

STRATEEGILISTE PARTNERITE EESMÄRGID

1. VABAÜHENDUSTE LIIT JA MTÜ MAAKONDLIKUD ARENDUSKESKUSED

Tegevussuund 1: Teadlikud ja aktiivsed elanikud

Eesmärk 1: Eesti elanike kasvanud osalemine vabatahtlikus tegevuses ning vabatahtlikke kaasavad organisatsioonid on nõustatud ja toetatud

Oodatavad tulemused:

- osakaal elanikest, kes on viimase 12 kuu jooksul osalenud vabatahtlikus tegevuses kõigist elanikest 49% -> püsib
- vabatahtlikke kaasavate organisatsioonide võrgustiku rahulolu strateegilise partneriga

Eduindikaatorid:

- osakaal 15–24 a elanikest 19% -> kasvab
- osakaal 65-74 a elanikest 9% -> kasvab
- võrgustiku liikmete arv 40 -> kasvab

Eesmärk 2: Eesti elanike tõusnud teadlikkus kodanikuühiskonnast ja kodanikuühiskonnas osalemisest

Oodatavad tulemused:

- platvormi olemasolu vabatahtlike ja vabatahtlike kaasajate kokkuviiamiseks
- tulumaksusoodustusega ühenduste nimekirja kuulujatele tehtud annetuste kogusumma 41 mln € -> kasvab

Eduindikaatorid:

- korduvate annetajate osakaal Eesti elanikest täpsustub -> kasvab
- annetamistalgute osalejate arv ja annetuste maht 111 algatust, 128 000 -> kasvab
- annetusekogujate võrgustiku rahulolu strateegilise partneriga *täpsustub* -> püsib kõrge
- kasutatud kommunikatsioonikanalite ning nende liikmete ja lugejate arv (Hea Kodanik, Vabatahtlike Värav)
- lugejatele edastatud informatsioon kodanikuühiskonnast, mh õiguskeskkonna, rahastus- ja osalemisvõimaluste, heade näidete jm kohta eesti, vene ja inglise keeles keeles -> regulaarsus püsib
- kodanikuühiskonna teemal loodud originaalsisu hulk aastas *n/a* -> 20
- pidev koostöö teiste vabatahtliku töö platvormide ja tööandjatega *n/a* -> toimib

Tegevussuund 2: Võimekad vabaühendused

Eesmärk 1: Tõusnud vabaühenduste koostöö- ja finantsmajanduslikud oskused ja teadmised

Oodatavad tulemused:

- MTÜ-de ja SA-de teenitud ettevõtlustulu põhikirjaliste eesmärkide saavutamiseks 172 mln € -> kasvab
- regulaarne vabaühenduste kaasamise heade näidete kogumine, avaldamine ja levitamine
- vabaühenduste kasvanud teadlikkus oma rollist, tähtsusest ja võimalustest kohaliku elu edendamisel

Eduindikaatorid:

- vabaühenduste osakaal, kellel on rohkem kui kolm rahastusallikat 33% -> kasvab
- delegeeritud teenuste osakaal kasvab
- palgaliste töötajatega MTÜ-de arv ja osakaal 24% (9625) -> 26% (10 200)
- vabaühenduste panus SKP-sse 2% -> püsib või kasvab
- juhtide võrgustiku rahulolu strateegilise partneriga *täpsustub* -> püsib kõrge

Eesmärk 2: Eesti elanike kasvanud teadlikkus vabaühendustest ja nende rollidest

Oodatavad tulemused:

- kasvanud teadlikkus
- vabaühenduste rahastamiskeskonna andmebaas on igal aastal uuendatud
- tagatud järelkasv Eesti vabaühenduste juhtidele

Eduindikaatorid:

- noortele suunatud sündmuste või algatuste ja nendes osalejate arv
- aasta tegijate tunnustamine -> toimub ja kajastatud
- huvikaitsevõrgustiku rahulolu strateegilise partneriga täpsustub -> püsib kõrge
- arenguprogrammi läbinud tulevikujuhte -> 20
- ettevõtliku kooli osalejate arv -> püsib

2. MTÜ SOTSIAALSE INNOVATSIOONI LABOR

Tegevussuund: Võimekad ja hoolivad kogukonnad

Eesmärk 1: Tõusnud on kogukondade ja KOV-ide teadlikkus omavahelistest koostöövõimalustest ja kogukonnakesksest lähenemisviisist

Oodatavad tulemused:

- kohalike elanike kaasamise head näited on kogutud, süstematiseeritud ja analüüsitud
- head näited on avaldatud ja levitatud KOV-idele ja kogukondadele
- kohalikud elanikud on teadlikud oma rollist kogukonnas ja kogukonnad oma rollist kohaliku elu kujundamises
- KOV-id on teadlikud kogukonnakesksest lähenemisviisist

Eduindikaatorid:

- Tõusnud on KOVide teadlikkus koosloomest ja kogukonna kaasamisest
- Arutelude, ümarlaudade jm formaatide arv, kuhu kogukonna esindajad on kaasatud
- Kirjeldatud ja jagatud heade koostöönäidete arv
- Algatatud kogukonna koosloome protsesside arv

Eesmärk 2: Juurutatud on süsteemne ja võrgustikupõhine kaasamine kohalikul tasandil (kogukonnakeskne lähenemisviis)

Oodatavad tulemused:

- iga KOV-i territooriumil on kogukonnad ennast määratlenud ja aktsepteeritud KOV-i poolt
- kogukondades on määratletud eestkõneleja või esindaja
- kogukondade esindajatest on moodustatud ja käivitatud koosloomeformaadid
- KOV tasandil on kogukonnad kaasatud kohaliku elu kujundamisse
- kogukonnad osalevad kohaliku tasandi otsustusprotsessides

Eduindikaatorid:

- KOV-ide arv, kus KOV-i territooriumil on kogukonnad ennast määratlenud ja aktsepteeritud KOV-i poolt
- KOV-ide arv, kus on käivitatud koosloomeformaadid kogukonna kaasamiseks ja ühiselt probleemide lahendamiseks
- KOV-ide arv, kus süsteemselt tegeletakse kogukonna kaasamisega ja kogukonnad osalevad kohaliku tasandi otsustusprotsessides

3. MTÜ SOTSIAALSETE ETTEVÖTETE VÕRGUSTIK

Tegevussuund 1: Jätkusuutlikkus

Eesmärk 1: Sotsiaalsete ettevõtete kasvanud jätkusuutlikkus

Oodatavad tulemused:

- sotsiaalsete ettevõtete ettevõtlustulu 45,6 mln € -> kasvab
- sotsiaalsete ettevõtete ühiskondliku mõju kasv
- paranenud ligipääs rahastusvõimalustele
- noortele suunatud sündmusete või algatuste ja nendes osalejates arv

Eduindikaatorid:

- Andmebaasis olevate ettevõtete arv
- Eestisse jõudnud teadmised või koostöö erinevate partneritega, millel on praktiline väljund
- Investeeringute hulk sotsiaalsetesse ettevõtetesse
- Magistriõppes sotsiaalset ettevõtlust õppivate tudengite arv
- Noorte hulk kellel on olnud kokkupuude sotsiaalse ettevõtlusega, esinemise, koolituse või programmi formaadis
- Nõustatud sotsiaalsete ettevõtete käibe või müügitulu kasv (enne vs. pärast) nõustamist või investeeringut
- Sotsiaalsete ettevõtete käibe või müügitulu kasv (enne vs. pärast) andmebaasis kajastamist
- Positiivsete muutuste arv ja sisukus dokumentides ja rakendustes;
- Sotsiaalsete ettevõtete arvu kasv
- Tehtud nõustamiste arv
- Klientide kõrge (eesmärk 8-10 punkti 10-st) rahulolu näitaja
- Üritustel osalejate kõrge (eesmärk 8-10 punkti 10-st) rahulolu näitaja

Tegevussuund 2: Teadlikkus

Eesmärk 1: Eesti elanike kasvanud teadlikkus sotsiaalsetest ettevõtetest ja nende rollidest

Oodatavad tulemused:

- Ülevaade sotsiaalsest ettevõtlusest, sotsiaalsetest ettevõtjatest ja sotsiaalse ettevõtluse üha suurem populariseerimine mõtteviisi ja maailmavaatena
- kasvanud teadlikkus

Eduindikaatorid:

- Iga sihtrühma digitaalse kommunikatsiooni ulatus ja reaktsioonid
- Kommunikatsioonikajastuste ulatus ja reaktsioonide hulk;
- Konverentsil osalenud külaliste arv
- Magistriõppes sotsiaalset ettevõtlust õppivate tudengite arv
- Meediakajastuste hulk ja levik
- Organiseerimise käigus loodud uute kontaktide ja partnerluste arv, läbi mille sotsiaalset ettevõtlust veel enam võimendada.
- Podcast'i kuulamiste arv
- SEVi uudiskirja ja sotsiaalmeedia platvormide jälgijate arv
- Sotsiaalse ettevõtja auhinnale pürgijate arv