 43

Lisa 1. Seire eesmärk, kontseptsioon ja metodoloogia 45

10 FAKTI SEIRES OSALENUD EESTI SOTSIAALSETEST ETTEVÕTETEST

Eesti seires osalenud sotsiaalsed ettevõtted on:

- **ühiskondliku ja keskkonnasäästliku missiooniga**

  75% sotsiaalsetest ettevõtetest reinvesteerivad oma tulu organisatsiooni missiooni täitmiseks.

- **noored**

  Üle poole sotsiaalsetest ettevõtetest on asutatud viimase 10 aasta jooksul.

- **kaasavad ja mitmekesised**

  50% sotsiaalsetest ettevõtetest annavad tööd erineva etnilise taustaga töötajatele ning 33% on võtnud tööle erivajadusega inimesi.

- **ambitsioonikad**

  75% sotsiaalsetest ettevõtetest soovib lähitulevikus laiendada oma tooteid ja teenuseid, 50% soovivad tõsta turunduse taset, 46% soovib minna uutele turgudele ning värvata uusi töötajaid.

- **sotsiaalselt vastutustundlikud**

  88% peab teenuste ja toodete hankimise valikute puhul „väga oluliseks“ või „oluliseks“ positiivset ühiskondlikku mõju.

- **uuenduslikud**

  54% sotsiaalsetest ettevõtetest kinnitab, et nad tõid turule tulles kaasa vähemalt ühe uuendusliku toote/teenuse ning 50% pidasid innovaatiliseks oma ärimudelit.

- **mõõdavad mõjusid**

  50% sotsiaalsetest ettevõtetest analüüsib regulaarselt oma tegevuse mõju.

- **vastupidavad**

  Vaatamata koroonakriisile töötas 77% sotsiaalsetest ettevõtetest oma senise sihtrühma jaoks välja uued tooted ja teenused, 62% muutis oma tooted ja teenused digitaalseks ning 31% töötas välja täiesti uusi pakkumisi uutele sihtrühmadele.

- **kaasavad**

  92% sotsiaalsetest ettevõtetest kaasab oma töötajaid organisatsiooni otsuste tegemisse „väga suurel“ või „suurel määral“.

- **säästva arengu põhimõtteid järgivad**

  67% sotsiaalsetest ettevõtetest on teadlikud ÜRO säästva arengu eesmärkidest (SDG), 50% tegutsevad eesmärgi „tervis ja heaolu“ täitmiseks, millele järgnevad „säästev tootmine ja tarbimine“ (46%), „ebavõrdsuse vähendamine“ (38%) ning „kliimamuutuste vastased meetmed“ (38%).

SISSEJUHATUS

Eesti sotsiaalse ettevõtluse seire (ESES) 2020-2021 on uuring sotsiaalse ettevõtluse kohta Eestis. Selle eesmärgiks on pakkuda valitsuse, ettevõtlussektori, teadusringkondade ja kodanikuühiskonna otsustajatele andmeid ja teadmisi sotsiaalsete ettevõtete ökosüsteemi kohta. Seire abil on võimalik põhjalikumalt mõtestada sotsiaalse ettevõtluse potentsiaali ja väljakutseid ning võimaldada eelkõige tõenduspõhist poliitikakujundust ning paremini kavandada nii rahalist kui ka mitterahalist toetust.

ESES 2020-2021 on osa Euroopa sotsiaalse ettevõtluse seire (ESEM) 2020-2021 uuringust, mida toetab Euroopa Komisjon. ESEM-uuring tugineb Saksamaal, Hollandis ja Ühendkuningriigis viimase 14 aasta jooksul tehtud riiklike seirete kogemustele ja edukusele. Sel aastal koostatakse Euroopas ülevaateid kaheksas riigis: Eestis, Horvaatias, Taanis, Saksamaal, Portugalis, Hispaanias, Rootsis ja Ühendkuningriigis. Eesmärk on suurendada järgmistel aastatel seires osalevate riikide arvu ning muuta seire ka Euroopa Liidu liikmesriikides iga-aastaseks.

Sotsiaalse ettevõtluse määratlus

Euroopas puudub ühtne sotsiaalse ettevõtluse ja sotsiaalsete ettevõtete (SE) määratlus. Kõige lähemal ühtsele definitsioonile on Euroopa Komisjoni poolt kasutav alates 2011. aastast[1]:

- Sotsiaalne ettevõte on sotsiaalmajandusvaldkonnas tegutseja, mille peamine eesmärk on pigem sotsiaalne mõju kui selle omanikele või aktsionäridele kasumi teenimine.
- Sotsiaalne ettevõte kasutab oma vahendeid peamiselt seatud sotsiaalsete eesmärkide saavutamiseks.
- Sotsiaalset ettevõtet juhitakse vastutustundlikult, läbipaistvalt ja uuenduslikult, kaasates eelkõige töötajaid, kliente ja huvirühmi, keda tema äritegevus mõjutab.

Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik kasutab järgnevat määratlust[2]:

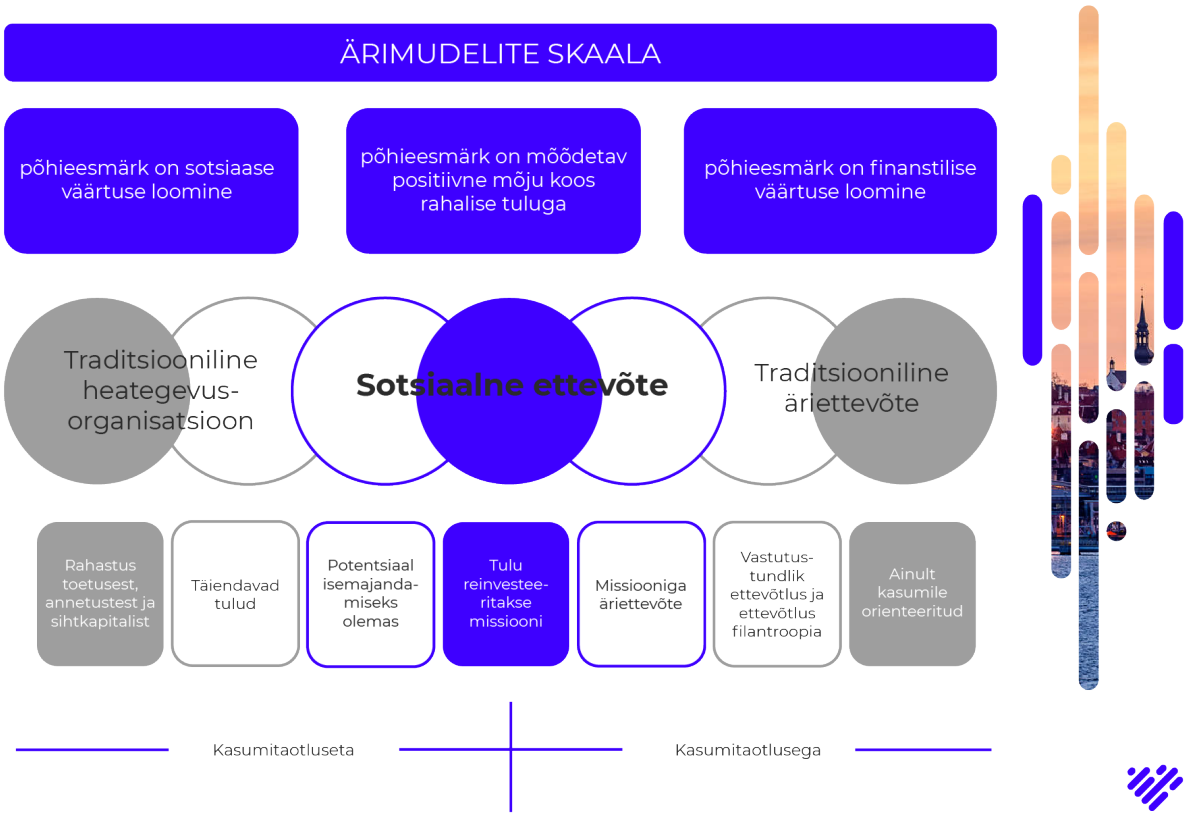
> Sotsiaalsed ettevõtted on ühiskondliku eesmärgiga organisatsioonid, mis kasutavad oma sihi saavutamiseks ettevõtlust. Lihtsamalt öelduna – sotsiaalsed ettevõtted müüvad oma tooteid või teenuseid eesmärgiga muuta maailma paremaks.

Sotsiaalsete ettevõtete ühiskondlik eesmärk tähendab nende otsest panustamist inimeste toimetulekusse ja heaolusse ning loodus- ja elukeskkonna soovitava seisundi säilitamisse.

Ettevõtlus tähendab tegutsemist majandusüksusena, st kaupade või teenuste pakkumist tasu eest püsiva tegevusena.

1 "Social Business Initiative" (2011). European Commission.

2 "Praktilisi näpunäiteid avaliku sektori ja sotsiaalse innovatsiooni edendamiseks. Rakkerühma lõpparuanne" (2018). Riigikantselei.



Joonis 1. Sotsiaalsete ettevõtete positsioon ärimudelite skaalal (Allikas: sev.ee).

Euroopa sotsiaalse ettevõtluse seire (ESEM) esimese aasta pilootprojekt hõlmab kaheksat riiki. Selleks, et võrrelda tulemusi nendes erinevate sotsiaalsete ettevõtete määratlustega riikides on ESEMi teadlastest konsortsiumi liikmed leppinud kokku järgnevas:

1. Küsimustikus kasutatakse Euroopa Komisjoni määratluse lühemat ja veidi kohandatud versiooni: „Sotsiaalne ettevõte on sotsiaalmajanduses tegutseja, mille peamine eesmärk on pigem sotsiaalne ja keskkonnamõju avaldamine kui kasumi teenimine nende omanikele või aktsionäridele". Finantstulu on vahend ja mitte eesmärk omaette;
2. Andmeid kasutatakse kõikides riikides ühtsel viisil, lähtudes põhimõttest, et kasutatakse ainult neid vastuseid, kus kinnitati, et "sotsiaalne mõju on strateegiliste äriotsuste tegemisel finantshuvidest olulisem või võrdselt oluline".

See lähenemisviis ei välista, et riikidel võib olla oma sotsiaalse ettevõtluse määratlus. Mõnes riigis on sotsiaalsete ettevõtete esindusorganisatsioon kinnitanud oma definitsiooni, nagu näiteks Saksamaal. Teistes riikides on sotsiaalsete ettevõtete esindusorgan võtnud kasutusele Euroopa Komisjoni või oma riigi valitsuse loodud määratluse.

Teiste uuringus osalevate riikide sotsiaalsete ettevõtete määratlusi on tutvustatud allpoolses tabelis 1.

Riik	SE määratlus	Allikas
Horvaatia	Sotsiaalsed ettevõtted on sotsiaalse, keskkonnaalase ja majandusliku jätkusuutlikkuse põhimõtetele tuginevad ettevõtted, kus teenitud kasum või ülejääk reinvesteeritakse täielikult või suures osas kogukonna hüvanguks.	"Sotsiaalse ettevõtluse arendamise strateegia" (Horvaatia Vabariigi valitsus, 2015)
Taani	Sotsiaalsed ettevõtted on eraomanduses ning nende äri ja kasumi kaudu edendavad konkreetseid sotsiaalseid eesmärke.	"Sotsiaalsete ettevõtete seadus" (Taani Parlament, 2014)
Saksamaa	Sotsiaalse ettevõtluse peamine eesmärk on lahendada ühiskondlikke probleeme. See saavutatakse ettevõtlusressursside pideva kasutamise kaudu ja tulemuseks on uued ja innovaatilised lahendused. Juhtimis- ja kontrollmehhanismid tagavad sotsiaalsete eesmärkide elluviimise sisemiselt ja väliselt.	Social Entrepreneurship Network Deutschland – SEND (Saksamaa Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku töögrupp, 2019)
Portugal	Sotsiaalne ettevõtlus on uuenduslike ideede rakendamine ja arendamine kogukonna probleemide lahendamiseks, millel on sotsiaalne ja sageli ka majanduslik eesmärk.	See määratlus on Portugali valitsuse algatuses „Portugali sotsiaalne innovatsioon", eesmärgiga edendada sotsiaalset innovatsiooni ja stimuleerida Portugali sotsiaalsete investeeringute turgu.
Hispaania	Organisatsioonid, mis üritavad sotsiaalprobleemi lahendada kommertsettevõtete meetodite ja vahendite abil, sealhulgas nii sotsiaalmajanduse organisatsioonid nagu sihtasutused, tööellu integreerivad ettevõtted, spetsiaalsed tööhõivekeskused ja ühistud kui ka need äriettevõtted, mille peamine missioon on saavutada positiivne sotsiaalne mõju.	Spain NAB, 2019. Publikatsioon: "Hacia una economía de impacto"

Rootsi	Ametlikku määratlust pole, kuid järgmisi kriteeriume on nimetatud valitsuse sotsiaalsete ettevõtete strateegias: Sotsiaalne ettevõtlus hõlmab heterogeenset rühma osalejaid ja tegevusi, mis toimivad sageli avaliku sektori, erasektori ja kodanikuühiskonna piiril. Üldiselt on sotsiaalsetel ettevõtetel mitmeid omadusi, mis võivad aidata seda rühma määratleda. Need on ettevõtted, sõltumata juriidilisest vormist, kus äritegevus on vahend ühe või mitme konkreetse üldkasuliku eesmärgi saavutamiseks, näiteks tõrjutuse vähendamiseks, kliima ja keskkonna parandamiseks või turvalisema elukeskkonna loomiseks. Ettevõtte tulemuslikkust mõõdetakse seoses avalike hüvede suurendamisega, mis on eesmärgiks. Ettevõtte finantsid investeeritakse peamiselt tema tegevusse või investeeritakse uude avalikkuse huvides kasutatavasse projekti, mitte ei võeta seda peamiselt välja omanike kasumina.	Rootsi Kuningriigi valitsus, 2018
Ühend-kuning-riigid	Peamiselt sotsiaalsete eesmärkidega ettevõte, mille tulu re-investeeritakse ettevõttesse või kogukonda, selle asemel, et suurendada aktsionäride ja omanike kasumit.	Ühendkuningriigi valitsus kehtestas 2005. aastal Äriühingute seaduse, mis on mõeldud sotsiaalsetele ettevõtetele, mis soovivad oma kasumit ja vara kasutada avalikes huvides.

Tabel 1. Euroopa 2020-2021 seires osalevate sotsiaalsete ettevõtete määratlused (Allikas: Dupain, et al 2021)[3].

Euroopa Komisjon on määratlenud sotsiaalse ettevõtluse mõiste kolm põhidimensiooni:

1) sotsiaalne mõõde, 2) ettevõtluse mõõde ja 3) valitsetuse mõõde (*governance dimension*)[4].

3 Dupain, W., Pilia, O., Wunsch, V., Hoffman, P., Scharpe, K., Mair, J., Raith, M., Bosma, N. (2021). "The State of Social Enterprise in Europe – European Social Enterprise Monitor 2020-2021". Euclid Network.

4 Carlo, B., Giulia, G., Barbara, F., Stefania, C., Rocío, N. and Chiara, C. (2020). "Social enterprises and their ecosystems in Europe. Comparative synthesis report". European Commission. Luxembourg: Publications Office of the European Union. https://europa.eu/!Qq64ny.

Peamine mõõde	Üldine määratlus	Miinimumtingimused
Sotsiaalne mõõde	Selged sotsiaalsed eesmärgid (sealhulgas keskkonnaalased ja kogukonna eesmärgid): toodetel/teenustel on sotsiaalne/avalik huvi. • Pakutavad teenused või tegevused võivad piirkonniti oluliselt erineda, sõltuvalt kohalikul tasandil või mõnel juhul ka globaalsel tasandil katmata vajadustest. • Positiivne sotsiaalne mõju vähemalt ühele ÜRO 17-st säästva arengu eesmärgist.	Sotsiaalse eesmärgi ülimuslikkus tuleb selgelt kehtestada siseriiklikes õigusaktides, sotsiaalse ettevõtte (SE) põhikirjas või muudes asjakohastes dokumentides.
Ettevõtluse mõõde	Stabiilne ja pidev kaupade ja teenuste pakkumine. Finantsmajanduses toimivate komponentide (vähemalt osaline) kasutamine (palgatööjõud, kapital, varad). • Tulud saadakse nii kaupade kui teenuste müügist eraisikutele ja avalikule sektorile. • Majanduslikult jätkusuutlikud sissetulekuallikad: sotsiaalsed ettevõtted toetuvad vabatahtlikele (eriti alustamise etapis) ja mitteärilistele ressurssidele ning kasutavad tavaliselt ka majanduses toimivaid tootmistegureid.	SEd peavad olema ettevõtlusele orienteeritud (müügitulude osakaal peaks olema ideaaljuhul üle 25%).
Valitsuse mõõde *(governance dimension)*	Osalus ja kaasav juhtimismudel: • Sotsiaalsed ettevõtted on ühe või mitme huvirühmaga organisatsioonid. • Kasumi jaotamise piirang tagab ettevõtte sotsiaalse eesmärgi täitmise. • Kaasav juhtimine ja demokraatlik otsuste tegemine.	SEd peavad tagama, et vajalike sidusrühmade huvid oleksid täiel määral otsustusprotsessides esindatud.

ELi määratlus sõnastab "sotsiaalse ettevõtte ideaalse tüübi". Selle tõlgendamine ja rakendamine on riigiti ja riigisiseselt erinev. Nii ELi määratluses kui ka mitmes riigis on sotsiaalsete ettevõtete jaoks miinimumkriteeriumid, mis ei ole alati võrreldavad teiste riikide määratlustega.

ESEM-i uuringu metoodikas otsustati andmed ühtlustada ja kaasata sotsiaalsed ettevõtted, mille puhul „sotsiaalne mõju on strateegiliste äriotsuste tegemisel finantshuvidest olulisem või võrdselt oluline". Lisaks kuuluvad siia sotsiaalsed ettevõtted, mida vastavalt nende juriidilisele vormile peetakse nende riigis sotsiaalseks ettevõtteks.

ESEM-i küsimustiku metoodika väärtus seisneb selles, et algandmeid saab sorteerida ja analüüsida nii, et need vastaksid kõikidele Euroopa riiklikele ja piirkondlikele

määratlustele ning peamistele parameetritele. See soodustab ESEM-i andmete laialdast kasutamist, et toetada tõenduspõhist poliitikakujundust nii praegu kui ka tulevikus muutuvate määratluste korral. Lisateabe saamiseks saab metoodikaga tutvuda antud dokumendi lisas.

Osalus

Euroopa pilootuuringus osales kokku 1091 ettevõtet, mis on väga väike hulk sotsiaalsetest ettevõtetest Euroopa Liidus. 2020. aasta Euroopa Komisjoni tellimusel läbi viidud Sotsiaalse Ettevõtluse Algatuse (*Social Business Initiative*)[5] uuringu kohaselt osaleb Euroopa sotsiaalmajanduses täna 2,8 miljonit organisatsiooni ja ettevõtet ning need loovad kokku üle 13,6 miljoni tasustatud töökoha, st 6,3% töötavast elanikkonnast. Arvestades, et palgatöö sotsiaalmajanduses varieerub 0,6–9,9% kõigist liikmesriikide töökohtadest, on kasutamata majanduslik potentsiaal suur.

Kokku osales Eesti küsitluses 46 ettevõtet. 9 vastust tuli eemaldada seetõttu, et vastanud ei kinnitanud, et "sotsiaalne mõju on strateegiliste äriotsuste tegemisel finantshuvidest olulisem või võrdselt oluline". Peale andmete sorteerimist vastavalt metoodikale jäi uuringu analüüsi aluseks 24 vastust.

Arvestades, et 2021. aastal on ainuüksi Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustikus 54 liiget, siis ei saa seda uuringut pidada representatiivseks Eesti sotsiaalmajanduses tegutsejate kohta, vaid see annab ülevaate otseselt seires osalenud organisatsioonidest.

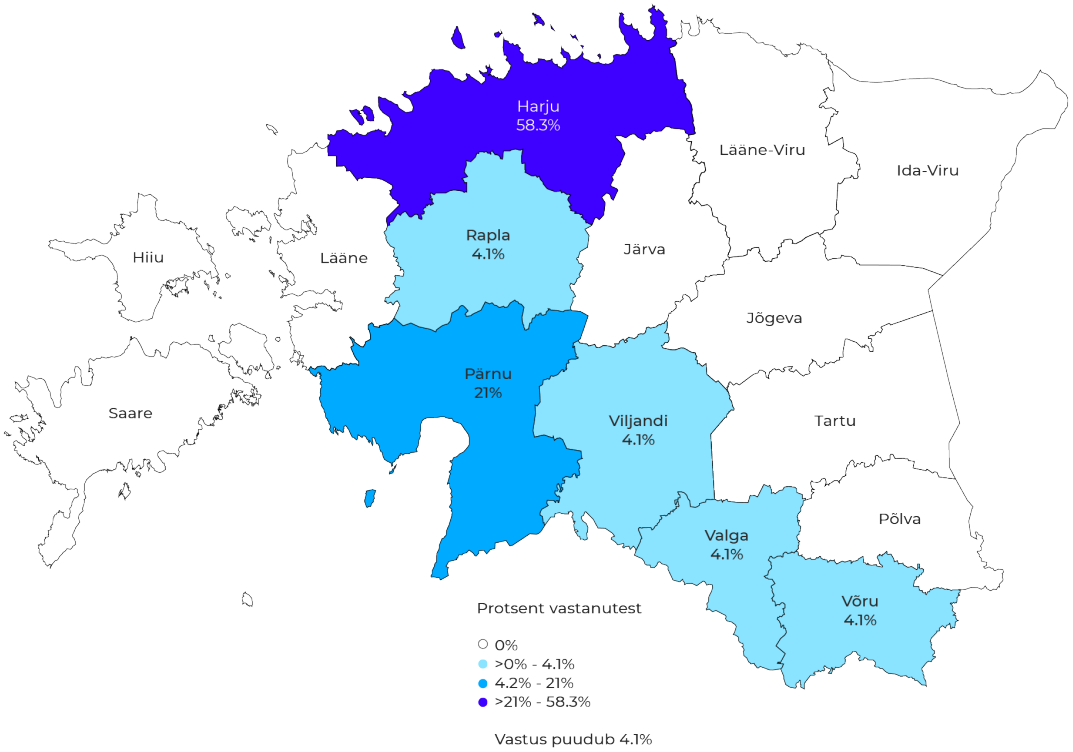
Kõik järgnevad joonised ja graafikud käivad vaid Eesti seires osalenute kohta.

5 Haarich, S., Holstein, F., Spule, S., Galera, G., Franchini, B., Borzaga, C., Chiomento, S., Spiess-Knafl, W., Scheck, B.,Salvatori, G. (2020). "Impact of the European Commission's Social Business Initiative (SBI) and its Follow-up Actions". Study for DG Employment, Social Affairs and Inclusion, European Commission.

1. SOTSIAALNE ETTEVÕTLUS EESTIS

1.1 Päritolu ja asukoht

Enamik seires osalenud sotsiaalsetest ettevõtetest asub Harjumaal.

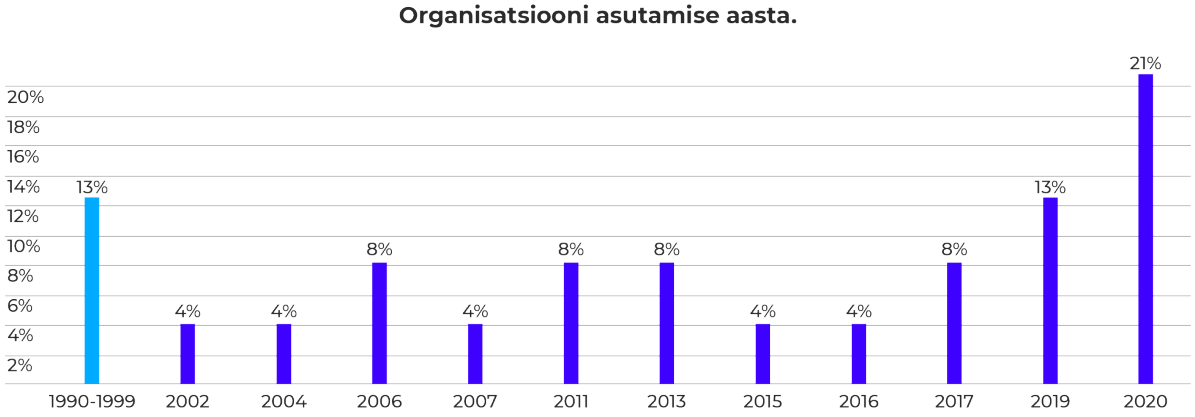


Joonis 2. Sotsiaalsete ettevõtete asukoht ja päritolu.

Küsitluses osalenud sotsiaalsed ettevõtted (SEd) tegutsevad peamiselt Põhja- ja Lõuna-Eestis. Enamik on pärit Harju maakonnast (58,3%) ja Pärnu maakonnast (21%) ning võrdselt on esindatud Rapla, Viljandi, Valga ja Võru maakonnad (4,1%). Teistest maakondadest uuringus osalejaid ei olnud.

1.2 Vanus ja tegutsemisaeg

Kolm ettevõtet 24st olid asutatud enne 2000-ndat aastat ning 5 ettevõtet on asutatud alles 2020. aastal.



Joonis 3. Sotsiaalsete ettevõtete asutamise aasta.

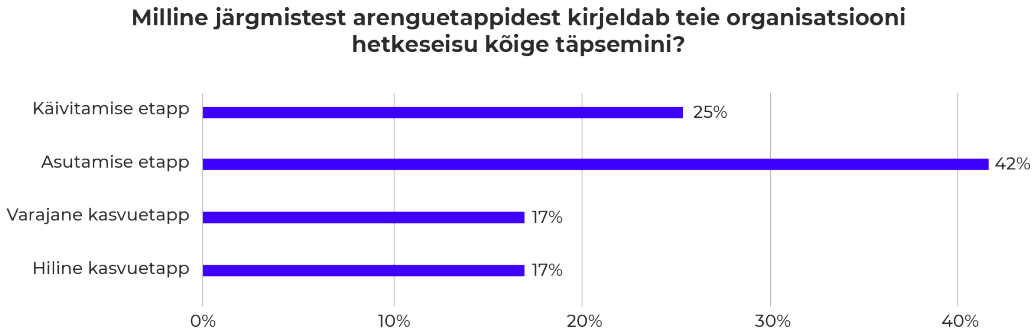
Eesti sotsiaalse ettevõtluse ajaloo alguseks võib lugeda juba aastat 1889, kui nägemispuudega inimesed alustasid omavalmistatud harjade müüki Tallinnas, millest aastaks 1941 kasvas välja kooperatiiv „Pimedate Artell Põhja“, mis võimaldas tööhõivet nägemispuudega inimestele.[6] Üle 130 aasta hiljem aga taasavastatakse sotsiaalset ettevõtlust kui innovaatilist viisi lahendada ühiskonna probleeme ning täita seni teenustega katmata vajadusi.

Tänaste sotsiaalsete ja ökoloogiliste kriiside kontekstis on üha enam inimesi enda jaoks avastamas sotsiaalse ettevõtluse potentsiaali, mille kaudu ühiskonda panustada. Seda trendi toetab ka äsja loodud SEde arv uuringus. Sotsiaalsete ja ökoloogiliste teemade kasvu trendi toetab lisaks ka info Startup Estonia andmebaasist, kus 8,7% iduettevõtetest (juuni 2021) on oma tegevusvaldkonnaks märkinud heaolu, tervishoiutehnoloogia ja loodusteadused.[7]

Sotsiaalsete ettevõtete arenguetapid

Seirele vastanutest peab 10 sotsiaalset ettevõtet ennast asutamise etappi kuuluvaks ehk sellesse etappi, kus toetusvajadused on suured. Selles etapis tehakse esmased müügid, saadakse esimesed klientide ja turu kogemused.

Kuus SEd on käivitamise etapis, kus seemnerahastuse kaasamine, kapitali omandamine ning prototüüpi arendamised on otsustaval kohal. Neli ettevõtet on varases kasvuetapis, kus skaleerimine, suuremad vajadused juhtimise osas ning kasvav müük iseloomustavad organisatsioone. Neli ettevõtet on hilises kasvuetapis, kus neid iseloomustavad teenuste ja toodete edasiarendamine, suurenev kapitali hankimise vajadus ning väljakujunenud suhted huvirühmadega.



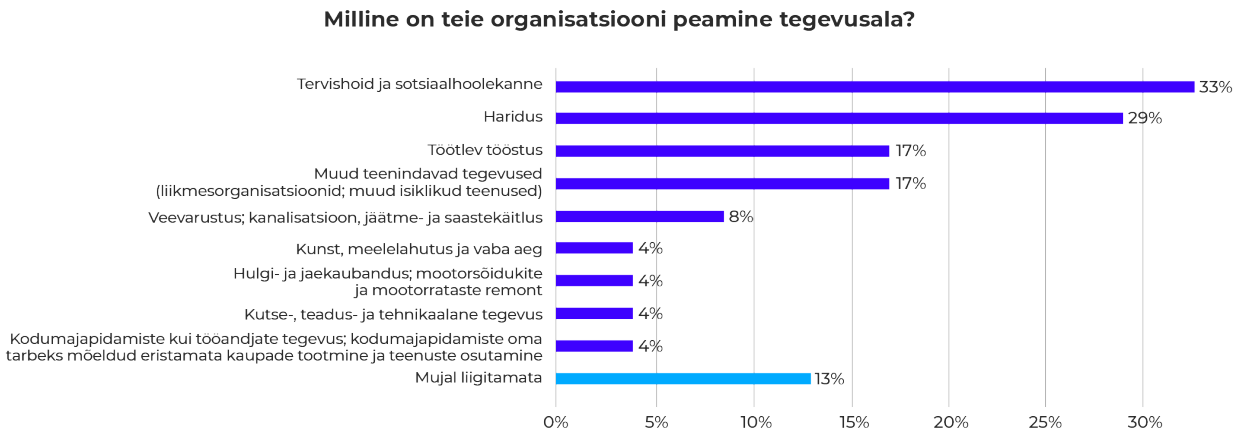
Joonis 4. Sotsiaalsete ettevõtete arenguetapid.

1.3 Tegevusvaldkonnad

Sotsiaalsed ettevõtted võivad tegutseda kõikides tavapärastes ettevõtluse ja tööstuse valdkondades. Kõige enam on aga selliseid ettevõtteid tervishoiu, sotsiaalteenuste ja hariduse valdkondades. Sotsiaalsed ettevõtted tegutsevad paljudes erinevates valdkondades avalikkuse huvides, tehes seda aga ettevõtluses tuntud meetoditega. Eestis uuritud SEd ei erine Euroopa omadest ning tegutsevad peamiselt tervishoiu, sotsiaalhoolekande (8) ning hariduse valdkonnas (7).

6 Hariner ajalugu. http://www.hariner.ee/Ajalugu.html

7 Estonian Startup Database. https://startupestonia.ee/startup-database



Joonis 5. Sotsiaalsete ettevõtete tegevusalad.

1.4 Juriidiline vorm

Eestis ei ole sotsiaalsetel ettevõtetel seadusega eraldi juriidilist vormi. SE loomiseks on võimalik valida peamiste õiguslike vormide vahel:

- *mittetulundusühing,*
- *osaühing,*
- *sihtasutus,*
- *tulundusühistu,*
- *aktsiaselts.*

Ettevõtluse- ja majandusliku mõõtme osas sobivad need juriidilised vormid ELi sotsiaalsete ettevõtete määratlusega. Mittetulundusühingute ja sihtasutustena registreeritud sotsiaalsed ettevõtted võivad saada osa tulust ettevõtlusest; osaühingud saavad enamiku oma tuludest äritegevusest. Valitsetuse mõõtme (*governance dimension*) osas on sotsiaalsete ettevõtetena määratletud avalik-õiguslikel asutustel ja sihtasutustel täielik autonoomia, kuna need õiguslikud vormid võimaldavad neid luua avaliku sektori organisatsioonidel või ettevõtetel. Mittetulundusühingutel on kõrgeim organ üldkogu, mis koosneb kõikidest liikmetest ning seega on selle juriidilise vormi puhul kõige otsesemalt liikmete kaasatuse mõõde täidetud.

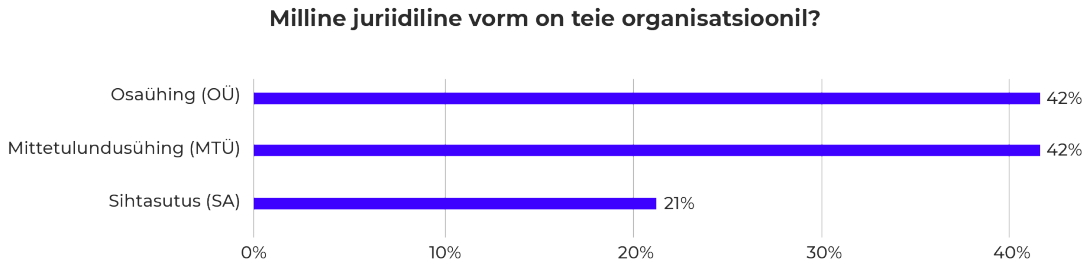
Sotsiaalse ettevõtluse praktikad Eestis on mitmekesised, varieerudes MTÜ-dest, kes pakuvad avalikke teenuseid (töövõtjateks on avalik sektor), sotsiaalsete idufirmadeni, mille eesmärgiks on teha koostööd ja kasvada tänu eratarbijatele või ärilt-ärile klientidele.

Eestis ei ole sotsiaalsele ettevõttele seaduslikku definitsiooni. Positiivse sotsiaalse mõjuga ettevõtlusega (nt toodete ja teenuste müümine) võivad tegeleda MTÜ-d kui ka eraettevõtted. 2010. aastatel olid peamisteks definitsiooni aspektideks Eesti Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku poolt pakutud peamiselt sotsiaalsed või keskkonnaga seonduvad eesmärgid, kasumi täielik taasinvesteerimine ja varade lukustamine.[8] Kümnendi lõpuks sai aga selgeks, et nõuded seoses kasumi ja varadega muutusid väljakutseks sotsiaalsetele ettevõtjatele, kes tahtsid investeeringute abiga laieneda ja soovisid asutajatele pakkuda finantsilist motivatsiooni. Seega on ettevõtete arenguvajadusi arvesse võttes sotsiaalse ettevõtluse definitsioonis kasumijaotamise osas aja jooksul tehtud muudatusi. Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku poolt uuendatud definitsiooni

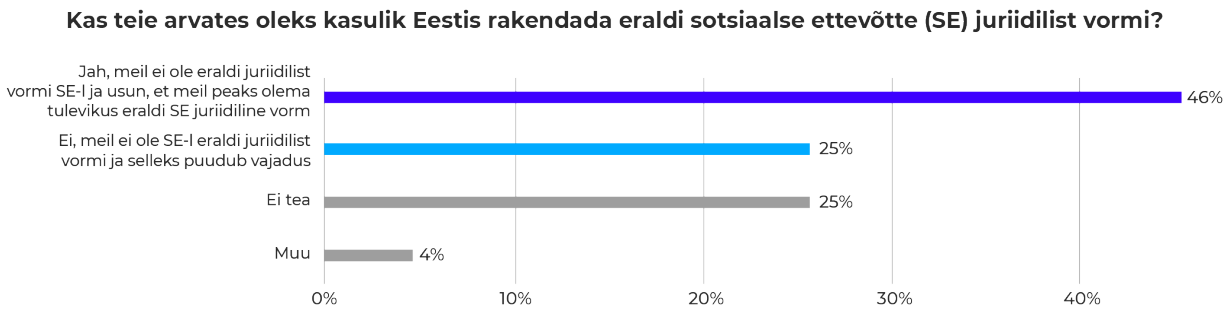
8 Aps, J. (toim..) (2014). "Sotsiaalse ettevõtja juriidiline abimees". Advokaadibüroo VARUL koostöös Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustikuga.

kohaselt on sotsiaalsetele ettevõtetele ühiskondlik eesmärk kasumijaotusest tähtsam ning vähemalt 51% ettevõtte kasumist investeeritakse ühiskondliku eesmärgi saavutamiseks ja kuni 49% on kasumi jaotuse kõlbulik.[9]

Eesti SEd jagunevadki peamiselt kahe põhilise juriidilise vormi – osaühingu ja mittetulundusühingu – vahel.



Joonis 6. Sotsiaalsete ettevõtete juriidilised vormid.



Joonis 7. Sotsiaalsete ettevõtete huvi juriidilise vormi rakendamise vastu Eestis.

Napilt alla poole uuringus osalenud SEdest leiab, et Eestis peaks tulevikus olema eraldi juriidiline vorm SEde jaoks ning näeb selles väärtust. Täna määrab juriidiline vorm paljuski SEde võimalused rahastuse kaasamiseks. Tagastamatud toetused ning ettevõtetest väiksema omaosalusega toetused on kättesaadavad mittetulundusühingutele ning sihtasutustele peamiselt Kodanikuühiskonna Siht-kapitali kaudu. Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse võimaldatavad arengutoetused on peamiselt kättesaadavad osaühingutele. Sotsiaalne finantsturg on Eestis veel arengujärgus ning nii nõudlus kui pakkumine on madalad.[10] Juriidiline vorm mõjutab aga ka potentsiaalsete sotsiaalsete investorite huvi ning panustamise tahet. Mitmed tegutsevad sotsiaalse fookusega ettevõtmised on seega kasutusele võtnud korraga kaks erinevat vormi, kus müüakse tooteid ja teenuseid osaühingu vormis ning panustatakse haavatavate sihtrühmade abistamisesse mittetulundusühingute vormis[11].

9 "Mis on sotsiaalne ettevõtlus". Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik. https://sev.ee/mis-on-sotsiaalne-ettevotlus/

10 Nordic Council of ministers Office in Estonia (2018). "Discussion Paper on Social Impact Investment in the Nordic-Baltic Region. Ideas and opportunities, needs and challenges".

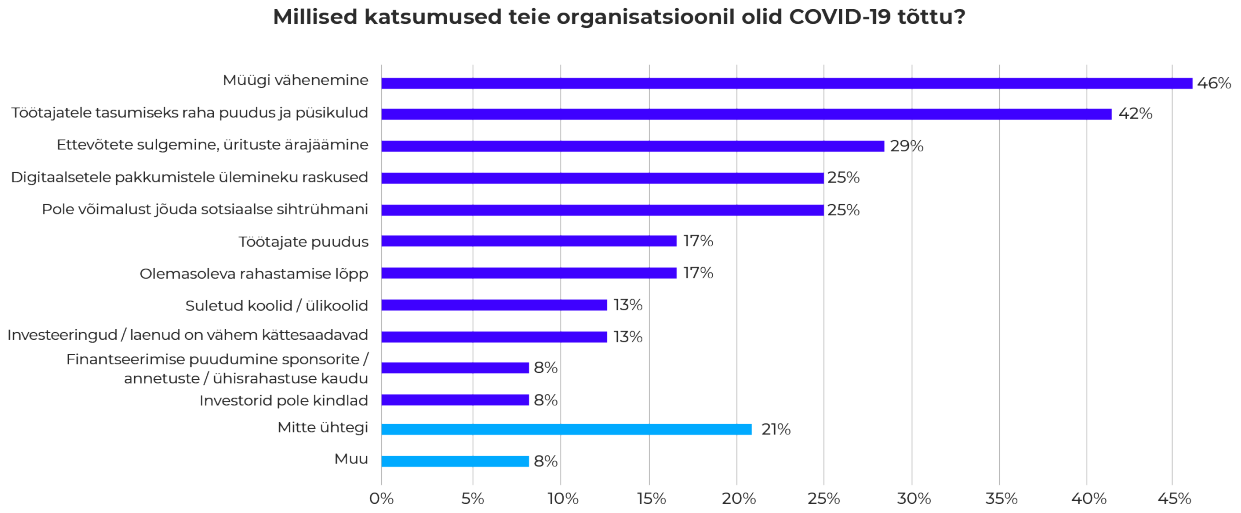
11 European Commission (2019). "Social enterprises and their ecosystems in Europe. Updated country report: Estonia". Author: Katri-Liis Reimann. Luxembourg: Publications Office of the European Union. https://europa.eu/!Qq64ny

2. SOTSIAALNE ETTEVÕTLUS COVID-19 PANDEEMIA AJAL

Eestis kehtestati eriolukord COVID-19 tõttu 12. märtsil 2020 ning see kestis kuni 17. mai 2020. Viiruse levikul ja sellega seotud ohjeldusmeetmetel oli suur mõju igapäevaelule, majandusele ja ühiskonnale. Sotsiaalsed ettevõtted seisid sageli silmitsi suureneva vajadusega oma sihtrühmade poolt, samal ajal aga vähenes nende sihtrühmade sissetulek ning muutus eriti keeruliseks näiteks sotsiaalsete erivajadustega inimeste, kodutute, immigrantide jt olukord. Eriolukorra ja ühiskonna sulgemise mõjud kestavad ning on viinud suurenenud vaimse tervise probleemide, vaesuse ja majanduse languse ning töötuseni.[12, 13]

Sarnaselt ettevõtlussektorile üldiselt, kannatasid koroona tõttu enim ettevõtted, mille ärimudelit oli raske kiiresti kohandada muutunud oludele vastavaks. Nende ettevõtete vajadused riigi toetusmeetmete järele kasvasid, kuid toetustingimusi[14] oli sotsiaalsete ettevõtete tegevusvaldkondadest ja klientidest tulenevalt keeruline täita. Selleks, et luua suuremat selgust sotsiaalsete ettevõtete olukorra kohta, uuriti seire käigus konkreetsete koroonakriisist tulenevate väljakutsete kohta. Peamiselt olid väljakutsed seotud valitsuse poolt kehtestatud eriolukorraga. Seega enim mõjutas koroonakriis SEde müügi vähenemist (46%), sest teised poed peale toidukaupluste suleti. Kriisi mõju avaldus ürituste ära jäämisega ning SEde koostööpartneriteks olevad ettevõtted sulgesid uksed (29%). Müügi vähenemisega halvenesid võimalused oma töötajatele palga maksmiseks (42%). Seoses hügieeninõuete karmistumise ning distantsi hoidmise nõuetega vähenesid võimalused jõuda SEde sihtrühmadeni (25%) ning asuda kiirelt pakkuma oma teenuseid digitaalselt (25%).

Pandeemiaga kaasnesid ka uued võimalused. Kriis näitas, millised organisatsioonid ja ettevõtted suudavad anda lisaväärtuse ühiskonda ja seega panustada säilenõtkemasse majandusse. Paljudel juhtudel selgus SE ja kodanikuühiskonna lahenduste potentsiaal. Vahetult pärast Eesti riigis eriolukorra kehtestamist, korraldasid avalik ja erasektor kriisiga toimetulekuks ühise veebis toimunud kahepäevase digihäkatoni "Hack the Crisis"[15], mis kasvas ülemaailmseks *online* häkatonide sarjaks.



Joonis 8. Sotsiaalsete ettevõtete raskused COVID-19 tõttu.

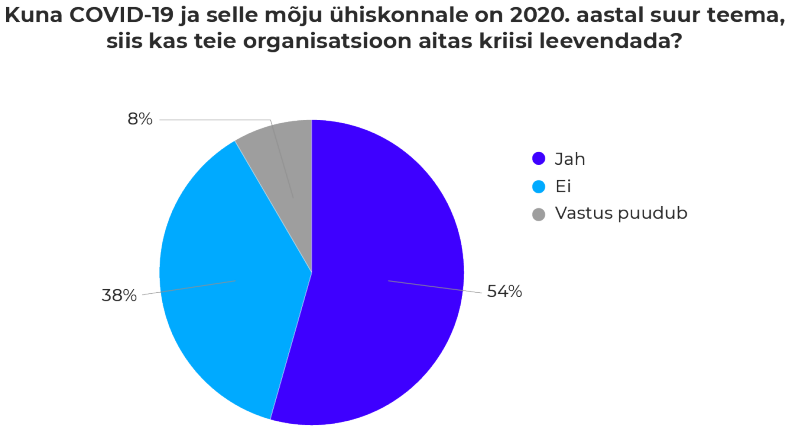
12 "Viirusekriisi mõju Eesti majandusele. Stsenaariumid aastani 2030" (2020). Arenguseire Keskus. https://www.riigikogu.ee/wpcms/wp-content/uploads/2021/01/2020_covid-19_viiruskriisi_moju_Eesti_majandusele_kokkuvote.pdf

13 "Eesti elanike vaimne tervis ja heaolu. Uuringu esimese andmekogumise laine lühiraport" (2020). Tallinna Ülikool. https://www.tlu.ee/sites/default/files/Instituudid/LTI/Dokumendid/Dokumendid/Uuringuraport%20I%20laine.pdf

14 "Ettevõtjate toetamine seoses COVID-19 haigust põhjustava koroonaviiruse levikust tulenevate piirangutega". (2021). Riigiteataja. https://www.riigiteataja.ee/akt/108052021002?leiaKehtiv

15 "Hack the Crises" (2020). Garage 48. https://www.garage48.org/events/hack-the-crisis

Vaatamata rahalistele raskustele ja ärimudeli keerukuse muutmisele tõdesid üle poolte Eesti vastanutest, et nende organisatsioon aitas kriisi leevendada. Kriisile reageerimiseks töötasid 18 organisatsiooni oma senise sihtrühma jaoks välja uued tooted ja teenused, 15 organisatsiooni muutsid oma pakkumised digitaalseks ning 7 töötas välja ka uusi pakkumisi uutele sihtrühmadele. Asutati ka üks täiesti uus organisatsioon COVID-19 toimetuleku abistamiseks.



Joonis 9. Sotsiaalsete ettevõtete osalus COVID-19 leevendamises.

Joonis 10. Sotsiaalsete ettevõtete COVID-19 kriisile reageerimise viisid.

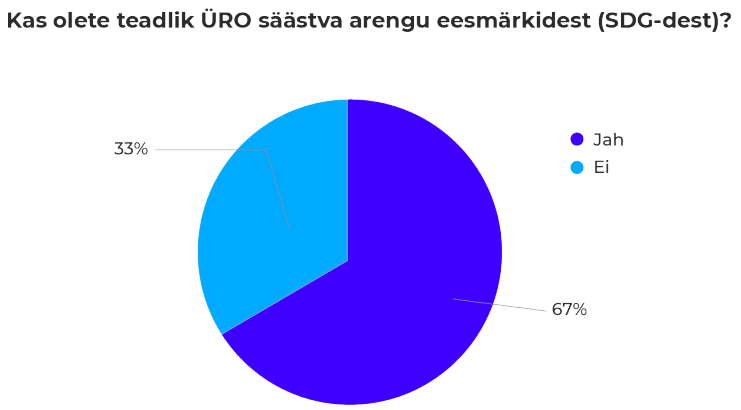
3. ÜHISKONDLIK JA KESKKONNAMÕJU

3.1 Mõju valdkonnad

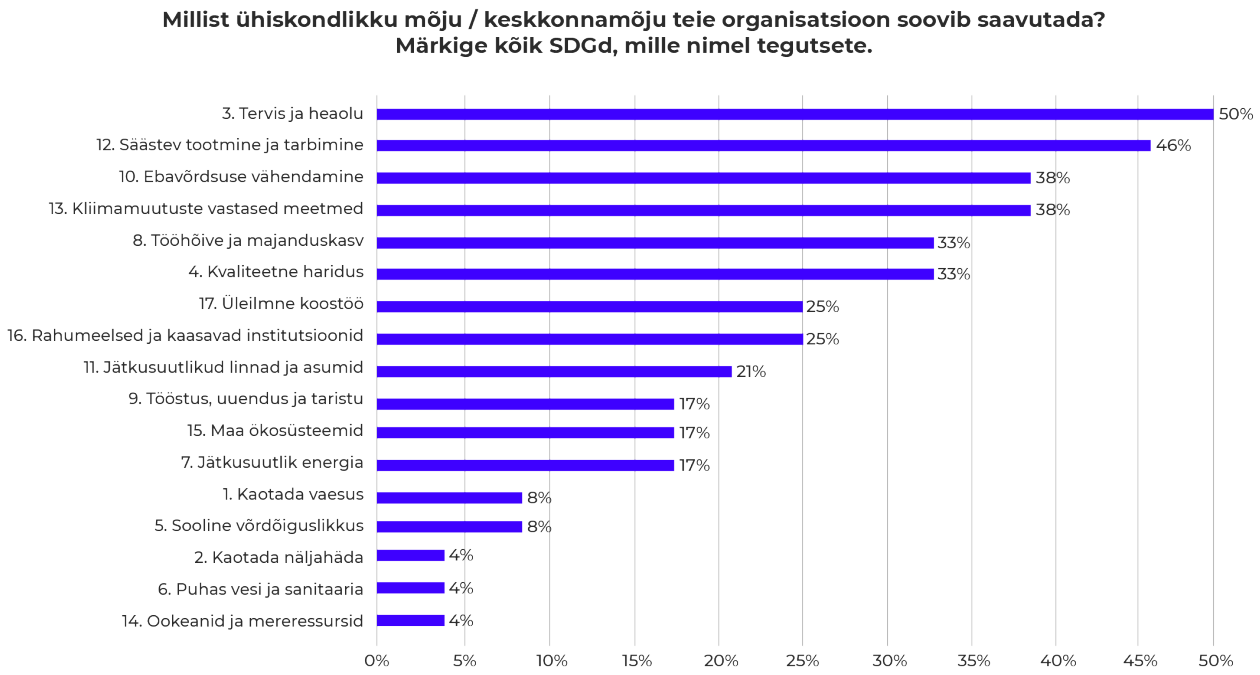
ÜRO Säästva Arengu eesmärgid

ÜRO 17 säästva arengu eesmärki, mis on osa „Säästva arengu tegevuskavast aastaks 2030" (tuntud ka kui SDG-d), on rahvusvahelisele üldsusele raamistikuks majanduslike, sotsiaalsete ja keskkonnaalaste arengueesmärkide saavutamiseks. Selleks, et muuhulgas ellu viia „Tegevuskava aastaks 2030" eesmärke, on vaja julgeid ja uuenduslikke lähenemisviise. Seda kinnitavad „GlobeScan SustainAbility Leaders 2018"

uuringu[16] tulemused, milles osalejad määratlevad sotsiaalse ettevõtluse kui tähtsuselt teise ajendi SDG-de saavutamiseks.



Joonis 11. Sotsiaalsete ettevõtete teadlikkus ÜRO säästva arengu eesmärkidest.



Joonis 12. Sotsiaalsete ettevõtete poolt ÜRO säästva arengu eesmärkide järgimine.

16 GlobeScan, SustainAbility (2018). "The 2018 GlobeScan - SustainAbility Leaders Surveys". https://globescan.com/2018-sustainability-leaders-report

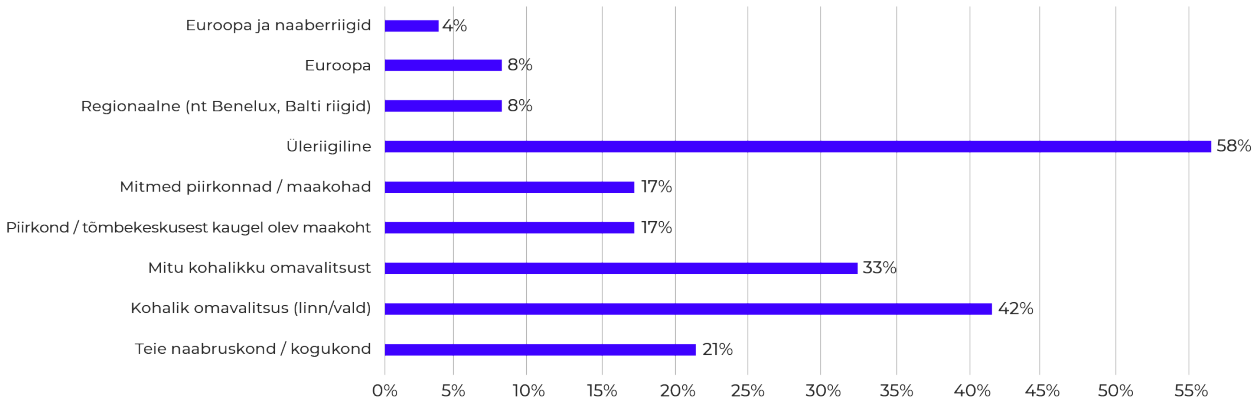
Eesti SEdest on 67% teadlikud ÜRO säästva arengu eesmärkidest ning pooled SEdest tegutsevad eesmärgi „tervis ja heaolu“ täitmiseks, millele järgnevad „säästev tootmine ja tarbimine“ (46%), „ebavõrdsuse vähendamine“ (38%) ning „kliimamuutuste vastased meetmed“ (38%). Valitud säästva arengu eesmärkide toetamine kattub suurel määral tegevusvaldkondadega, millega sotsiaalsed ettevõtted enim tegelevad (vt ptk 1.3).

Geograafiline ulatus

Sotsiaalsed ettevõtted rakendavad oma uuenduslikke lähenemisviise ühiskondlike probleemide ületamiseks erinevatel geograafilistel tasanditel. Eesti seires osalenud SEd tegutsevad peamiselt üleriigilisel tasandil (58%), millele järgneb ühe kohaliku omavalitsuse piires tegutsemine (42%) ning ka üle mitme naaberomavalitsuse piiride (33%) ettevõtluse arendamine.

Säästva arengu eesmärkide seisukohast ja eriti arengukoostöö kontekstis on sotsiaalsed ettevõtted maapiirkondade arendamisel eriti tõhusad, kuna toetavad kohalikul tasandil ettevõtlust ja seda soosivate ökosüsteemide ja säästva arengu mudelite loomist. See toetus avab kohaliku elanikkonna potentsiaali ja tagab, et tulemused vastavad kohalike inimeste konkreetsetele vajadustele.[17]

Millisel geograafilisel tasandil tegutseb teie organisatsioon oma ühiskondlikke, keskkonnaalaste eesmärkide saavutamiseks? Palun märkige kõik sobivad.



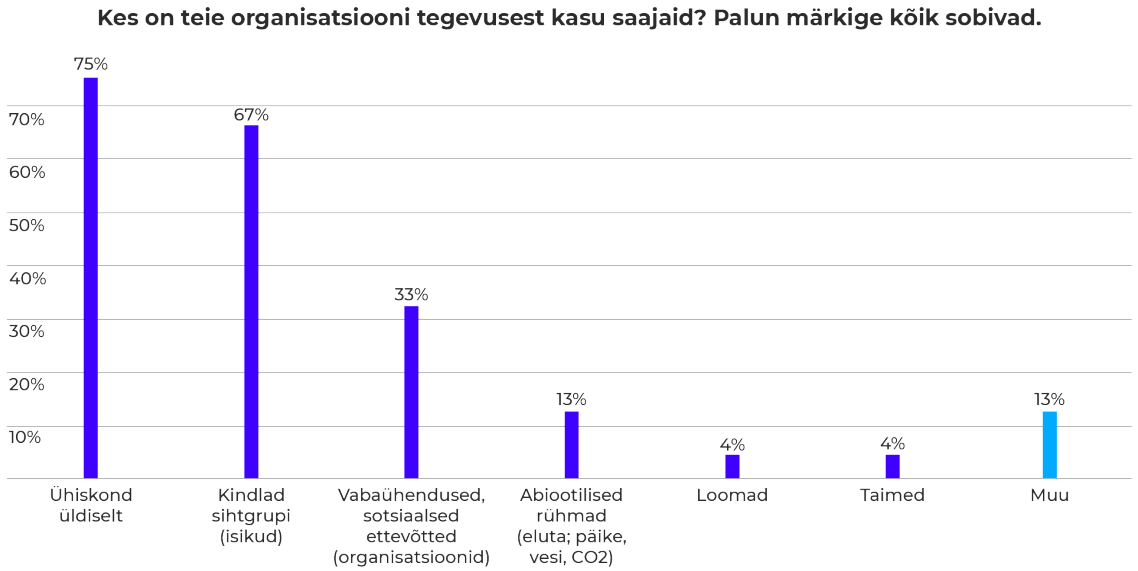
Joonis 13. Sotsiaalsete ettevõtete tegutsemise geograafiline ulatus.

3.2 Kasusaajad

Positiivse sotsiaalse mõju saavutamine on iga sotsiaalse ettevõtte põhiolemus. Sotsiaalse ettevõtte termin ei hõlma aga kõiki mõjusid, sest tegeletakse ka positiivse keskkonnamõju saavutamisega.[18] Kasusaajatena sotsiaalse ettevõtte kontekstis määratleme kõiki, keda sotsiaalse ettevõtluse tegevus mõjutab ja need võivad olla erinevad maksvatest klientidest, sõltudes konkreetse SE tegevusmudeli loogikast. Seega kasusaajate tõlgendamine sõltub SE enda mõjude hindamise mudelist. Enamik Eesti seires osalenuist pidas ühiskonda üldiselt enim mõjutatud grupiks (75%), seejärel oma konkreetseid sihtgruppe (67%) ning teisi SEsid ja vabaühendusi (33%).

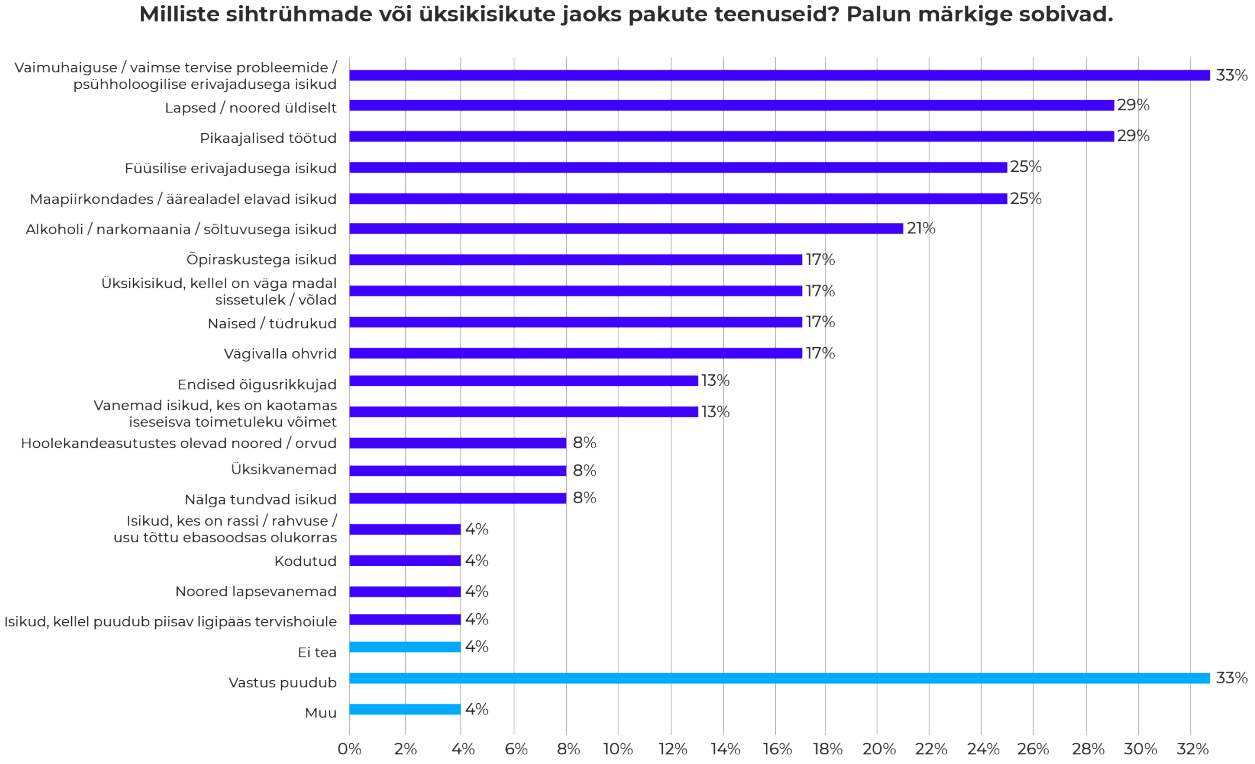
17 Jami, M. Y., Gökdeniz, I. (2018). “ Rural Development through Social Entrepreneurship”. Public Administration Yearbook 2018 (4). https://www.ejournals.eu/RAP/2018/2018-4/art/12601/

18 Seelos, C., and Johanna, M. (2017). “Innovation and Scaling for Impact: How Effective Social Enterprises Do It”, Stanford University Press, 2017. ProQuest Ebook Central. https://ebookcentral.proquest.com/lib/tallinn-ebooks/detail.action?docID=4740711



Joonis 14. Sotsiaalsete ettevõtete tegevusest kasusaajad.

Kui vaadata, milliseid sihtrühmi SEd ise peavad nendeks, kellele enim mõju avaldatakse, siis on näha, et oma teenustest ja toodetest kasusaajatena nähakse väga erinevaid sihtrühmi, nii vaimse tervise probleemidega isikuid (33%), lapsi ja noori (29%) kui ka pikaajalisi töötuid (29%).



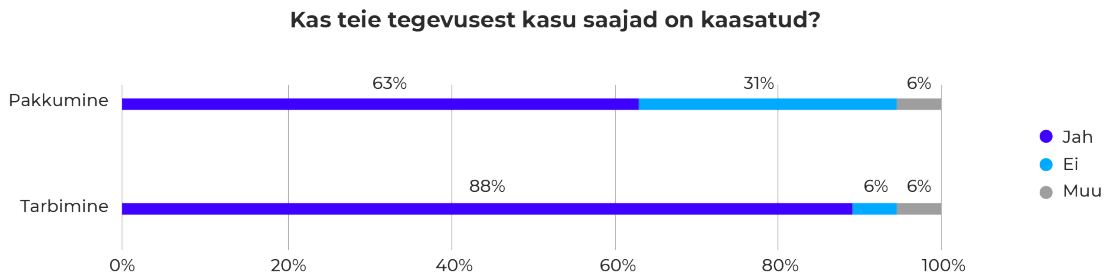
Joonis 15. Sotsiaalsete ettevõtete sihtrühmad.

Kaasamine

Sotsiaalsete ettevõtete eesmärk on parandada oma kasusaajate olukorda erinevate lähenemisviiside kaudu: tehes uus toode või teenus sihtrühmale kättesaadavaks; andes oma sihtrühmale võimaluse töötada oma organisatsioonis; ja/või tulu teenimisega

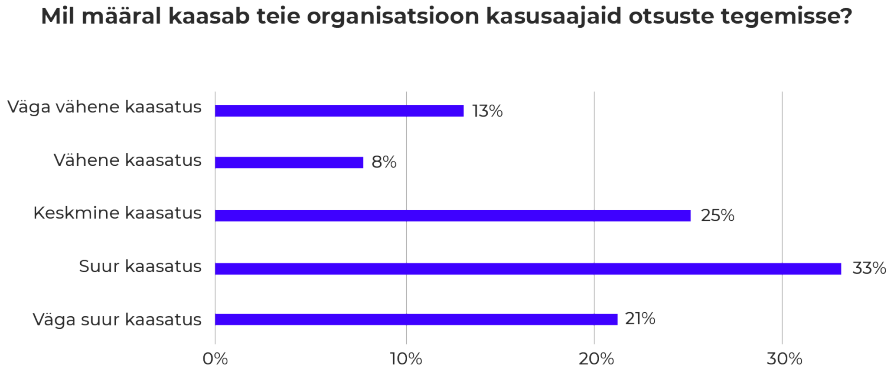
kolmandatelt osapooltelt, et siis teha need tulud kättesaadavaks oma sihtrühmadele. Sageli kombineeritakse erinevaid strateegiaid.

Sotsiaalse ettevõtluse mõjust kasusaajad on sageli sotsiaalselt ebasoodsas olukorras inimesed, kellel ei pruugi olla rahalisi vahendeid pakutavate toodete ja teenuste eest turuhinna maksmiseks. Uuenduslike pakkumiste ja hübriidsete rahastusmudelite abil loovad sotsiaalsed ettevõtted nendele inimestele lisaväärtust, kellele tavaettevõtted ei pea teenuste pakkumist tulutoovaks. Seires osalenud 67% SEdest omakorda 63% kaasab ebasoodsas olukorras olevaid sihtrühmi oma toodete ja teenuste pakkumisse ning 88% puhul on need sihtrühmad ise toodete ja teenuste tarbijateks.



Joonis 16. Kasusaajate kaasamine sotsiaalsete ettevõtete tegevusse.

Sotsiaalsete ettevõtete juhtimise seisukohast on oluline põhimõte oma ettevõtte sihtrühmade võimalikult laiaulatuslik kaasatus. 33% seires osalenud SEdest väidab, et kaasab oma tegevusest kasusaavaid sihtrühmi „suurel määral“ ning 21% „väga suurel määral“ organisatsiooni otsustusprotsessidesse. Seega nad järgivad hea valitsemise põhimõtet ning saavutavad oma mõju ebasoodsas olukorras olevate sihtrühmade tööhõivesse ja otsustusprotsessidesse kaasamise kaudu. Ainult kaks organisatsiooni kaasavad oma sihtrühma vähe.



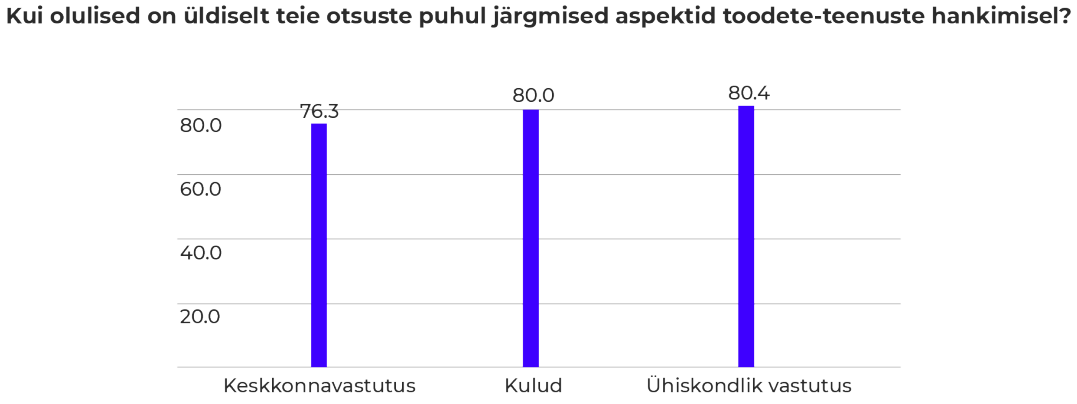
Joonis 17. Kasusaajate kaasamine sotsiaalsete ettevõtete otsustusprotsessidesse.

3.3 Hanked

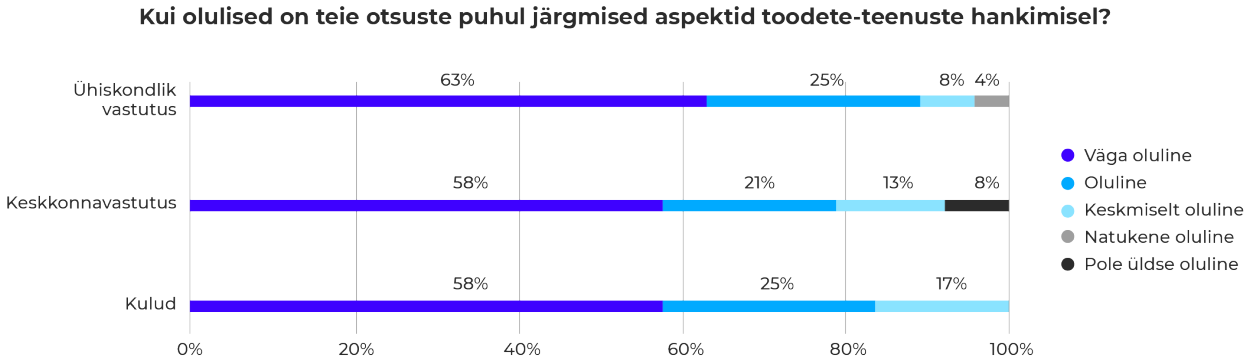
Eesti, nagu teisedki Euroopa riigid, on integreeritud ülemaailmsetesse väärtus- ja tarneahelatesse. Seega on suurkorporatsioonide otsustel ning avaliku rahaga tehtavatel investeeringutel oluline otsene mõju sotsiaalsetele ja keskkonnatingimustele nende toodete päritoluriikides. Sotsiaalselt vastutustundlikud kaalutlused riigihangetes soodustavad hankimist sotsiaalsetelt ettevõtetelt ja võimaldavad sellega näidata,

et ka keskkonda säästvad ja õiglased riigihanked võivad olla edukad ja tugevdada rahvusvahelisi tarneahelaid. Tarbijad kaaluvad üha enam oma igapäevaste ostude puhul toodetega kaasnevaid sotsiaalseid ja ökoloogilisi aspekte. Seetõttu on ka traditsioonilised ettevõtted üha enam huvi tundmas positiivse sotsiaalse- ja keskkonnamõju vastu, mida üha enam arvestatakse ka oma tarneahelates. See võimaldab tarbijatele paremini näidata oma pühendumist jätkusuutlikkuse küsimustele ja sotsiaalsele vastutustundlikkusele[19].

Eestis on samuti riigihangetel suur roll. Eestis korraldati 2018. aastal riigihankeid kogumaksumusega veidi üle 2,5 miljardi euro, mis moodustas Eesti 2018. aasta SKPst 10,3% ja riigieelarvest 26,1%.[20] Kui seires osalenud SEd hangivad ise tooteid ja teenuseid, siis jaguneb selliste otsuste kaalutlus peaaegu võrdselt positiivse ühiskondliku- ja keskkonnamõju ning toodete ja teenuste hinna vahel. Peaaegu sama oluline on ka seires osalenute jaoks positiivne keskkonnamõju. 88% peab teenuste ja toodete hankimise valikute puhul „väga oluliseks“ või „oluliseks“ positiivset ühiskondlikku mõju, millele järgneb hind (83%) ning keskkonnaga seotud kaalutlused (79%).



Joonis 18. Sotsiaalsete ettevõtete strateegiate lähtealused.



Joonis 19. Sotsiaalsete ettevõtete toodete ja teenuste hankimise põhimõtted.

19 ElAlfy, A., Darwish, K. M., Weber, O. (2020). “Corporations and sustainable development goals communication on social media: Corporate social responsibility or just another buzzword?” Sustainable Development. Vol. 28 Issue 5, p. 1418-1430.

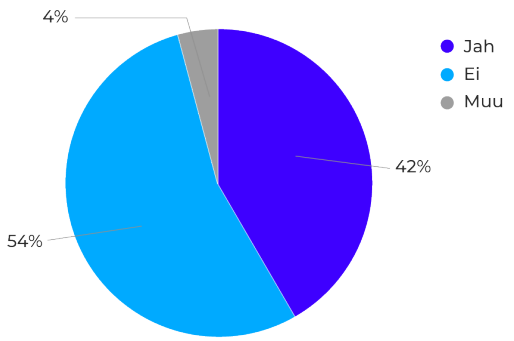
20 “Riigihangete poliitika” (2021). Rahandusministeerium. https://www.rahandusministeerium.ee/et/riigihangete-poliitika

4. MÕJU MÕÕTMINE

Sotsiaalse mõju mõõtmine, analüüs ja dokumentatsioon on olulisel kohal sotsiaalsete ettevõtete juhtimises. Mõjude mõõtmine kui juhtimise tööriist aitab organisatsioonis kinnistada ühist missiooni ning takistada võimalikku kõrvalekallet missioonist ja väärtustest. SEde kommunikatsioonis on mõjudest ülevaate andmisel oluline roll. Põlvkonniti on tarbimisharjumused ja väärtused muutunud ning nn Z-põlvkond (sündinud 1995-2010) huvitub ettevõtete väärtusbaasist ja eetilisusest.[21] [22] Seega on ettevõtetele üha olulisem anda aru oma sotsiaalsest- ja keskkonnamõjust nii klientidele, annetajatele kui ka teistele huvirühmadele.

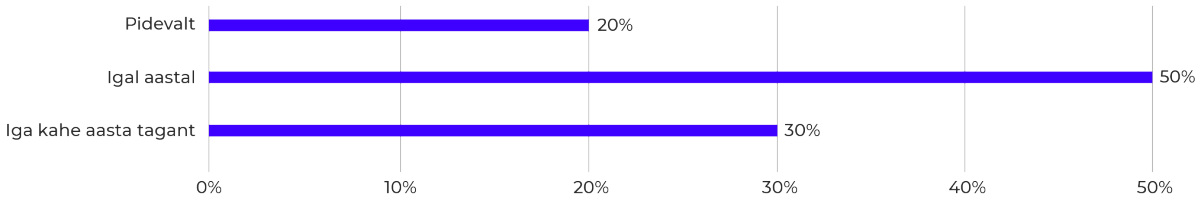
Seires osalenud SEdest alla poole mõõdab oma mõju regulaarselt. Mõjude mõõtmise puhul on olulisel kohal ka organisatsiooni vanus. Kui SE on varajases kasvuetapis, siis pööratakse ressursimahukale mõõtmisele vähem tähelepanu kui hilises faasis olevas SEs. Igal juhul on oma sotsiaalse- ja keskkonnamõju teatavaks tegemine hea tööriist, millega veenda erinevaid osapooli, et SE tegutseb ühiskonna hüvanguks ja selgitada, kuidas seda tehakse. Peaaegu pooled küsitletud SEdest Eestis mõõdavad oma mõju, kuid väga väike osa (2 organisatsiooni) tegeleb sellega pidevalt. Ilmselt seetõttu vastasid vaid 10 organisatsiooni mõju mõõtmise sageduse küsimusele.

Kas mõõdate regulaarselt oma ühiskondlikku mõju / keskonnamõju?



Joonis 20. Sotsiaalsete ettevõtete ühiskondliku ja keskkonnamõju mõõtmise regulaarsus.

Kui tihti mõõdate oma ühiskondlikku mõju / keskkonnamõju?

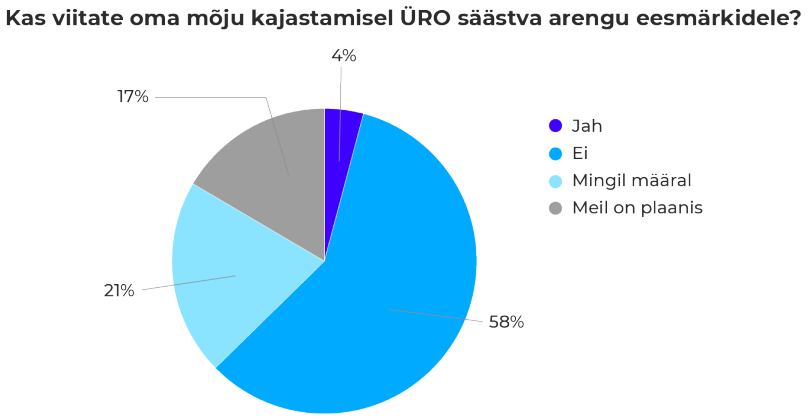


Joonis 21. Sotsiaalsete ettevõtete ühiskondliku ja keskkonnamõju mõõtmise sagedus.

21 Gomez, K., Mawhinney, T., Betts, K. "Welcome to Generation Z". https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer-business/welcome-to-gen-z.pdf

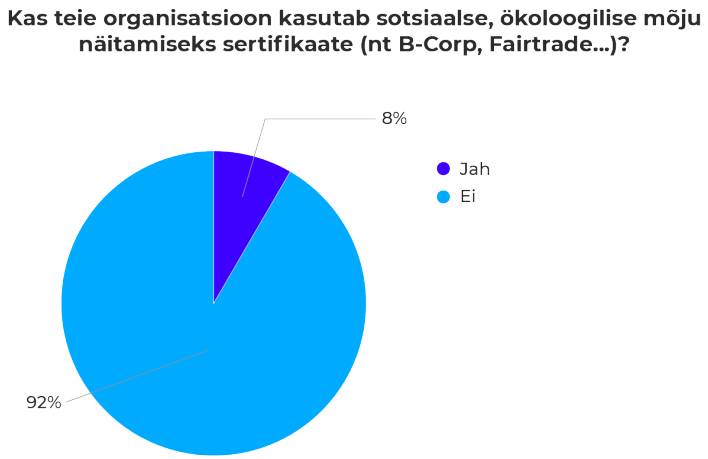
22 Tracy, F., Hoefel, F. (2018). "True Gen: Generation Z and its implications for companies". https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer-business/welcome-to-gen-z.pdf

Mõjude mõõtmine sotsiaalsete ettevõtete puhul on seotud sageli ka ettevõtte vanusega, sest taolised analüüsid on ressursimahukad. Seega tegeletakse mõjude mõõtmisega varajases faasis harvem ning analüüsitakse mõjusid peamiselt hilisemas- ja kasvufaasis.



Joonis 22. ÜRO säästva arengu eesmärkidele viitamine mõju kajastamisel.

Üks paljudest viisidest mõjude mõõtmisest ülevaate andmiseks on teha seda ÜRO säästva arengu eesmärkidele vastavuse kaudu. Üle poolte seires osalenud SEdest seda täna siiski ei tee ning see on plaanis vaid neljal organisatsioonil.



Joonis 23. Sotsiaalsete ja keskkonnasertifikaatide kasutus.

Eestis on üldiselt ettevõtete keskkonnahoidlikkuse ja mahetoodangu tähistamiseks kasutusel nii ELi kui ka Eesti öko- ja mahemärgised.[23] Spetsiaalset sotsiaalsetele ettevõtetele mõeldud märgist Eestis kasutuses pole. Näiteks Suurbritannias[24], Kanadas[25] ja USAs[26] on kasutusel *Buy Social* tähis, mille järgi leida sotsiaalsete ettevõtete

23 "Ökomärgis". Keskkonnainvesteeringute Keskus. https://ringmajandus.envir.ee/et/okomargis
24 "Campaign Buy Social". Social Enterprise UK. https://www.socialenterprise.org.uk/campaigns/buy-social/
25 "Buy Social". Buy Social Canada. https://www.buysocialcanada.com
26 "Buy Social". Buy Social USA. https://www.buysocialusa.org

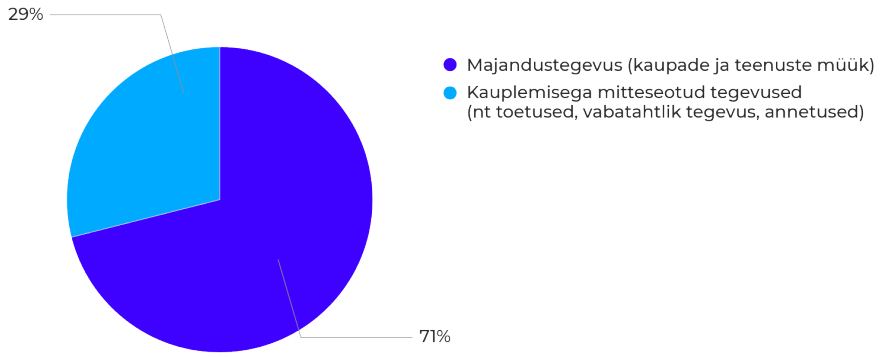
tooteid. Seega, kui ettevõtted ei tegutse otseselt põllumajanduse või toidutootmise valdkondades, siis Eestis sobivat sertifikaati pole ning seega on mõistetav, et Eesti seires osalenud ettevõtetest enamus ei kasuta ühtegi märgist positiivse sotsiaalse- või keskkonnamõju näitamiseks.

5. TURG, TULU JA RAHASTAMINE

5.1 Tulud majandustegevusest *vs.* mittemajandustegevusest

Eesti sotsiaalsete ettevõtete tuluallikad sõltuvad nende juriidilisest vormist. Kui tooteid ja teenuseid on võimalik müüa nii mittetulundus- kui osaühingute vormis, siis toetuste hankimine ja investeeringute kaasamine on sõltuvuses organisatsiooni vormist.[27] Sageli koosnevad sotsiaalsete ettevõtete tuluallikad nii toodete kui teenuste müügist, aga ka annetustest ja toetustest. Kuigi seires osalenud SEd on nii MTÜ kui OÜ vormis, siis selgub, et 17 vastanut ehk 71% saavad peamiselt tulu majandustegevusest ja 7 ettevõtet ehk 29% mittemajandustegevusest.

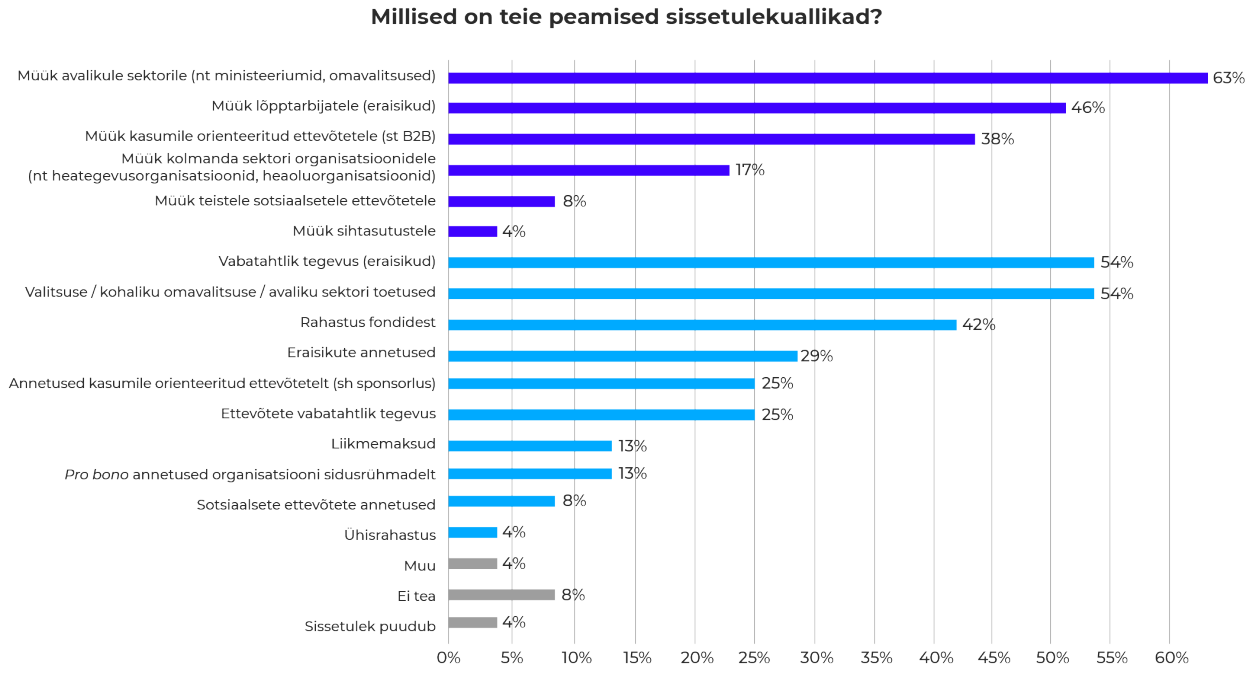
Kui palju umbes teie organisatsiooni kogutulust pärineb majandustegevusest ja palju mujalt?



Joonis 24. Sotsiaalsete ettevõtete tulud majandustegevuse ja mittemajandustegevuse lõikes.

Enamik seires osalenute majandustegevusest saadakse müügist avaliku sektori organisatsioonidele (63%), seejärel lõpptarbijatele (46%) ning teistele traditsioonilistele ettevõtetele (38%). Tulusid mittemajandustegevusest saadakse mitmel viisil: avaliku sektori toetustest (54%), vabatahtliku töö panusena (54%), erinevate fondide toetustest (42%) kui ka eraisikute annetustest (29%). Tuluallikate paljusus peegeldab Eesti sotsiaalsete ettevõtete mitmekesisust ning vajadust sotsiaalsete ettevõtete finantsinstrumentide järele.

27 European Commission (2019). "Social enterprises and their ecosystems in Europe. Updated country report: Estonia". Author: Katri-Liis Reimann. Luxembourg: Publications Office of the European Union. https://europa.eu/!Qq64ny



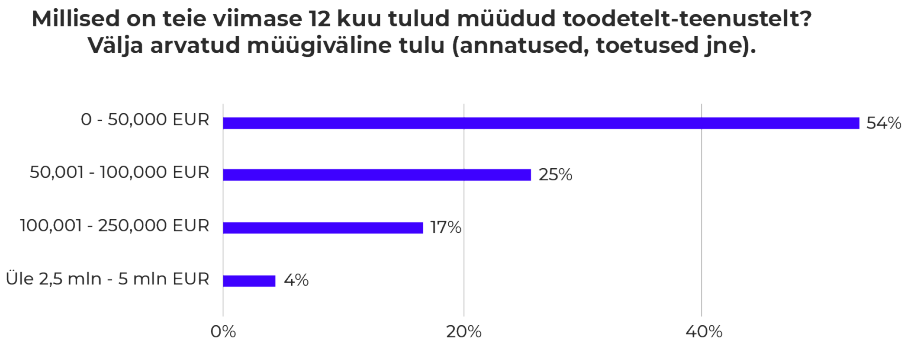
Joonis 25. Sotsiaalsete ettevõtete peamiste sissetulekuallikate päritolu.

5.2 Tulud, kasum ja finantsplaneerimine

SE seire toimumise aeg langes kokku COVID-19 pandeemiaga, mis mõjutas ka tugevalt vastuseid finantsküsimuste osas.

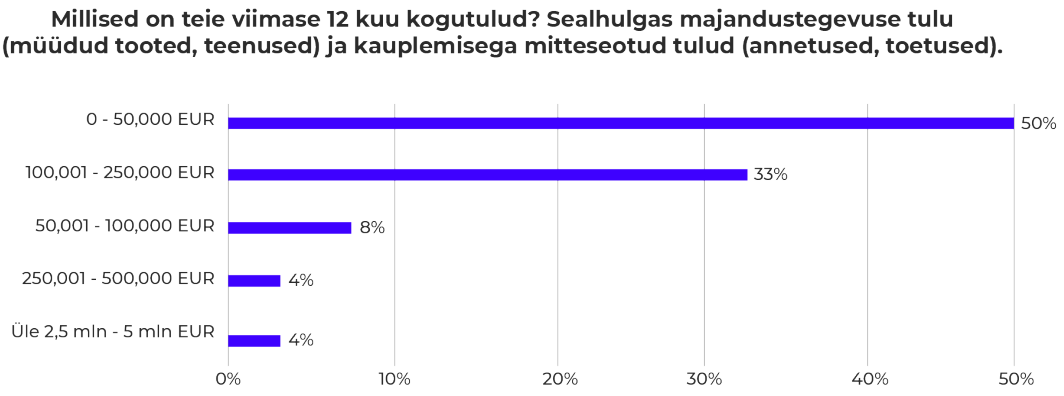
Tulud

Seires osalenutest napilt üle poolte (54%) teenisid oma toodete ja teenuste müügiga kuni 50 000 eurot eelmise aasta jooksul ning ülejäänud teenisid ka rohkem.



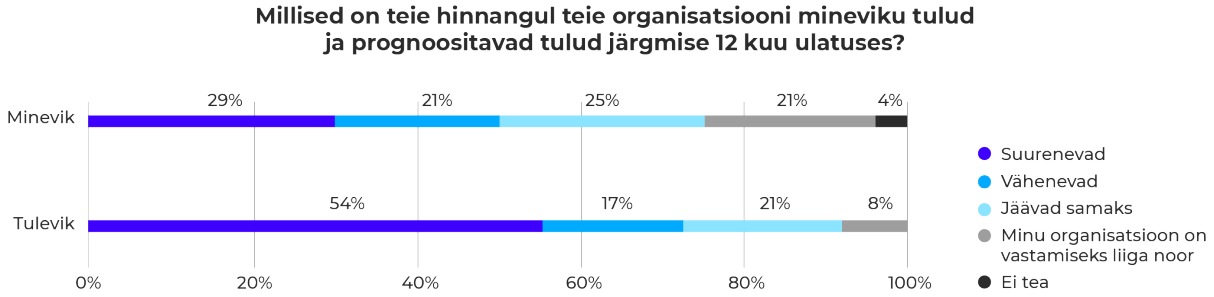
Joonis 26. Sotsiaalsete ettevõtete viimase 12 kuu tulud müügist.

Kuna sotsiaalsete ettevõtete tuluallikad on enamasti väga mitmekesised, siis küsiti seires ka kogutulude kohta. Mittemajandustegevusest saadud tulu erines ostu-müügi kogutulust 8% võrra tulude vahemikus 100 001-250 000 eurot, mistõttu saab eeldada, et ka pandeemia perioodil saadi toetusi või annetusi. Madalad tulude määrad on seletatavad ka seires osalenud SEde noorusega.



Joonis 27. Sotsiaalsete ettevõtete viimase 12 kuu kogutulud.

Ülevaate saamiseks praegusest olukorrast ja analüüsimaks tuleviku väljavaateid küsiti sotsiaalsetelt ettevõtetelt ootusi oma arengu ja tulude kohta järgmise 12 kuu jooksul. Vaatamata pandeemiale olid seires osalenud SEd optimistlikud tuleviku suhtes ning 54% märkis, et ootab tulude suurenemist ja 17% eeldab langust.

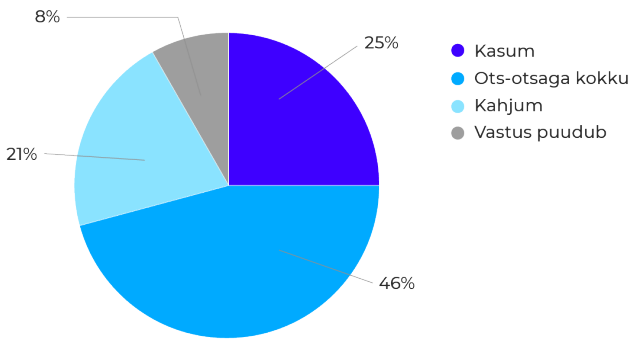


Joonis 28. Sotsiaalsete ettevõtete ootused tuludele järgmise 12 kuu ulatuses.

Kasum

Sotsiaalsed ettevõtted erinevad tavapärastest ettevõtetest selle poolest, et kasum ei ole organisatsiooni peamine eesmärk. Nende jaoks on tähtis saavutada eesmärgiks seatud positiivset ühiskondlikku- ja/või keskkonnamõju ning teenida rahalisi vahendeid sellega seonduvate tegevuste katmiseks. Kasum seejuures on vahend tulevikus suurema mõju loomiseks, investeerides uuesti ettevõtte missiooni ja selle kaudu mõjusse. Seires osalenud SEdest veerand teenis viimase 12 kuu jooksul kasumit ning pisut alla veerandi jäid kahjumisse.

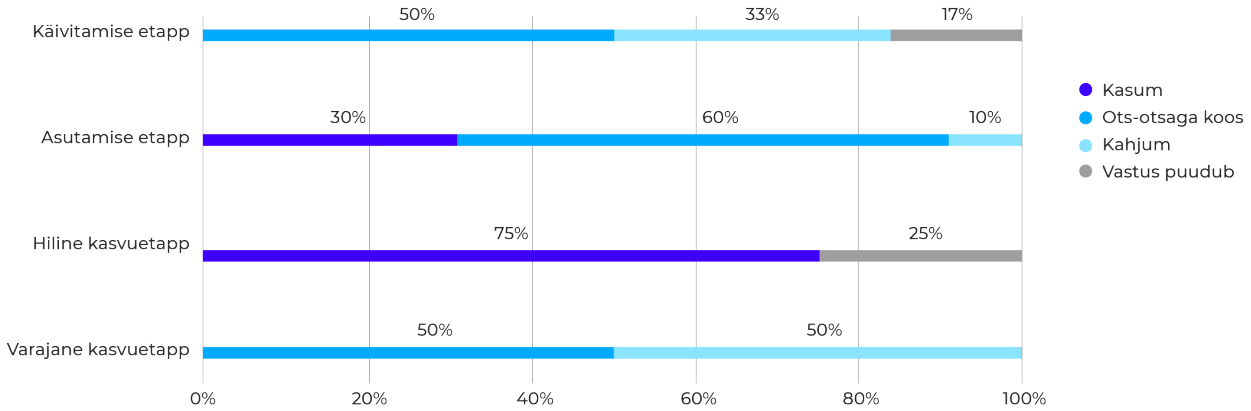
Kas möödunud 12 kuul teenisite kasumit, kahjumit või jäid kulud ja tulud tasakaalu?



Joonis 29. Sotsiaalset ettevõtete majanduslik seis viimase 12 kuu jooksul.

Selline tulemus on taas seletatav nii pandeemia kui organisatsioonide noorusega. Suurimad on kasumi teenimise võimalused organisatsioonide hilisemas arenguetapis ning käivitamise etapis kasumit veel ei teenita, mida illustreerib järgmine joonis.

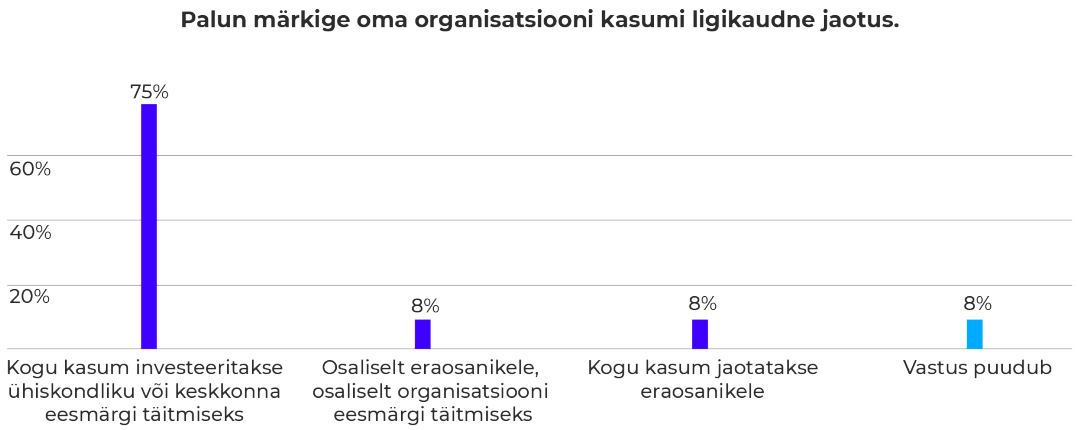
Kasum ja kahjum organisatsiooni arenguetappide lõikes.



Joonis 30. Kasum ja kahjum sotsiaalsete ettevõtete arenguetappide lõikes.

Mittetulundusühingutel ja sihtasutustel ei ole seadusandluse järgi lubatud kasumit jagada, samas kui osaühingud võivad jaotada kasumit ja vara. Varalukud ei ole Eestis seadusega reguleeritud ja varade kasutamise reguleerimine on organisatsiooni enda ülesanne oma põhikirjaga. Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku definitsiooni kohaselt on sotsiaalsetele ettevõtetele aga ühiskondlik eesmärk kasumijaotusest tähtsam ning vähemalt 51% ettevõtte kasumist investeeritakse ühiskondliku eesmärgi saavutamiseks ja kuni 49% on kasumi jaotuse kõlbulik.[28] Seires osalenud organisatsioonidest kolmveerand reinvesteerib oma kasumi organisatsiooni missiooni täitmiseks ning kahe organisatsiooni puhul jaotatakse see osanike vahel.

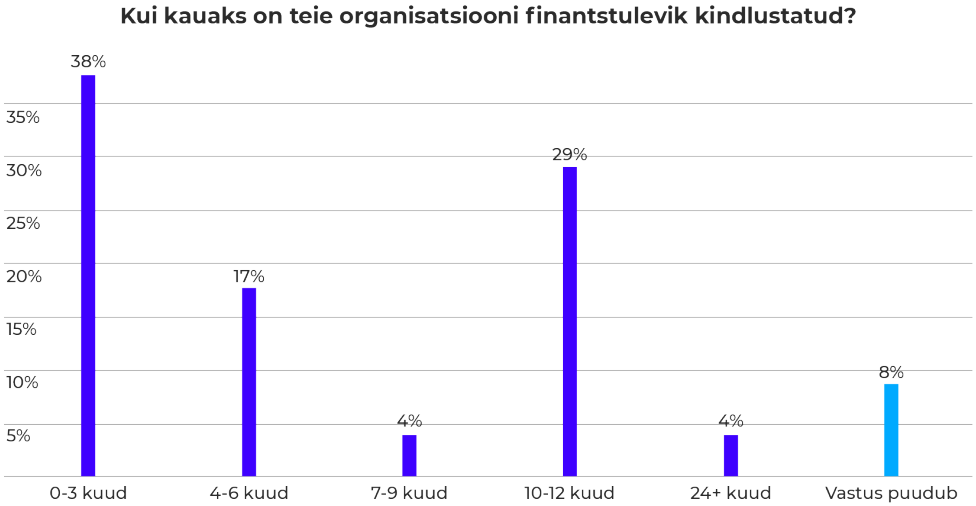
28 “Mis on sotsiaalne ettevõtlus”. Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik. https://sev.ee/mis-on-sotsiaalne-ettevotlus/



Joonis 31. Sotsiaalsete ettevõtete kasumi jaotus.

5.3 Finantsplaneerimine

Pikaajaline reservide loomine on sotsiaalsete ettevõtete jaoks sageli keeruline, sest teenitud tulu reinvesteeritakse oma eesmärkide saavutamisse. Investeeringute kaasamine ja kasutamine sõltuvad organisatsiooni juriidilisest vormist. Seires osalenud SEdest on kindlustanud oma finantsilise tuleviku järgnevaks 12 kuuks 29%, samas kui ainult kuni kolmeks kuuks on suutnud seda teha 38% uuringus osalenutest. Kuigi sotsiaalsete ettevõtete tuluallikates on variatiivsus, siis vähene finantsvahenditega kindlustatus mõjutab negatiivselt nende jätkusuutlikkust.



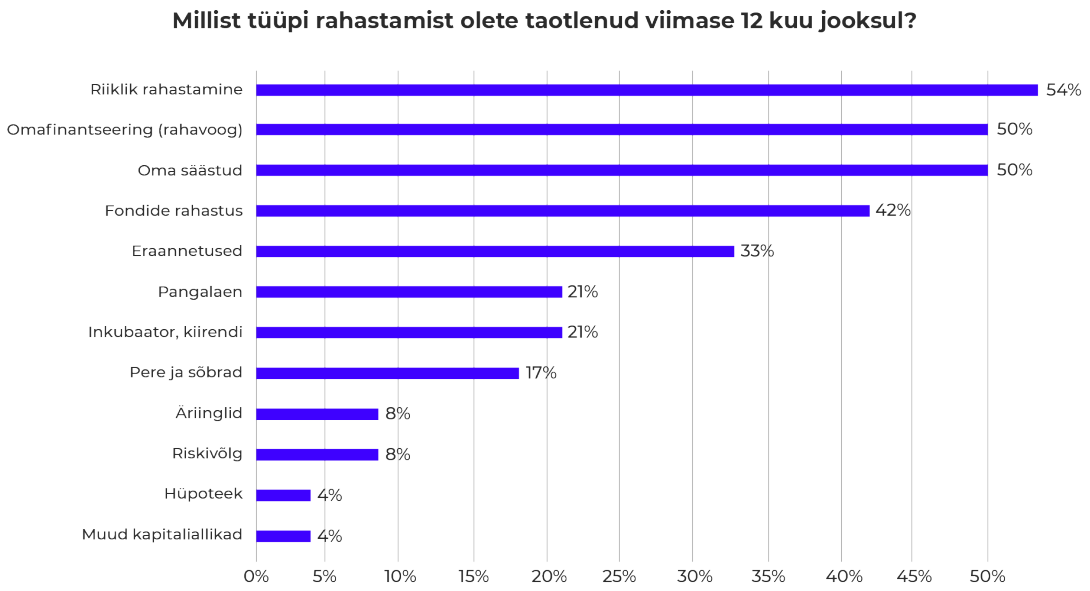
Joonis 32. Sotsiaalsete ettevõtete tuleviku kindlustatus.

5.4 Finantseerimine ja investeeringud

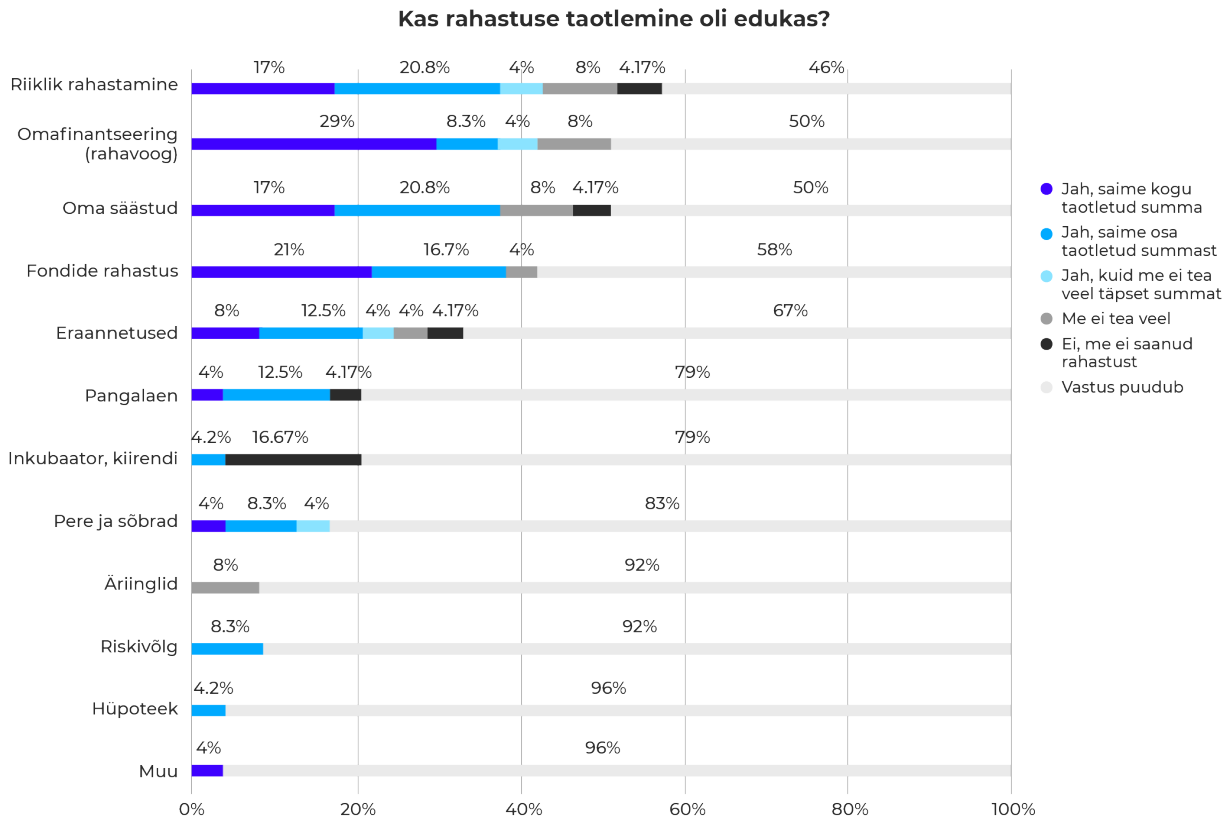
Finantsallikad

Ülevaate saamiseks finantsallikatest küsiti seires, millist rahastust on SEd viimase aasta jooksul taotlenud. Viimase 12 kuu jooksul on seires osalenud sotsiaalsed ettevõtted kõige enam rahastust taotlenud avalikult sektorilt (54%), millele järgnesid võrdselt omafinantseering ning säästud (50%). Rahastuse taotlemisel fondidest (42%) ning eraannetajatelt (33%) oli samuti roll, sellele järgnesid pangalaenu taotlemine

ning inkubaatori/kiirendi teenused (kummalgi juhul 21%) ja pere ning sõbrad (17%). Riskikapitali kaasamise püüe oli väga marginaalne (8%).



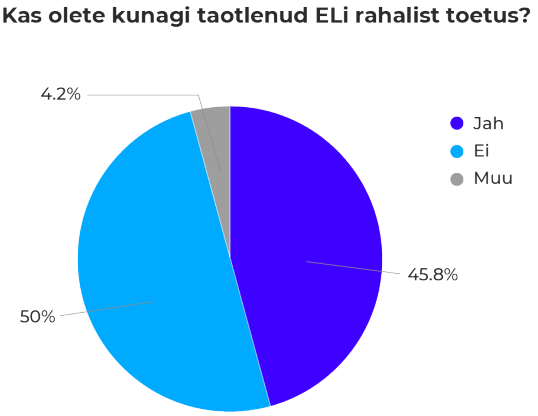
Joonis 33. Rahastuse taotlemise allikad viimase 12 kuu jooksul.



Joonis 34. Rahastustaotluste edukus.

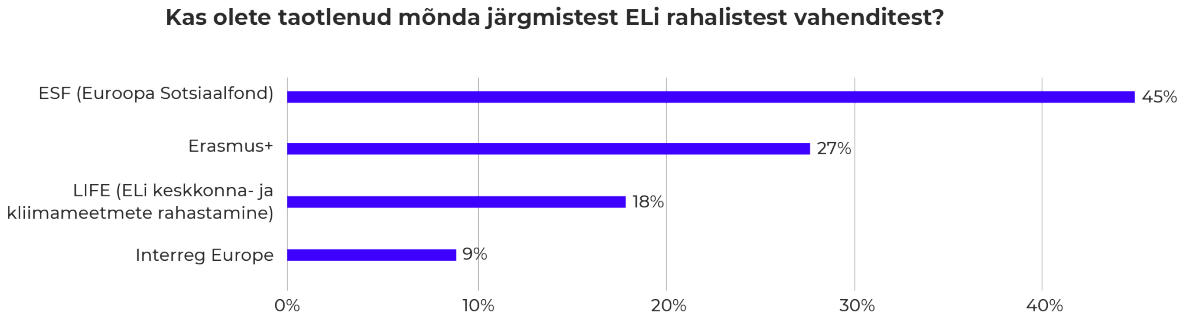
Lisaks sooviti seires teada, kas tehtud toetuste taotlused olid ka edukad. Edukuse poolest on esikohal omafinantseering 29%, oma säästud 21%, kuid edukad olid ka fondide rahastus 21% ja riiklik rahastamine 21%.

ELi rahaline toetus

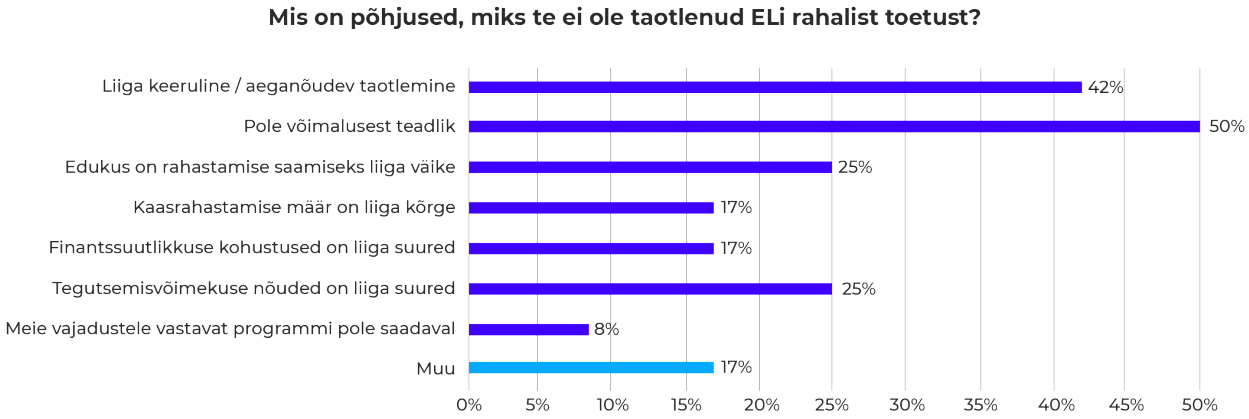


Joonis 35. Euroopa Liidu rahastuse taotlemine sotsiaalsete ettevõtete poolt.

Pooled seires osalenud SEdest ei ole kasutanud ELi toetusi. Taotlemata jätmise peamiseks põhjuseks toodi teadmatus võimalustest (50%) ning liigne keerukus ja aeganõudev taotlusprotsess (42%). Nende SEde seas, kes taotlesid ELi rahastust, olid Euroopa Sotsiaalfondi, Erasmus+ ning LIFE toetusprogrammid kõige populaarsemad.



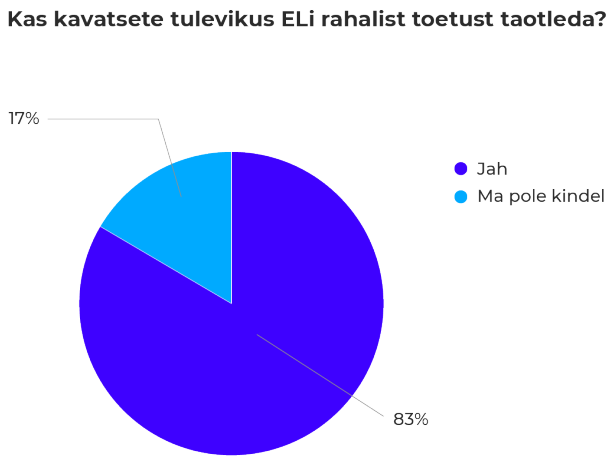
Joonis 36. Euroopa Liidu rahastamise taotlemine allikate kaupa.



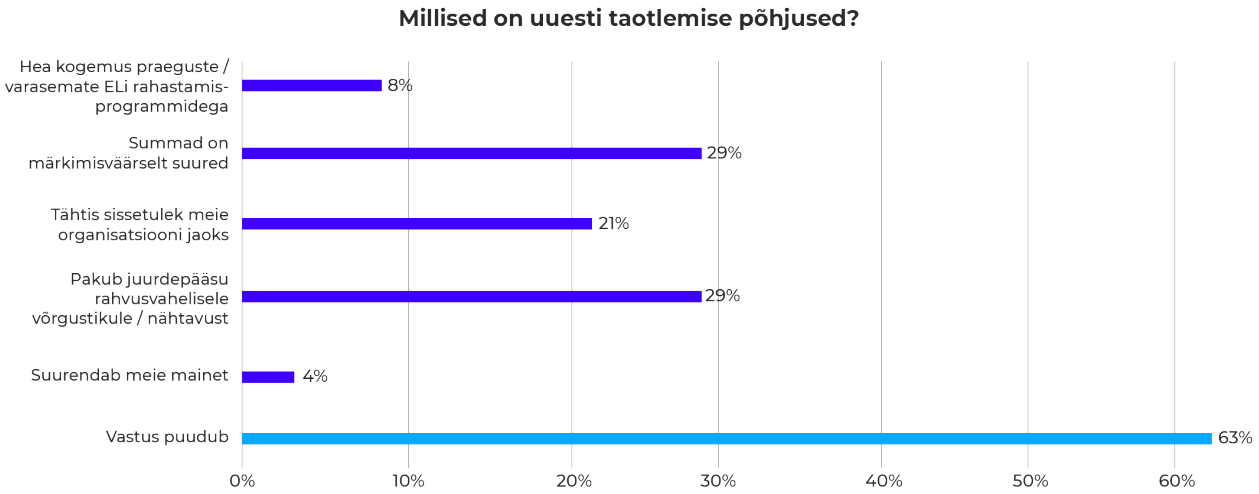
Joonis 37. Põhjused Euroopa Liidu rahastuse taotlemata jätmiseks.

Seire tulemused näitavad, et sotsiaalsetel ettevõtetel on keerukas saada välist rahastust. Siseriiklik rahastamine jaguneb peamiselt mittetulundusühingute toetusteks või

osaühingute puhul ettevõtete kasvuks. Paljudel juhtudel ei ole aga sotsiaalsete ettevõtete eesmärk ainuüksi heategevuslik või majandustegevust suurendava iseloomuga. Vaatamata raskustele plaanib enamik (83%) siiski tulevikus ELi rahalist toetust taotleda peamiselt summade suuruse ning rahvusvahelistele võrgustikele ligipääsu tõttu.



Joonis 38. Euroopa Liidu vahendite taotlemine tulevikus.



Joonis 39. Euroopa Liidu vahendite taotlemise põhjused tulevikus.

Kokkuvõtvalt võib seire tulemustele tuginedes väita, et sotsiaalsetele ettevõtetele mõeldud pikaajalisi rahastamisvahendeid napib. Eriti kriiside ajal tuleks ühiskondlikule hüvele orienteeritud ettevõtjaid toetada vähemalt sama palju kui tavapäraseid ettevõtteid ja idufirmasid. Eriti on puudu mõjuinvesteeringutest, mis tugineksid mõjude mõõtmisel (vt ptk 5.4). Seda peegeldab uuringu tulemus, mis näitab, et sotsiaalsed ettevõtted on väga väikesel määral kaasanud investeeringuid. Samas ei võimalda käesolev uuring anda hinnangut SEde finantsvõimekusele mõjuinvesteeringuid kaasata.

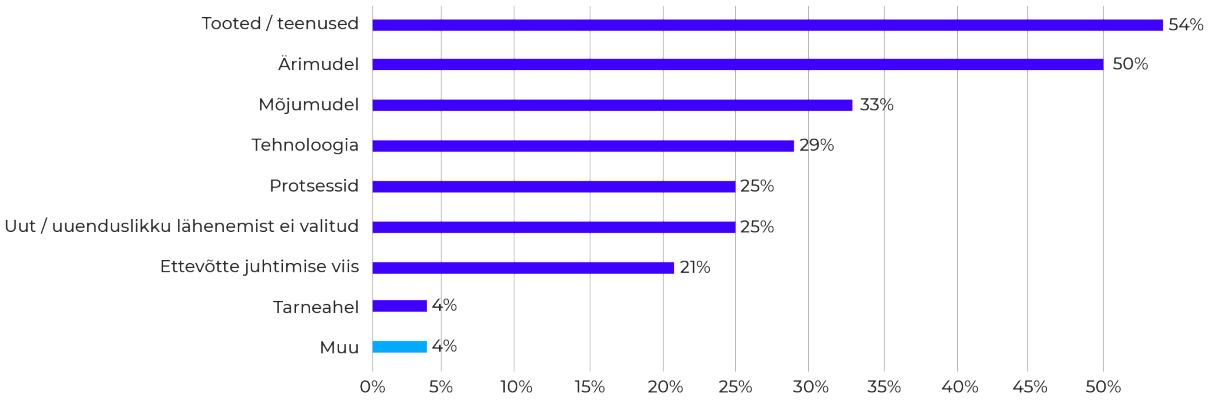
6. INNOVATSIOON JA KASV

6.1 Innovatsioon ja tehnoloogia

Innovatsioon on tänaste edukate ettevõtete lahutamatu osa. Sotsiaalsed ettevõtted peavad oma olemuselt olema innovaatilised, selleks, et pakkuda uuenduslikke lahendusi ühiskonna üha kasvavatele sotsiaalsetele ja ökoloogilistele väljakutsetele. Seega on SEde ärimudelid sageli innovaatilised lisaks uutele teenustele ja toodetele. Uuenduslikud võivad nende puhul olla ka mõju hindamise mudelid ja töömeetodid, et lahendada ühiskonna probleeme.

Üle poolte seires osalenud SEdest (54%) hindas, et nad tõid turule tulles kaasa vähemalt ühe uuendusliku toote ning pooled pidasid innovaatiliseks oma ärimudelit. Nendele uuendustele turul järgnesid mõjude hindamise mudel (33%) ning tehnoloogiaga kaasnev uuendus (29%). SEd ei pidanud uuenduslikke protsesse, meetodeid ja juhtimist oma ettevõtete kirjeldamisel eriti olulisteks ning kokkuvõttes pidas oma ettevõtet innovaatiliseks 75% SEdest.

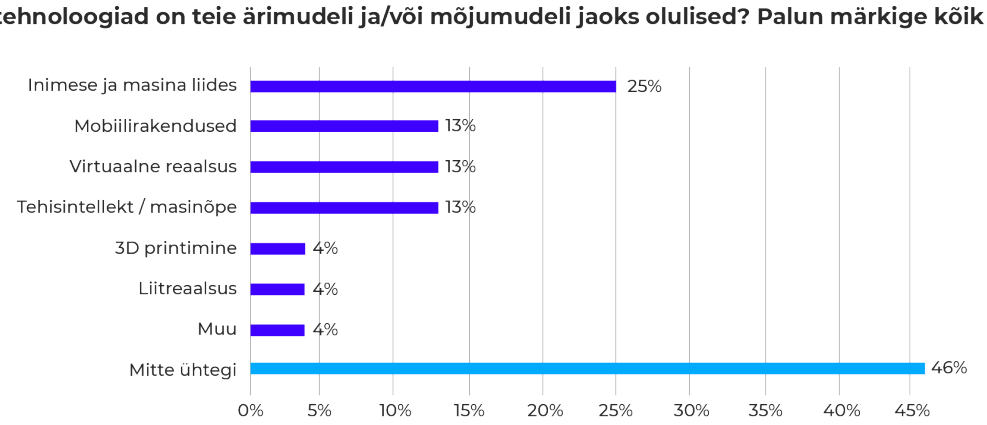
Kas valisite organisatsiooni asutamise ajal uue / uuendusliku lähenemisviisi järgmistes valdkondades?



Joonis 40. Innovatsioon sotsiaalsetes ettevõtetes.

Digitehnoloogiad

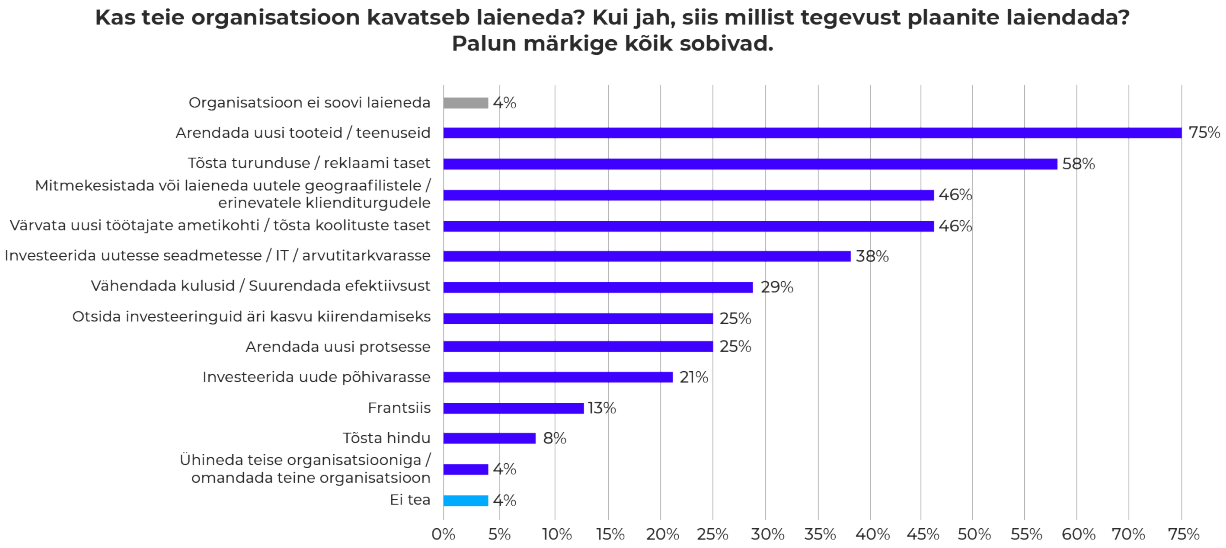
Lisaks uuendustele turul sooviti seirega teada saada, millised spetsiifilised digitehnoloogiad on olulised SE ärimudeli ja/või mõjumudeli jaoks. Kõige suuremat rolli omab inimese ja masina liides (25%), millele järgnevad mobiilirakendused (13%), virtuaalne reaalsus (13%) ja masinõpe (13%). Sotsiaalsete ettevõtete ja sotsiaalse innovatsiooni puhul ei ole tehnoloogial olulisim roll. Seda näitas ka tulemus, kus 46% seires osalenud SEdest ei pidanud tehnoloogiaid oluliseks oma äri- või mõjumudeli jaoks.



Joonis 41. Mõju- või ärimudeli jaoks olulised tehnoloogiad.

6.2 Laienemine

Sotsiaalsed ettevõtted lahendavad ühiskondlikke probleeme sageli innovaatilisel ja loomingulisel viisil. Need lahendused võivad olla laiendatavad ka teistesse riikidesse, kuid edukus sõltub nii kontekstist kui strateegia valikust. Sageli näevad SEd laienemises võimalust oma ühiskondliku- või keskkonnamõju suurendamiseks.[29, 30] Seires osalenud SEde vastused näitavad, et laienemise strateegiad on mitmekesised. Enam mainitud strateegiateks on soov laiendada oma tooteid ja teenuseid (75%), pooled soovivad tõsta turunduse taset (58%), soovitakse minna ka uutele turgudele (46%) ning värvata uusi töötajaid (46%).



Joonis 42. Sotsiaalsete ettevõtete laienemise valdkonnad.

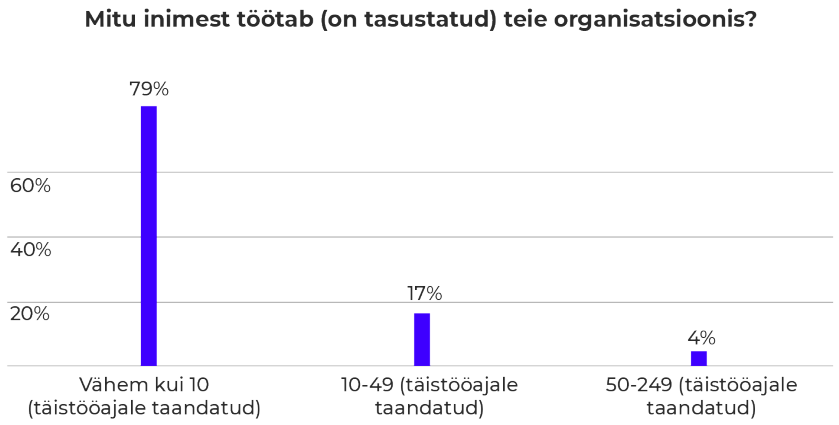
29 Dees, G; Anderson, B., Wei-Skillern, J. (2004). "Scaling Social Impact-Strategies for spreading social innovations", Stanford Social Innovation Review, pp.24-32.

30 Bretos, I., Díaz-Foncea, M., Marcuello, C. (2020). "International Expansion of Social Enterprises as a Catalyst for Scaling up Social Impact across Borders", Sustainability, 12, 3262.

7. TÖÖTAJAD JA JUHTIMINE

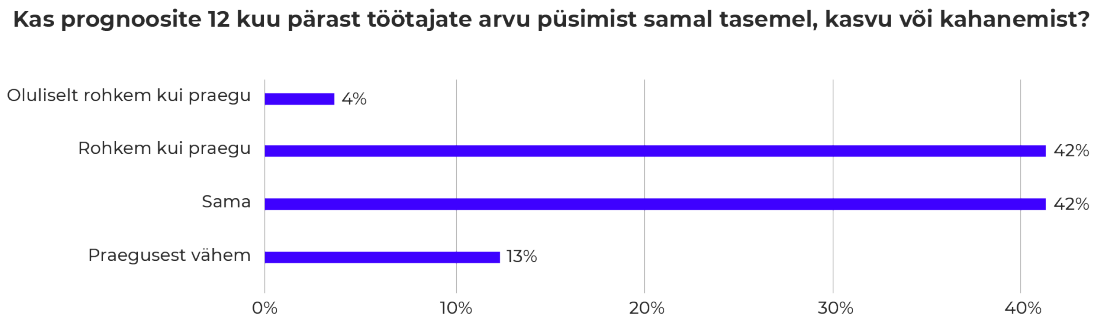
7.1 Töötajad

Sotsiaalsed ettevõtted on enamasti väikesed organisatsioonid ning seires osalenutest valdav enamus on alla 10 töötajaga ettevõtted ehk mikroettevõtted (79%), 17% on kuni 50 töötajaga ning 4% üle 50 töötajaga ettevõtted.



Joonis 43. Sotsiaalsete ettevõtete töötajate arv.

42% seires osalenutest arvab, et on suutelised 12 kuu pärast võtma tööle sama palju või tänasest rohkem töötajaid. 13% arvab, et töötajaid on võimalik palgata tänasest vähem. See haakub prognoosidega tulude osas (vt ptk 5.2), kus eeldatakse järgmise 12 kuu jooksul tulude suurenemist ning samuti laienemise plaanidega suurendada töötajate arvu (vt ptk 6.2).



Joonis 44. Sotsiaalsete ettevõtete töötajate arvu prognoos 12 kuu pärast.

Mitmekesisus ja kaasatus

Sotsiaalse ettevõtluse põhimõtteid järgivad SEd on kaasavamad ja sooliselt võrdõiguslikumad kui traditsioonilised ettevõtted, kus sageli esineb ebavõrdus nii soolise kui etnilise esindatuse osas juhtkogudes.[31, 32] SEde puhul on naiste osakaal

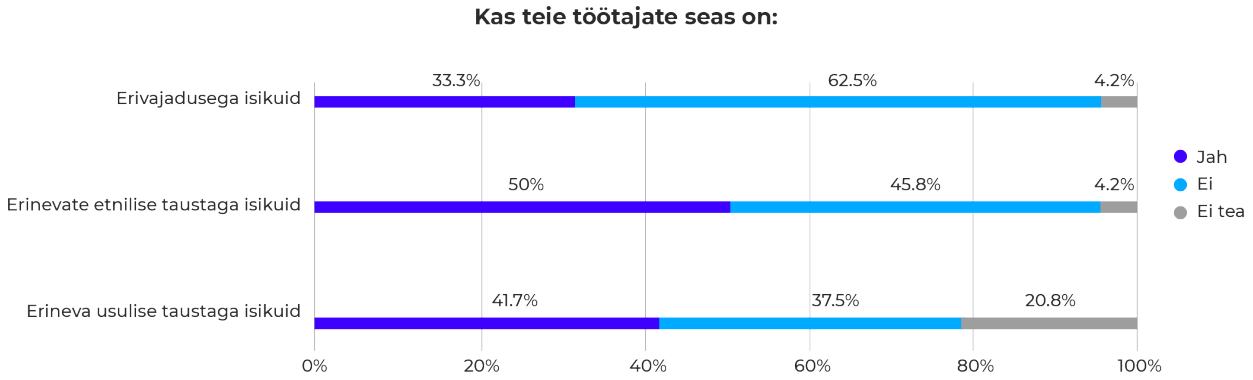
31 "Women in Business 2020: Putting the Blueprint into action" (2020). https://www.grantthornton.global/globalassets/1.-member-firms/global/insights/women-in-business/2020/women-in-business-2020_report.pdf

32 Elam, A., Brush, C., Greene, P., Baumer, B., Dean,M., Heavlow, R., Babson College, Smith College, and the Global Entrepreneurship Research Association (GERA) (2019). "GEM Women's Entrepreneurship Report 2018/2019".

nii asutajate kui töötajate hulgas kõrge just nende organisatsioonide missiooni pärast. Kuna SEd on sageli suunatud ühise heaolu suurendamisele, jätkusuutliku arengu põhimõtete järgimisele ning koostööle ja partnerlusele, siis on nendes organisatsioonides esinev suurem naiste osakaal mõistetav. Käesolevas Eesti seires osalenud SEdest on peaaegu kõikide SEde juhatustes enamus naised. Startup Estonia statistika kohaselt on 36% Eesti iduettevõtete töötajatest naised ja nende osakaal on viimastel aastatel kasvanud, kuid arenguruumi on veel kõvasti. Naisi on iduettevõtete asutajate seas kõigest 15%, mis on püsinud stabiilsena läbi aastate ning antud näitaja on Eestis samal tasemel ülejäänud Euroopaga. [33]

Lisaks võrdõiguslikkuse tagamisele, on paljud sotsiaalsed ettevõtted eeskujuks selliste väärtustega, nagu kaasamise ja mitmekesisuse tagamine igapäevases ettevõtlustegevuses. SEdest pooltes on tööl erineva etnilise taustaga töötajad, millele järgnevad erineva usulise taustaga töötajad. Erivajadustega inimesi, kellel on füüsiline või psüühiline puue, võtab tööle 33%. Samas ei näita need andmed kuidagi üldist puuetega töötajate protsenti sotsiaalsetes ettevõtetes.

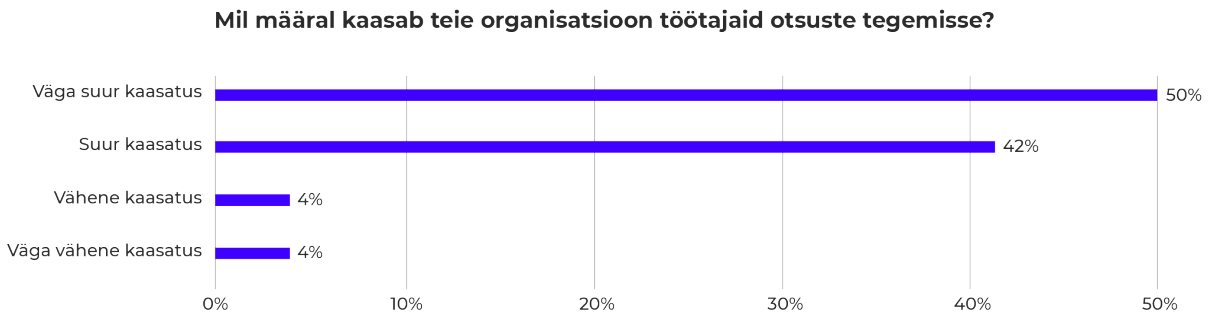
Joonis 45. Naiste osakaal.



Joonis 46. Töötajate koosseis.

Töötajate kaasamine otsuste tegemisse ja organisatsiooni juhtimisse on veel üks oluline sotsiaalse ettevõtluse põhimõte (vt sissejuhatus). Pooled seires osalenud sotsiaalsetest ettevõtetest kaasavad oma töötajaid organisatsiooni otsuste tegemisse „väga suurel määral“ või „suurel määral“ (42%). Ainult 4% ei tavatse kaasata oma töötajaid organisatsiooni puudutavate otsuste tegemisse.

33 “Idufirma töötaja on noor ja teenib kahekordset Eesti keskmist palka” (2021). Ärileht. https://arileht.delfi.ee/artikkel/92746851/idufirma-tootaja-on-noor-ja-teenib-kahekordset-eesti-keskmist-palka

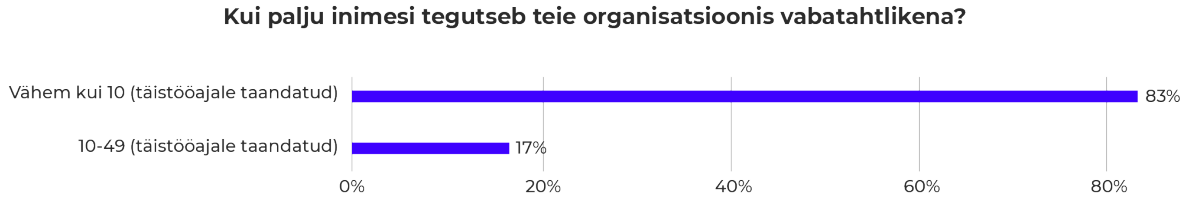


Joonis 47. Töötajate kaasamine otsuste tegemisse.

7.2 Vabatahtlik töö

Sotsiaalsed ettevõtted kaasavad oma tegevusse sageli lisaks oma töötajatele vabatahtlikke, keda motiveerivad sarnased väärtused nagu sotsiaalselt, majanduslikult ja ökoloogiliselt jätkusuutlik tulevik. Vabatahtlikud osalevad sooviga aidata teisi või teha midagi abivajavate sihtrühmade heaks. Vabatahtlik tegevus on suurel määral seotud kodanikuaktiivsuse väljendumisega ning seda on võimalik teostada kodanikeühenduste (mittetulundusühingute) kaudu. Osaühingute puhul on vabatahtlike rakendamine võimalik avalikkuse huvides toimuvate sündmuste korraldamisel, aga mitte oma põhitegevuste teostamisel. Vabatahtlike kaasamiseks loetakse ka organisatsiooni poolt oma personali professionaalsete oskuste annetamist nende ametlikust tööajast (*pro bono*)[34].

Enamik seires osalenud sotsiaalseid ettevõtteid kaasab vabatahtlikena tööle vähem kui 10 täistööajaga töötajat. 17% annab tööd kümnele või enamale vabatahtlikule. Kuna vabatahtlike kaasatus on Eesti puhul seotud SEde juriidilise vormiga, siis on vabatahtlike vähene kaasatus seletatav ka seires osalenud organisatsioonide juriidilise vormiga.



Joonis 48. Vabatahtlike kaasatus organisatsiooni tegevusse.

8. TAKISTAVAD JA SOODUSTAVAD TEGURID

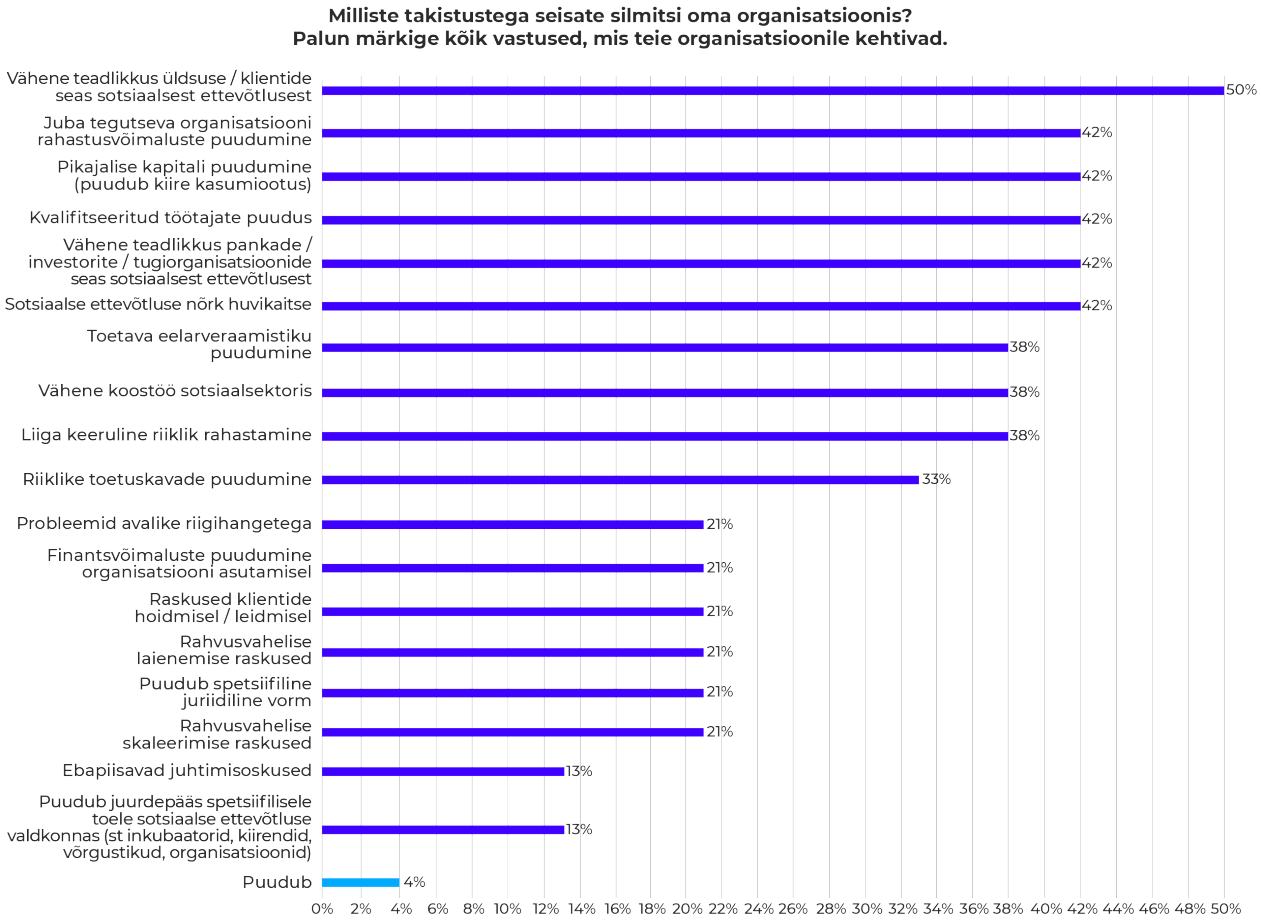
8.1 Takistavad tegurid

Sotsiaalse ettevõtluse maastiku probleemide paremaks mõistmiseks paluti SEdel teha valik nende organisatsioonide seisukohast olulisemate takistuste hulgast. Lisaks küsiti, kui suured on valitud takistavate tegurite mõjud nende organisatsioonile. Takistavad

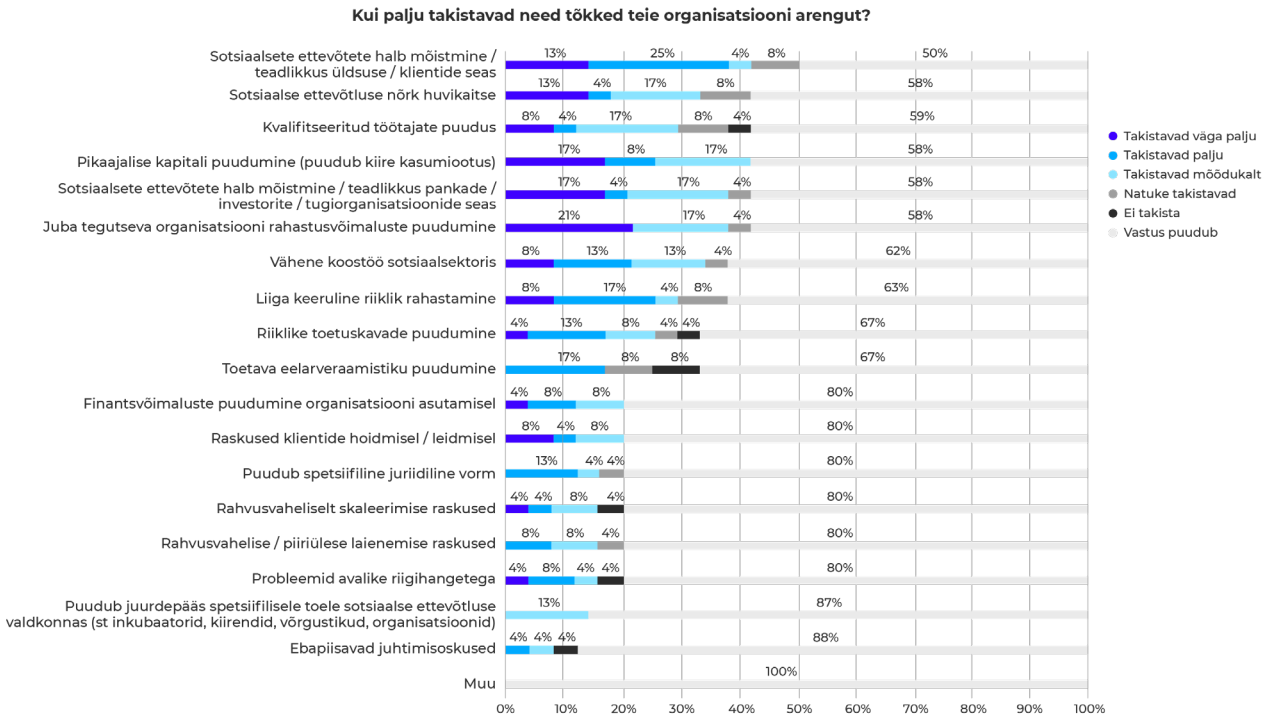
34 "Vabatahtliku tegevuse maksustamisest." (2018). Maksu- ja Tolliamet. https://www.emta.ee/et/eraklient/tulu-deklareerimine/palgatulu/vabatahtliku-tegevuse-maksustamisest

tegurid olid jagatud nelja kategooriasse: rahaline toetus, mitterahaline toetus/turule ligipääs, õigusraamistik ja nähtavus. Kui võrrelda erinevate kategooriate mõju, siis on märgata, et takistusi tekitas enim üldsuse vähene teadlikkus sotsiaalsest ettevõtlusest laiemalt, mis on seletatav selle termini ebaselgusega Eestis, kuna seni puudub üheselt kokkulepitud regulatiivne definitsioon.

Üksikute takistuste hindamisel pidasid seires osalenud sotsiaalsetest ettevõtetest väga suure või suure mõjuga oma organisatsioonile rahastusvõimaluste puudust (38%), vähest teadlikkust ka pankade, investorite ja tugiorganisatsioonide (21%) seas lisaks laiema üldsuse teadmatusele (38%) ning kapitali puudust (25%). Kokku võib enim takistavate tegurite seast leida kaks takistust, mis on otseselt SEde rahastamisega seotud, ning kaks, mis puudutavad vähest teadlikkust SEdest.



Joonis 49. Arengutakistused sotsiaalsetes ettevõtetes.



Joonis 50. Arengutakistuste määr sotsiaalsetes ettevõtetes.

Rahastamise kritiseerimine on suurel määral seotud asjaoluga, et SEd ei kvalifitseeru erinevatele toetusmeetmetele oma organisatsiooni vormi või ärimudeli tõttu. Siseriiklikku rahastamist peetakse keerukaks (25%) ning puudulikuks (17%), mis ilmneb nii äsja asutatud kui ka juba olemasolevate organisatsioonide puhul. SEsid takistab ka vähene koostöö sotsiaalsektoris (12%) laiemalt.

Üks võimalikest lahendustest rahastamisprobleemile võiks olla pikaajalise kapitali võimaldamises, mis põhineb mitte kiirel oodataval tulul, vaid tulemusnäitajatel. Mõjuinvesteeringud ei ole aga Eestis veel piisavalt levinud, kuigi on juba mõned head näited, mis on saanud toetusi Heateo SA Mõjufondi poolt.[35]

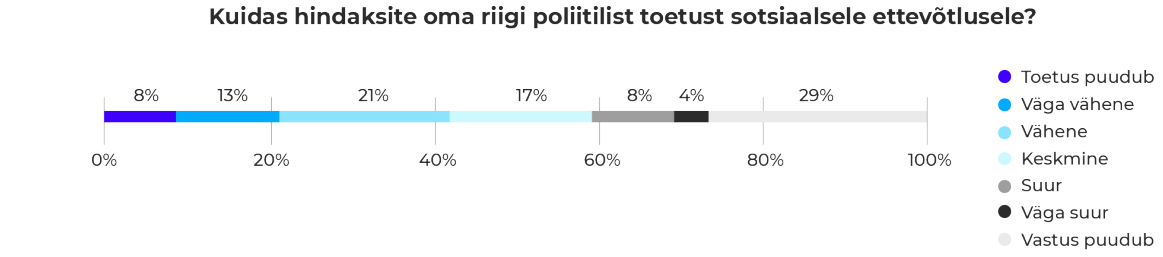
Lisaks rahastamisvaldkonna väljakutsetele peetakse väga suure või suure mõjuga takistavaks teguriks sektori nõrka huvikaitset (17%) ning kvalifitseeritud töötajate puudust (12%).

8.2 Poliitiline toetus

Hinnangust sotsiaalse ettevõtluse poliitilisele toetusele on näha, et selles valdkonnas oleks vaja veel SEde toetuseks palju ära teha. Üldiselt hindab 42% seires osalenud SEdest sotsiaalse ettevõtluse edendamist väga väheseks.

Nagu on kajastatud eelmises peatükis 8.1., siis on uuringus osalenud SEde jaoks märkimisväärseteks arengukohtadeks rahastusvõimaluste ja pikaajalise kapitali puudus (42%), tugisüsteemide ja huvikaitse nõrkus (42%). Need on valdkonnad, mille osas on ka riigi poliitilisel tasandil võimalik enim ära teha.

35 “Mõjufond.” (2021). Heateo SA. https://heategu.ee/mojufond

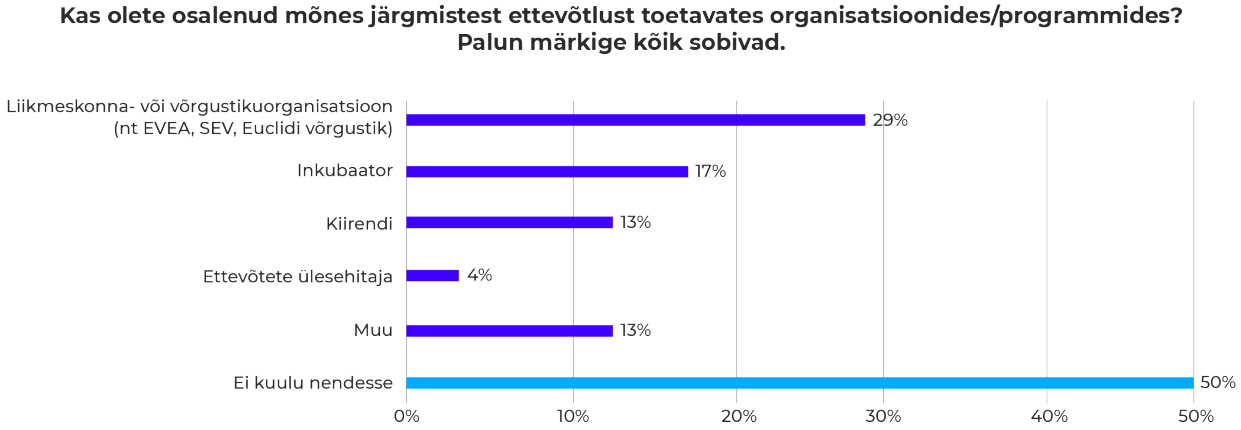


Joonis 51. Hinnang poliitilisele toetusele.

8.3 Sotsiaalse ettevõtluse ökosüsteem

Sotsiaalse ettevõtluse ökosüsteem koosneb komponentidest, mis on SEde tegevuse edenemise juures määrava tähtsusega. Euroopa tasandil peetakse nendeks alljärgnevat[36]:

- kodanike iseorganiseerumisvõime, mis hoogustab SEde arengut ühiskonnas alt üles;
- sotsiaalsete ettevõtete nähtavuse ja tunnustuse tase erinevatel tasanditel (poliitiline ja juriidiline tunnustamine, tunnustamine märgiste kaudu ja enesetunnustus sotsiaalsete ettevõtete poolt);
- ligipääs erinevat tüüpi ressurssidele, sealhulgas asutamisega kaasnev, sissetulekut teenivate tegevuste vahendid, tagasimakstavad vahendid ja maksusoodustused ning muud rahalised soodustused;
- teadusuuringute arendamine, mille eesmärk on uurida sotsiaalset ettevõtlust nii riiklikust kui võrdlevast perspektiivist ning hariduse ja oskuste arendamise võimaluste olemasolu, mille eesmärk on suurendada konkurentsieeliseid majanduslike ja sotsiaalsete probleemide lahendamisel.



Joonis 52. Osalus tugiorganisatsioonide tegevuses.

Juurdepääs tervele ökosüsteemile on edukaks alustamiseks hädavajalik. 29% seires osalenud sotsiaalsetest ettevõtetest kasutab võimalusi, mida pakuvad sektoris tegutsevad võrgustikud. 17% on kasutanud mõne inkubaatori ja 13% kiirendi

36 Borzaga, C., Galera, G., Franchini, B.,Chiomento, S., Nogales, R., Carini, C. (2020). "Social enterprises and their ecosystems in Europe. Comparative synthesis report". European Commission Luxembourg: Publications Office of the European Union. https://europa.eu/!Qq64ny

teenuseid ning 13% muid tugiorganisatsioone. Tugiorganisatsioonide, võrgustike, rahastamisprogrammide, ülikoolide, investorite, konsultantide ja mentorite tugi omab olulist rolli sotsiaalsete uuenduste edukal arendamisel ja laiendamisel.

Analüüsides peamisi SEde takistusi (vt ptk 8.1), siis on need ennekõike seotud finantsiliste võimaluste puudusega, mitte juurdepääsuga võrgustikele. Alustavatel sotsiaalsetel ettevõtetel on endiselt puudus finantsinstrumentidest ning avaliku sektori tugisüsteemist, mida saaksid leevendada sotsiaalsetele ettevõtetele suunatud inkubaatorid ja kompetentsikeskused.

KOKKUVÕTE

Aasta 2020 oli globaalse pandeemia aasta, mille ulatuslikud sotsiaalmajanduslikud mõjud ja tagajärjed kestavad siiani. Kriis tõi eriti esile ühiskonnas valitseva ebavõrdsuse ning struktuursed väljakutsed. Nii pandeemiaga toimetulek kui toimetulematus on näidanud, et ühiskonnas on muutuste vajadus ja me ei pöördu enam tagasi pandeemia-eelsesse aega. Ülemaailmne pandeemia tõstis esile teaduse tähtsuse, aga rõhutas ka teisi ühiskonna jaoks olulisi ja väärtuslikke valdkondi ning ameteid, mis seni pole piisavalt tähelepanu keskmes olnud.

Sotsiaalsed ettevõtted on organisatsioonid, mis omanike või aktsionäride isikliku rikastumise asemel tegutsevad inimeste heaolu parandamise nimel eriti kohalikul tasandil, et rahuldada haavatavate isikute ja kogukondade vajadusi.[37] Üha kasvav trend on see, et ettevõtetelt oodatakse tegutsemist vastutustundlikult ja ühiskonna huve silmas pidades.[38]

Seire annab ülevaate olulisest organisatsioonilisest mudelist – sotsiaalne ettevõte (SE) – ning seires osalenud ettevõtete ja nende SEde organisatsioonimudelite, eesmärkide, finantsolukorra, takistuste ja vajaduste kohta. Sotsiaalsed ettevõtted aitavad oma olemuselt kaasa õiglasema ja rohelisema ühiskonna tekkele, järgides säästva arengu eesmärke. Aruande eesmärgiks on toetada tõenduspõhist poliitikat ja rahaliste ning mitterahaliste toetussüsteemide ja programmide väljatöötamist.

Seire tulemusel selgus, et uuringus osalenud sotsiaalsete ettevõtete jaoks on sotsiaalse ettevõtlusega seonduvalt kõige suuremateks arengukohtadeks rahastusvõimaluste puudus (38%), üldsuse vähene teadlikkuse sotsiaalsest ettevõtlusest (38%), vähene teadlikkus ka pankade, investorite ja tugiorganisatsioonide seas (21%) ning kapitali puudus (25%). Antud puuduste mõju peavad sotsiaalsed ettevõtted enda organisatsioonile väga suureks või suureks. Selle taustal on mitmeid muid kitsaskohti, aga tooks siin välja eelkõige:

1. Positiivse sotsiaalse- ja keskkonnamõju väärtus jääb sageli rahastajate jaoks ebaselgeks või sellega ei arvestata. Seega on SEd sageli hangetes ja turusituatsioonis olles ebasoodsas olukorras, võrreldes nendega, kes kulutusi keskkonnahoidu või haavatavate sihtrühmade kaasatusse ei tee.
2. Sotsiaalsetel ettevõtetel puudub sageli stardikapital ning ligipääs pikaajalisele kapitalile. Rahastusmeetmed on täna sobilikud kas mittetulundusühingutele või klassikalistele osaühingutele.

37 Roy, M. J. (2021). "Towards a 'Wellbeing Economy': what can we learn from social enterprise?" The New Social and Impact Economy: An International Perspective. Gidron, B. & Domaradzka, A. (toim). Cham: Springer, p. 269-284.

38 McClimon, T. (2021). "10 CSR Trends To Watch In 2021". https://www.forbes.com/sites/timothy-jmcclimon/2021/01/05/10-csr-trends-to-watch-in-2021/

Lisaks tõdesid seires osalenud SEd, et sotsiaalsest ettevõtlusest on Eestis ebaselge arusaam ja nende nähtavus pole piisav. Seda omakorda mõjutab üldine madal avalik teadlikkus ning vähene poliitiline huvi ja tähelepanu.

Seire läbiviimisest saab Eestis loodetavasti tava, mis on lähtekohaks tõenduspõhise ning parema sotsiaalse innovatsiooni ning ettevõtluspoliitika loomiseks Eestis.

LISA 1. SEIRE EESMÄRK, KONTSEPTSIOON JA METODOLOOGIA

Eesmärk

Eesti sotsiaalsete ettevõtete seire eesmärk on suurendada sotsiaalseid ettevõtteid puudutavate andmete hulka.

Tulemused aitavad:

1. suurendada otsustajate teadlikkust ja mõistmist poliitikas, ettevõtluses ja kodanikuühiskonnas sotsiaalse ettevõtluse mõistest ja tänasest sotsiaalse ettevõtluse toetamise ökosüsteemist;
2. näidata sotsiaalsete ettevõtete olulist potentsiaali saavutada ÜRO säästva arengu eesmärke ning tulla paremini toime peale koroonakriisi;
3. aidata kaasa tõenduspõhisele poliitika kujundamisele, mis aitaks sotsiaalsetel ettevõtetel oma potentsiaali paremini ära kasutada ja positiivset mõju näidata.

Kontseptsioon

Eesti seire on osa Euroopa sotsiaalse ettevõtluse seirest (ESEM). ESEM projekti juhib Euclid Network (Euroopa sotsiaalsete ettevõtete võrgustik) koostöös organisatsiooniga SEND (Saksamaa sotsiaalsete ettevõtete võrgustik) ja seda toetab Euroopa Komisjon, Bertelsmann Stiftung, ImpactCity, SAP ja Maailma Majandusfoorum.

Seire põhineb küsimustikul, mis on välja töötatud täiustades ja integreerides küsimustikke, mida on kasutanud SEND, Social Enterprise UK (Suurbritannia sotsiaalsete ettevõtete võrgustik) ja Social Enterprise NL (Hollandi sotsiaalsete ettevõtete võrgustik) oma riikides viimase 14 aasta jooksul. Euroopa seire annab olulise ülevaate (sotsiaalse) ettevõtluse ökosüsteemist Euroopas ning annab võimaluse saada andmekogum riiklikeks võrdlusuuringuteks. Uuringu ajal koguti andmeid samaaegselt kaheksas riigis: Horvaatias, Taanis, Saksamaal, Eestis, Portugalis, Rootsis, Hispaanias ja Ühendkuningriigis, mille põhjal koostati riiklikud ning Euroopa seire ülevaated.

Metodoloogia

Sotsiaalse ettevõtluse seire 2020. aasta uuring viidi läbi digitaalse küsitlusportaali Qualtrics kaudu 22. septembrist 2020 kuni 31. detsembrini 2020. Uuring käivitati virtuaalse Sotsiaalse Ettevõtluse Maailmafoorumi (SEWF) ajal. Eesti seire läbiviimiseks saadeti link uuringule ning seda reklaamiti sotsiaalmeedia kaudu, uudiskirjades ning saadeti otsepostitustega ettevõtlusorganisatsioonidele.

Selleks, et tagada riikide vastavate andmete võrreldavus, töötati Euroopa tasandil välja ühised kriteeriumid andmete puhastamiseks, üksikasjalik andmete puhastamise kava ja protseduurid, sealhulgas andmete puhastamise juhend, puhastamise sammud nõuetekohase dokumentatsiooni väljatöötamiseks, otsustamise reeglid, teave toimetamise tüübi, kuupäevade ja kaasatud isikute kohta. Kõikide andmete puhastusotsused vaatasid läbi kaks või enam inimest, et tagada kogu andmekogumi täpsus ja järjepidevus.

Kogu teave osalejatelt, kes vastasid järgmistele kriteeriumidele, hinnati ja puhastati:

- Vastused, kus oli vastatud alla 80% küsimustikust, eemaldati;
- Ideede staadiumis olevad organisatsioonid, mida ei olnud veel, s.t ei olnud täitmise ajal veel õiguslikku vormi, eemaldati;
- Dubleeritud andmed eemaldati;

- Lisaks andis põhiandmete puhastamine tulemuseks täiendavaid tähelepanekuid, mille alusel jäeti organisatsioon lõplikust andmekogumist välja.

Andmete puhastamise kriteeriumite osas arvestati sotsiaalse ettevõtte määratlusega, mille üle rahvusvahelises teaduses ja praktikas vaieldakse. See, mida mõistetakse sotsiaalse ettevõtluse all, tugineb suuresti sotsiaalsete ettevõtete tekkimise tingimustel sõltuvalt poliitilisest, õiguslikust ja kultuurilisest kontekstist vastavas riigis. Selleks, et riigipõhist õiglust tagada, lepiti kokku olulises tingimuses: sotsiaalse ettevõtluse esmane eesmärk peab olema lahendus sotsiaalsetele väljakutsetele. Selleks, et teada saada, kas see nii on, paluti osalejatel hinnata nii finantshuvide kui ka sotsiaalse mõju tähtsust nende organisatsiooni jaoks strateegiliste äriotsuste tegemisel. Uuringu jaoks võeti arvesse kõiki ettevõtteid, milline sotsiaalne mõju on olulisem või vähemalt sama oluline kui finantshuvi strateegilistes äriotsustes.

Andmete puhastamise järel allesjäänute osas asendati puuduv info variandiga "vastuseta" ja üksikute tekstide osas, mida vastajad pakkusid vastusevariandiks „muu" all, analüüsiti ja kanti üle vastavatele skaaladele.

Käesolevat seiret ei saa pidada representatiivseks kõikide sotsiaalsete ettevõtete kohta. Euroopa tasandil on eesmärgiks suurendada riikide arvu ja vastajate arvu tulevastes uuringutes.