

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Ettevõtlusosakond

Gerda Vares

TEENUSEDISAINI PÕHIMÕTETE RAKENDAMINE NOORTEÜHING EESTI 4H

TASULISTE TEENUSTE ARENDAMISEL

Magistritöö

Juhendaja: Gerda Mihhailova, MA

Pärnu 2019

Soovitan suunata kaitsmisele .....

(juhendaja allkiri)

Kaitsmisele lubatud “.....“..... a.

TÜ Pärnu kolledži ..... osakonna juhataja

.....

(osakonna juhataja nimi ja allkiri)

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

.....

(töö autori allkiri)

# SISUKORD

SISSEJUHATUS.....	4
1. NOORSOOTÖÖ TEENUSTE PÕHIMÕTTED JA NOORTE KLIENDIKÄITUMISE SPETSIIFIKA TEENUSEDISAINI KONTEKSTIS .....	9
1.1. Noorte kliendikäitumise spetsiifika teenuste tarbijana.....	9
1.2. Noorsootöö olemus, vajalikkus, vormid ja teenuste osutamise põhimõtted .....	22
1.3. Teenusedisaini protsess ja meetodid lähtuvalt noorteühingu spetsiifikast .....	35
2. NOORTEÜHING EESTI 4H TASULISTE TEENUSTE KONTSEPTSIOONI LOOMINE .....	47
2.1. Noorteühingute positsioon Eestis ning ülevaade Noorteühing Eesti 4H tegevustest ....	47
2.2. Noorteühing Eesti 4H-le tasuliste teenuste loomise uuringu meetodika ja tulemused ..	58
2.3. Uuringu järeldused ja Noorteühing Eesti 4H tasuliste teenuste kontseptsioon .....	74
KOKKUVÕTE.....	82
VIIDATUD ALLIKAD .....	85
Lisa 1. Inimese arengu teooriad.....	95
Lisa 2. Teenusedisaini protsessi etapid ja meetodid. ....	96
Lisa 3. Noorteühing Eesti 4H juhatuse liikmete intervjuu küsimused.....	98
Lisa 4. Noorte fookusgruupiintervjuu küsimused .....	100
Lisa 5. Noorteühing Eesti 4H piirkonna juhtide/juhendajate intervjuu küsimused.....	102
Lisa 6. Ekspertide intervjuu küsimused .....	103
Lisa 7. Intervjueeritavate koondtabel.....	104
Lisa 8. Afiinsusdiagramm .....	105
Lisa 9. Eesti 4H väärtused ja noorte osalemise motivatsioon .....	106
Lisa 10. Tüüpklendi profiilid koostatud isikute meetodi põhjal.....	107
Lisa 11. Empaatiakaardid tüüpklendi profiilide Berta ja Jane kohta.....	109
Lisa 12. Noore, kui tüüpklendi klienditeekond ja kokkupuutepunktid.....	111
Lisa 13. Teenuste ideede prioritseerimise protsess.....	113
Lisa 14. Lasteürituse teenuse klienditeekond .....	114
Lisa 15. Laste sünnipäeva korraldamise teenuse prototüüp .....	116
SUMMARY .....	117

## SISSEJUHATUS

Noortepoliitika arendamise vajadust on viimasel aastakümnel kinnitatud mitmetes Euroopa Liidu poliitikasuunistes (Euroopa Liidu Nõukogu, 2009) ja mitmed Euroopa riigid on oma noortepoliitikat värskest uuendanud (Noortevaldkonna..., lk 5) Alates 1990.aastate lõpust on rahvusvaheline koostöö noortepoliitika arendamisel hüppeliselt tõusnud. (Schild, Vanhee, 2009, lk 5) Võib öelda, et ühiskond saab aru, et noored on meie tulevased elu kujundajad ja seega noorsootöö on prioriteetne valdkond - panustades nende arengusse, panustame ühiskonna arengusse.

Noortevaldkonna arengukava (Noortevaldkonna..., lk 5-6) toob välja, et noored on osa kodanikuühiskonnast ning kodanikuaktiivsus ja vabatahtlike kaasamine avaldavad kodanikuühiskonnale tervikuna positiivset mõju. Seega, kui noori ei kaasata praeguses eluetapis, on suuremad võimalused, et nad ka täiskasvanuna ei soovi ühiskonna elust osa võtta. Selle tagajärjeks võib olla lahkumine kodukohast või kodumaalt üleüldse. Sotsiaalsed pädevused ning noorte osalus ja kaasamine on ühed peamised märksõnad, mida tuleb noortes arendada ja selleks pakub noortele võimalusi enamasti noorsootöös osalemine, sealhulgas ka noorteühingute töös.

Arenenud kodanikuühiskonnas on olulisel kohal hästi toimiv kolmas sektor ja vabatahtlike kaasamine. Mittetulundusühinguid (edaspidi MTÜ) kokku oli Eestis 1.oktoobri 2018.a. seisuga 21 755. Nii palgaliste töötajate arv kui ka töötajate brutopalk MTÜ-des on aastatega järk-järgult tõusnud. (Siseministeerium, n.d.) Inimesed soovivad aina enam panustada mingisse suuremasse ühiskonna hüvangut teenivasse tegevusse, mis annab nende elule tähenduse. Erinevate uuringute andmetel (Kodanikuühiskonna arengukava..., 2015) on Eestis 31 protsenti elanikest osalenud viimase aasta jooksul vabatahtlikus tegevuses. See on sarnane Euroopa Liidu keskmisega (29%) ja näiteks Euroopa kõrgeim ehk 50% on Norras, Rootsis ja Hollandis. Enim

vabatahtlikke on sellistes valdkondades nagu keskkonnakaitse, loodushoid, säästev eluviis, kohaliku elu edendamine ning noorsootöö ja töö lastega.

MTÜ-de roll avalike teenuste osutajatena on kasvanud. 2009.a. Praxise poolt korraldatud uuring „Kohaliku omavalitsuse üksuste avalike teenuste lepinguline delegeerimine kodanikeühendustele“ näitas, et üle poole omavalitsustest teevad avalike teenuste osutamisel MTÜ-dega koostööd. 63% Eesti kohaliku omavalitsuse üksustest oli 2009.a. seisuga delegeerinud avalike teenuste osutamist kodanikeühendustele, tehes seda peamiselt kultuuritegevuse korraldamise, spordi edendamise ja kohaliku elu arendamisega seotud ülesannetega. (SA Poliitikauuringute..., 2009, lk 7) MTÜ-d ei ole olemuselt küll kasu teenimisele suunatud, kuid ka nemad vajavad jätkusuutlikkuse tagamiseks tulu. Üheks suurimaks probleemiks MTÜ-de rahastamisel on liigne projektipõhisus ja lühiajalisus. Puudub stabiilsus, mis teeb keeruliseks pikemaajaliste eesmärkide seadmise ja mõjutab teenuste kvaliteeti. Kodanikuühiskonna Sihtkapitali ja Tallinna Ülikooli tehtud uuringu raportis „Kodanikualgatuse institutsionaliseerumine Eestis 2014“ tuuakse välja, et nii MTÜ-de esindajad kui ametnikud tõdevad, et ainult projektipõhise tegevuse suurimaks ohuks on, et rahastuse ajutisel peatumisel on organisatsiooni tugevdamisega mitte tegelenud ühendus sunnitud tegevuse peatama.

Ühest küljest vajavad ühiskonnale suunatud ühendused ja sealhulgas ka noorteühingud avaliku sektoriga stabiilsemaid ja pikemaajalisi koostöösuhteid ning püsivate tegevustoetuste tekkimist, sest sotsiaalse suunitlusega MTÜ põhitegevus ei peaks olema pidev rahaliste vahendite otsimine. Samas arvestades praegust MTÜ-de arvu ja riigieelarve ning noorteühingute arvu ja Haridus- ja Teadusministeeriumi eelarve võimalusi ei ole see nii suures mahus võimalik. Jätkusuutlikkuse tagamiseks on vaja, et organisatsioonid leiaksid lisaks riigi toetustele ka teisi alternatiivseid võimalusi, kuidas teenida omatulu. Aktuaalsed teemad selles osas on sotsiaalne ettevõtlus ja teenuste disain. Ametnike endi poolt oodatakse pigem ka ühenduste vähemat sõltuvust erinevatest toetustest ja tulubaasi mitmekesistamist. Kuid samas tunnustatakse, et olemasolevate rahastusmeetmete kontekstis on keeruline ühendustel oma võimekust tõsta ning planeerida jätkusuutlikku arengut. (Kodanikualgatuse institutsionaliseerimine....2014) Kuna nii mittetulundusühingud kui ka noorteühingud on väga mitmekülgsed ja eriilmelised on ühtset kõigile sobivat lahendust keeruline leida.

Ka erinevad teoreetikud tunnustavad, et traditsiooniline nägemus ettevõtlusest ei ole enam piisav (Pagano,...2018, Brown, 2011). Kasvav trend on, et riik ja Kohalikud Omavalitsused küll

toetavad mittetulundusühenduste tegevust aga MTÜ-d otsivad ka ise aktiivselt erinevaid lisarahastuse võimalusi. Kodanikuühiskonna arengukava 2015-2020 toob välja, et peamised väljakutsed kodanikuühiskonna arendamisel on kodanikuühenduste vähene omatulu teenimise oskus ja julgus mitmekesistada rahastusvorme.

Antud magistritöös võtab autor uurimise alla MTÜ Noorteühing Eesti 4H (edaspidi Eesti 4H) teenused ja tulubaasi. Vaadates erinevaid eelpool mainitud ühiskondlikke trende on oodata, et tulevikus avaliku sektori toetused vähenevad ja kodanikuühendustevaheline konkurents suureneb. Sellega seoses leiavad Eesti 4H juhatus ja tegevmeeskond, et on äärmiselt oluline organisatsiooni stabiilsuse ja jätkusuutlikkuse huvides tegeleda tasuliste teenuste arendamisega ja sellega seoses vähendada sõltuvust toetustest ja projektidest saadud summadest. Nad leiavad, et arvestades noorteühingu pikaajalist tegutsemist noorsootöö maastikul, järjepidevust, strateegilisi suundi, sihtrühmade suurust ja tegevuse positiivset mõju kodanikuühiskonnale on oluline tegeleda ühingu arenguga, teenuste arendamisega ja tulubaasi mitmekesistamisega. Siiaamaani on ühingu tulubaasi üle 90% ulatuses moodustanud erinevad sihtotstarbelised eraldised. See ei ole jätkusuutlik ja tekitab organisatsiooni juhtkonnas muret tuleviku ees. Ollakse seisukohal, et kuna tegemist on MTÜ-ga, siis on koostöö riigiga ja püsitoetus oluline, kuid ei peaks moodustama nii suure osa tulubaasist. Soovitakse oma peamisele sihtgrupile – noortele, pakkuda mitmekülgeid tegevusvõimalusi organisatsioonis, mis on elujõuline ja suudab ennast majandada ka riigipoolsete toetuste vähenemisel. Leitakse, et Eesti 4H-l on piisavalt võimalusi ja vahendeid, et areneda teenuseid osutava organisatsioonina. Ühingul on tegutsemise kogemusi maaelu-, juhikoolituse-, välisvahetuse, laagri-, kultuuri- ja keskkonnaprogrammide teostamisel läbi mitteformaalse õppe alates 1991.aastast. Tegeletakse igapäevaselt peamiselt maanoortele suunatud noorsootööga, mistõttu omatakse arvestatavad kogemusi ja teadmisi valdkonna probleemidest ja vajadustest. Ühingusse kuulub üle 60 vabatahtliku juhendaja. Puudu on jäänud siiaamaani vajalikest oskustest, teadmistest ja süsteemsest lähenemisest, kuidas neid olemasolevaid ressursse kasutada. Sellest tulenevalt on tekkinud tasuliste teenuste arendamise vajadus.

Käesoleva magistritöö eesmärgiks on kasutades teenuseidisaini metoodikat töötada välja Noorteühing Eesti 4H tasulised teenused. Magistritöö võiks huvi pakkuda eelkõige Eesti 4H juhtkonnale ning ka teistele mittetulundusühingutele, kelle jaoks on oluline nii majandusliku edu saavutamine kui ka sotsiaalsete väärtuste edasi kandmine.

Töö käigus püstitakse järgmised uurimisküsimused:

1. Millised on noorsootöö valdkonna ja noorteühingute poolt pakutavate teenuste hetkeolukord?
2. Milline peaks olema noorele suunatud teenus?
3. Milline peaks olema MTÜ Noorteühing Eesti 4H tasuline teenus?

Eesmärgi saavutamiseks ja uurimisküsimustest lähtuvalt püstitab autor järgmised uurimisülesanded:

- selgitada välja noorte kliendikäitumise spetsiifika noorsootöö teenuste tarbimisel;
- selgitada välja noorsootöö hetkeolukord ühiskonnas ja noorteühingute poolt pakutavate teenuste osutamise põhimõtted;
- määratleda noorsootöö kliendikäitumise spetsiifikast ja teenuste osutamise võimalustest tulenevalt Noorteühing Eesti 4H finantsvõimekust toetavate tasuliste teenuste kontseptsiooni loomiseks sobiv teenusedisaini protsess ja meetodika;
- selgitada välja noorteühingute positsioon Eestis ning anda ülevaade Noorteühing Eesti 4H tegevustest;
- tutvustada valitud meetodikat ning viia läbi Noorteühing Eesti 4H tasuliste teenuste kontseptsiooni loomiseks uuring;
- uuringu tulemuste põhjal välja töötada Noorteühing Eesti 4H teenusedisaini protsessil põhinev tasuliste teenuste kontseptsioon.

Töö koosneb kahest osast. Uurimisülesannete täitmiseks tuuakse magistritöö esimeses osas välja noorte kliendikäitumise spetsiifika ja seda mõjutavad tegurid, erinevate arengupsühholoogide vaatenurgad noorte defineerimisel, keskendutakse noort ümbritsevate võrgustike ja noorte osalemismotivatsioonide kaardistamisele. Noorte kliendikäitumise spetsiifika noorteühingu teenuste tarbimisel teoreetiliste seisukohtade analüüsimiseks ja sünteesimiseks tuginetakse peamiselt järgmistele autoritele: Krull, Aimre, Colton, Berns ja Kiik. Noorsootöö olemuse ja noorsootöö teenuste osutamise põhimõtete avamiseks ning selle võrdluseks sotsiaalsete ettevõtete omadega kasutatakse peamiselt: Reitav, Defourny, Perrini, Kloostermann, Hart, Shier ja Davidson-i mõtteid. Lisaks on uuritud erinevaid valdkondlikke arengukavasid ja uuringuid. Analüüsitakse erinevaid teenusedisaini protsesse ja meetodeid ning nende osutamise võimalusi tulenevalt noorsootöö valdkonnast. Teenusedisaini kui meetodika osas tuginetakse peamiselt: Moritzile, Reasonile, Stickdornile, Sebastianile, Tomitschile jt.

Töö teises osas keskendutakse noorteühingute hetkeolukorrale Eestis ja Noorteühing Eesti 4H tegevustele; viiakse läbi kvalitatiivne kombineeritud uuring, mis sisaldab eelnevalt määratletud teenusedisaini protsesse ja eesmärgi täitmiseks sobilikke uurimismeetodeid. Empiirilise osa teises alapeatükis viiakse läbi individuaalsed- ja fookusgrupi intervjuud, tehakse kvalitatiivne sisuanalüüs ja uurimustulemusi võrreldakse teooriaga. Viimases alapeatükis tuuakse välja järeldused ja parendusettepanekud Noorteühing Eesti 4H tasuliste teenuste arendamiseks.

Lõputöö vormistamisel on lähtutud 05.09.2018 kehtima hakanud Tartu Ülikooli Pärnu Kolledži üliõpilaste kirjalike tööde juhendist.

# 1. NOORSOOTÖÖ TEENUSTE PÕHIMÕTTED JA NOORTE KLIENDIKÄITUMISE SPETSIIFIKA TEENUSEDISAINI KONTEKSTIS

## 1.1. Noorte kliendikäitumise spetsiifika teenuste tarbijana

Noorsootöö valdkonnas tegutseva organisatsiooni peamine sihtrühm on noored. Noorust on ajaloo jooksul mitmete teadlaste ja spetsialistide poolt jagatud erinevateks vanuse etappideks. Kõigis neis etappides mõjutavad noorte arengut mitmed bioloogilised ja psühholoogilised aspektid ning ka neid ümbritsev keskkond ja lähedased inimesed. Teenuste disainimisel on esmalt vajalik noori ehk peamist sihtrühma defineerida ja kujundada neist arusaam ning saada täpne ülevaade neid ümbritsevatest võrgustikest, erinevatest keskkondadest ning nende mõjust noorte otsustele, valikutele ja arengule.

Inimese elu on püütud piiritleda ja liigendada erinevateks vanuseperioodideks juba Vana-Kreekast alates. Läbi ajaloo on noorust ja noor olemist seostatud paljuski õppimisega. Kuid kuna kooliskäimise periood on ajas (näiteks 150 a. tagasi lõppes koolitee juba 13-14-aastaselt) palju muutunud, siis on selle teguri põhjal noorte defineerimine keeruline ja siinkohal on oluline arvestada ajaloolist konteksti. (Taru jt, 2015, lk 11) Taru jt. (2015, lk 17) kirjutab, et nooruse kui eluetapi selgemale sõnastamisele on aidanud kaasa valgustus- ja romantismiajastu, kus leiti, et laps ja noor on midagi muud, kui pelgalt väike täiskasvanu. Valgustusaja teoretikutele aitas noorust paremini defineerida ka tööstusrevolutsioon, millega kaasnes haridussüsteemi areng ning lapse- ja täiskasvanuea selgem eraldamine. Suurem muutus nooruse mõistmisel tekkis 19.sajandi lõpul ja 20.sajandi algul, kui mitmed teoretikud hakkasid seostama nooruse algust puberteedieale iseloomulike arenguprotsessidega inimese kehas ja lõppu pereeluga ja/või tööle minemisega.

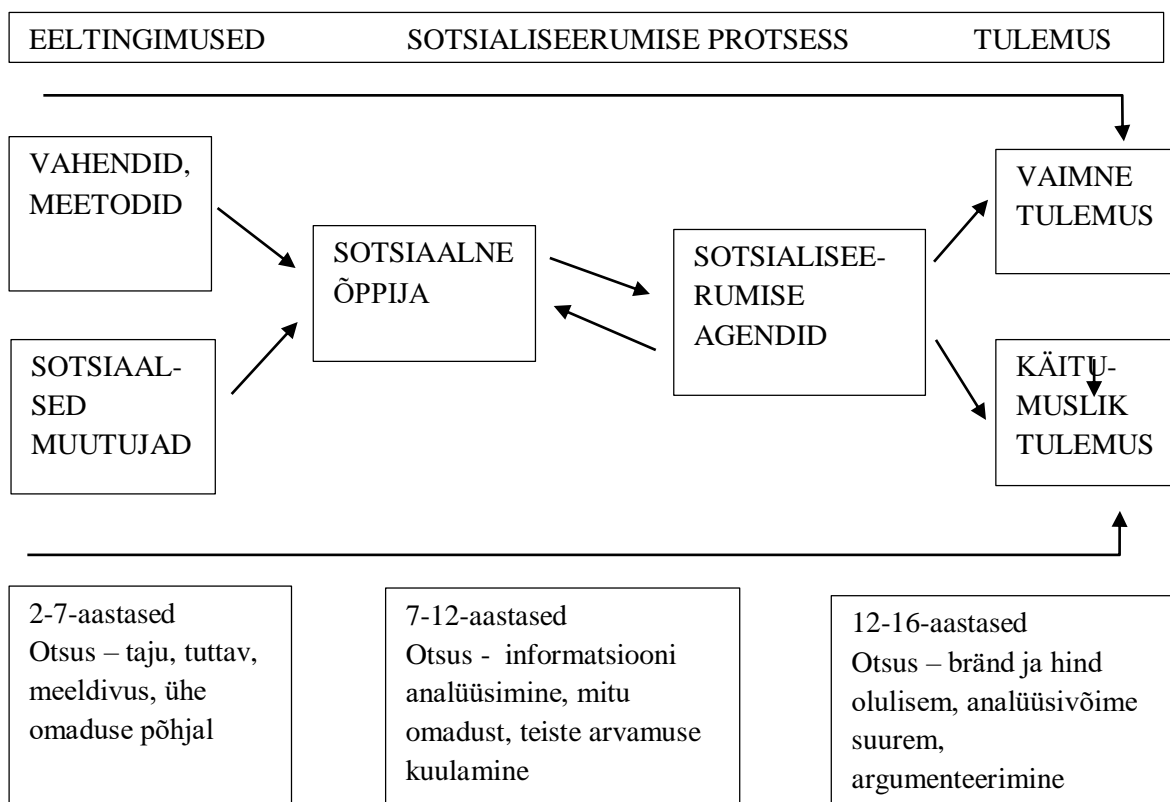
Uurides tuntud teoreetikuid (vt lisa 1) selgub, et näiteks J. Piaget jagas lapse arengu nelja staadiumisse ja Erik H. Erikson leidis, et inimese elu koosneb kaheksast perioodist. Tabelist võib näha, et laias laastus jagatakse inimese eluiga lapsea, noorusea, keskea ja vanaduse elufaasideks. Lapse varasemates arenguastmetes on erinevad teoreetikud olnud rohkem konkreetsemad, kuid hilisemates ja noorusea lõppemises paistab silma suurem kõikumine ja ebaselgus. Käesoleval sajandil on elufaaside piirid muutumises ja aina enam hägusamad: täiskasvanuiga hakkab tihti varem ja lõpeb hiljem, kui eelmiste generatsioonide puhul, noorusea algus on nihkunud ealiselt ettepoole ning haridustee algab üha varem ja lõpeb hiljem. (Coleman, 2013, lk 101) Talur (2012, lk 27) kirjutab, et tänapäeval on inimeste eluteed aina enam mitmekesisemad ja piir lapsea ja täiskasvanuea vahel üha hägusam. Vanasti vaadati noorust kui üleminekuiga sõltuvast lapsepõlvest sõltumatusse täiskasvanuikka ehk üleminek vanemate kodust enda loodud koju või koolist tööle. Seega võib väita, et noorusiga kui arenguaste on muutunud pikemaks ja sellele ei järgne enam tihti kohe täiskasvanuiga. Talur väidab ka, et kuna aina enab väärtustatakse elukestvat õpet, siis on aegunud vaade, et inimene kõigepealt õpib ja siis töötab, tänapäeval esinevad need elukorraldused tihtipeale koos. Tänu sellistele elumustrite muutustele leitakse aina enam, et noorus ei ole mitte ainult ettevalmistus täiskasvanueaks vaid noorus ja noored on väärtus iseenesest. Tuginedes eelpool toodud teooriatele ning Eesti noorte üldisele kooli mineku ja kooli lõpetamise eale, lähtub antud töös töö autor järgmisest noorte vanuse astmetest: 7-12a., 13-18a., 19-26a. (vt lisa 1).

Peale erinevaid arenguteooriaid on teadlased üha rohkem liikunud selles suunas, et inimest tuleb vaadata interdistsiplinaarselt ja inimese kognitiivne areng sõltub suurel määral sotsiokultuurilisest keskkonnast, kus see kulgeb. (Krull, 2000, lk 119) Aimre (2001, lk 98) toob välja, et inimene on sotsiaalne olend ja seetõttu tuleneb kõik inimesele omane nagu kõne, keel, abstraktne mõtlemine, enesedistsipliin ja moraal kooselust grupis. Lisaks pannakse grupis elades alus erinevatele normidele, reeglitele ja tavadele, mis kõik inimest erinevatel tasanditel mõjutavad. (Aimre, 2001, lk 161) Healy (2005, lk 133-136) järgi arutlesid juba 20.sajandi algusaastail erinevad teoreetikud vajalikkuse üle sotsiaaltöös läheneda inimestele mitte ainult psühholoogilistest aspektidest vaid ka sotsiaalsetest ja teda ümbritseva keskkonna mõjutustest. Alates 20.sajandi teisest poolest hakkas laialt levima ökoloogiline lähenemine, mis tähendab inimese ja teda ümbritseva keskkonna seosega arvestamist. Selle eesmärk on inimestega tegeledes läheneda nende probleemidele võttes neid oma keskkonna osana. Arvestama peab, et muutus ökoloogilise süsteemi mis tahes osas mõjutab süsteemi teisi osi. Villarruel jt (2003, lk 9) kirjutab, et noorsootöös hakati ökoloogilist lähenemist rohkem kasutama 1990.aastatel, kuna

leiti, et noorte areng ei saa toimuda isoleeritud keskkonnas. Arengut peavad toetama erinevad keskkonnad, kus noored, nende eakaaslased ja vanemad omavahel suhtlevad ja elavad.

Kuna sotsialiseerumine saab toimuda ainult inimeste keskel ühiskonnas, siis kujundavad isiksust erinevad sotsialiseerimise agendid. Nendeks on inimesed (nt vanemad, sõbrad, õpetajad, treenerid jt) ja organisatsioonid. (Aimre, 2001, lk 161) Ka Krull (2000, lk 119) leidis, et laps saab oma esialgsed teadmised vanematelt ja lähimast ümbrusest. Töö autor vaatlleb noorte sotsialiseerumist läbi sotsialiseerumisprotsessi viie muutuja, mille on erinevate teooriate põhjal kirja pannud Kuhlmann (1983, lk 397-398), mis põhineb paljuski H. D. Lasswelli juba 1960.aastal loodud tarbija sotsialiseerumise skeemile: sotsiaalne õppija (kes), sotsialiseerumise agendid (kellelt), suhtlemise situatsioonid, kus toimub õppimine (kus, mis tingimustel), õppimise eeltingimused - meetodid, vahendid, muutujad (kuidas) ja õppimise mõju ehk tulemus (mis). Kuhlmann kirjutab, et sotsialiseerumine on õppimise protsess, mis kestab terve inimese eluea, kuid on tavaliselt kõige intentsiivsem noorukieas. Antud teooriat on hilisemalt mitmete teoreetikute (Moschis ja Churchill, 1978; Bush, Smith ja Martin, 1999) poolt täiendatud. (Gregorio, 2010, lk 85) Teooria loob raamistiku analüüsima tegureid, mis mõjutavad inimesi ja noori ühiskonnas kui tarbijaid.

Joonisel 1 (vt lk 12) toodud mudel annab tarbijate sotsialiseerumise protsessist ülevaate, vaadeldes sotsialiseerumise eeltingimusi (näiteks sugu, rahvus, vanus, haridus, erinevad vahendid ja meetodid), protsessi kui sotsiaalse õppija ja sotsialiseerumise agentide vahelist suhtlemist ning nii vaimseid (näiteks suhtumine tootesse) kui käitumislikke tulemusi. Töö autor vaatlleb sotsialiseerumise protsessi ka läbi Piaget arenguteooria jättes välja esimese astme (0-2-aastased). Piaget arenguetapid annavad võimaluse hinnata erinevas astmes noorte kui tarbijate sotsialiseerumise protsessi ja peamisi mõjutajaid. John (1999, lk 184-188) toob välja, et 2-7-aastastele on oluline, et tooted või teenused oleks tuttavad ja otsus tehakse tihti ühe omaduse põhjal. Selles vanuses ollakse egotsentrisemad ja ei osata nii palju arvestada teiste inimestega. Järgmises vanuseastmes (7-12 a.) ilmnevad suured muutused ja lapsed hakkavad oma otsuseid analüüsima ning viimases astmes (12-16.a.) võetakse arvesse juba brändide tuntust ja hindasid.



**Joonis 1.** Noore, kui tarbija sotsialiseerumise protsess. Allikad: Kuhlmann, 1983, lk 398; Gregorio, 2010, lk 85; John, 1999, lk 184-188. Koostatud autori poolt.

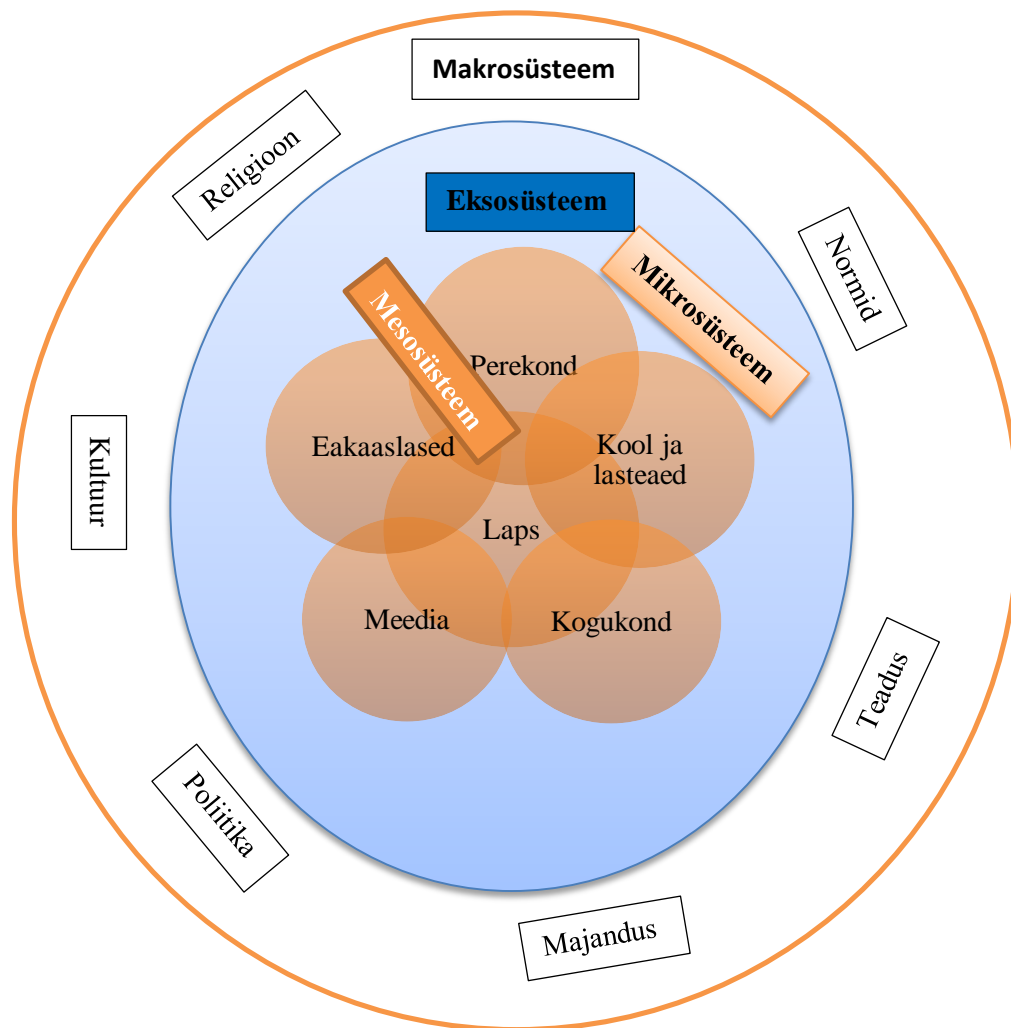
Erinevate vanuseliste etappide kohta, kus saadakse erinevaid kogemusi ja täidetakse erinevaid rolle, on teadlased esitanud mitmeid teoreetilisi seisukohti (vt Lisa 1). Sigmund Freud ja Jean Piaget pidasid oluliseks just lapsepõlve ja noorukiea tähtsust. Lapsepõlves pannakse alus inimese arengule, määratakse ära tema staatus. Selles eas omandamata jäetu pärsib arengut. (Aimre, 2001, lk 165-169) Ameerika sotsiaalpsühholoog Erik H. Erikson leidis aga, et lapsepõlves kogetu on küll tähtis, kuid inimese sotsialiseerumise protsess kestab kogu elu. Ta esitas isiku arengu 8 staadiumit, kus igal astmel on isiksuses vastasseis. R. Gould tõdes, et lapsepõlves läbielatu küll formeerib isiksust, aga sellest võib täiskasvanuna vabaneda loogilise arutlemise ja vaatluste teel. Sellele vastukaaluks on Freudi teooria, mille kohaselt täiskasvanuna sotsialiseerumisel samastavad nad need lapsepõlves kogetud ja jumaldatud inimestega. (Aimre, 2001, lk 165-169) Colton (2001, lk 42) on vaadelnud arenguteooriaid ja leidnud, et selleks, et erinevaid vajadusi erinevatel arenguastmetel täita peavad lapsed lahendama mitmeid ülesanded. Näiteks noorte vanuses 6-12a. põhiülesanded on: tulla toime väljaspool perekonda kogetud probleemidega, õppetöö ja selle suurenenud mahuga ning omandatud mootorsete oskustega. Järgmises vanuseastmes on juba põhilisteks ülesanneteks noortele: psühholoogiline eraldatus

perekonnast ja identiteedi teemad. Antud tabeli ja erinevate teooriate põhjal saab öelda, et sotsialiseerumisprotsess saab alguse sünnist ja kestab terve elu.

Bernsi (2001, lk 5-6) järgi on oluline arvestada laste eripärade ja individuaalsusega sest mitmed uuringud näitavad, et lapsed sünnivad erinevate temperamentidega ja seetõttu nad reageerivad füsioloogiliselt väga mitmeti kogemustele. See paistab silma laste aktiivsuse tasemest, kohanemisvõimest uutele olukordadele, tujust jne. Laste füsioloogilised reageeringud jagunevad kolme kategooriasse: kerge, vajab aega nõ üles soojenemiseks ja raske. See, kuidas vanemad või hooldajad reageerivad oma laste temperamentidele mõjutab otseselt laste sotsialiseerumise protsessi. Kui näiteks laps ei kohane uute olukordadega kiiresti ja vanem mõistab seda ning on tema suhtes kannatlik (ei suru tagant vaid julgustab), siis sujub sotsialiseerumine sujuvamalt. Keltikangas-Järvinen (2011, lk 20) leiab, et see, kuidas laps ise oma kasvatust hindab ja seda tajub, sõltub küll esmalt temperamendist, aga lisaks sellele mõjutab lapse temperament ka seda, milline kasvatus talle osaks saab. Näiteks väga vilgas laps võib kasvada vaid keeldude keskel, saamata kunagi positiivset tagasisidet, aga samas vaiksem ja rahulikum kuuleb pidevalt kiitusi.

Bernsi (2004, lk 7) järgi tehakse suur osa sotsialiseerumisest teadlikult, aga suur osa ka alateadlikult. Teadlik sotsialiseerimine vanemate poolt tehakse näiteks kui täiskasvanud paluvad lapsel jagada oma õe või vennaga asju. Alateadlik sotsialiseerimine on näiteks see, kui laps segab õpetajate jutule vahele ja saab selle eest noomida. Hiljem, kui see sama laps mängib teise lapsega palub õpetaja ruumi sisenedes kohe lõpetada tegevus ja tulla teise ruumi. Lapsele antakse sellega signaal, et lapsed ei tohi täiskasvanutele vahele segada, aga vastupidi võib.

Arengupsühholoog Urie Bronfenbrenner ei olnud rahul traditsioonilise laste arengu käsitlusega, kus põhiline fookus oli lapse vahetul keskkonnal ja ignoreeriti laiemat sotsiaalset mõju lapse arengule. Tema teooria järgi mõjutatakse inimese sotsialiseerumise arengut neljal erineval tasemel: mikrosüsteem, mesosüsteem, exosüsteem ja makrosüsteem. Selline süsteem võimaldab uurida lapsi ja nende peret, kooli ja kogukonda kui dünaamiliselt arenevat süsteemi, mida mõjutavad majanduslikud, poliitilised ja tehnoloogilised muutused. (Berns, 2004, lk 14-15; Colton, 2001, lk 45) Antud süsteemi võib näha joonisel 2 lk 14.



**Joonis 2.** Sotsialiseerumise ökoloogiline mudel. Allikad: Berns, 2004, lk 14; Colton, 2001, lk 47; Healy, 2005, lk 140. Autori koostatud.

Mikrosüsteemi all peetakse silmas tegevusi ja suhteid, mis on inimesele kõige lähedasemad ja suurema mõjuga nagu perekond, kool, teised endaealised, kogukond ja meedia. (Berns, 2004, lk 15-16) Coltoni (2001, lk 48) järgi on igal lapsel rohkem kui üks mikrosüsteem ja mida vanemaks saab seda suuremaks läheb nende arv. Mesosüsteem on mikrosüsteemide omavaheline suhtlemine ehk lapse seisukohast perekonna, kooli, lasteaia, eakaaslaste, kogukonna või meedia omavahelistest seostest või suhetest. (Smeeton, 2013, lk 490) Mesosüsteemi mõju sõltub mikrosüsteemide omavahelisest arvust ja kvaliteedist. Näiteks kodu ja koolivaheline vähene suhtlus mõjutab lapse akadeemilisi saavutusi, samas kui mikrosüsteemide omavaheline tihe läbikäimine ja seos tagavad akadeemiliseks arenguks suurema tõenäosuse. (Colton 2001, lk 48) Berns (2004, lk 16) väidab, et mesosüsteemid võivad pakkuda mikrosüsteemide jaoks ka tuge näiteks vanemate julgustamine last osalema mingis noorteorganisatsioonis.

Eksosüsteem viitab olukordadele, kus lapsed ei ole aktiivsed osalejad, aga mis mõjutab neid ühe nende mikrosüsteemi poolt. Näiteks vanemate töökoht või linna nõukogu. Berns (2004, lk 16-17) väidab, et kui vanemad töötavad keskkonnas, mis nõuab iseseisvuse asemel enamusega nõus olemist, peegeldavad vanemad seda suure tõenäosusega kodus, olles rohkem kontrollivamad ja vähem demokraatlikud. Ta toob välja, et makrosüsteemi all peetakse silmas ühiskonda ja kultuuri, kuhu lapsed kuuluvad. Sealhulgas ka ühiskondlikud normid ja arvamused, religioon, teadus, poliitika, majandus, kultuur, elustiil, sotsiaalse suhtluse mustrid. Makrosüsteeme vaadatakse kui exo-, meso- ja mikrosüsteemide mustreid või instruksioonide kogumikke. Aimre (2001, lk 160-165) kirjeldab makrotasandil isiksuse sotsialiseerimise suurimaks mõjutajaks eelkõige seda, millisesse perre laps sünnib ja millises sotsiaalses kihis see asetseb, sest lastele antakse igas sotsiaalses kihis edasi just need väärtused, hoiakud, käitumisstandardid, rollimudelid jm, mis on iseloomulikud selle kihi elulaadile.

Sotsiaaltöös ja sealhulgas noorsootöös kasutatakse ka süsteemiteooria käsitlusviisi, mis jagab mikrosüsteemid kolme peamisse kategooriasse: loomulikud süsteemid (pere, sõbrad, kaastöötajad), formaalsed süsteemid (erinevad kogukonnagrupid) ja ühiskonna poolt loodud süsteemid (haiglad, koolid). Nii sotsialiseerumise ja süsteemi teooriad kui ka psühhosotsiaalsed käsitlused leiavad, et oluline on süsteemne lähenemine, mis hõlmab endas inimest ja tema keskkonda ehk võrgustikku. Kiik-i (2003, lk 21-23) järgi kasutatakse ka võrgustikutöös inimest ümbritsevate erinevate keskkondade ja tasandite mõisteid, kus mikrotasand tähistab üksikindiiviidi, mesotasand on inimene oma sotsiaalses ja füüsilises keskkonnas ja makrotasandi all peetakse silmas ühiskonda tervikuna. Võrgustikutöös on võtmeküsimuseks osapooltevaheline koostöö. Selles töömeetodis suhtuvad professionaalid (ametnikud) erilise tähelepanuga inimeste sotsiaalvõrgustikku, sest professionaalidel ei pruugi alati olla paremaid lahendusi kui inimestel endil või nende pereliikmetel. Oluline on võrgustiku erinevate sektorite kaasamine, et jõuda ühisele arusaamisele ning lahendustele.

Jätame hetkel kõrvale makrokeskkonna mõjutused ja lähme edasi inimesele kõige lähema ja teda kõige rohkem mõjutava võrgustikuga – sotsiaalvõrgustikuga. Erinevad sotsiaalvõrgustiku uurijad (Klefbeck, 1988; Svedhem, 1994; Seikkula, 1996) on välja arendanud sotsiaalvõrgustiku kaardi, mis koosneb kolmest sektorist:

- perekond (kellega elatakse samas leibkonnas);
- kaugemad sugulased, kool või töökoht;

- ülejäänud (nt sõbrad, naabrid, ametnikud jt.) (Kiik, 2003, lk 25). Noorte puhul peamiselt sõbrad.
- meedia - töö autor lisab nendele neljale ka kaasaegses ühiskonnas inimesi ja eriti noori palju mõjutava teguri.

Järgnevalt vaadeldakse nende nelja peamise sotsiaalvõrgustiku sektori mõjutusi lastele. Perekonnal on erakordselt suur mõju laste arengule. Valdav osa käitumismallidest, hoiakutest, ellusuhtumisest ja püüdluste tasemest omandatakse vanematelt. (Krull, 2000, lk 146) Laste individuaalse arengu tase sõltub ka vanemate taustast, lapsepõlvkogemustest, tervislikust seisundist, kasvuümbrusest jne. (Tulva, 2001, 31) Pere ja lähimad sugulased kannavad endas traditsioone ning seisavad stabiilsuse eest. Suhted võrgustiku selles osas on pidevad ja pikaajalised. (Kiik, 2003, lk 25) Bernsi (2004, lk 44) järgi tutvustab perekond lastele erinevaid kultuuriliste kogemuste võimalusi ühiskonnas ja soodustab nendes osalemist. Näiteks nagu religioossed grupid, erinevad noorteorganisatsioonid, muusika ja spordiringid.

Kool valmistab noori ette ühiskonnas elamiseks ja toimetulemiseks. Kool pehmendab perekondade sotsiaalseid erinevusi ja sisendab ühiskonna põhiväärtusi ning seisab muutuste ja uuenduste eest (Aimre, 2001, lk 178-179; Kiik, 2003, lk 25) Berns (2004, lk 47) on võrrelnud tulevast sotsiaalset korda ühiskonnas praeguste koolinoorte saadud kogemustega klassiruumis, kus neid hinnatakse läbi õpetaja kommentaaride, hinnete, märkuste, aruannete, klassikaasaste hinnangu ja enesehindamise teel.

Suhtlemine eakaaslastega ja sõbrad mängivad üha rohkem rolli noorte sotsialiseerumisel. Laste sotsialiseerumise uurijate arvates õpib noor omavanustega suheldes rohkem demokraatia algeid kui vanematega suheldes, sest viimaste puhul rajaneb suhe domineerimisel ja autoriteedil. Lapse isoleerimine eakaaslastest võib vanemas eas kaasa tuua kohanematust praktilises elus. (Aimre, 2001, lk 178-179) Ostukäitumise koha pealt on noored mõjutatud eakaaslaste survest soetada populaarseid tooteid ja brände. Nad soovivad välja paista, näidata oma individuaalsust ja olla sotsiaalselt eakaaslaste poolt aksepteeritud. (Dotson, Hyatt, 2005) Berns-i (2004, lk 48-49) järgi kogevad lapsed eakaaslastega koos grupis olles esimest korda erinevaid rolle: juht, järgija, kloun, pahanduste tegija, rahutegija jm. See annab neile tagasisidet enda ja oma võimete kohta ning aitab neid ühiskonnas paigutada ning oma peret teistega sotsiaalselt võrrelda. Krull (2000, lk 152-153) kirjutab, et teoreetik W. Damon on eristanud laste suhetes eakaaslastega kolm erinevat astet. Algkoolilapsed on sõprussuhetes rohkem enesekesksed ja pealiskaudsed. Mängitakse pigem oma sookaaslastega. Hetketegevuse meeldivus, mittemeeldivus määravad

sõpraderingi, mitte püsivad isiksuseomadused. Järgmisel arenguastmel saab määravaks valmisolek aidata sõpra või jagada temaga hüvesid. Näiteks kommi andmine või sõbra eest seismine. Alles murdeas hakatakse enam sõpradeks pidama inimesi, kellel on ühised huvid ja väärtused ning kellele saab loota raskustes. Teismeliseas saavad olulisemaks ka suhted rühmaga, kus need võivad olla tihti tähtsamad kui suhted vanematega.

Viimaste aastate uuringud noorte tarbijate sotsialiseerimise kohta väidavad, et aina enam teevad eelteismelised noored majapidamist puudutavaid otsuseid ja oste iseseisvalt ehk on vähem mõjutatud vanematest, kui varasemad uuringud väitnud on. See on paljuski seotud meedia kasutamise suurenemisega. Tänapäeva noored veedavad aina enam aega kaubanduses ja on ümbritsetud reklaamidest. (Dotson, Hyatt, 2005) Isegi teadlikult massikommunikatsioonist hoidudes avaldavad trendid, hoiakud, iidolid, informatsioon jms. kaudselt ikkagi mõju. Ühest küljest toimib massikommunikatsioon üldkultuurilise teabe ja vajaliku informatsiooni kandjana ning on arengule positiivne. Teisest küljest sisaldab massikommunikatsioon rohkesti vägivalda, kuritegevust, ebaetilisust, pornograafiat, mida alaealine ei suuda kriitiliselt hinnata ja see võib kokkuvõttes kaasa tuua ühiskonnas vägivalda ja kuritegevuse kasvu. (Aimre, 2001, lk 178-179) Probleemid, mida laste ja peredega töötades lahendada tuleb, on keerulised ja selline süsteemne tööviis, mis kaasab kõiki sotsiaalvõrgustiku osi annab lahenduste leidmiseks paremad võimalused.

McGuire jt. (2016) järgi on programmides osalemisel suur mõju noorte edukuse tagamisel tulevikus. Osalemine noorte programmides annab noortele hea võimaluse arendada endas: positiivset identiteeti, austust teiste vastu, otsustamisoskust, positiivseid väärtusi, perekonna ja kogukonna toetust, mõjuvõimu, uusi füüsilisi, sotsiaalseid ja intellektuaalseid oskusi, võimalusi arendada ja väljendada kirge ja loovust, konstruktiivset aja kasutust, tähendusrikkaid suhteid täiskasvanutega. Vähem teatakse ja on uuritud konkreetseid põhjuseid, miks noored mingis konkreetsetes noorte osalemist soodustavates tegevustes ja programmides kas osalevad või ei osale ning miks nad võivad osalemise katkestada. (McGuire jt, 2016) Järgenavalt on välja toodud nelja erinevast riigist pärit uurimuse tulemused (vt tabel 1 lk 19).

2016.aastal USA-s tehtud uuringu (McGuire jt, 2016) noorte motivatsioonist programmides osalemise kohta käigus uuriti 214 noort vanuses 10-19 aastat (vt tabel 1 lk 19). Vaadeldi tegevusi, millest võetakse osa praegu, milles osaleti varasemalt ja millega pole kunagi seotud olnud. Leiti, et noored osalesid rohkem tegevustes, mis täitsid isiklikke eesmärgi ja arendasid oskusi ning ühendasid neid teiste noorte ja täiskasvanutega. Huvitaval kombel oli tegevuse

otsene meeldivus alles neljandal kohal. Samas näitasid tulemused, et noored lahkuvad tegevustest või pole kunagi liitunud nendega hoopis teistel põhjustel kui faktorid, mis ajendasid neid algselt tegevustes osalema. Sotsiaalsed raskused nii endavanuste kui täiskasvanutega olid peamised põhjused, miks tegevustest lahkuti või pole kunagi liitunud. See näitab, et hoolivate täiskasvanute olemasolu noorsootöös on väga oluline. Vaadates endisi tegevusi ja tegevusi, mida pole kunagi proovitud, oli esimeste seas õdede-vendade ja vanemate roll. Näiteks õde või vend ei tegele sama alaga või perekond ei olnud tegevusse piisavalt kaasatud. See võib näidata, et peredel on suurem roll noorte innustamisel osaleda kui tagades tuge tegevuse käigus.

2009.a. Kanadas tehtud uurimuses (Xu jt, 2009) analüüsiti lapse, perekonna ja kogukonna omadusi, mis mõjutavad noorte osalemist koolivälistes tegevustes vanuses 4-9. Uuringust selgus, et pere sissetulek on otseselt seotud laste koolivälistes tegevustes osalemisega: mida väiksema sissetulekuga pere, seda väiksema tõenäosusega osalevad lapsed koolivälistes tegevustes. Elamine vaeses kogukonnas avaldab laste osalemisele negatiivset mõju. Uuring näitas ka vanemate hariduse positiivset seost noorte osalemisele ja negatiivset seost perekonna suuruse ja osade kooliväliste tegevuste osas. Immigrantide ja vähemusrahvuste esindajate lapsed olid ebasoodsas seisus seoses osalemisega.

Euroopas uuriti 2005.a. noorte osalemist poliitilistes organisatsioonides (Institute for Social Research..., 2005), kus osales 8 liikmesriiki sealhulgas ka Eesti. Uuriti 15-25-aastaseid noori. Välja toodi neli peamist noorte osalemist mõjutavat tegurit: kool ja haridussüsteem, perekond ja sõbrad, massimeedia ning teadmised ja identiteet. Uuringus leiti, et mida aktiivsemad on noored koolis, seda aktiivsemad nad on ka väljaspool kooli ja peale kooli lõpetamist. Perekonnal ja sõpradel on oluline roll noorte mõjutamisel – nende osalemine suurendab noorte osalemise võimalust. Osalemist soodustavad: teadikkus ja informeeritus, enda identifitseerimine Euroopa Liidu kodanikuna ja aktiivse meedia vastuvõtt (internet ja ajakirjandus).

Viimasena võib tabelist leida Eesti noorte põhjal 2011.a. tehtud uuringu „Noorte osalemine noorsootöös“ (Noorteseire..., 2012, lk 59-60) tulemused. Tabelis on toodud viis olulisemat noorteühingutes osalemise motiveerivat põhjust. Kõige tähtsamaks osutunud, noorteühingute tegevuspõhimõtete meeldivus motiveeris noorteühingutes osalema ligikaudu kümnendikku kõigi vanuserühmade liikmetest. Tähtsateks motiveerivateks teguriteks olid ka kuuluvusvajadused ja seal osalevad sõbrad või kaaslased. Erinevalt huvitegevusest ja noortekeskustest käimisest paistab noorteühingute puhul silma kõrgem kuuluvusvajadus

vanemates vanuserühmades. Kaaslaste meeldivust mainis ligikaudu 5%–15-aastastest ning ligikaudu kümnendik 16–26-aastastest vastajatest. Uute kogemuste saamise võimalusi peeti noorte poolt kaaslaste meeldivusega samaväärseks. Lisaks tabelis välja toodud noorteühingutes osalemise põhjustele mainiti vanemate noorte, 19–26-aastaste poolt ka erinevaid eneseteostusvajadusi nagu uute teadmiste omandamine ning isiksuse arendamine. Seega võib öelda, et vanemate vanuserühmade jaoks osutusid eneseteostusvajadused veidi olulisemaks noorteühingutes osalemist motiveerivaks teguriks.

**Tabel 1.** Noorte osaluse motivatsioon ja mõjutajad.

<b>Erinevate autorite käsitlus noorte osaluse mõjutajatest</b>				
	<b>McGuire jt, 2016, lk 13</b>	<b>Institute for Social Research..., 2005</b>	<b>Xu jt, 2009</b>	<b>Noorteseire..., 2012, lk 59</b>
<b>Isiklikud faktorid</b>	Isiklikku arengut toetavad faktorid. Näiteks õpin iseenda kohta, seotud mu eesmärkidega, mulle oluline, õpin uusi asju, saan kuuluda kuhugi ja teha midagi olulist	Teadmiste ja identiteedi mõju		Organisatsiooni tegevuspõhimõtete meeldivus
				Uued kogemused
<b>Perekonnaga seotud faktorid</b>	Perekonna osalusega seotud faktorid. Näiteks vanemad tahavad, õed/vennad tegelevad sellega.	Vanemate mõju	Vanemate eelistused	
			Perekonna sissetulek	
<b>Eakaaslastega seotud faktorid</b>	Noortega seotud faktorid. Näiteks seal on minuvanused noored, aeg koos sõpradega, teised noored on seal lõbusad ja hoolivad, sõbrad käivad seal.	Sõprade mõju		Organisatsioonis osalevate kaaslaste meeldivus
				Organisatsioonis osalevad sõbrad
<b>Täiskasvanute, kogukonna ja meediaga seotud faktorid</b>	Täiskasvanutega seotud faktorid. Näiteks täiskasvanud kuulavad ja on hoolivad, tunnen turvaliselt, erineb koolist.	Massimeedia mõju	Demograafilised omadused	Juhendajate meeldivus
		Kooli ja haridussüsteemi mõju	Naabruskonna ja kogukonna omadused	

Allikad: McGuire jt, 2016, lk. 13; Institute for Social Research..., 2005; Xu jt, 2009; Noorteseire..., 2012, lk 59. Autori koostatud allikate põhjal.

Antud uuringute põhjal võib näha, et põhjuseid, miks noored osalevad on mitmeid. Järgnevalt toob töö autor välja noorte takistused osalemaks tegevustes. Noored tulevad väga erineva

taustaga peredest ja sotsiaalsest keskkonnast. Seetõttu võib olla ridamisi erinevaid põhjusi, mis ei lase neil noorsootöö ettevõtmistega ühineda (vt tabel 2 lk 20). Põhjused saab jagada isiklikeks/individuaalseteks, perekonnaga seotud teguriteks, kogukonnaga seotud teguriteks ja praktilisteks takistusteks.

**Tabel 2.** Põhjused ja tegurid, mis takistavad noortel ettevõtmistega ühineda.

<b>TEGURID</b>	<b>PÕHJUSED</b>
PRAKTILISED TAKISTUSED	informatsiooni puudumine, osalemisloa puudumine, grupi surve liitumise vastu, aja või energia puudumine, rahapuudus, kultuurilised või religioosse vastuolud, liikuvuse ja transpordiga seotud probleemid
KOGUKONNAGA SEOTUD TEGURID	vaesus, kehvad elamistingimused, rahvuslikud eripärad, ebapiisav koolivõrgustik, suur kuritegude määr, eeskujude puudus, vilets kogukonnatöö
PEREKONNAGA SEOTUD TEGURID	vanema haigus või halb tervislik seisund, vanema surm, pidevad konfliktid, kodune vägivald, vanemate kuritegevuslik taust, range karistamine ja kasvatuspõhimõtted
ISIKLIKUD, INDIVIDUAALSED TEGURID	temperamentitüüp, madal enesehinnang, enesekindluse ja julgustuse puudumine, madal intelligentsus, hüperaktiivsus, halb tervis, hirm üleoleva suhtumise ees, ettekujutus noorsootööst kui millestki igavast, hirm diskrimineerimise ees, eelarvamused, tegevuste mittedivisus

Autori koostatud allikate Croft jt 2003, lk 19 ja Coleman, 2013, lk 104 alusel.

Noorele võib teatud elusituatsioonis olla olulisem enda eest seismine või igapäevavaraskustega toime tulemine ja noorsootöö korraldajad peavad nende vajadustega arvestama. Neil võib olla ridamisi nii isiklike/individuaalseid kui ka praktilisi takistusi, mis sõltuvad nende perekonna ja kogukonna mõjutustest. Perekond ja kogukond on ka varasemalt välja toodud lapse ökoloogilise mudeli järgi kõige enam sotsialiseerumist mõjutavate teguritena. Alati aga ei pruugi noorte probleemide tegelik põhjus olla see, mis välja paistab. Noored võivad seda erinevatel põhjustel varjata. Näiteks võib pealtnäha isiklike takistuste taga olla hoopis perekonnaga seotud tegurid, kui noor, kelle vanemad ei luba tal üritustest osa võtta, ütleb, et tema arvates on kogu ettevõtmine nõme. (Croft, 2003, lk 19; Coleman, 2013, lk 104) Tabel 2 (vt lk 20) pole kindlasti lõplik, kuid annab kokkuvõtliku ülevaate olulisematest probleemidest ja teguritest.

Lisaks eeltoodule toob töö autor välja veel George C. Homansi vastastikuse koostöö ehk vahetuse teooria. Tema leidis, et inimesed tegutsevad koostöös üksteisega ja inimestevaheline suhtlemine toimub alati teatud vahetusena: sõltuvalt oma varasematest kogemustest ja potentsiaalsetest tunnustustest ning karistustest (vt tabel 3 lk 21). (Aimre, 2001, lk 190-191) Siin saab paralleele tuua sotsialiseerumisega, kus inimene ei ole kunagi üksi, vaid on mõjutatud teistest enda ümber ja vastupidi. Noorsootöö mõistes on oluline, et noorsootöötaja töötaks noortega koostöös neid kaasates, tunnustades ja isiksuslikke eripärasid arvestades.

**Tabel 3.** Vastastikuse koostöö teooria noorsootöö kontekstis.

Vastastikune mõjutamine	Näide
Mida rohkem mingit käitumist hüvitatakse, seda rohkem seda korratakse	Kui heade sportlike tulemustega noor saab suure kiituse osaliseks, hakkab ta sporti rohkem tegema
Kui käitumise hüvitamine sõltub teatud tingimustest, siis püüdleb inimene ainult nende tingimuste täitmise poole.	Kui hea hinde saamine sõltub mingist kindlast sportlikust tulemusest, siis püüdleb noor selle tulemuseni, mitte rohkem.
Kui tasu (hüvitis) on rikkalik, siis on inimene valmis rohkem pingutama selle saamiseks.	Noor, kes usub, et heade sportlike tulemuste eest võib ta saada hea hinde või vanemalt suurema taskuraha, on valmis selle nimel rohkem treenima.
Kui inimese vajadused on peaaegu täielikult rahuldatud, ei tee ta olulisi pingutusi nende täielikuks rahuldamiseks.	Kui sportlikud tulemused on kogu aeg konstantselt head, on pingutused ja rõõm viimasest tulemusest tunduvalt väiksemad kui esimesel.

Allikas: Koostatud autori poolt allika Aimre, 2001, lk 191 alusel, lisatud autoripoolsed täiendused.

Antud peatükis välja toodud erinevad teooriad näitasid, et inimese elukaares võib eristada nelja suuremat perioodi: lapsepõlv, noorus, keskiga ja vanadus. Nooruse lõpp on muutunud viimastel aastakümnetel hajuvamaks. Selgus, et inimesed, kui ühiskonna liikmed on üksteisest väga mõjutatud ja erinevatel eluetappidel hakkavad neid muutma uued tegurid. Kõige rohkem on ollakse mõjutatud ja vastuvõtlikum lapsepõlveaastatel. Inimese sotsialiseerumise arengut mõjutatakse neljal erineval tasemel ja see võimaldab uurida lapsi ja neid ümbritsevat elukeskkonda tervikuna ja süsteemselt. Kõige olulisem ja kõige suuremat mõju laste arengule avaldab sotsiaalsüsteem nende ümber.

## 1.2. Noorsootöö olemus, vajalikkus, vormid ja teenuste osutamise põhimõtted

Käesolevas alapeatükis tuuakse välja erinevate autorite käsitluses noorsootöö olemus, vajalikkus, vormid, põhimõtted ja peamised meetodid. Analüüsitakse noorsootöö valdkonda kuuluvat noorteühingut, mis tegutseb mittetulundusühinguna ja soovib arendada tulutoovaid teenuseid. Enne metoodika kajastamist on oluline lahti mõtestada, kas ja kuidas on omavahel seotud noorsootöö ja sotsiaalne ettevõtlus ning analüüsida noorsootöö valdkonna teenuste olemust ja põhimõtteid.

Euroopa Nõukogu (Council..., 2013) järgi on noorsootöö lai mõiste, mis sisaldab endas erinevaid sotsiaalseid, hariduslikke, kultuurilisi ja poliitilisi tegevusi, mida viiakse läbi, kas noorte poolt, noorte jaoks või koos noortega. Noorsootöö pakub noortele enesearenguks kohta ja võimalusi, mis põhinevad koolivälistel tegevustel ning nii formaalse kui mitteformaalse õppimise põhimõtetel ja protsessidel. Keskendutakse noorte isiksuslike ja sotsiaalsete pädevuste arendamisele, kaasatakse noori vastavalt nende huvidele, vajadustele ja neid ümbritsevale keskkonnale. Batsleer ja Davies (2010, lk 11) toonitavad, et noorsootöö oluline roll on suunata noori esitama endale väljakutse teha ja saavutada rohkem, kui nad arvasid suutvat ja pidasid võimalikuks. Nad nimetavad noorsootööd distsiplineeritud improvisatsiooniks, mis koosneb vastuolulistest omadustest ja nende vahel tasakaalu leidmisest.

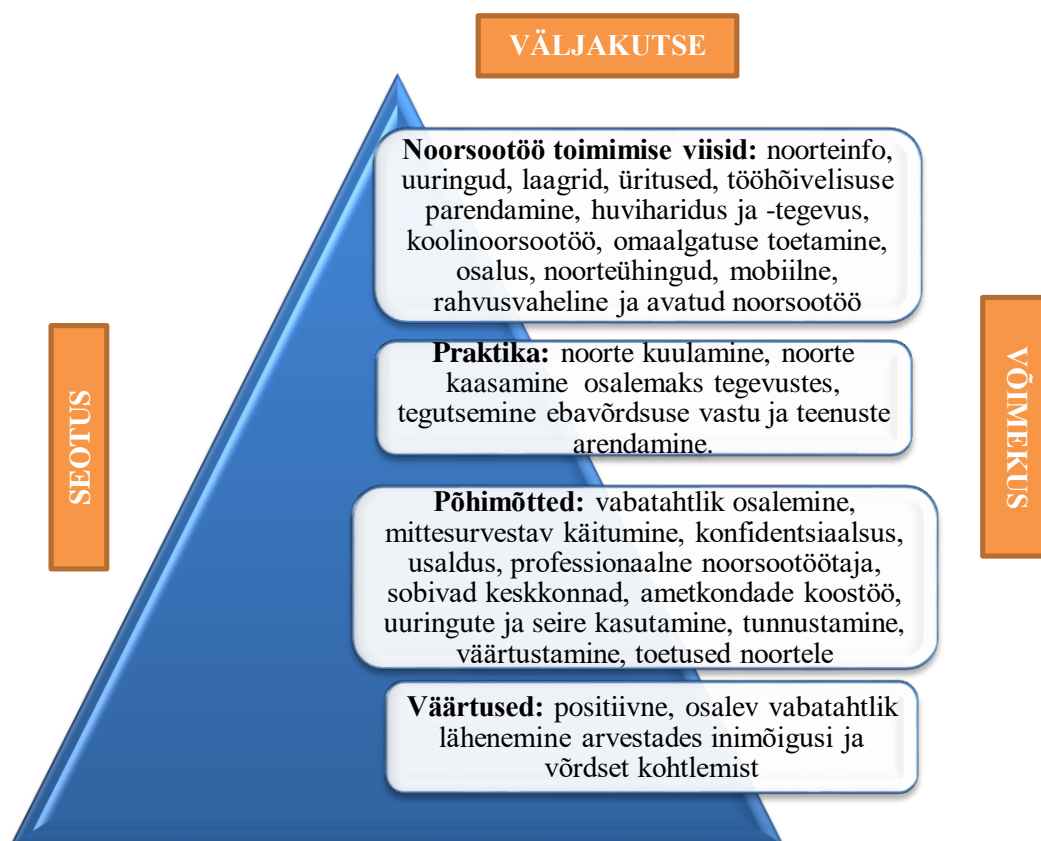
Noorsootöö ajalugu läheb pikalt tagasi. Esimesed noorsootöö asutused, mis sisaldasid erinevaid hariduslikke programme, vabaaja vahendeid, suvelaagreid ja muud asutati USA-s, 19.sajandi lõpus. 20. sajandi algusesse jäävad erinevate üleriigiliste organisatsioonide loomine nagu näiteks „Boy Scouts of America“. (Mizrahi, 2008, lk 312-313) Taru (2015, lk 20) kirjutab, et noorsootöö arengu algul sisustasid noorte vaba aega mitmesugused täiskasvanute maailma kuuluvad organisatsioonid, mille tegevuse juurde kuulus ka noorte suunamine mingite kindlate eelistuste poole. Näiteks kristlikud ühingud ja spordiklubid. 20. sajandi jooksul hakkasid levima noorte endi juhitud noorteühingute ja avatud noorsootöö kontseptsioonid ning arenesid noorte osaluse suunad. Euroopa Komisjoni valges raamatus (2001, lk 8-10, 67) tuuakse välja, et noorsootöö strukturemat arendamist Euroopas alustati 1970. aastatel - loodi Euroopa Noortekeskus ja Euroopa Noorte Fond. Sel ajal pandi suuremat rõhku noorteorganisatsioonide loomisele ja noorsootöötajate koolitamisele. See muutus täielikult 1990.aastatel, kui hakati

rohkem rõhku panema noortepoliitika arendamisele. (Schild, Vanhee, 2009, lk 5) Võeti vastu kaks noorsootöö olulist dokumenti: Euroopa harta noorte osalemisest kohalikus piirkondlikus elus (1992.a.), kus õhutati kaasama noori enam ühiskondlikesse asjadesse, ja Noorsootöö Valge Raamat (2001.a.), kust kasvasid välja noorsootöö põhisõnumid, millest üks, aktiivne kodakondsus, puudutab ka antud uurimistööd. (Euroopa Komisjoni, 2001, lk 8-10, 67) See tähendab Euroopa Komisjoni (2001, lk 8-10, 67) seisukohast eelkõige, et noorte osalust tuleb julgustada ja lihtsustada ning kaasatus ei tohi piirduda ühekordse nõupidamisega.

Noorsootöö võimalikest tulevikuvisionidest rääkides peab arvestama erinevate ühiskondlike trendidega, mis noorsootöö valdkonda mõjutavad nagu näiteks rahvastiku vananemine, noorte kasvav väljaränne, 15-19 aastaste kõrge töötus ja vaimse tervise edendamine. Noorte osalemine demokraatlikes protsessides omandab senisega võrreldes uusi vorme (näiteks digitaalsed kanalid, simulatsioonid, vabatahtlik töö), uute tehnoloogiate rakendamise koosmõjul muutub tööturg (näiteks robotika, 3D printimine) ja ettevõtlushariduse kasv (parandada noorte väljavaateid pikajalisele tööhõivele ja sissetulekule). (Aps *et al.*, 2018, lk 47-49; Noortevaldkonna..., 2014, lk 4) Noortevaldkonna arengukavas (2014, lk 5) rõhutatakse, et nende trendide tulemusel on oluline pöörata rohkem rõhku noorte sotsiaalsete pädevuste arendamisele ja see ning kaasa arvatud oma huvi ja loovuse avastamine toimub Eesti noorel enamasti noorsootöös, milleks loovad võimalusi noorteühingud, noortekeskused ja huvikoolid.

Noorsootöö valdkonna erinevad allikad on välja toonud karakteristikud, mis iseloomustavad ja peavad noorsootöös olema. Iiri noorsootöö uurija Maurice Devlin on nimetanud järgmised põhimõtted: mitteformaalne õpe; noorte terviklik arendamine; vabatahtlik osalemine; eesmärk panustada nii isiksuse kui ühiskonna arendamisele ja heaolusse; töötajate spetsiifiline ettevalmistus. (Taru, 2015, lk 21) Batsleer ja Davies (2010, lk 12-13) rõhutavad veel usalduslikku suhte loomise olulisust noorsootöötajate ja noorte vahel, leida tasakaal autoriteedi ja vastastikuse usalduse ja austuse vahel. Oluline on koosloomine noortele koos noortega. Perkins jt. (2003, lk 2) toovad välja, et noorteprogrammid ja -poliitika peavad looma aluspinnase, mis soodustavad noorte kasvu ja arengut läbi nende kaasamise. Oluline on tegeleda lõimitud noortepoliitikaga ja kogukonna tööga. Kuna noorte elud on aina mitmepalgelisemad, siis ainult erinevatest sekkumis- ja preventatiivsetest programmidest ei piisa. Kogukonnad peavad soodustama noorte positiivset arengut, pakkudes neile erinevaid võimalusi arendada oskusi, kompetentse ja suhtumisi, mis toetavad neid elus positiivsete otsuste tegemisel.

Eesti Noorootöö Keskus (Eesti Noorootöö...2018) rõhutab noorsootöö kui mitteformaalse ja juhendatud õppeprotsessi olulisust. Mitte midagi ei toimu juhuslikku, tegevused on läbimõeldud, õpitulemused sõnastatud ja kindlaks määratud ning noorele arusaadavalt selgitatud. Efektiivseks toimimiseks peavad olema täidetud mitmesugused eeltingimused (vt joonis 3 lk 24). Väärtused pakuvad eetilist aluspõhja professionaalsetele põhimõtetele ja praktikale. Läbi põhimõtete avalduvad väärtused otsemini noorsootöö praktikas. (Sapin, 2013, lk 4). Kõige rohkem avalikkusele märgatavamad on sobivad keskkonnad ja koolitatud noorsootöötajad.

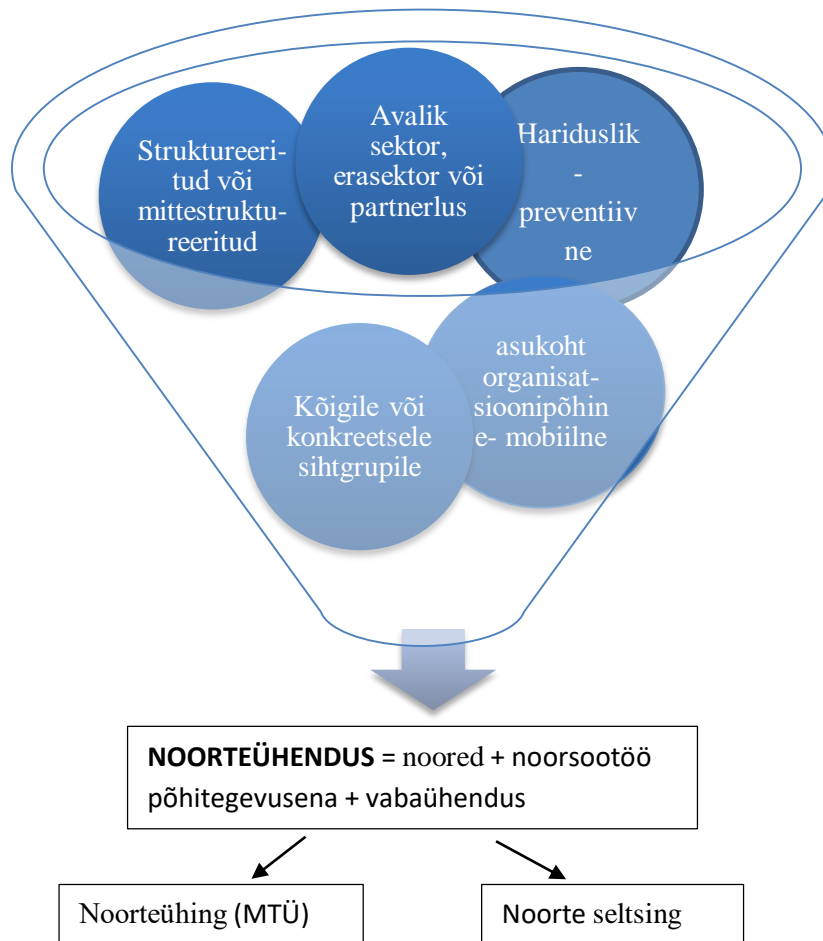


**Joonis 3.** Noorsootöö toimimise väärtused ja põhimõtted ning praktika ja toimimise viisid. Allikas: Eesti Noorootöö..., 2018; Valge, lk. 233; Peterson, 2014, lk 57; Sapin, 2013, lk 4. Koostatud autori poolt.

Suur töö peab olema tehtud ka tagatubades ehk noorsootöö peab olema teaduspõhine ja põhinema uuringutel, omama toimivat koostööd erinevatel tasanditel ja toetusi noortele. Sisulised tegevused, mis vastavad eelpool toodud iseloomustustele saavad toimuda mitmel viisil ja kohtades, nagu näiteks avatud noorsootöö, noorteinfo, noortesündmused, laagrid, konkurentsivõime parendamine, vabatahtlik tegevus, huviharidus ja huvitegevus,

noorteühingud, noorsootöö koolis, omaalgatuse ehk ettevõtlikkuse toetamine, noorte osalus jt. (Eesti Noorsootöö..., 2018) Joonisele 3 (vt lk 24) on lisatud ka Petersoni (2014, lk 57) poolt esile tõstetud Jansi ja De Backeri noorte osaluse kolm mõõdet (seotus, väljakutse, võimekus), mille teooria järgi on noorte osalus ja kaasamine noorsootöö lahutamatud osad ja neid ei saa kontekstist eraldada.

Noorsootöö teostajad võivad kanda erinevaid juriidilisi vorme: kohaliku omavalitsuse allasutus, sihtasutus, osauhing, mittetulundusühing. Aps *et al* (2018, lk 50) kirjutab, et noorteühing on noorteühenduse ehk noortekoosluse üks alamliikidest ja ta on mittetulundusühing, mille liikmetest vähemalt kaks kolmandikku on noored ja mille eesmärgiks on noorsootöö korraldamine ja läbiviimine (vt joonis 4).



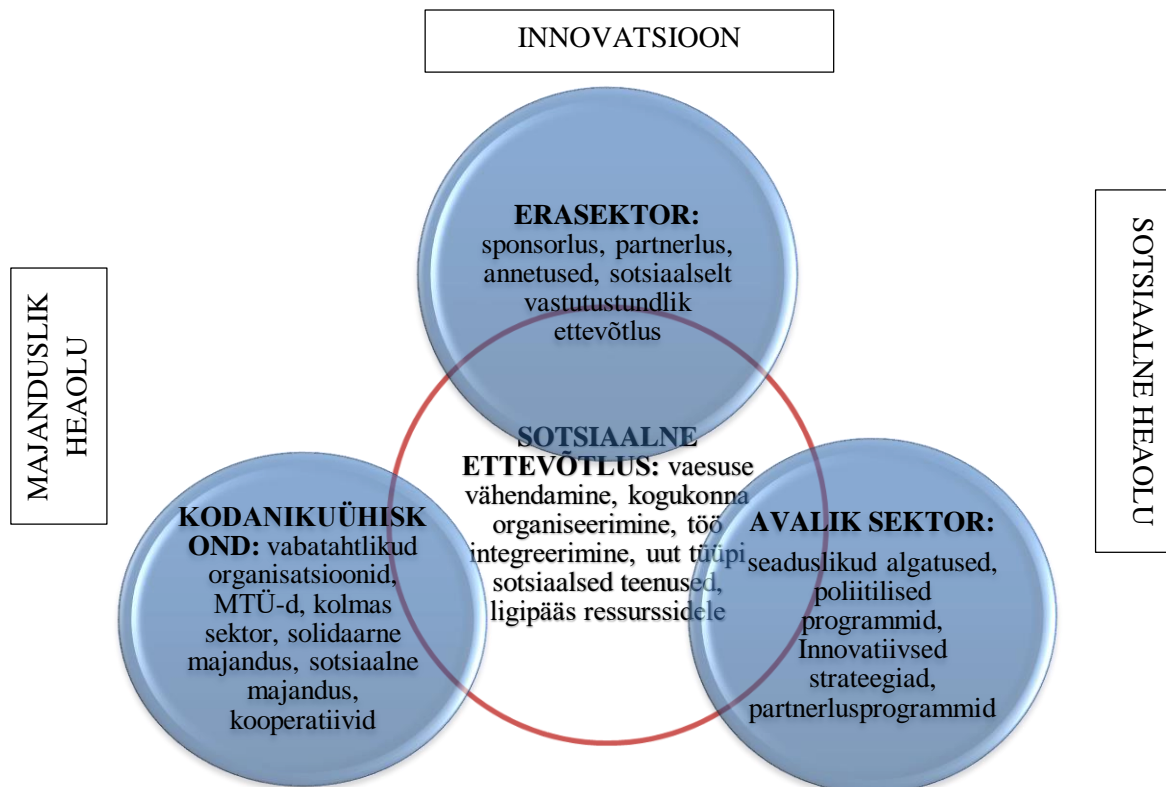
**Joonis 4.** Noorteühingu organisatsiooniline kuulumine. Allikad: Haridus- ja Teadusministeerium, 2017a; Aps *et al.*, 2018, lk 50; Sapin, 2013, lk 22; Batsleer ja Davies 2010, lk 20. Koostatud autori poolt.

Noorteühing on üks noortevaldkonda panustaja, kes on nii üks noortepoliitika kujundaja kui ka noorsootöö korraldaja. Peamine erisus võrreldes teiste noorsootöö teostajatega on, et noorte ühistegevusi korraldavad nendes noored ise. (Aps *et al.*, 2018, lk 50) Talur (2014, lk 38) järgi on noorteühendused üks noorte kaasamise ja osalemise peamised asukohti. Kaasatakse noori otsustamisse või vahendatakse noorte arvamust otsustajatele. Batsleer ja Davies (2010, lk 20) toovad välja, et läbi ajaloo on noorsootöö organisatsiooni põhimõtteid ja tegevussuundi läbinud erinevad vastuolud, millega on püütud tegeleda (vt joonis 4 lk 25). Nendeks on: vabatahtlikkus - riigipoolne toetus, avatud noorsootöö kõigile - kindlale sihtgrupile mõeldud noorsootöö teenused ning hariduslik noorsootöö - noori halvalt teelt päästev ehk preventiivne noorsootöö. Sapin (2013, lk 22) märgib ära ka erinevate asukohtade ja rahastamisemudelite vastuolud - organisatsioonipõhine või mobiilne noorsootöö, rahastamine avaliku-, erasektori- või riigipõhine.

Kõik organisatsioonid, sealhulgas ka Noorteühingud kui MTÜ-d vajavad jätkusuutlikkuse tagamiseks vähemal või rohkemal määral tulu. Selleks on erinevaid võimalusi nagu riigipoolsed toetused, projektifondid, ettevõtlustulu, sponsorlus, annetused jm. Batsleer ja Davies (2010, lk 9) kirjutavad, et 21. sajandil on noorsootöö segu vabatahtlikust tööst ja riigipoolt rahastatavatest tegevustest. Erinevad teoreetikud on välja toonud, et aktuaalsed teemad rahastamise osas on omatulu teenimine ja sealhulgas tulubaasi mitmekesistamine ning delegeeritavad teenused. (Kodanikuühiskonna Sihtkapital, 2014) Üha rohkem on viimase 40 aasta jooksul kasvanud huvi arendada MTÜ-de ja teiste traditsiooniliste organisatsiooniliste vormide kõrvale uusi, sotsiaalseid ettevõtteid. Defourny (2014, lk 21) toob välja, et selle üheks põhjuseks võib lugeda teiste majandussektorite suutmatust lahendada erinevaid probleeme ühiskonnas. Nii nagu sotsiaalseid ettevõtteid, luuakse ka mittetulundusühingud enamasti vajadusest lahendada mingeid probleeme ühiskonnas, mida avalik või erasektor pole suutnud teha. Sotsiaalse ettevõtluse üks erisus mittetulundusühingutest on, et kaasatakse erinevaid partnereid erinevatest kategooriatest, kes töötavad koos ühes projektis. Traditsioonilised sotsiaalse suunitlusega organisatsioonid on tavaliselt homogeensemad.

Sotsiaalne ettevõtte sisaldab ja on mõjutatud kolmest peamisest valdkonnast: turundus, riik ja kodanikuühiskond (vt joonis 5 lk 27). Ta on osa kõigist neist kolmest ja samas iseseisev valdkond. Defourney (2014, lk 77) on välja toonud, et sotsiaalne ettevõtlus on kui hübriid – sõltudes mitmest rahastusallikast. Ta võib saada tulu: turu sissetulekutest, riigi poolt jaotatavatest toetustest ja erasektori poolt jaotatavatest toetustest. Sotsiaalsed ettevõtted loovad

oma tegevusega sotsiaalseid väärtusi, aga samas arendavad ärilisi strateegiaid. Riik loob sotsiaalsetele ettevõtetele seaduslikud alused, aga ta võib olla ka aktiivne partner teenuste/toodete disainis ja teostamises. Kodanikuühiskonna osa tähendab, et enamasti on sotsiaalne ettevõtte käivitatud kodanike algatuse vormis ja osalejatel on võimalus osaleda otsustamises.



**Joonis 5.** Sotsiaalse ettevõtluse olemus ja osapooled. Allikas: Defourny,... 2014, lk 77 ja Perrini, 2006, lk 108-111. Autori koostatud.

Sotsiaalset ettevõtlust defineerides leiab Defourny (2014, lk 76-77), et see on sotsiaalse väärtuse loomine läbi innovatsiooni ja tehes seda, on see samaväärselt oluline nii eraettevõtetele kui ka kolmandale sektorile ja sotsiaalsele majandusele. Erinevaid definitsioone on mitmeid, aga sotsiaalse väärtuse loomine ja innovatsiooni kasutamine on neist enamuses. Oluline on nii ühiskondlikku probleemi ja vajadust rahuldav tegevus kui ka majandusliku tulu teenimine. Perrini (2006, lk 108-111) on välja toonud, et sotsiaalset ettevõtlust iseloomustab pidev innovatsiooni, sotsiaalse heaolu ja majandusliku tulu saavutamise ring (vt joonis 5 lk 27). Kuna Eesti 4H on noorteühing, mille eesmärk on sotsiaalsete ja ühiskondlike probleemidega

tegelemine ning samas ka oma tulubaasi mitmekesistamine, siis käsitletakse edaspidises töös Eesti 4H-d kui sotsiaalsed ettevõtet.

Selleks, et paremini disainida teenuseid noorteühingule võrreldakse järgnevalt noorsootöötajat ja sotsiaalsed ettevõtjat ja nende tegevusvälju. Perrini (2006, lk 109-110) kirjutab, et sotsiaalsed ettevõtjad on traditsioonilistest äriettevõtjatest erinevad, kuna neil on soov saavutada ühiskondlik heaolu võimalikult säästlikul viisil ja algatada ühiskonnas muutusi. Nad on juhid, kellele on äriliste perspektiivide kõrval olulised ka inimesed ja nad peavad suutma need kaks ühendada. Sotsiaalsele ettevõtjale vajalikud oskused on seotud sotsiaalse ettevõtte arendamise erinevate etappidega. Näiteks on Perrini (2006, lk 109-110) väitel alguses vaja rohkem innovaatorit ja mõelda suurelt ning seejärel juhti, kes keskendub formaalsetele ja organisatsioonilistele protsessidele. Võrreldes sotsiaalsed ettevõtjat noorsootöötajaga on viimase eripäraks noorsootöö spetsiifiliste teadmiste ja oskuste vajalikkus nagu erivajadustega noorte kaasamine, karjäärinõustamine, noorte osalus, pedagoogika- ja psühholoogiateadmised, mitteformaalne õppimine jne. Ühisteks joonteks võib pidada, et mõlemad peavad omama majandamisega seotud oskuseid (strateegiline planeerimine, analüüsimine, projektide kirjutamine jpm), sotsiaalseid oskuseid (kuulamine, meeskonnatöö, võrgustikutöö, motiveerimine) ja erinevaid isikuomadusi nagu näiteks ausus, avatus, empaatiavõime, sallivus, loov mõtlemine, kohanemisvõime. (Eesti Noorsootöö Keskus, 2018, lk 16-22) Kuigi nende vahel on palju sarnasusi on suurimaks erinevuseks sotsiaalse ettevõtja suurem fookus ettevõtte kasvule.

Noorsootöötaja tegevus hõlmab tööd mitmesuguste sihtgruppidega väga erinevas kontekstis ning tema võimalike tegevuste spekter on lai ja mitmekülgne, hõlmates vastavalt kohalikku, piirkondlikku, üleriigilist või rahvusvahelist tasandit (vt tabel 4 lk 29). Ka sotsiaalsete ettevõtete disainimine ja juhtimine on kompleksne, hõlmates erinevaid mehhanisme ja struktuure, mis aitavad juhtida ja suunata inimeste käitumist koos organisatsiooni eesmärkidega. Sotsiaalses ettevõttes võib eristada viis erinevat olukorda ja/või organisatsiooni dimensiooni, mis aitavad tasakaalustada sotsiaalse ja ärilise osa (Perrini, 2006, lk 108-111). Töö autor leiab, et noorsootöös tuleb samuti leida tasakaal sotsiaalsete probleemide lahendamise ning organisatsiooni majandamise ja elujõulisuse vahel. Noorsootöötaja ja sotsiaalse ettevõtte juhi tegevusväljad on võrdlemiseks pandud tabelisse 4.

**Tabel 4.** Noorsootöötaja ja sotsiaalse ettevõtja tegevusväljad

Sotsiaalse ettevõtja tegevusväljad (Perrini, 2006, lk 109-117)	Noorsootöötaja tegevusväljad (Eesti Noorsootöö Keskus, 2018, lk 16-22)
Strateegia ja keskkond Strateegiline juhtimine, töötajate/vabatahtlike positiivne ja eesmärgistatud meelestatus, meeldiva ja areneva töökeskkonna loomine	Noortevaldkonna arendustegevus sh õiguslike aluste, innovatsiooni ja noortepoliitika arendamine. Projektide ja programmide arendamine. Tingimuste loomine mitteformaalseks õppeprotsessiks, noorte haritud kodanikeks kujunemiseks, ettevõtlikkuse ja omaalgatuse arendamiseks, õiguskouleka käitumise kujundamiseks. Valib ja seab prioriteete, majandab strateegilist juhtimist. Finantsressursside juhtimine. Osaleb noortevaldkonna töörühmades.
Organisatsiooni kultuur Paika pandud reeglid, protseduurid, plaanid, programmid, hierarhia, juhatause ülesanded.	Administreerimine, Inimressursside juhtimine. Turvalise füüsilise ja psühhosotsiaalse keskkonna tagamine, riskide maandamine, ohutusõuete järgimine. Noorteinfo vahendamine
Personalitöö Oskus meelitada ja hoida oma töötajaid ning arendada neis õigeid oskusi, mis mõjuksid positiivselt organisatsioonile. Igal inimesel vastavalt oma kompetentsidele ja võimetele ülesanded.	Noorte nõustamine, kommunikatsioonitehnoloogia mitmekülgne kasutamine, suhtlemine avalikkusega. Arendab noorte kaasamise võimalusi. Eri vajadustega noorte kaasamine. Motiveerib ja innustab teisi, kaasab ja delegeerib ning annab teistele ülesanded. Kuulab, nõustab, motiveerib.
Premeerimissüsteem Oluline töötajate parema tulemuslikkuse jaoks. Lisaks võimalus end samastada sotsiaalse missiooniga, tegevuste sotsiaalse väärtusega	Professionaalne enesearendamine Enda ja oma töö analüüsimine, arendab ennast sihipäraselt. Inimeste juhtimine, juhendamine
Organisatsiooni struktuur Tegevuste analüüs ja struktuuri määratlus, orienteeritus õppimisele ja innovatsioonile. Kindlatele tegevustele, teenustele orienteeritus.	Noorte arenguvajaduste analüüsimine, noorte kaasamine, osaluse toetamine, võrgustikutöö, koostöö sidusrühmadega.

Allikad: Perrini, 2006, lk 109-117 ja Eesti Noorsootöö Keskus, 2018, lk 16-22. Autori koostatud.

Mitmed teoreetikud on leidnud, et sotsiaalsed ettevõtjad kasutavad kognitiivseid, emotsionaalseid ja käitumuslikke strateegiaid, et mõjutada teiste suhtumist, käitumist ja/või otsust nende eesmärgis osaleda. Näiteks liituvad inimesed pigem organisatsiooniga, millega nad tunnevad, et saavad samastuda. (London, Morfopoulos, 2010, lk 102-103) Töö autor leiab, et klientide/kasutajate suunamise, kaasamise ja seeläbi kaudselt või otseselt mõjutamisega tegelevad kõik organisatsioonid, kaasa arvatud noorteorganisatsioonid. Järgnevas tabelis (vt tabel 5 lk 30) on näha London-i jt. (2010, lk 102-103) poolt ära märgitud ettevõtlus-strateegiaid. Kognitiivsed strateegiad sisaldavad informatsiooni ja faktide pakkumist. Emotsionaalsed strateegiad hoiatavad ohtudest või toovad välja tegevuse või otsuse positiivset kasu.

Käitumuslikud strateegiad on tegevused näitamaks toetust seisukohale, kohtle teisi õiglaselt ja organiseeri ressursse, et neid aidata.

**Tabel 5.** Näide sotsiaalse ettevõtluse tegevustest ja strateegiatest läbi sotsiaalse ettevõtte loomise sammude.

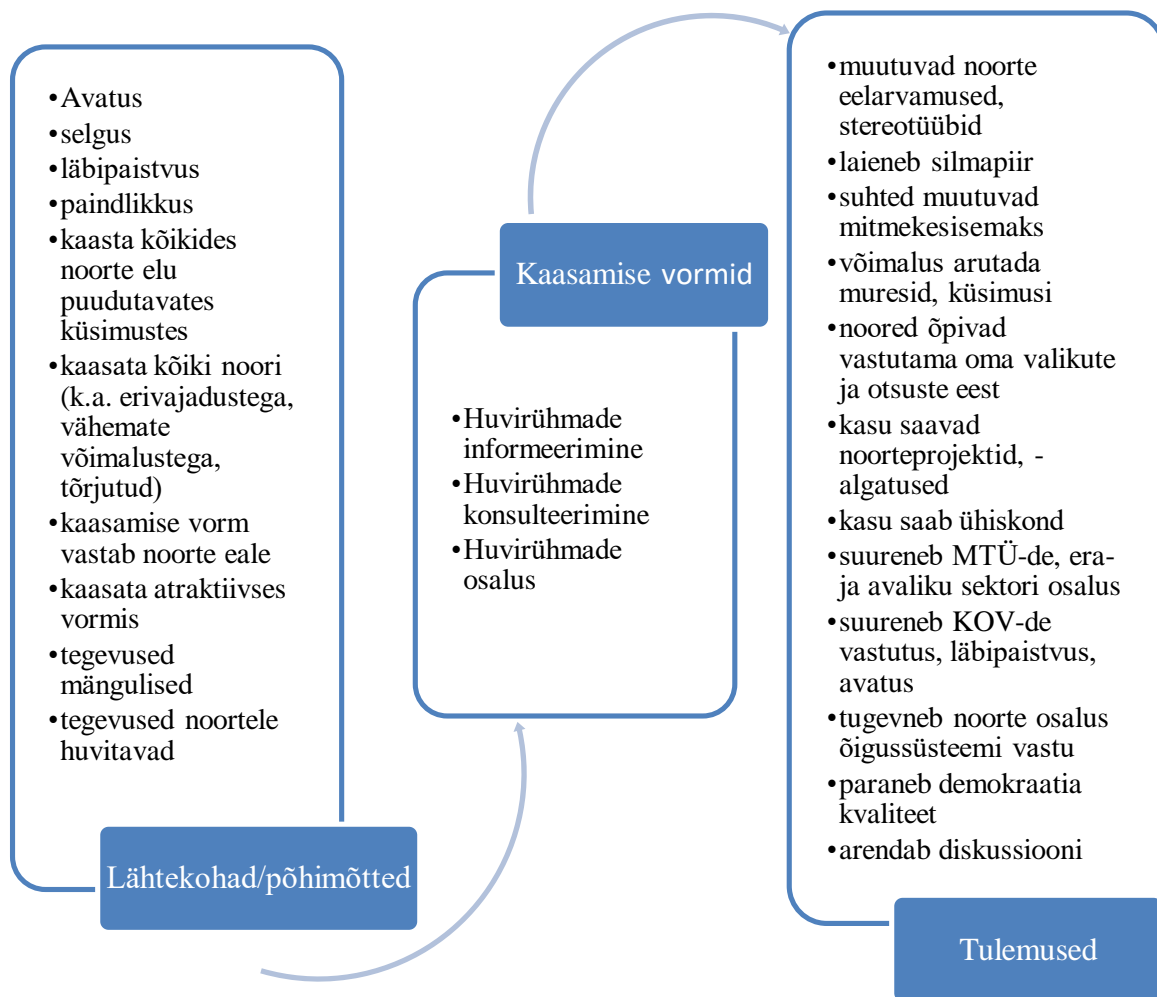
Sotsiaalse ettevõtte loomise sammud (Perrini, 2006, lk 31)	Mida sotsiaalsed ettevõtjad teevad (London, Morfopoulos, 2010, lk 103)	Kuidas nad seda teevad (sotsiaalse ettevõtluse strateegiad) (London, Morfopoulos, 2010, lk 103)		
		Kognitiivsed	Emotsionaalsed	Käitumuslikud
Eeldused: individuaalsed/keskkonna faktorid, sotsiaalne vajadus, sotsiaalse ettevõtluse võimalus.				
Innovatsioon (toode/teenud/meetod/faktorid/suhted).				
Organisatsiooni käivitamine/ümberreorganiseerimine/funktsioneerimine.  Sotsiaalsed ja majanduslikud tulemused/innovatsiooni levitamine	Teevad avalikke aktsioone ja etteasteid.	Seletavad oma nägemusi/arvamust avalikult. Ei karda üldise arvamusega eristuda.	On järjekindlad, riskides oma reputatsiooniga. Ei lepi eitava vastusega.	Astuvad oma uskumuste eest välja. Osalevad demonstratsioonidel. Toovad inimesed mugavustsoonist välja.
	Kindlustavad teistele õiglaste kohtlemise	Seisavad teiste õiguste eest, väljendavad selgelt oma arvamust	Hoiatavad teisi ebaõiglaste ohtude eest	Kohtlevad teisi õiglaselt ja annavad neile võimaluse arvamusi välja öelda. Võtavad vastu ausaid otsuseid.
	Käituvad altruistlikult	Seisavad nimeste eest, kes ei saa seda ise teha. Jagavad infot inimeste raskete olude kohta.	Väljendavad empaatiat. Näitavad teiste kannatustest pilte ja olukordade ohtlikkust.	Organiseerivad ressursse, et teisi aidata. Osutavad teenuseid.
Sotsiaalse heaolu kasv Sotsiaalne muutus				

Allikas: London, Morfopoulos, 2010, lk 103. ja Perrini, 2006, lk 31.

Töö autor paigutas tabelis viis välja toodud strateegiad kõrvuti sotsiaalse ettevõtte loomise etappidega, et näidata, läbi milliste sammude käib sotsiaalse muutuse saavutamine. Perrini (2006, lk 30-31) järgi võib sotsiaalne ettevõtte olla nii uus organisatsioon, mis täidab ära mingi sotsiaalse puudujäägi, kui ka ümberdisainitud vana. Esiteks peab olema vajadus, seejärel alustatakse organisatsiooni käivitamise või reorganiseerimisega ning eduka töö puhul on tulemuseks sotsiaalse heaolu kasv, millega võib kaasneda ühiskonnas midagi positiivset nagu näiteks töökohtade loomine, majanduslik areng.

London ja Morfopoulos (2010, lk 42-43) on välja toonud peamised isiksuslikud omadused ja põhjused, miks inimesed sotsiaalses ettevõtluses osalevad. Nad usuvad, et kasumise teenimisel on oluline olla ka eetiline, nad töötavad vabatahtlikena kogukonna tegevustes, nad käituvad eetiliselt ka siis, kui neid ei jälgita või kui selle tegemine ei ole päris nende huvides. Need inimesed aitavad teisi igal võimalusel, hoiavad töökollektiivis ära probleeme, teevad innovaatilisi ettepanekuid muutusteks. Valge (lk 245-246) järgi annab noorteühing noortele kuuluvustunnet, elamusi, oskusi ja teadmisi. Noored soovivad noorteühingute töös peamiselt osaleda kuna see annab võimaluse osaleda ja kaasa rääkida oma kogukonda puudutavates otsustes, leida uusi sõpru, ületada väljakutseid, annab (vabatahtliku) töö tegemise kogemuse ning võimaluse oma ideid ellu viia. Vaadates sotsiaalsetes ettevõtetes ja noorteühingutes osalemise põhjuseid võib öelda, et ühiseks jooneks on soov panustada ühiskonna ja kogukonna heaolusse, soov teisi aidata.

Noortevaldkonna arengukavas (2014) on välja toodud, et vastavalt erinevatele tuleviku trendidele tuleb rõhku pöörata rohkem noorte sotsiaalsete pädevuste arendamisele ja osalejate suuremale kaasamisele. (Kloostermann jt, 2008, lk 41) Näiteks on sotsiaalne apaatus ja soov täiskasvanuna riigist lahkuda tugevalt seotud sellega, kui palju sai noor osaleda ja kui palju teda kuulati ja kaasati ümbritseva kogukonna ettevõtmistesse ja korraldamisse. (Noortevaldkonna..., 2014) Kõige levinumad kaasamise vormid on: huvirühmade informeerimine, konsulteerimine ja osalus. Järgneval joonisel 6 (lk 32) on välja toodud kaasamise vormid, kaasamise põhimõtted, lähtekohad ja kaasamise tulemused ehk miks üldse kaasata.



**Joonis 6.** Noorte kaasamise protsess noorsootöö tegevustes. Allikad: Valge, Reitav, lk 56, 59-62 ja Croft jt 2003, lk 12-13. Autori koostatud.

Kaasamise üks vormidest on osalus, mille toetamisel on suured mõjutused selles, kas ja kui palju see sama noor osaleb ühiskonna ja kogukonna elus täiskasvanuna. Ka Euroopa Nõukogu poolt välja antud dokumendis Noorte osaluse hartas on välja toodud, et see annab noortele võimaluse võtta vastutust oma elu ja keskkonna eest, võtta aktiivne roll otsuste ja tegevuste planeerimisel, mis mõjutavad otseselt neid ennast ja nende lähedasi. Osaluse levinud vormid on: noorteorganisatsioonid, vabatahtlik töö, mitteformaalse hariduse erinevates vormides osalemine, noorte parlamendid, erinevates projektides osalemine, poliitilised noorte organsatsioonid. (Council of Europe, 2015 lk 25) Organisatsioonide töös osalemine on neist üks traditsioonilisemaid. Ideaalis juhiksid noorte organisatsioone noored ise, aga reaalsuses juhivad paljusid noorteorganisatsioone ainult täiskasvanud või tehakse seda läbi noorte ja

täiskasvanute partnerluse. Mitmed uuringud viitavad sellele, et noorem generatsioon soovib vähem osaleda organisatsioonide töös. Üha rohkem eelistatakse pikaajalisele pühendumisele lühiajalist vabatahtlikku tööd. (Macedo jt., 2009) Oluline on, kuidas olemasolevad organisatsioonid kohanduvad muutuva olukorraga.

Noorte osalus on Euroopa Nõukogus oluline teema ja seda seostatakse ka näiteks UNICEF-s kui baasinimõigust. Roger Hart ütleb oma essees „Children`s Participation from Tokenism to Citizenship“, et osalus on kodaniku fundamentaalne õigus, sest see annab võimaluse õppida, mida tähendab olla kodanik. Kuna enesekindlus ja osalemise pädevused saavutatakse läbi praktika, siis seetõttu peab noortel olema rohkem osalusdemokraatia võimalusi. (Hart, 1992) Euroopa Nõukogu (Council of Europe, 2015 lk 13) järgi võib noorte osalust vaadelda ka kui noorte ja täiskasvanute partnerlust ja koostegemist ehk noorte oskuste ja talendi ning täiskasvanute kogemuste ja tarkuse kokku toomist.

Osaluse vorme on väga mitmeid. See võib varieeruda manipuleerimisest, kus lapsi ainult fiktiivselt kaasatakse kuni ühiste otsustamiseni ja realselt koos töötamiseni. Tabelis 6 (vt lk 34) on välja toodud 5 erinevat osalemise teooriat ja käsitlust. R. Hart lõi noorte osaluse 8 astmelise redeli, mis aitab kirjeldada, millisel määral lapsed ja noored ühiskondlikes projektides, organisatsioonides või kogukondades osalevad. Redeli esimesed kolm astet iseloomustavad ainult noorte näilist osalemist. Neljandas ja viiendas astmes kaasatakse noored tegevustesse, aga otsustajad on täiskasvanud. Alles alates kuuendast astmest hakatakse ka noori otsustamisse kaasama kuni redeli viimasel astmel noored algatavad iseseisvalt projekte ja esitavad ideid ning kutsuvad täiskasvanuid otsustamises osalema kui partnereid. (Hart, 1992) Tema nägemuse järgi toimub suurem osa kaasamisest ja osalemisest ühiskonnas ainult näiliselt. Harry Shier`i diagrammis (Shier, 2001) teekond osalemiseni on eelmisega võrreldes palju sarnasusi. Selle eesmärk on aidata täiskasvanutel identifitseerida laste ja noorte osalemise taset. Diagrammil on loogiline struktuur ja iga taseme juures on 3 abistavat küsimust täiskasvanutele. Näiteks number ühe puhul on küsimused järgnevad: Kas sa oled valmis lapsi kuulama (avatus)? Kas sa töötad viisil, mis seda soodustab (võimalused)? Kas see on nõue (kohustus)?

Scott Davidsoni poolt loodud osalemise ratas sai loodud, et defineerida ja julgustada kodanike osalemist kogukonna planeerimisel ja arendamisel. (Davidson, S., 1998) The Youth Working Group of the UK Department for International Development (DFID) and UK Civil Society Organisations (CSO) arendasid välja kolmeosalise noorte osaluse lähenemise, mille eesmärk on edendada aktiivne, informeeritud ja vabatahtlik noorte osalus otsuste tegemisel nii nende

kodukohas kui rahvusvaheliselt. Kolmeosaline lähenemine näitab, et arendatavad tegevused peaksid töötama noorte heaks, noorte kui partneritega koos ja peaksid olema kujundatud noorte kui juhtide poolt.

**Tabel 6.** Noorte osaluse vormide ülevaade.

<b>R. Hart noorte osaluse redel (Hart, 1992)</b>	<b>Laste osalemise tasemed (Shier, 2001)</b>	<b>Osalemise ratas (Davidson, S., 1998)</b>	<b>DFID-CSO kolme osaline lähenemine noorte osalemisele</b>	<b>Jans, M ja De Backer, K. noorte osalemise kolmnurk (Council of Europe, 2015)</b>
8. aste ühine otsustamine		Jõustama: delegeeritud kontroll, iseseisev kontroll, usaldatud kontroll	Töötama noorte kui abisaajate heaks	Väljakutse,
7. aste Noorte algatatud ja juhitud tegevus		Osalema: tõhus nõuandev organ, partnerlus, limiteeritud detsentraliseeritud otsuste tegemine	Osalema noorte kui partneritega koos	Võimekus, suutelisus
6. aste Täiskasvanute algatus, ühine otsustamine		Konsulteerima: piiratud konsultatsioon, klienditeenindus, ehtne konsultatsioon	Toetama noori kui liidreid	Seotus
5. aste Noortega konsulteeritakse ja neid teavitatakse	5. tase Lapsed jagavad otsuste tegemisel võimu ja vastutust.	Teavitama: minimaalne suhtlemine, piiratud informatsioon, kõrgekvaliteediline informatsioon		
4. aste Noortele antakse ülesandeid ja neid teavitatakse	4. tase Lapsed on kaasatud otsuste tegemise protsessi.			
3. aste Sümboolne osalus	3. tase Laste vaateid võetakse arvesse.			
2. aste Dekoratsioon	2. tase Lapsi toetatakse oma vaadete väljendamisel.			
1. aste manipuleerimine	1. tase Lapsi kuulatakse.			

Allikad: Hart, 1992; Shier, 2001; Davidson, S., 1998; Council of Europe, 2015; Peterson, 2014, lk 56). Autori koostatud.

Töö autori arvates vaatlevad kõik eelnevad uuringud noorte osalemist pigem täiskasvanute seisukohast ja on neile tööriistaks töös noortega. Marc Jans and Kurt de Backer-i loodud

osalemise kolmnurk vaatleb aga noorte osalemist ka noorte endi seisukohast ehk mida nad ise saavad teha, et olukorda parendada. Kolmnurga käsitluses on noorte aktiivne ühiskonnas osamine asetatud kompaktsemalt kolme dimensiooni ja esitatakse arvamus, et noored inimesed osalevad aktiivselt ühiskonnas, kui on tasakaal nende kolme vahel: väljakutse (*challenge*), võimekus (*capacity*), seotus (*connection*). Kõigepealt peab olema väljakutse, mis annab initsiatiivi osaleda. Teiseks peavad noored tundma, et neil on võimekus, et selle väljakutsega toime tulla ja kolmandaks peavad noored tundma, et neil on side teistega, et lahendada väljakutseid koos ja side ettevõtmisega. (Council of Europe, 2015, lk. 21) Petersoni (2014, lk 56) väitel tähendab see noorsootõtaja seisukohast esiteks huvitavate teemade väljapakumist (väljakutse), võimet innustada noori oma arvamust julgemalt väljendama (võimekus) ja noorte osalemise toetamist täiskasvanute juhitud organisatsioonides (seotus). On oluline, et asutused ja praktikud lähtuksid kõigist neist vaadetest noorsootöös. Noorte osaluse areng on tihti kombinatsioon kõigist neist tasemetest, teooriatest ja osadest.

Kokkuvõtvalt võib öelda, et noortepoliitika on maailmas hoogsalt arenenud. Ühiskond saab aru, et panustades noortesse panustame tulevikku. Oluline on tegeleda lõimitud noortepoliitikaga ja noorsootöö toimimiseks peavad olema erinevad tingimused nagu näiteks sobivad keskkonnad, koolitatud noorsootõtajad ja koostöö. Noorteühingute eripäraks on klubiline tegevus ja suuremad noortealgatuse ja otsustamise võimalused. Võib öelda, et suurem osa noorteühinguid tegelevad sotsiaalse ettevõtlusega kuna neil kahel on palju sarnasusi – luuakse sotsiaalseid väärtuseid olles samal ajal innovaatilised. Oluline märksõna noortega töötamisel on kaasamine. Noorte osaluse ja kaasamise tähtsust näitab ka asjaolu, et seda seostatakse täiskasvanuna kogukonnas ja ühiskonnas tervikuna aktiivse rolli võtmises. See on kodanikuks olemise õpe ja annab noortele võimaluse võtta vastutust.

### **1.3. Teenusedisaini protsess ja meetodid lähtuvalt noorteühingu spetsiifikast**

Teenusedisain on teadusharu, mis hõlmab endas erinevaid valdkondi. See on üha arenev lähenemine. Disain tervikuna on muutunud. Moritzi (2005, lk 8) järgi ei ole see enam ainult detailide ja toodete visandamine ja tootmine, vaid see on valdkond, mis disainib keerukaid ja interaktiivseid kogemusi, protsesse ja süsteeme. See sisaldab eksperte ja kliente ning kasutab

spetsiaalseid protsesse, töövahendeid ja meetodeid. Teenusedisain ühendab endas juhtimist, turundust, uurimist ja disaini.

Teenused on eksisteerinud sajandeid kõikjal meie ümber, aga viimase 30 aasta jooksul on mõned asjaolud dramaatiliselt muutunud. 19.sajandi lõpus muutis industriaalrevolutsioon ühiskonda, kui suuremad tehased, uued leiutised ja meetodid lükkasid odavamad tooted turule. Kuna tooted hakkasid aina enam sarnanema ja inimesed soovisid rohkem individuaalset lähenemist, hakati rõhku panema toodete turundusele ja brändingule. Selle tulemusena sai disainida unikaalsemaid ja hinnasõbralikemaid tooteid, mis tegi suuremal hulgal inimestel võimalikuks neid endale soetada (näiteks Ikea, Volkswagen). Nüüd, kus enamikes arenenud riikides on teenused majanduse domineeriv osa, hakkab ühiskonda muutma teenuste revolutsioon. (Moritz, 2005, lk 23-25) Autorid Reason, B jt. (2016, lk 2-3) on välja toonud kolm suuremat trendi ühiskonnas, mis mõjutasid teenuste disaini arengut: majanduse ja teenuste väärtuse kasv, tarbijate ootuste kasv ning teenuse sektoris olevate digitaalsete vahendite ja meetodite kasv. Toodete eluiga jäi lühemaks, konkurents suurenes ja ressursside puudus tõusis. Selle tulemusena kasvas kaos eelnevatel aastakümnetel kasutatud ettevõtluse ja juhtimise meetodite ja tööriistade ning olemasoleva või areneva ettevõtluskeskkonna vahel, kus tegeletakse pidevalt teemaga, kuidas olla jätkusuutlik olemasolevas ärikeskkonnas. (Volkova..., 2016, lk 64) Teenuste disaini arengu alguses uuriti palju miks disain peaks ja võiks teenuste puhul töötada. Läbi erinevate teoreetikute (näiteks Elena Paccenti) leiti, et kõige olulisem on teenuse disaini puhul suhtlemine teenuse osutaja ja kasutaja vahel. (Sangiorgi, 2009, lk 416) Kasutajakesksus ja koosloomine lisab väärtust ja seetõttu on ka üheks jätkusuutlikuse ja konkurentsivõime kasvatamise aluseks. Stefan Moritz (Moritz, 2005, lk 25) lisab ka, et teenused ja teenuste disain annavad võimaluse muuta tooteid. Teenused ja tooted on aina enam ühendatud ja integreeritud komplekti.

Turg on tooteid täis ja seega peavad organisatsioonid leidma uusi lahendusi, kuidas konkurents väljapaista ja pakkuda lisaväärtusi. Teenusedisain saab siin aidata luues suhteid organisatsioonide ja klientide vahel. (Moritz, 2005, lk 26) Organisatsioonid mõistavad, et püsida konkurents peavad nad sisse lülitama fookuse innovatsioonile ja pöörama rohkem tähelepanu väärtuspakkumiste loomisele. (Volkova..., 2016, lk 64) Klientide vajadused ja nõudmised on ajaga kasvanud. Organisatsioon, kes nendega ei arvesta, kaotab oma kliendid. Mitmed uuringud on näidanud, et disaini kasutamine organisatsiooni strateegia keskse elemendina toob kaasa suurema innovatsiooni kasutamise. Näiteks on erinevatest uuringutest selgunud, et 65% ettevõtetest, kes kasutavad disaini on tulnud välja innovatiivsete toodetega

võrreldes 28% ettevõtetest, kes disaini ei kasuta. (Volkova..., 2016, lk 64-65) Eelnevalt välja tooduna võib siit järeldada, et need 65% ettevõtetest on ka tänu oma innovaativsuse tõttu suurema konkrentsivõimega. Ettevõtete innovaativsuse ja disaini seost kinnitas ka Taani disaini keskus (Danish Design Centre), kus arendati 2001.a. välja disaini redeli meetodika. Danish Design Centre (2003, lk 28) ja Volkova (2016, lk 66) väitel põhineb see hüpoteesil, et ettevõtte suuremate sissetulekute ja disaini varajase strateegilise kasutamise vahel on seos. See on neljaastmeline mudel, kus esimene redeli aste tähendab disaini puudumist ja disain ei mängi arengus rolli. Teine aste on disain kui kuju andja ja stililiseerija. Siin on disain oluline ainult stiili jaoks. Kolmandal astmel ei ole disain tulemus, vaid kui lähenemine, mis on integreeritud arengu protsessi. Neljandal astmel kasutatakse disaini kui strateegia osa. Siin on põhifookus disaini protsessil suhestatuna ettevõtte äri visiooniga. Uuringu põhiline järeldus on, et ettevõtetel, kes töötavad süstemaatiliselt disainiga, on kõrgemad sissetulekud ja suurem eksport.

Üks levinumaid teenuste disaini definitsioone Stickdorni (2010, lk 30) järgi on: teenuste disain aitab luua uusi teenuseid või parendada olemasolevaid tehes need kasulikumaks, kasutatavamaks ja ahvatlevamaks klientidele ning tõhusamaks ja efektiivsemaks organisatsioonidele. See on uus holistiline, multidistsiplinaarne, integreeriv haru. Teenusedisainil on palju erinevaid definitsioone, aga Design Council-i (2014) järgi on peamine et, see on protsess, mis viib ideed reaalsusse ja muudab abstraktsed mõtted käegakatsutavaks ja konkreetseks. Teenusedisaini eesmärk on muuta teenused kasutatavaks, lihtsaks ja ihaldatavaks.

Teenusel on viis peamist omadust: varieeruvus, samaaegsus, kaduvus, lahutamatus, immateriaalsus. Teenustega töötades ei ole kunagi kahte ühesugust. Neid ei saa oma tootjast eraldada ja neid ei ole võimalik näha. Teenuseid võib vaadelda kui protsessi, mis eksisteerib ainult ajas. (Fritsche, 2010, lk 10) 2010.aastal töötasid raamatu „This is Service Design Thinking“ autorid välja viis teenuste disaini põhimõtet (vt tabel 7 lk 38). Neid viite põhimõtet on aastate jooksul palju tsiteeritud. Kaheksa aastat hiljem 2018.aastal olid raamatu „This is Service Design Doing“ autorid arvamusel, et need põhimõtted tuleks uuesti üle vaadata ja teha korrektiivid. Nad pakuvad kuus uut/täiendatud teenuse disaini põhimõtet. Tabelisse on võrdluseks lisatud ka ettevõtetele teenusedisaini praktilist mõju ja näpunäiteid toodavast raamatust välja toodud põhimõtted.

**Tabel 7.** Teenusedisaini põhimõtted ettevõtetele.

<b>Teenusedisaini põhimõtted erinevate autorite käsitluses</b>		
<b>Stickdorn, Schneider, 2010.a.</b>	<b>Stickdorn, ..., 2018.a.</b>	<b>Reason, ..., 2016</b>
<u>Kasutajakeskne</u> – teenused peavad olema loodud lähtudes kasutaja/kliendi vaatenurgast	<u>Inimesekeskne</u> – arvestades kõikide inimeste kogemusi, keda teenus mõjutab	<u>Disaini lähenemisviis:</u> Mõtlemine läbi tegemise, inimesekeskne, loominguiline protsess.
Koos-loomine – kõik osapooled peavad olema kaasatud teenuste disaini protsessi	<u>Koostöö</u> – erineva taustaga ja funktsiooniga sidusrühmad peavad olema aktiivselt kaasatud teenuse disaini protsessi.	<u>Koosloomine:</u> klientide ja meeskonna kaasamine loomise protsessi mitte nende eest otsustamine ja ära tegemine.
<u>Järjestatavus, etapilisus</u> – teenus peab olema nähtav kui protsess, mis koosneb omavahel seotud tegevustest	<u>Järjestikune, jätkuv</u> – teenus peaks olema nähtav ja juhitud, kui omavahel seotud tegevuste järg	„Service Blueprint“ teenuse kui raamistiku kasutamine.
<u>Tõendatav</u> – immateriaalne teenus peab olema läbi füüsiliste esemete visualiseeritud	<u>Tõeline ja tõendatav</u> – vajadusi peab uurima reaalsuses, ideesid prototüüpima ja immateriaalseid väärtuseid tõendama	<u>Visuaalse loo rääkimise jõud:</u> visualiseerimine ja kompleksete situatsioonide mõistmine, ideede vahendamine läbi visuaalsete meetodite, kliendi kogemuse visualiseerimine.
<u>Holistiline</u> – teenus peab olema terviklik, arvestama peab kogu teenuse keskkonda	Holistiline – teenus peab jätkusuutlikult vastama sidusrühmade vajadustele kogu teenuse vältel.	<u>Kvalitatiivne uuring:</u> inimestelt saadud sisendi kombineerimine turuuuringute ja faktidega. Kasutajate tundmine ja käitumise mõistmine.
	<u>Korduv</u> – teenuse disain on uurimuslik, kohanev, eksperimentaalne lähenemine, üha uuesti proovimine, vigadest õppiv protsess	

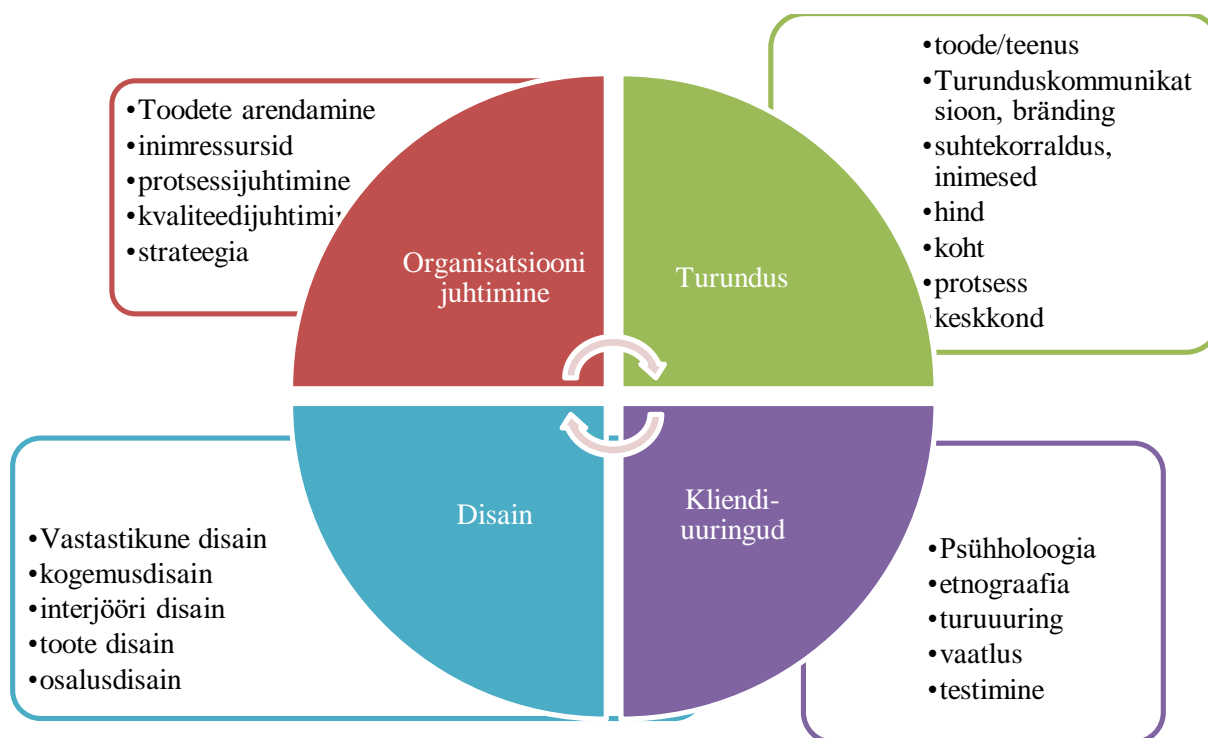
Allikad: autori koostatud allikate Stickdorn, Schneider, 2010, lk. 34-35; Stickdorn, ..., 2018, lk 26-27; Reason, ..., 2016 lk 7-13 põhjal.

Võrreldes kahte esimest, siis üks omadus, mida 2010.a. lähenemises ei olnud on korduvus. See tähendab, et teenusedisain on protsess, kus eksperimenteerimise tulemusena võib eksida, seejärel oma vigadest õppida ja uuesti proovida. Teine puudu olnud mõte, et teenuse disaini aluseks on uurimine ja prototüüpimine, mitte arvamused ja üldine ettekujutus asjast. Lisaks on viimases variandis rohkem välja toodud, et teenusedisain peab olema oluline ärilises mõttes. Kuigi see põhineb parema kogemuse loomises, tehakse seda siiski mõistes ka erinevaid organisatsiooni protsesse, võimalusi ja ärilisi eesmärke. (Stickdorn, ..., 2018, lk 26-27) Reason jt. (2016, lk 7-13) läheneb välja toodud põhimõtetes teenuste disainile ka pigem just ettevõtte

ja ärilisi eesmärke silmas pidades. Rõhutades näiteks turu-uuringute kvantitatiivsete tulemuste sidumise olulisust kasutajatelt saadud kvalitatiivse infoga.

Tim Brown (2008, lk 92) on välja toonud ka olulised omadused nagu ilu ja emotsionaalsete vajaduste rahuldamine. Mida rohkem inimeste põhivajadused on rahuldatud, seda rohkem nad ootavad kõrgetasemelist kogemust, mis on emotsionaalselt rahuldav ja millel on mõte. Need kogemused ei ole lihtsalt tooted või teenused, vaid kompleksed toodete kombinatsioonid, teenused, ruumid ja info. Nad on harivad, meelelahutuslikud ja tevislikkust soodustavad. Hea disain rahuldab nii vajadusi kui soove. Brown rõhutab emotsionaalse sideme olulisust ja toob välja, et inimesi köidavad paljuski tooted või teenused, mis tegelikult ei ole neile otseselt vajalikud, kuid täidavad mingeid emotsionaalseid vajadusi.

Nagu mainitud, koosneb teenuste disain erinevatest teadusharudest. Kogu teenuse protsess on nendest mõjutatud. Joonisel 7 (lk 40) näidatud alad annavad ülevaate olulisematest teenusedisainiga seotud valdkondadest. Vaadates seda joonist on näha, et teenusedisain toob kokku erinevad kogemused, meetodid ja tööriistad. Sebastian (2007, lk 82) on seostanud disaini juhtimisega, tuues välja, et mõlemad on seotud inimesi ümbritseva keskkonnaga ja neid ühendab missioon parandada elu kvaliteeti läbi keskkonna füüsiliste ja sotsiaalsete vajaduste rahuldamise. Need on sotsiaalsed protsessid, mis on seotud inimestega: disainerid ja kasutajad ühelt poolt ning juhid ja organisatsiooni liikmed teiselt poolt. (Sebastian, 2007, lk 90). Turundus on üks neid valdkondi, mis on teenuste disaini palju mõjutanud. Üha rohkem organisatsioone näevad vaeva, et eristuda turul. Edukamad ettevõtted on hakanud aja jooksul liikuma traditsiooniliste turunduspõhimõtete juurest rohkem kliendikesksete protsessi detailide juurde. Nende muutuste tulemusena arendasid 1981.a. Bernhard H. Booms ja Mary J. Bitner edasi turundusprofessor J. McCarthy poolt loodud ühe kuulsaima turunduse mudeli – „4Ps“. Traditsiooniline turundusmiks (4 Ps) koosneb neljast põhielemendist: toode/teenus (*product*), hind (*price*), asukoht/turustamine (*place*), turunduskommunikatsioon (*promotion*). See loob pildi organisatsiooni tootest ja hinnast koos arendamisplaaniga nii, et see saab teenida klientide huve. Teenuse turundusmiks ehk „7Ps“ läheb sellest kaugemale ja lisab traditsioonilisele turunduse mikstile kolm lisa faktorit: inimesed (*people*), protsess/protsesside juhtimine (*process*) ja sisseseade/keskkond (*physical evidence*). (Stickdorn, Schneider, 2010, lk. 48-49) Antud turundusmiksi põhimõtted on lisatud teenuste disaini valdkondade joonisele 7 (lk 40), et ühendada turundusalased kokkupuuted.



**Joonis 7.** Teenusedisaini valdkonnad. Allikas: Moritz, 2005, lk 49. Täiendatud allika Stickdorn, Schneider, 2010, lk. 48-49 põhjal (teenuse turundusmiks ehk 7P-s). Autori koostatud.

Kuna teenusedisain on interdistsiplinaarne lähenemine, siis sisaldab ja ühendab ta erinevaid tegevusi ja valdkondi. Töövahendid ja meetodid, mis on teenusedisainerite poolt välja arendatud pakuvad unikaalset võimalust kõikidele disaineritele, mis iganes nende teadusala on. Selleks võivad olla toote disaini, graafilise disaini, vastastikuse mõju ja suhtlemise disaini kõrval ka strateegiline juhtimine ja sotsiaalne disain. Sotsiaalseid probleeme saab ka lahendada disainiga. Kuna nõudlus disain-mõtlemise vastu on arenenud, siis on hulk sotsiaalselt motiveeritud disainereid aina enam seda tegema hakanud. Nad kasutavad strateegilisi protsesse lahendamaks olulisi teemasid ühiskonnas nagu jätkusuutlikkus, töötus, vaimne tervis, kodutus, vaesus jne. (Stickdorn, 2010, lk 90-92) Sealhulgas rõhutab Tim Brown (2009, lk 194-195), et disainerid ei saa takistada inimesi otseselt midagi tegemast, aga neil on ühiskonna heaolu silmas pidades oluline roll. Disainerid saavad leida viise, kuidas panna inimesi mõistma nende käitumise ja selle mõju üle ning julgustada neid liikuma rohkem jätkusuutlikuma käitumise suunas.

Kuigi disaini protsess ei ole reaalsuses alati täpselt ühesugune ja kindlalt paika pandud on siiski võimalik välja tuua ja rõhutada struktuure, kus läbi erinevate meetodite on võimalik arendada teenuseid. Nii nagu oli näha jooniselt 7 on ka Design Council (2007, lk 8) maininud, et disaini

protsessi teeb keeruliseks, et see on mõjutatud nii paljudest erinevatest valdkondadest ja faktoritest nagu tehnoloogia, jätkusuutlikkus, sotsiaalne vastutustundlikkus, seadusandlus ja palju muud. Ideaalset meetodit ei pruugi kunagi leida, kuna maailm areneb nii kiiresti. Design Council (2014) oma hilisemas väljaandes rõhutab veel, et keeruliseks teeb asjaolu, et teenusedisain on kogu teenuse kogemuse disain ehk disainima peab teenuse osutamise protsessi ja strateegiat. Töö autor vaatles lähemalt viite erinevat teenusedisaini meetodit (Lisa 2). Tabeli põhjal on näha, et põhilised mudelid on autoritel sarnased, kuigi nad võivad kirjeldada etappe veidi erinevalt. Erinevused tekivad sellest, et iga projekt ja selle taust on erinevad ning teenuse protsessi mõjutavad konkreetsete meetodite ja tööriistade valik. (Moritz, 2005, lk 121) Stickdorn & Schneider (2010, lk 124-125) toonitavad, et oluline on igas teenuse disaini etapis võtta samm tagasi või isegi alustada otsast peale ning õppida vigadest, sest pakutud protsess on lihtsalt raamistik ja seda ei tuleks võtta reeglina.

Võrreldavatest mudelitest on kõige detailsemad Moritzi (2005) ja IDEO Toolkit omad, kus Moritz on erinevalt teistest eraldi välja toonud ideede pakkumise ja valimise etapid. Tim Brown (2008) on koondanud mitmed alapunktid suuremate teemade ja valdkondade alla ning disainib teenuseid läbi kolme suurema etapi. Herbert Simoni 1996.aastal arendatud teenusedisaini etapid ei erine suuresti ülejäänutest ja on kindlasti olnud teenusedisaini arengu üheks mõjutajaks. Suurbritannia Disaini Nõukogu poolt (Design Council, 2012 ja 2014) 2005.a. välja töötatud nelja D protsess ehk „Double Diamond“ koosneb neljast erinevast etapist, milleks on avastamine (*discover*), määratlemine (*define*), arendamine (*develop*) ja elluviimine (*deliver*). Antud disainiprotsessi mudel kaardistab, kuidas liigutakse punktidest, kus mõtlemine ja võimalused on nii suured ja laiahaardelised kui vähegi võimalik olukordadeni, kus nad on tahtlikult vähendatud ja keskendatud kindlatele eesmärkidele. (Design Council, 2014) Käesoleva magistr töö uuringu aluseks on samuti võetud Design Councili neljaetapiline mudel, sest autori meelest andis see parima ja süsteemsema võimaluse uurida noorteühingu tasuliste teenuste arendamise võimalusi, mistõttu selgitatakse nüüd lähemalt iga etapi sisu ja sobilike meetodite valikut (vt tabel 8 lk 42).

Autori poolt uue loodava teenusedisaini protsessi mudeli esimene etapp on avastamisetapp. See on avastamise, inspiratsiooni ja sisendi kogumise etapp, identifitseerides kasutaja vajadusi ja arendades esialgseid ideid. Disainerid üritavad vaadata maailma uue värske pilguga, märgates, uusi asju, kujundades arvamusi, otsustades mis on uus ja huvitav ja inspireerib ideid looma. (Design Council, 2014, lk 7) Sarnaselt Design Council protsessile, antud etapis keskendub töö autor noorsootöö valdkonna mõistmisele, organisatsiooni kontekstiga seotud huvigruppide

määratlemisele, organisatsiooni ehk noorteühingu ja kliendi ehk noore tundmaõppimisele. Selleks viiakse läbi intervjuusid, dokumendianalüüs ja internetiandmede uuring. Bowen (2009) järgi on dokumendianalüüs aastaid olnud organisatsioonide uurimise üheks põhiliseks meetodiks. See on süsteemne protseduur, mis hõlmab endas informatsiooni leidmist, alauüsimist, mõtestamist ja sünteesimist. Seda kasutatakse sageli koos teiste meetoditega ühe ja sama fenomeni uurimiseks.

**Tabel 8.** Topelt-teemanti teenusedisaini protsessi etapid ja tüüpmeetodid.

<b>Etapi nimetus ja Põhilised tegevused</b>	<b>Näited võimalikest meetoditest</b>	<b>Magistritöö uuringus kasutatavad meetodid</b>
<u>Avastamine</u> Info kogumine, probleemi/võimaluste identifitseerimine, läbi turu- ja lõpptarbija uuringute. klientide/kasutajate tundmaõppimine, organisatsiooni uuring.	Uuringute läbi töötamine, valdkonna eeluuring, turuuuring, dokumendianalüüs, intervjuud, klienditeekond, kliendi päeviku pidamine, vaatlus, huvirühmade kaardistus	Dokumendianalüüs, valdkonna eeluuring, internetiallikate uuring. Huvigruppide kaart, intervjuu,
<u>Määratlemine</u> Info analüüs, süntees ja struktureerimine, järelduste süntees, probleemi defineerimine ja täpne sõnastamine, sidusrühmade määratlemine.	Intervjuud, ajurünnak, disainiülesande kirjeldus, isikute loomine, kasutaja lugude kirjutamine, 0	Fookusgruppiintervjuud, afiinsusdiagramm ja uuringu seina koostamine, isikute loomine, empaatiakaart, kliendi teekond ja puutepunktid.
<u>Arendamine</u> Ideedest valiku tegemine ja arendamine tooteks või teenuseks. Teenuse komponentide ja protsesside arendamine, testimine ja viimistlemine. Protsesside arendamine loominguliste tehnikatega ja teenuse üksikasjalik määratlemine.	Loovmeetodid, ajurünnak, bodystorming, kogemuste prototüüpimine, ärimudeli plaan, benchmarking	Loovmeetodid, ajurünnak, ideede koondamine, võrdlusuuring, ideede prioritseerimine, uus klienditeekond
<u>Elluviimine</u> Teenuse viimane testimine ja elluviimine. Tagasiside süsteemi loomine ja kogumine, täienduste/paranduste tegemine. Uute teadmiste, tööriistade ja tööviiside jagamine.	Stsenaariumid, teenuse plaan	Teenuse plaan, ärimudel,

Allikas: autori koostatud allikate Design Council, 2014 ja Design Council, 2012, lk 8-9 põhjal.

Oluline on põhjalikult läbi mõelda intervjuu küsimused. Stickdorn jt (2018, lk 101) ütleb, et uuringu küsimustel võivad olla erinevad eesmärgid: mõista klientide vajadusi (miks nad mingit teenust kasutavad), leida puudused olemasolevas kliendi kogemuses, kinnitada oletatava

klienditeekonna sammud või mõista füüsilise/digitaalse toote või teenuse ökosüsteemi. Topelt teemanti mudel asetab erinevalt mitmetest teistest mudelitest avastamise faasi olulisuse ja kriitilisuse koha pealt esiritta, sest seal kogutud info on aluseks disaineri edasisele tööle. (Design Council, 2007, lk 10) Brown (2008, lk 89) toonitab, et disainer ei tohi olla fokuseerunud ainult oma projektile, vaid ta peab olema avatud silmadega ka ümbritseva maailma osas, jälgima mida inimesed teevad ja vajavad ja kaasama algusest peale erinevaid valdkondi. Hea meetod kõigi organisatsiooni ja teenuste osapoolte visualiseerimiseks on huvigruppide kaart. Stickdorn & Schneider (2010, lk 150-151) leiavad, et see on hea moodus, kuidas esile tõsta ja välja tuua teemad, mis puudutavad igat erinevat gruppi, mis võimaldab teenuse pakkujal ühiste huvidega grupe liita ja seeläbi probleeme lahendades ressursse efektiivsemalt majandada. Grupe annab kategoriseerida vastavalt nende olulisusele, pannes tähele, et keegi ei jääks kõrvale.

Teiseks etapiks vastavalt Design Council protsessile on määratlemisetapp. Antud etapis toimub esimese etapi jooksul kogutud info analüüs, struktureerimine ja süntees, sõnastatakse probleem ja genereeritakse uusi võimalusi teenuse loomiseks. Informatsiooni organiseerimiseks ja sünteesimiseks kasutab töö autor järgnevaid meetodeid: afiinsusdiagramm, uuringu seinakoostamine, personade loomine, empaatiakaart ja kliendi teekond. Eesmärk on luua kaosele loominguiline raamistik, teha palju märkmeid, jooniseid ja stsenaariume, panna kliendid kõige keskele ja jutustada nende lugusid. (Brown, 2008 lk 88) Vigade tegemist ei pea vältima ja kartma vaid pigem keskenduma võimalikult paljude vigade uurimisele. Võti peitub vigade tegemises protsessi võimalikult varajases etapis, nendest õppimises nii palju kui võimalik enne elluviimist. (Stickdorn, Schneider, 2010, lk 130) Lihtne ja kiire tööriist visualiseerimiseks ja illustreerimiseks on post-it märkmepaberid. Teenuse disaini protsess võib kiiresti muutuda ja post-it märkmepaberid annavad võimaluse protsessis sammu pidada. (Stickdorn, Schneider, 2010, lk 130) Töö autor koondab dokumendianalüüsist ja intervjuudest saadud märkmed ja mõtted post-it märkmepaberitele. Afiinsusdiagramm on hea meetod sellise hulga info analüüsimiseks. Eesmärk on luua nii palju märkmeid kui võimalik ja seejärel neid grupeerida ühiste teemade alla. Meetodi viimases etapis üritatakse luua vastavalt välja arenenud grupeeringutele uusi ideid. (Tomitsch jt, 2018, lk 22) Samaaegselt koostab töö autor uuringu seinakoostamist, kasutades post-it märkmepabereid, joonistusi ja jooniseid. Uuringu andmete koondamine ühte kohta annab võimaluse märgata mustreid ja näidata seda ka projekti arenedes teistele. (Stickdorn, 2018, lk 128) Järgnevalt keskendub töö autor detailsemalt kasutajale luues personad ja empaatiakaardid. Persoonad on üht kliendigrupi iseloomustav spetsiifiline

väljamõeldud persoon. Persoonade loomisel keskendutakse selle kliendigrupi motivatsioonidele ja käitumisharjumustele. See aitab disaineritel kasvatada empaatiat ja seeläbi luua lahendusi, mis vastavad paremini nende tõelistele probleemidele. (Stickdorn, 2018, lk 128) Goodwin (2009, lk 232) arvates annab persoonade meetod paremaid tulemusi kasutades seda uuringu esimeste etappide juures. Reason jt. (2016, lk 163) toovad välja, et persoonasid kui kliendi profiile luues, tuleb esiteks mõelda intervjuude ja uuringu käigus kohatud inimestele. Kõigepealt tuleb alustada nende taustast ja kontekstist ja seejärel mõelda, kuidas nad suhtuvad organisatsiooni ja selle teenustesse. Mõelda tuleb nende teekonnale, mis tõi neid siia, kus praegu oleme ja seejärel nende kogemustele, mis näitavad nende väärtusi. Stickdorn (2018, lk 128) arvab, et persoonade loomist on lihtsam läbi viia, kui eelnevalt on tehtud empaatiakaardid. Empaatiakaart lähtub kliendist ja koosneb neljast osast, mis vastavad küsimustele: mida ütleb, mida mõtleb, mida teeb ja mida tunneb. See annab kasutajast tervikliku pildi ja juba looduna peab empaatiakaarti jälgima ja meeles pidama kogu teenuse disaini protsessi vältel. (Gibbons, 2018) Antud töö puhul lähtuvad empaatiakaardid noortest.

Peale klientide tundmaõppimist ja fokuseerimist kindlatesse persoonadesse on parem koostada ka klienditeekonda (*customer journey map*) ja sellega seotud kokkupuutepunkte (*touchpoints*). Klienditeekond ühendatakse igal etapil ka kliendi emotsioonidega ja kohtadega, kus need aset leiavad. Kirjutades välja negatiivsed ja positiivsed aspektid saab seda kasutada teenuse parendamisel. ((Tomitsch jt, 2018, lk 128) Reason jt. (2016, lk 167) peavad klienditeekonda oluliseks, et saada klientide kogemusest detailne ülevaade. Selle tegemiseks on oluline mõista kogemust kliendi vaatenurgast.

Järgmise etapina on valitud arendamisetapp, mil luuakse lahendusi ja ideid, mida saab testida ja vajadusel teha parandusi. Moritzi (2005, lk 133) järgi luuakse antud etapis asjakohaseid, intelligentseid ja innovaatilisi ideid ja lahendusi. Aluseks on eelmistest etappidest saadud strateegia ja sisendid. Stickdorn jt (2018, lk 158) järgi on oluline struktuurist kinni hoida, kuna ideesid tuleb mõttesse terve projekti jooksul, kuid küsitav on andmete põhjendatus, mille põhjal need arendati. Selleks, et välja tulla organisatsioonile kõige sobivamate teenustega uuritakse läbi võrdlusuuringu (*benchmarking*) meetodi, milliseid tasulisi teenuseid on pakkunud teised noorteühingud maailmas. See, juba 1970.a. lõpus välja arendatud kvaliteediparendamise meetod annab hea võimaluse hinnata oma teenust ja võrrelda teistega. (Fridley, 1997, lk 1-2) Ideede kogumine on väga oluline osa teenuse disainis, milleks on erinevaid võimalusi. Töö autor kasutab ideede genereerimiseks ajurünnaku meetodit, mida pidas oluliseks kasutada

arendamise etapis ka Design Council (2014) Lisaks koondatakse intervjuudest saadud mõtted paremaks visualiseerimiseks sõnapilve. Seejärel koondatakse saadud ideed tabelisse.

Arendamise etapis kasutatakse ka palju prototüüpide või stsenaariumide koostamist. Need meetodid aitavad reaalselt läbi mängida, analüüsida ja mõista faktoreid, mis lõppkokkuvõttes moodustavad teenuse kogemuse. Saab hinnata potentsiaalseid esilekerkivaid probleeme ja negatiivseid stsenaariume. (Stickdorn, 2010, lk 184) Teenuse stsenaariumid räägivad lugusid sellest, kuidas kliendid liiguvad läbi kõigi teenuse osade. Stsenaariumidel, kui lugudel peab olema kindel defineeritud kontekst, osalejad (kliendid, töötajad jne) ja motivatsioon. Stsenaariume saab tuua ellu läbi erinevate lugude rääkimise tehnikate, nagu Story board või ka video. (Reasin jt, 2016, lk 173-174) Töö autor leiab, et antud töö puhul on siinkohal mõistlikum kasutada prototüübi või stsenaariumi asemel esiteks saadud ideede prioritseerimise meetodit ja seejärel minna sealt saadud mõtete ja ideedega konkreetsemalt edasi. Arendamisetappi kaasab autor organisatsiooni meeskonna, juhtkonna ja liikmeid, kes prioritseerimise skaalal hindavad kõiki välja pakutud ideid nii kasumlikkuse kui teostatavuse aspektist. Nende arvamuse küsimine aitab luua teenust, mis põhineb reaalsel vajadusel, probeemidel ja ootustel. Seejärel koostatakse uuesti arendatava teenuse klienditeekond ja kokkupuutepunktid (*touchpoints*). Moritz (2005, lk 208) rõhutab, et puutepunktid aitavad luua terviklikku teenuse kogemust. Puutepunktid võivad olla erinevates vormides nagu reklaam, mobiiltelefon, arved, poed, kliendi esindajad. Noorteühingu teenuse puhul võivad nendeks olla näiteks noortekeskuse või kooli hoone, noorteühingu poolt korraldatav üritus (suvelaager, infopäev, koolituspäev), koduleht, sotsiaalmeedi lehed (facebook, instagramm), prinditud materjalid, juhendajad, artikkel kohaliku omavalitsuse lehes jne.

Viimases etapis toimub teenuse esialgse kontseptsiooni väljatöötamine. Töö autor kasutab kliendi väärtuspakkumise ja teenuse plaani ning ärimudeli meetodit, et analüüsida teenuse valmisolekut turule jõudmiseks. Kliendi väärtuspakkumise mudel aitab disainida teenuseid, mis vastavad kliendi ootustele ja pakuvad neile positiivseid elamusi. Kliendi väärtuspakkumise mudel koostakse koos ärimudeliga, et leida lahendusi, mis vastaksid ühest küljest klientide valukohtadele ja teisest küljest ootustele ja soovidele. (Tomitsch jt. 20018 lk 132) Ärimudeli meetodit kasutatakse sageli koos teenuseplaani meetodiga, kuna see näitab detailselt, kuidas toimib iga teenuse süsteemi komponent. Moritz'i (2005, lk 145) järgi ärimudel selgitab ja täpsustab kõikide põhiprintsiipide üksikasju, kuidas teenus peaks töötama. Teenuseplaan aga aitab planeerida, kuidas protsess ja komponendid on üksteisega seotud. Osterwalder, Pigneur ja Tucci (2005) peavad ärimudelit tööriistaks, mis koosneb suurest hulgast omavahel seotud

elementidest ning võimaldab väljendada konkreetse ettevõtte ärioloogikat. See kirjeldab organisatsiooni klientidele pakutavaid väärtusi ja annab aluse paremaks turustamiseks ning partnerite võrgustiku ja jätkusuutlike rahavoogude loomiseks. Töö autor peab oluliseks ärimudeli ja teenuseplaani meetodite rakendamist koos viimases elluviimise etapis, kuna nende meetodite kaudu saab paremini ja detailsemalt edastada uue loodud teenuse kontseptsiooni.

Käesolevas peatükis leiti, et teenuse disainil on palju erinevaid definitsioone ja disaini mõjutavad erinevad valdkonnad. Teenuse disaini protsessi etappe uurides selgus, et etappide arv võib mudelite lõikes varieeruda, ent sisult kordavad nad paljuski üksteist. Samuti jõuti järeldusele, et erinevates protsessides kasutatakse probleemi avamiseks ja lahendamiseks erinevaid meetodeid. Meetodite valikul on oluline lähtuda sihtgrupist, kellele teenust disainitakse. Töö autor kasutab antud töös Design Councili poolt loodud neljaetapilist mudelit, sest autori meelest andis see parima ja süsteemsema võimaluse uurida noorteühingu tasuliste teenuste arendamise võimalusi.

## 2. NOORTEÜHING EESTI 4H TASULISTE TEENUSTE KONTSEPTSIOONI LOOMINE

### 2.1. Noorteühingute positsioon Eestis ning ülevaade Noorteühing Eesti 4H tegevustest

Vaadates esiteks noorsootöö valdkonna sihtgruppi laiemalt, siis selgub, et tegemist on laiahaardelise ja mitmekülgse grupiga. Noor inimene Eesti Vabariigi Noorsootöö seaduse (Noorsootöö seadus, 2010) järgi on 7-26-aastane füüsiline isik, kuid erinevates Euroopa riikides varieerub see sünnist kuni 36-aastani. Nagu tabelist üheksa (vt lk 47) näha võib, on noorte vanuse defineerimisel Euroopa riikide vahel väga suured kõikumised. Need tulenevad paljuski kultuurilistest ja ajaloolistest erinevustest. Näiteks Norras, Hollandis ja Kreekas on sotsiaalne kaasatus noorsootöö üks põhieesmärke ja seetõttu peetakse lapsi alates sünnist noorsootöö sihtgrupi osaks. Kreekas, Rumeenas ja Itaalias on noorte ülemist vanust pikendatud kuna nendes riikides keskendutakse palju vanemate noorte tööturule kaasamisele. (Bohn, 2007, lk 17)

**Tabel 9.** Noorte vanuseline jaotus erinevates Euroopa riikides.

Riik	Austria	Eesti	Saksamaa	Kreeka	Iirimaa	Itaalia	Holland	Norra	Rumeenia
Vanus (aasta)	11-25	7-26	14-27	< 30	10-25	15-36	< 23	< 26	15-35

Allikas: Bohn, 2007, lk 17.

Eesti noorsootöö valdkond ja noorteorganisatsioonide areng on läbi teinud mitmeid muutusi ja olnud mõjutatud poliitilisest ja sotsiaalsest olukorrast erinevatel aastakümnetel. Noorteorganisatsioonide laialdasele tekkele pandi alus enne II maailmasõda, 1930ndate aastate lõpus, kui võeti vastu „Noorsoo organiseerimise seadus“. Noorteorganisatsioonide koguarv ületas 2500. Suurimad muutused toimusid peale Eesti okupeerimist NSV Liidu poolt 1940. aastal ja peale Eesti Vabariigi taasiseseisvumist 1991. aastal. Nõukogude Liidu võimu all olles moodustati Eestimaa Kommunistlik Noorsooühing (EKNÜ), kes asutas mitmeid allorganisatsioone, sealhulgas ka nooremale eale orienteeritud pionieriorganisatsioonid, mis

olid väga populaarsed ja nende ridadesse kuulus ca 90 000 liiget ning “oktoobrilaste” ridadesse ca 60 000 last. Need samad organisatsioonid võeti aluspõhjaks Eesti Vabariigi taasiseseisvumise eel laste- ja noorteorganisatsioone luues. Näiteks 1988. aastal kujundati pioneerorganisatsioonist Eesti Laste Organisatsioon (ELO) ja 1989. a. taastati Eestis skautlik liikumine ning peale seda asutati noorteorganisatsioonid Eesti 4H, Punane Rist, Young For Understanding Eesti ja teised rahvusvahelised organisatsioonid. (Ponkin 2001, lk 27-29) Eesti Vabariigi algusaastail hakati tegelema haridus- ja kriminaalpreventsiooni kontseptsioonide väljatöötamisega ja aktiivse kodanikkonna kujundamise mehhanismide loomisega. (Bobkov 2005, lk 7-13) See kõik mõjutas ka Eesti noorsootöö arengut.

Nüüdseks on vastu võetud noorsootöö seadus, mille paragrahv 4 järgi on noorsootöö tingimuste loomine noore isiksuse mitmekülgseks arenguks, mis võimaldab noortel vaba tahte alusel perekonna-, tasemekoolituse- ja tööväliselt tegutseda. (Noorsootöö seadus, 2010) Heaks on kiidetud ka noorsootöö arengukava aastateks 2014-2020. Aps jt. (2018) toovad välja ka, et on suurenenud noorte jaoks loodud struktuuride arv, paranenud noorsootöö kättesaadavus ning peaaegu kõik omavalitsused teevad kulutusi noorsootööle. Võib öelda, et riigi tasandil on mõistetud, et need 283 350 (2016.a. 1.jaanuari seisuga) 7-26.aastast noort inimest, kes elavad Eestis ja moodustavad Eesti rahvastikust 21,54% on väärt, et neisse panustada. (Haridus- ja..., n.d.)

Rääkides noorteühingute hetkeolukorrast, siis noorteühingute mõju analüüsist selgub, et nad täidavad erinevaid noorsootöö rolle, luues sellega ühiskonnale olulist lisaväärtust. Need rollid on:

- kaasatuse võimaluste pakkumine;
- noorteühenduse enda poolt disainitud tegevustes ja/või programmides osalemise ja tihti nende ise läbiviimise ning mõnikord ka kujundamise võimaluste pakkumine;
- omaalgatuse võimaluste pakkumine ideest elluviimiseni;
- noortele enesearenguvõimaluste pakkumine;
- noortele info pakkumine ja edastamine.

Samas toob Aps (Aps *et al.*, 2018) välja, et noorteühingute mõju ja selle suurust ei saa konkreetselt hinnata ja välja tuua kuna mõjuindikaatorid on defineerimata ning konkreetselt mõõta saab infot ainult korraldatud ürituste kohta. Selles osas puudub järjepidevus

2018.a. tehtud Noorteühenduste mõju analüüsis uuriti ka noorteühenduste rahastusallikatest sõltuvust. Selgus, et nii nagu enamike MTÜ-de on ka nende peamiseks rahastamise probleemiks toetuste ja teiste rahastamise vormide projektipõhisus ja lühiajalisus. Puudub stabiilsus, mis omakorda raskendab pikemaajaliste eesmärkide seadmist, tegevuste planeerimist, teenuste järjepidevust ja kvaliteeti. Toimitakse ühest projektist teiseni ja pikemaajaliste arendustegevustega tegelemine lükatakse tulevikku. (Kodanikuühiskonna Sihtkapital, 2014) Noorteühingute mõju analüüsis sõltus kolmandik intervjueeritustest oluliselt paarist sama tüüpi rahastajast; kolmandik kasutas mitut eri tüüpi rahastamisvõimalust, kuid rahastajate ring on piiratud ja kolmandik tegutses mitme rahastaja baasil ning jätkusuutliku omatulu teenimise mudeliga. Peamised välja toodud rahastajad olid: Haridus- ja Teadusministeerium, Hasartmängumaksu Nõukogu, kohalikud omavalitsused, Erasmus+ projektitoetused, Kodanikuühiskonna Sihtkapital, eraettevõtted ja katuseorganisatsioonid. Kaks vastajat mainisid rahastajatena ka ülikooli, erakonda, Avatud Eesti Fondi, Integratsiooni Sihtasutust, Eesti Noorsootöö Keskust, Briti Nõukogu ja tervishoiu valdkonna organisatsioone. Ainult 3 valimis olnud 25-st ühendusest tegutsevad kui sotsiaalsed ettevõtted. Neil laekub üle 70% tuludest teenuste müügist. Kaks ühendust teenivad omatulu pidevalt. Lisaks teenivad 11 noorteühendust omatulu vähesel määral või ebaregulaarselt ning 9 üldse mitte. Omatulu teenimiseks pakutakse enamasti koolitusi, õppematerjale ja vahendusteenuseid ning müüakse logoga tooteid. Veel mainiti huviringe, tehnika renti ja sooduskaarte. Mõned ühingud kajastavad ürituste osalustasusid ettevõtlustuluna, aga teised liikmetasudena. (Aps *et al.*, 2018) Uuring (Aps *et al.*, 2018) näitas, et Eesti noorteühendused ootavad ühest küljest toetuste suurenemist, sest näiteks Haridus- ja Teadusministeeriumi poolt noorteühingutele jagatava toetuse suurus hulk pole viimase 8 aasta jooksul märkimisväärselt suurenenud. Teisest küljest on näha, et panustatakse ka omatulu teenimisele. Puudu on aga vajalikest teadmistest, kuidas teenuseid arendada ja järjepidevalt raha teenida.

Kodanikuühiskonna Sihtkapitali (Kodanikuühiskonna Sihtkapital, 2014) poolt tehtud uuringus nähti ühe olukorra parandamise võimalusena jätkusuutlikkuse ja stabiilsuse tagamist ehk lisaks tegevustoetustele mõelda oma tulubaasi mitmekesistamisele. Nad väidavad, et MTÜ-d on järjest enam fakti ees, kus nad peavad rohkem rõhku panema oma finantsvõimekuse kasvule ja omatulu teenimisele. Seda aitavad teha sotsiaalne ettevõtlus ja delegeeritavad teenused. (Kodanikuühiskonna Sihtkapital, 2014) Järgnevatel aastatel on lisaks ühiskondlikele trendidele näha suuremat muutust ka Eesti noorteühingute rahastussüsteemis kuna alates oktoobrist 2018 lõpetas senisel kujul tegutsemise Hasartmängumaksu Nõukogu ja noorteühingud sealt enam

aastatoetusi taodelda ei saa. Hetkel on lõpusirgel Haridusmaastikul toimunud noorteühingute rahastamise ümberstruktureerimised ja muudatuste tegemised, mille järgi pakutakse pooltele ühingutele, kes on siiani saanud aastatoetust strateegilist partnerlust ja rahastust järgmiseks kolmeks aastaks ning ülejäänud pooltele aastapõhist toetust, mis tähendab suuremat ebakindlust tulevaste rahastamiste osas.

Noorteühing Eesti 4H on juriidiliselt MTÜ ja tegevuselt ka sotsiaalne ettevõtte kuna loob sotsiaalset väärtust, tegeleb noortega ja noorte jaoks, luues nende probleemidele uusi loovaid sotsiaalseid lahendusi. Noorteühing Eesti 4H (2014, lk 4-5) kandis algselt nimetust Noortekogu Uus-Eesti, mis asutati 1991.a. 13.oktoobril. Uus-Eesti tegeles maanoorte ühise vaba aja sisustamise, koolituste ja välisuhtlemise korraldamisega. 4H oli algselt Uus-Eesti lasteprogramm, mis 1990.a. teisel poolel tänu välisriikide 4H organisatsioonide koostööle laienes. Organisatsioon sai toetust mitmetelt välisriikide 4H organisatsioonidelt nagu näiteks Soome ja USA. Näiteks käisid aastatel 1993 ja 1994 USA 4H töötajad siinseid juhendajaid ja liidreid koolitamas ning rahaline toetus esimesteks eelarvevahenditeks saadi Soome Põllu- ja Metsamajanduse ministriumilt. Seejärel toimus mitu nime vahetust, kus 1999.a. muudeti toonane nimi Uus-Eesti Noorsooühing Eesti 4H-ks ja 2005.aastal sai nimeks Noorteühing Eesti 4H (edaspidi Eesti 4H).

4H ülemaailmseks põhimõtteks on „learning by doing“ ehk „õpime tegutsedes“. Rahvusvaheline lühend 4H tuleb neljast inglisekeelsest sõnast, mis viitavad noore terviklikule arengule: head-pea, heart-süda, health-tervis, hands-käed. Eesti 4H missiooniks on Noorteühing Eesti 4H arengukava järgi (2014, lk 12), et praktiliste ühistegevuste kaudu kujuneb Eesti 4H-s aktiivne ja ettevõtlik maaelu väärtustav noor.

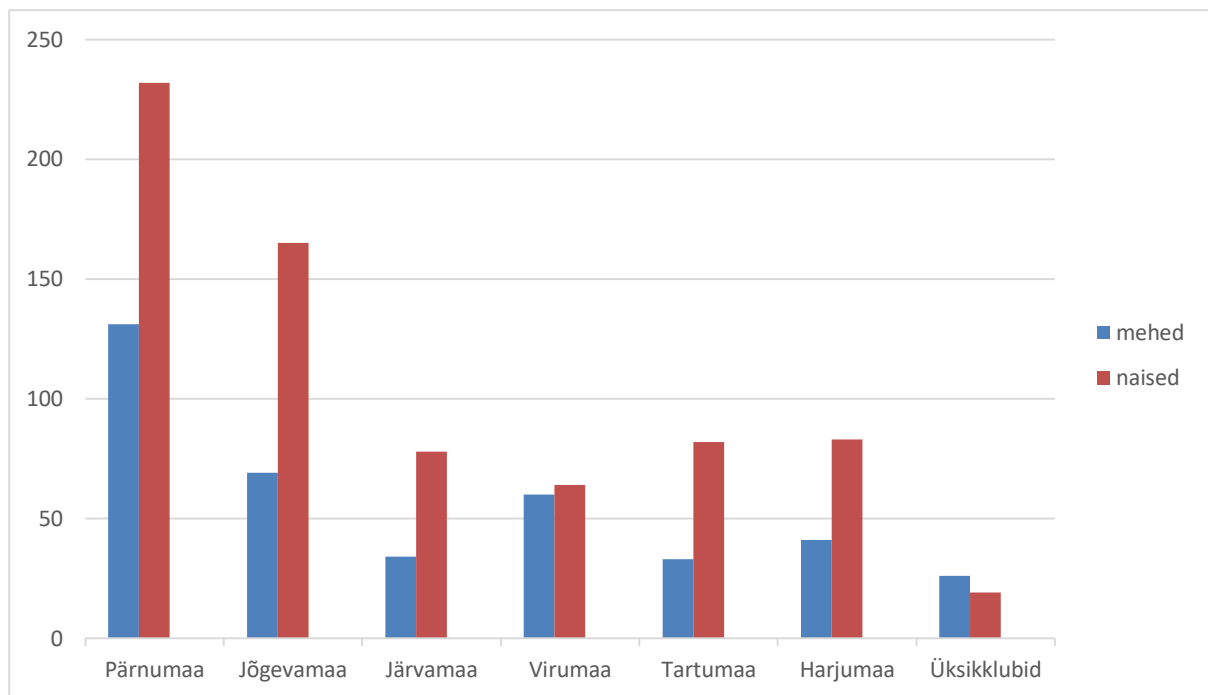
2018.a. detsembrikuu seisuga kuulub Eesti 4H organisatsiooni 58 noorteklubi 1117 liikmega. Eesti 4H on liikmete arvu poolest üks suurimad noorteorganisatsioone Eestis. Vaadates Eesti 4H viimase viie aasta majandusaasta aruandeid õib öelda, et liikmete arv on püsinud suhteliselt stabiilsena 1000 ja 1200 vahel (vt tabel 10 lk 51). 2017.a. väikese tõusu tingis 2016.aastal läbiviidud teavitamiskampaania „Hubert tuleb külla“, mille raames viidi aasta jooksul maakonna koolides ja noortekeskustes, kus Eesti 4H klubisid ei asu, läbi mängulisi ja õpetlikke infoüritusi ja töötube. Eesmärk oli teavitada erinevate maakondade maanoori Eesti 4H võimalustest ja seeläbi kasvatada uute liikmete arvu. Kuna järgmise aasta liikmeid loetakse eelmise aasta sügisel, siis mõjutas uute liikmete arv 2016.a. asemel 2017.aasta liikmete koguarvu.

**Tabel 10.** Eesti 4H liikmete arv aastate kaupa.

Aasta	2014	2015	2016	2017	2018
Liikmete arv	1172	1011	1117	1143	1117

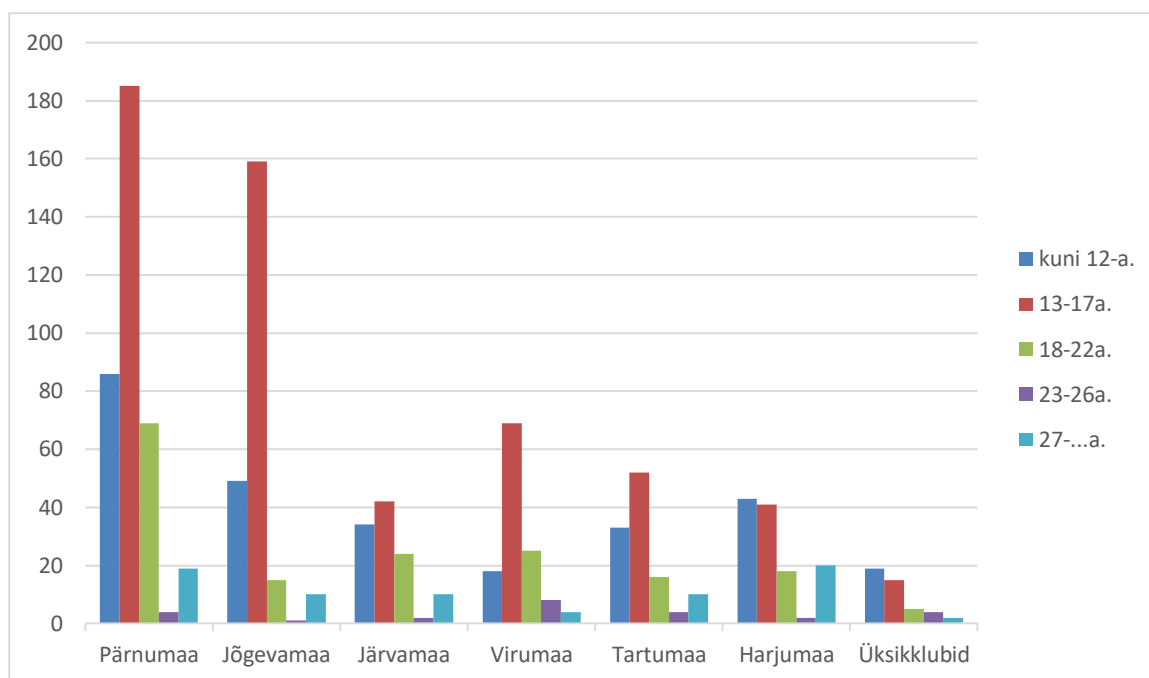
Allikas: majandusaasta aruanded 2015-2018, autori koostatud.

Eesti 4H klubid tegutsevad 2018.a.seisuga 10-s erinevas maakonnas: Pärnumaa, Harjumaa, Ida-Virumaa, Lääne-Virumaa, Järvamaa, Jõgevamaa, Tartumaa, Viljandimaa, Põlvamaa ja Võrumaa. Et paremini hallata üle-Eestilise ühingu tööd ja tagada kohaliku noorsootöö areng, on klubid üle Eesti ära jaotatud kuueks Eesti 4H piirkonnaks, mille tööd juhivad piirkonnajuhid. Piirkonnad on: Pärnumaa, Harjumaa, Tartumaa, Järvamaa, Jõgevamaa ja Virumaa. Järgnevalt vaatleb töö autor liikmete vanuselist ja soolist seisu piirkondade lõikes 2018.a. seisuga. Sooline lõhe poiste ja tüdrukute vahel on märgatav, enamustes piirkondades on tüdrukute osakaal suurem (vt joonis 8 lk 52). Ainult Virumaal on seis tasavägine ja üksikklubide puhul on poisse veidi rohkem. Töö autor arvab, et see on paljuski seotud sellega, et enamus klubijuhendajaid on naissoost, kelle keskmine vanus on 40a. Kuigi Eesti 4H klubides on noortel palju kaasärääkimisvõimalusi, siis mõjutavad paraku siiski ka klubijuhendaja enda soovid, hobid, harjumused, eelistused klubide tegevusi. Kui klubijuhendaja soosib tegelemist pigem tegevustega, mis meeldivad tüdrukutele, siis võib see mõjutada poiste liitumist ühinguga. Virumaal on poiste ja tüdrukute tasakaal kõige suurem ja seal piirkonnas on ka statistiliselt kõige enam meesjuhendajaid. Kuna antud töös läbiviidud fookusgruupiintervjuud noortega toimusid Pärnumaal ja Harjumaal, kus tüdrukute osakaal on suur, siis oli keeruline intervjuule osalema saada poisse. Mitmed noormehed ei saanud ebasobiva aja või kauguse ja transpordipuuduse tõttu osaleda. Seetõttu olid kõik osalejad tüdrukud.



**Joonis 8.** Eesti 4H liikmete sooline koosseis piirkonniti 2018.a. Allikas: organisatsiooni sisene info, koostatud autori poolt registripidaja andmete põhjal.

Joonisel 9 (lk 53) on välja toodud noorte vanuseline osakaal piirkondades. Kõige enam on liikmeid vanuses 13-17 ja seejärel kuni 12-aastaseid. Mida vanemaks läheb vanus seda väiksem on liikmete arv. Töö autor leiab, et see on paljuski seotud Eesti regionaalpoliitikaga. Eesti 4H liikmed on 70% ulatuses maal elavad noored, aga väikestes kohtades on enamasti, kas algkoolid või põhikoolid. Gümnaasiumid ja kutsekoolid asuvad suures osas suuremates linnades. See tingib, aga selle, et lõpetades põhikooli suunduvad noored linnadesse ja ei puutu kohaliku kogukonna eluga enam nii tihedalt kokku. Aina enam hakatakse ka vaba aega veetma linnades. Vanemate noorte kaasamisele on hakatud viimastel aastatel ühingus rohkem tähelepanu pöörama, see on ka üks Eesti 4H arengukava punkt. Näiteks toimuvad laagrites mitmed tegevused vastavalt vanusegruppidele, korraldatakse eraldi üritusi 13+ noortele, kaasatakse vanemaid noori üle-eestilise noorteaktiivi ja täisealisena ka juhatuse töösse. Töö autori arvates on 18+ noored organisatsiooni üks kasutamata ressurss, keda oleks võimalik suuremal määral kaasata organisatsiooni arendamisse, kas nõuandjatena või tulevaste juhendajate/piirkonnajuhtide/juhatus liikmetena.

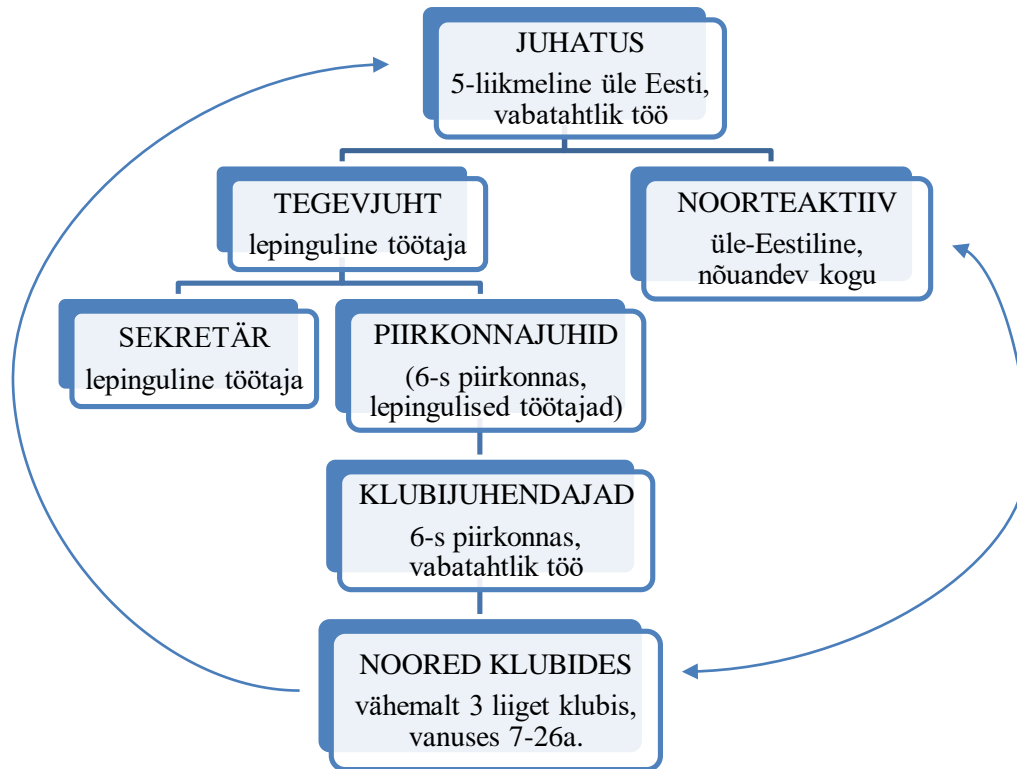


**Joonis 9.** Eesti 4H liikmete vanuseline koosseis piirkonniti 2018.a.

Eesti 4H klubid tegutsevad enamasti seal, kus on noored ehk kas kohalikes koolides või noortekeskustes. Natuke vähemal määral ka küla-, päeva- või huvikeskustes ning kodudes ehk perekklubid. 2018.a. majandusaasta aruande (Noorteühing Eesti 4H, 2019, lk 3) järgi tegutses 58-st Eesti 4H klubist kohalikul tasandil 22 klubi koolis, 21 noortekeskustes, 6 küla-, päeva-, huvikeskustes ja 9 on valinud tegevuskohaks muu. Ligi 70% liikmetest tegutsevad maapiirkonnas.

Selleks, et klubi teha on vajalik kolme noore ja ühe täiskasvanud ehk klubijuhendaja olemasolu. Piirkond moodustub vähemalt kuuest klubist. Eesti 4H-l on 6 piirkonda (Pärnumaa, Harjumaa, Tartumaa, Virumaa, Jõgevamaa, Järvamaa) ja iga piirkonna tegevust koordineerivad piirkonnajuhid. Piirkonnajuhid on ainukesed töötajad peale peakontori, kes töövõtulepingute alusel saavad igakuist tasu (vt joonis 10 lk 54). Piirkonnajuhtide alla kuuluvad iga piirkonna klubijuhendajad, keda 2018.a. seisuga oli 69. Nad kõik tegutsevad vabatahtlikkuse alusel ja tegid 2018.a. kokku üle 5000 vabatahtliku töötundi. Täiskohaga palgalisi töötajaid on organisatsiooni peakontoris 2: tegevjuht ja sekretär. Kõik piirkonnajuhid ja sekretär alluvad tegevjuhile. Tegevjuhi tööd koordineerib 5 liikmeline juhatus (alates 2019.aastast 4-liikmeline), kellele on lisaks nõuandvaks ja noorte poolt sisendi andjaks üle-eestiline 10-15 liikmeline noorteaktiiv. Kõige kõrgemal seisvaks grupiks on noored, kelle jaoks ja kellega koos seda organisatsiooni peetakse ning kes annavad otsusteks sisendit nii kohalikul kui üle-eestiisel

tasandil. Seaduslikult on kõrgeimaks organiks volinike koosolek, kes kohtub üks kord aasta volinike koosolekul.



**Joonis 10.** Eesti 4H struktuur. Allikas: Eesti 4H põhikiri, autori koostatud.

4H on väljakutse noortele enda arendamiseks ja usaldamiseks. 4H peamiseks ülesandeks on toetada laste ja noorte mitmekülgset arengut, pakkudes neile isetegemise võimalusi ning teadmisi ja praktilisi kogemusi oma elu korraldamiseks. Peamised noortele pakutavad tegevused:

- klubiline tegevus –klubikoosolekud, temaatilised õhtud;
- reisirid, matkad, laagrid;
- rahvusvahelised projektid – noortevahetused, koolitused laagrid, kogemusrisid;
- kursused, koolitused, seminarid;
- suurüritused – Talveakadeemia, Sügisakadeemia, Suvepäevad, Kiidupäev, Heategu kodukohas.
- erinevad isetegemise võimalused (NIP ehk noore isiklik projekt, noorte ideega ja noorte poolt korraldatud üritused ja/või projektid)

Lisaks erinevad programmid nagu näiteks „Maal on vahva“ õppeprogramm, rahvusvaheline maanoorte vahetusprogramm IFYE (International Farm Youth Exchange), koostöö kohalike taludega, teavituskampaania „Hubert tuleb külla“, heateod memmele-taadile jne. Noortel on võimalik koostöös juhendajaga pakkuda välja ja viia ellu enda ideid. Viimastel aastatel on hoogustunud erinevad kogukonda arendavad ja parendavad ettevõtmised nagu näiteks heakorratööd, bussipeatuse renoveerimine, noorte kohviku pidamine, kogukonna ürituste korraldamine jne. 2018.aastal oli septembrikuu seisuga ellu viidud 112 üritust, kust võttis osa üle 3100 noore ja juhendaja (nii liikmeid kui ka mitteliikmeid). Juhendajatele korraldatakse igal aastal erinevaid koolitusi ja õppepäevi. (Allikas: intervjuu tegevjuhiga)

Eesti 4H viib organisatsioonisiselt iga aasta läbi erinevaid küsitlusi, kas noorte, juhendajate või töötajate seas. Järgnevalt toob töö autor välja 2015.a. ja 2017.a. tehtud noorte ja 2016.a. tehtud juhendajate küsitluste peamised tulemused. Noortelt uuriti enamjaolt liikmeks olemise motivatsiooni põhjuseid, erinevate olemasolevate tegevuste meeldivust ja ettepanekuid, soove uute tegevuste/ürituste loomiseks. Selgus, et noori hoiavad organisatsioonis peamiselt põnevad üritused, sõbrad ja nendega kvaliteetaja veetmine ning enda arendamise võimalused nagu ürituste korraldamine ja võimalus osaleda nii kohalikel kui rahvusvahelistel koolitustel/seminaridel/projektides. Noortele meeldivad Eesti 4H traditsioonilised üritused, erinevad ööbimisega üritused, koostöö taludega ja ettevõtlikkust arendavad tegevused. Ettevõtlikkust ja soovi osaleda tegevustes, mis on arendavad, rõhutati mitmel korral noorte endi poolt. Tahetakse suuremat tegutsemisvabadust ja saada võimalus korraldada rohkem ise üritusi. Lisaks on väga oodatud igasugused sõpruskohtumised teiste maakondade noortega ja noorteorganisatsioonidega. Infot toimuvate tegevuste kohta saadakse peamiselt kas interneti vahendusel või läbi otsekontakti. Juhendajad soovisid rohkem õppereise, koolitusi, programme projektide kirjutamise, noorte kaasamise ja mingit praktiliste oskuste peale, mida noortega jagada. Lisaks nähti vajadust suurema ideede omavahelise jagamise ja ühtsete 4H tegevuste järgi. Sooviti rohkem uuenduslikke ideid ja samas jätkata tublide kiitmist. Kõige suuremateks murekohtadeks on aja nappus ja liigne omafinantseeringu osa. (Allikas: intervjuu tegevjuhiga)

Eesti 4H tulubaasi moodustavad põhiliselt liikmetelt saadud tasud, annetused ja toetused (sh. sihtfinantseeritud projektidest saadud tulu), tulu ettevõtlusest ja muud tulud. 2018.a. majandusaasta aruande järgi oli kogutulu summas 117 936 eurot. Sellest liikmetelt saadud tasud moodustasid 6,4%, annetused ja toetused 92,4%, tulu ettevõtlusest 1,2% (vt tabel 11 lk 57). (Noorteühing Eesti 4H, 2019) Võrreldes eelnevate aastate majandusaasta aruandeid (2015, 2016, 2017, 2018) on suurusjärgud ja summad suhteliselt samalaadsed. Erandiks on 2016.a.,

kus kogutulu suurenes 168 506 euroni. Põhjuseks on 2016.a. korraldatud rahvusvaheline konverents ja sealt saadud osavõtutasud, mis osaliselt laekusid ka juba 2015.a. lõpus, tõstes märgatavalt liikmetelt saadud tasusid. Sihtotstarbelised tasud ja toetused on saadud peamiselt erinevatest projektifondidest, riigilt ja kohalikest omavalitsustelt.. Mõned näited: Eesti Vabariigi Haridus- ja Teadusministeerium, Hasartmängumaksu Nõukogu, Keskkonnainvesteeringute Keskus, SA Archimedes, Eesti Kultuuriministeeriumi, Tartu Linnavalitsus, Tartumaa Omavalitsuste Liit, Eesti Noorsootöö Keskus, Eesti Kooriühing, Kose Vallavalitsus, Eesti Noorteühenduste Liit jne. Omatulu moodustab põhiliselt sümboolika müük ja ürituste korraldamine, mille suurusjärg protsentuaalselt ei ole muutunud. Ligi 90% tulust tuleb erinevatest projektitaotlustest, mis on lühiajalised ja millel puudub stabiilsus. Selline rahastussüsteem ei ole vaadates ühiskonnas toimuvaid trende jätkusuutlik, see muudab organisatsiooni sõltuvaks toetustest ja raskendab pikemaajaliste eesmärkide seadmist ning mõjutab tegevuste kvaliteeti. Nii ülemaailmsed trendid kui ka otseselt Eesti haridusmaastikul toimuv nagu Hasartmängumaksu Nõukogu tegevuse lõpetamine mõjutavad Eesti 4H majanduslikku olukorda ja on suunanud fookuse tulubaasi mitmekesistamise ja teenuste arendamise juurde.

Vähesel määral on organisatsiooni meeskond ja juhatus mõelnud teenuste arendamisele juba varasemalt, kuid saadav tulu nendest on olnud minimaalne. Näiteks arendati koostöös spetsialistide ja noortega välja arendav õppeprogramm „Maal on vahva“, mis mõeldud lasteaia lastele ja nooremale kooliastmele läbiviimiseks. Läbi mänguliste meetodite tutvustatakse taluloomi, teravilju, aed/puuvilju. Programmi viivad läbi vanemad noored koos juhendajatega kas koolides, lasteaedades või noortekeskustes. Jõgevamaa noored on koos juhendajatega juba mitmed aastad osalenud Palamuse laadal ja seal läbi viinud lastehoiu teenust. Harjumaa liikmetel on soov arendada noorte kohviku teenust, mida pakkuda erinevatel üritustel. Virumaa noorte juhendaja viis alates 2018.aastast läbi dj-ringi, mille tulemusena pakuvad nüüd seda õppinud noored erinevatel üritustel koos juhendajaga dj teenust. Kõik tulu, mis nendest teenuse osutamistest on saadud on läinud tagasi noorte hüvanguks, kas ühingu majandamiseks, vahendite soetamiseks ja/või noorteürituste korraldamiseks. Ühing soetas 2017.a. ka uued kontoriruumid, mida on potentsiaal hakata tulevikus välja rentima väikesele seltskonnale mõeldud koolitusteks. Vajalik on eelnevalt teostada köögiremont ja soetada mõned esitlusvahendid. Kõiki neid olemasolevaid teenuseid oleks tulemuslikkuse saamiseks vaja edasi arendada.

Põhilised kulud moodustavad (vt tabel 11 lk 57) projektide sihtfinantseerimise otsesed kulud, erinevad tegevuskulud, tööjõukulud ja põhivarade kulum. Taaskord on näha, kuidas mõjutas kulude suurenemist 2016.a. rahvusvahelise konverentsi korraldamine. Osad kulud kandusid ka 2017.aastasse. Tööjõukulud on viimastel aastatel suurenenud palgafondi tõstmise näol. Organisatsiooni tegevuskulud, mis mõeldud liikmetele ehk noortele moodustavad kuludest suurema osa kui organisatsiooni ülalpidamiskulud (majanduskulud, tööjõukulud). 2017.a. majanduslikku seisut mõjutas ka uue kinnisvara soetamine.

**Tabel 11.** Eesti 4H tulemiaruanne aastate lõikes.

<b>Tulud</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Liikmetelt saadud tasud	2935	14 121	11 081	9658	7555
Annetused ja toetused	92 378	89 185	98 323	119 318	109 026
Tulu ettevõtlusest	5189	1528	59 102	1611	1355
Muud tulud	0	0	0	96	0
<b>Kokku tulud</b>	<b>100 502</b>	<b>104 834</b>	<b>168 506</b>	<b>130 683</b>	<b>117 936</b>
<b>Kulud</b>					
Sihtotstarbeliselt finantseeritud projektide otsesed kulud	63 753	67 395	136 013	92 267	69 928
Mitmesugused tegevuskulud	9560	3827	3590	9987	12 091
Tööjõukulud	25 200	25 200	25 200	27 050	29 450
Põhivarade kulum ja väärtuse langus	304	304	304	304	304
<b>Kokku kulud</b>	<b>98 817</b>	<b>96 726</b>	<b>165 107</b>	<b>129 608</b>	<b>111 773</b>
Põhitegevuse tulem	1685	8108	3399	1075	6163
Muud finantstulud ja –kulud	321	148	6	0	0
<b>Aruandeaasta tulem</b>	<b>2006</b>	<b>8256</b>	<b>3405</b>	<b>1075</b>	<b>6163</b>

Allikas: Majandusaasta aruanded aastatest 2014-2018. Koostatud autori poolt.

Noorsootöö valdkond üleüldiselt on viimastel aastakümnetel Eestis jõudsalt arenenud. Noorteühingute kui MTÜ-de peamiseks probleemiks on rahastamise vormide projektipõhisus ja lühiajalisus. Stabiilsuse puudus raskendab pikemaajaliste tegevuste planeerimist ja järjepidevust. 1991.a. loodud Noorteühing Eesti 4H on üks suurema liikmelisusega noorteühinguid Eestis, mille missiooniks on pakkuda noortele praktilisi ühistegevusi, mille kaudu kujundada neist aktiivsed, ettevõtlikud ja maaelu väärtustavad noored. Eesti 4H

organisatsioonina on viimastel aastatel tegutsenud suhteliselt stabiilselt nii liikmelisuse kui ka tulude/kulude poole pealt. Väiksemaid muudatusi on toonud liikmete tõusu kohalt teavituskampaania ja finantspoole pealt kinnisvara soetamine ja rahvusvahelise konverentsi korraldamine. Kuna ühiskondlikud trendid näitavad, et riigipoolne toetust võib jääda tulevikus MTÜ-del väiksemaks peavad nad üha enam mõtlema omatulu teenimisele. Töö autor näeb Eesti 4H plussina kuue piirkonna olemasolu, mis on kõik natuke eriilmelised. See annab võimaluse välja töötada just kohalikke olusid arvestavad teenused. Kasutamata ressursid on ka vabatahtlike juhendajate teadmiste- ja oskuste pagas, täisealised liikmed ja endised liikmed.

## **2.2. Noorteühing Eesti 4H-le tasuliste teenuste loomise uuringu meetodika ja tulemused**

Käesolevas alapeatükis antakse ülevaade noorteühingu tasulise teenusekontseptsiooni loomiseks läbi viidud uuringu valimist, meetodikast ning uuringu olulisematest tulemustest. Et arvestada kompleksse organisatsiooni puhul võimalikult paljude erinevate osapooltega, on uuringusse kaasatud 4 erinevat sihtgruppi: noored, juhendajad/piirkonnajuhid, juhatuse liikmed ja ekspert. Uuringutulemuste esitamisel lähtutakse nelja-etapilisest topelt-teemanti teenusedisaini protsessist, mida on kirjeldatud alapeatükis 1.3 ning mille iga etapp hõlmab endas erinevaid meetodeid ja sisuanalüüsi, mille abil jõutakse lahenduseni ja liigutakse ühelt etapilt teisele. Tegevusuuringu avastamise ja määratlemise etappide meetodid, valimid ja ajaperioodid on välja toodud tabelis 12 (vt lk 59) ja arendamise ning elluviimise etappide, meetodid, valimid ja ajaperioodid tabelis 15 (vt lk 70).

Avastamise etapis alustati hetkeolukorra kaardistamist info kogumisest ja dokumendianalüüsist. Esmalt viidi läbi internetipõhine uuring, kus tutvuti kodanikuühiskonna arengukavaga 2015-2020, noortevaldkonna arengukavaga 2014-2020, noorsootööseadusega, noorteühenduste mõju analüüsiga ning Haridus- ja Teadusministeeriumi, Siseministeeriumi ja Noorteühing Eesti 4H kodulehekülgedega. Seejärel viis autor läbi sisedokumentide analüüsi, mille käigus uuris Noorteühing Eesti 4H arengukava aastateks 2015-2020, viimase viie aasta majandusaasta aruandeid, aastategevuskavasid ja aastaeelarveid. Lisaks oli töö autoril võimalik uurida viimase kolme aasta jooksul läbiviidud küsitlusi liikmetele ja vabatahtlikele juhendajatele. Analüüsi tulemused on koondatud käesoleva peatüki esimeses osas.

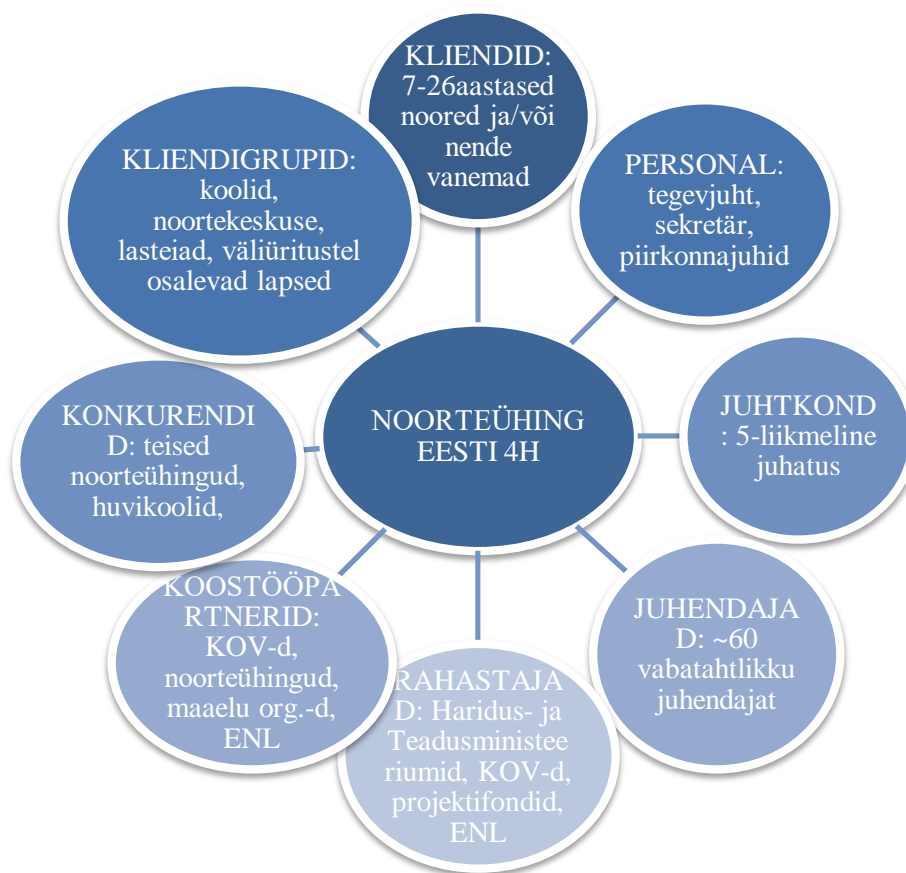
**Tabel 12.** Noorteühing Eesti 4H teenusedisaini protsessi arendamise ja määratlemise etapid

Teenusedisaini protsessi etapid	Meetodid	Valim/Infoallikas	Aeg
Avastamine Probleemi defineerimine	Teistel andmetel põhinev uuring	Andmebaasid: Haridus- ja Teadusministeeriumi kodulehekül, Siseministeeriumi kodulehekül. Kodanikuühiskonna arengukava 2015-2020, Noorte valdkonna arengukava 2014-2020, Noorteühenduste mõju analüüs.	Detsember 2018 – märts 2019
	Dokumentide analüüs	Õigusaktid, Noorteühing Eesti 4H kodulehekül, Noorteühing Eesti 4H asutuse dokumendid: arengukava, majandusaasta aruanded, aastategevuskavad, aastaelarved, liikmete küsitlused.	
	Intervjuu	Juhatuse liikmega Anu Kersalu	
	Intervjuu	Juhatuse liikmega/juhatuse esimees Helen Siska	
	Huvigruppide kaardistamine	Intervjuude ja dokumendianalüüsi põhjal	
	Fookusgrupi intervjuu	Pärnumaa noored vanuses 13-16a.. Osalenute arv 4.	
	Fookusgrupi intervjuu	Piirkonnajuhid/juhendajad. Osalenute arv 5.	
	Fookusgrupi intervjuu	Harjumaa noored vanuses 11-16a. Osalenute arv 7.	
	Ekspertintervjuu	Eesti Noorteühenduste Liidu juhatuse esimees Roger Tibar.	
Määratlemine Probleemi defineerimine	Afiinsusdiagramm	koostatud intervjuude põhjal	Veebruar – aprill 2019
	Uuringu seina koostamine	koostatud intervjuude põhjal	
	Persoonade loomine	4 persoonat koostatud intervjuude põhjal	
	Empaatia kaart	Loodud kahe persoona alusel	
	Kliendi teekond, puutepunktid	tüüpkliendi teekond, intervjuude, persoonade ja põhjal	

Autori koostatud.

Dokumendianalüüsi järel viis töö autor läbi poolstruktureeritud intervjuud kahe juhatuse liikmega (vt lisa 3). Esimene nendest on juhatuses olnud organisatsiooni loomisest saadik ja teine viimased 4 aastat, millest viimase on olnud juhatuse esimehe ametis. Intervjuude eesmärgiks oli selgitada välja nende nägemus noorsootööst, Eesti 4H juhtimise ja majandamise hetkeseisust, teenustepõhisele juhtimisele ülemineku võimalustest ja mõjudest, ning teenusedisaini põhimõtete rakendamisest. Küsimuste koostamisel tugineti eelkõige käesoleva magistr töö teooria osale. Intervjuudest saadud sisendi põhjal koostas autor Eesti 4H huvirühmade kaardi (vt joonis 11 lk 60). Huvirühmad jagunesid: kliendid ehk noored ja nende

vanemad; kliendigrupid ehk koolid noortekeskused, väliüritustel osalevad lapsed; personal ehk palgalised töötajad; juhatus; vabatahtlikkuse alusel töötavad noorte juhendajad; organisatsiooni rahastajad ehk peamiselt ministeerium ja erinevad projektifondid ning koostööpartnerid ja konkurendid. Selgus, et osad inimesed või asutused võivad kuuluda ka mitmesse huvirühma nagu näiteks teised noorteühingud on olenevalt olukorrast nii koostööpartnerid kui ka konkurendid. Kõige rohkem tuleks tähelepanu pöörata klientidele ja kliendigruppidele kuna loodavad teenused peavad vastama nende ootustele ja seeläbi muutma nad korduvkasutajateks. Nii intervjuueeritavad kui töö autor nõustused, et hoolimata huvigruppide rohkusest, on peamine siiski noored ja nende vanemad.



**Joonis 11.** Eesti 4H Huvirühmade kaart. Autori koostatud.

Järgmisena viidi huvirühmade kaardi alusel koostatud valimite põhjal läbi fookusgrupi intervjuu Pärnumaa noortega (Eesti 4H liikmed) ja fookusgrupiintervjuu piirkonnajuhtide/juhendajatega (vt lisa 4 ja 5). Noored olid vanuses 13-16a. ja olid kõik pärit maapiirkonnast. Piirkonnajuhtidest ja juhendajatest olid 6-st Eesti 4H piirkonnast esindatud 4: Harjumaa, Pärnumaa, Jõgevamaa ja Virumaa. Seejärel viidi läbi teine fookusgrupi intervjuu noortega ja seekord Harjumaa omadega. Osalenud noored olid vanuses 11-16a ja samuti pärit

maapiirkonnast. Uuritav organisatsioon on üle-eestiline ühing ja seetõttu oli vajalik saada sisendit noortelt erinevatest maakondadest. Töö ajaline piirang ei võimaldanud läbi viia uuringut noortega igast Eesti 4H piirkonnast ja seetõttu valiti kaks erinevat piirkonda, kus ühes on väga pikaajaline piirkonnajuht, kelle mõjul on piirkond püsiv ja traditsioone austav, ja teisel alles aasta ametis olnud piirkonnajuht, arenev ning paljude uute liikmete ja klubidega piirkond. Viimasena viidi läbi ekspertintervjuu Eesti Noorteühenduste Liidu (ENL) juhatuse esimehega (vt lisa 6). ENL on Eestis olevate noorteühingute katuseorganisatsioon, kel on pikajaline kogemus noorteühingute esindamisel ja koostöötamisel nii kohaliku, riigi kui rahvusvahelisel tasandil. Neil on head teadmised noorteühingute ajaloost, hetkeolukorrast ja tuleviku trendidest. Kokku osales intervjuudes 19 inimest. Intervjuud viidi läbi perioodil 28.02.2019 – 22.03.2019. Eesti 4H peakontoris Pärnus, Paides asuvas kohvikus, Alavere Põhikoolis Harjumaal ja Eesti Noorteühenduste Liidu kontoris Tallinnas.

Intervjuude küsimused varieeruvad veidi sõltuvalt küsitletud huvirühmast, aga küsimuste põhisuunad ja alagrupid on samad. Küsimused jaotusid erinevatesse blokkidesse: enda tutvustus (vanus, haridus, elukoht, noorsootööga seotus); noorsootööalaste ja tööga seotud tähtsamate mõistete tähenduse lahti seletamine oma sõnadega (näiteks noorsootöö, noorteühing, sotsiaalne ettevõtlus, mitteformaalne haridus); Eesti 4H kui organisatsiooni analüüs (struktuur, majandamine, tegevused, väärtused, klientidega suhtlemine); noorte kui peamiste klientide iseloomustamine (k.a. vaba aja sisustamine, suurimad mõjutajad ja meeldivused); noorte ostuharjumused ja (tasku)raha kasutamine ning maanoorte probleemid/unistused (vt lisad 3-6).

Määratlemise etapis hakati kogutud infot süstematiseerima ja mõtestama, et leida olulisemad teemad, koostada persoonad, empaatiakaart ja klienditeekond. Esmased andmed andsid võimaluse saada ülevaade hetkeolukorrast ja sellest, mis vajaks veel täiendamist ja parandamist. Intervjuudest saadud informatsiooni põhjal tehti uuringu sein, kuhu koondati post-it märkmepaberite peale olulisemad vastused. Seda on vajadusel hea ka hilisemas disaini protsessis uuesti vaadata. Afiinsusdiagrammi meetodi põhjal tõsteti märkmepabereid ümber kuni leiti ühisjooned, mis aitasid grupeerida sarnased vastused ühiste teemade all, et neid oleks lihtsam analüüsida (vt lisa 8). See andis võimaluse märgata mustreid, võrrelda saadud tulemusi teooriaga ja koostada nende põhjal persoonad, empaatiakaardid ja klienditeekond.

Järgnevalt toob töö autor välja intervjuudest ja dokumendianalüüsist ilmnenuid peamised tulemused. Intervjueeritavad on kõik kodeeritud ja selle kohta on info leitav lisast 7. Peale

intervjueeritavate tutvustust koosnes esimene küsimuste osa enda sõnadega erinevate valdkondlike mõistete seletamisest nagu noorsootö, noorteühing, mittetulundusühing ja sotsiaalne ettevõtte. Leiti, et noorsootöö on noortele võimaluste loomine pakkudes enesearengu võimalusi, sisustades vaba aega ning, et noorsootöö on oluline, kuna läbi selle investeeritakse paremasse ja turvalisemasse tulevikku. *Töö noortega on nagu oma elu kindlustus.*(J1) Rõhutati, et noorsootöö tähendab noorte suunamist ja koosloomist. *Noorsootöös on oluline olla toetavaks jõuks noortele nende kujunemise perioodil, olla mentor, mitte eest ära teha vaid jõustades noori enda ideid ellu viima.*(J2) Noorte jaoks oli oluline, et noorsootöö tegeleks noorte probleemidega ja noorsootöötaja saaks noortega hästi läbi.

Kõik osapooled leidsid et noorteühing on üks osa noorsootööst, nad ei erine oma põhieesmärgilt ja neid on vaja. *Et nähtamatu nõõriga hoida koos ja koondada kokku ühiste huvidega inimesed.*(J2) Eksperdi hinnangul nad täiendavad teineteist. *Noorsootöö ja noorteühingu kombinatsioon annab tegelikult noorele sellise ideaalse lahenduse.*(E1) Noorteühingute eripäraks on: klubiline tegevus ja konkreetsete noortega tegelemine, suurem ühtekuuluvustunne ja teistega arvestamine, kuulumine kuhugi, suur sõpruskond. Noored töid välja, et noorteühingud on vajalikud kuna tegelevad noorte vaba aja sisustamisega ja pakuvad enesearenguvõimalusi, et noortel oleks võimalik kuskile jõuda. *Noored saavad rohkem oma arvamust avaldada ja korraldada asju, mida nad ise tahavad.*(H4) Juhendajad leidsid samuti, et noorteühingu liikmelisus ja tulevikus ettevõtlik olemine, hea suhtlemisoskus, aktiivne ühiskonna liikmeks olemine, sotsiaalsed oskused on omavahel seotud. *Kooli peal väikestes piirkondades on kohe näha, et need, kes on 4H-s nad julgevad ja tahavad, nad teevad ja siis on need teised...* (PJ1) *Sealt need toredad ja tegusad noored kasvavad, kes julgevad kõike läbi viia ja olla, nad on saanud oma harjumused sealt kätte juba.*(PJ3) Mitteformaalset õpet, kui paindlikku, ilma paikapandud õppekavata, vastavalt noorte vajadustele kujundatud koolivälist õppevormi peeti noorteühingute ja noorsootöö lahutamatuks osaks. *See, mida me teeme, see ongi mitteformaalne haridus.*(PJ2) Sotsiaalse ettevõtluse mõistega oldi vähem kursis. Vastused jagunesid pooleks. Oli neid, kes leidsid, et see on eesmärgistatud tegevus, kus antakse midagi ühiskonnale tagasi, aga ka neid, kes selle tähendust ei teadnud

Eesti 4H partnerite loetlemisel märgiti ära põhiliselt rahastajad, koolid, noortekeskused, Kohalikud Omavalitsused, külaseltsid ja ettevõtjad. Hea näitena kirjeldati, kuidas ühes piirkonnas annab kohalik ettevõtja oma bussi noorte sõitudeks aegajalt tasuta kasutada ja teises piirkonnas annavad juba aastaid kohalikud ettevõtjad meeneid ja tooteid lastele auhindadeks. Sooviti teha tulevikus suuremat koostööd maaeluorganisatsioonidega (näiteks piirkondlikud

taluliidud ja maaeluministeerium) ja teiste noorteühingutega. Suurimate kuludena nimetati organisatsiooni ülalpidamiskulusid ja noortele pakutavate ürituste korralduskulusid. Leiti, et märkimisväärne osa läheb töötajate ja vabatahtlike transpordile, mis on küll üle-Eestilise ja peamiselt maanoorte organisatsiooni puhul paratamatu, kuid on oluline jälgida, et majandamiskulude ja tegevuskulude vahel säiliks tasakaal. Tõdeti, et omatulu teenitakse liiga vähesel määral ja sõltutakse pigem projektifondidest ja riigi/KOV-de toetustest. Ühe kasutamata võimalusena tulu teenimiseks nimetati vabatahtlikke juhendajaid, kui võimalikke koolitajaid ja oma teadmiste/oskuste edastajaid.

Peamise sihtrühmana nimetati maanoori. Nenditi et kliendid võivad elada ka linnas, aga sellisel juhul on oluline maaelu ja puhta elukeskkonna väärtustamine nende poolt. Samas toodi välja, et organisatsioon on avatud kõigile noortele ja kedagi ära ei tõrjuta ega minema ei aeta, oluline on tahe ja ind. Eesti 4H väärtusena ja noorte liikmelisuse põhjusena nähti (vt lisa 9) peamiselt nii noorte, juhendajate kui juhatuse liikmete poolt: noorte suuremat valikuvabadust, omaalgatust, enesearendamise võimalusi, kuulumisvõimalust, vabatahtlikkust, enda proovile panemist, sõprussuhete loomist ning puhta keskkonna ja maaelu väärtustamist läbi tegevuste. Noorteühing ühendab sarnaste soovidega noori. Intervjuudest välja tulnud mõtted ühtivad peatükis 1.2 kirjeldatud (Aps *et al.*, 2018, lk 50) noorteühingu karakteristikutega, kus nimetatakse noorteühingute ühe olulisemate erisustena, et noorte ühistegevusi korraldavad nendes noored ise ja noored on igakülgselt kaasatud. Intervjueeritud eksperdi arvates on nii Eesti 4H kui noorteühingute väärtuseks üleüldiselt arendada noortes aktiivsust rohujuure tasandil, pakkuda võimalust rääkida kaasa otsuses ja kohaliku elu arendamises ja iseenda arendamises. See kõik suurendab tulevikus potentsiaali, et see noor tuleb sinna tagasi, mitte ei liigu suurlinna.

Intervjuude vastuste põhjal võib välja tuua kokkuvõtlikult 5 peamist noorte osalemise motivatsiooni:

- kuulumisvajadus, noor tunneb, et on vajalik kuskile;
- sotsiaalne suhtlus teiste noortega, uued tutvused ja sõbrad;
- üritused, koolitused, projektid, arendavad tegevused;
- noore enesearenguga seotud aspektid, enda tundma õppimine ja karjäärivõimaluste kujundamine;
- maaelu ja puhta keskkonna väärtustamine.

Võrreldes saadud tulemusi peatükis 1.1 tabelis 1 (lk 19) kirjeldatud erinevate riikide uuringute põhjal koostatud noorte osaluse motivatsioonidega, siis ei tulnud noorte vastustest välja nii suurt vanemate või õdede/vendade mõjutust. Töö autori arvates võib see osaliselt olla seotud ka sellega, et seda ei tunnistata paljuski iseendale või ei taheta avalikult teiste noorte ees välja öelda kartes jääda naerualuseks. Mitmed noored märkisid ära noorsootöötaja isiksuseomaduste ja meeldivuse suure mõju. *Noortekeskuses me ei käi – noorsootöötaja ei meeldi.*(H4) Rõhutati noorsootöötaja ja noorte suhete olulisust. *Peab noortega hästi läbi saama.*(H1) Kuna enamus huviringe kohalikes omavalitsustes ja üritused Eesti 4H-s on noortele, kas tasuta või minimaalse summa eest, siis ei tulnud vastustest välja perekonna sissetulekute seost laste aktiivsusega vabal ajal.

Erisused olid märgata erinevas vanuseastmes noorte vastuste vahel. Kuni 13-aastaste jaoks oli pigem tähtsam huvitavad üritused ja (uute) sõpradega koos olemine ning üle 13-aastastele oli oluline ka juba kogemuse saamine ja eneseareng. Teha midagi, mis tuleb tulevikus kasuks. See on heaks näiteks peatükis 1.2 teoretiku Krull (2000, lk 152-153) poolt välja toodud laste eakaaslastega suhtlemise astmetele. Nii nagu Krull kirjutab, on alles alates murdeast alates noortele suhted omavanuste kui ühiste huvidega rühmaga olulised. Nooremale eagrupid on olulisem hetketegevuse meeldivus, ei mõelda tulevikule, ega sellele, kuidas see konkreetne tegevus mulle tulevikus kasuks tuleb.

Vastuste põhjal jõutakse klientideni peamiselt läbi ühiste huvide, eeskujude, läbi otsese suhtluse näiteks infopäevadel ja üritustel või läbi erinevate sotsiaalmeedia kanalite (facebook, instagramm). Kõige efektiivsemaks peeti otsesest noortelt noortele suhtlust ehk eakaaslaste vahelist. Kui vanemad noored on eeskujuks, tulevad nooremad ise järgi. Juhendajad tõstsid esile „Hubert tuleb külla“ kampaania edukuse ja erinevate mänguliste noorsootöö meetodite kasutamise olulisuse. Juhendajad pidasid oluliseks eriti väiksemates kogukondades ja nooremate laste puhul tugeva vanemate tugigrupi ja võrgustiku olemasolu. Leiti, et kuna lapsevanem peab tihti olema toeks lapsele, on oluline neid informeerida ja aktiivselt kaasata. Näiteks saab lisada vanemad 4H klubi facebooki gruppi. Osades klubides on uutele liikmetele paika pandud kindlad info levitamise ajad ja viisid, teistes jagatakse infot ja tehakse reklaami vastavalt vajadusele. Näiteks käivad Pärnumaa vanemad noored igal aastal septembri kuus koolimajades ringi tutvustades Eesti 4H tegevusi ja võimalusi ning kutsudes liituma. Toimub noortelt noortele info jagamine. Otsekontakti inimestega (noorsootöötaja, teised noored) pidasid ka noored parimaks info saamise allikaks. Klientide hoidmise puhul rõhutati

noorsootõtaja/klubi juhendaja isiksuseomaduste olulisust ja noortega suhestumist. *Tuleb teha seda, mis endale meeldib, küll siis teised ka tulevad.*(PJ5)

Olemasolevate ürituste hindamises nägid noored vajadust suurema ealiste soovidega arvestamise järgi ehk rohkem üitusi erinevatele vanuseastmega noortele. Seda soovisid just vanemad noored. Samuti leiti, et sportlikud ja arendavad üritused on toredad, aga säilima peaks tasakaal arendavate ja meelelahutuslike ürituste vahel. Lisaks tõid mitmed noored välja, et kui nad midagi soovivad, siis panevad ise käed külge ja teevad ära. Nende arvamust ürituste korral küsitakse piisavalt. Eksperdi arvates peaksid kõik noorteühingud (k.a. Eesti 4H) pöörama rohkem tähelepanu koolituste pakkumisele ja noorte kui oma peamise sihtgrupi teadmiste/nõuannete/arvamuste jagamisele. *Noorteühingute võimalus on tegelikult nõustada kohalikke omavalitsusi, kuidas saada noored otsustesse, kuidas saada noored tegelikult panustama kohaliku omavalitsuse arengusse sest tegelikult omavalitsused tahavad saada erinevatele valupunktidele erinevate vanusegruppide sisendit, aga noori ei osata tavaliselt kaasata või ei viitsita.*(E1)

Noorte jaoks on vaba aeg, see aeg, kus ei tehta midagi sellist, mida kästakse või peab tegema (vt tabel 13 lk 66). Vaadates noorte vaba aja sisustamise eelistusi erinevas vanuses noorte ja juhendajate pilgu läbi selgus, et noorte peamiseks murekohaks maapiirkonnas on siiski transprt, kaugus ja hajaasustatus. Kuna kohalikes valdades on bussiga sõit noortele tasuta ja neid sõidab päris tihti, siis pole transpordist rääkides mitte niivõrd oluline transpordivahendi olemasolu kui võrd aeg, mis kulub selle ootamisele ja ühest kohast teise sõitmisele ehk vahemaa ja kaugus. Pärnumaa noore lause - *Ma ei tea, et noortel oleks nii kiire olnud kui praegu.*(P2) – iseloomustab hästi olukorda. Noortelt oodatakse palju nii perede, kooli kui ka ühiskonna poolt ja aeg on oluline väärtus. Suure ajakulu vältimiseks valitakse tegevused ja huviringid, mis on kodule lähemal. Juhendajad sealjuures tõid välja, ka aja vähesuse kõrval noorte oskamatus aega planeerida.

Esimeses peatükis 1.1 kirjeldas töö autor ökosüsteemilist lähenemist, kuidas inimene on oma keskkonna osa ja teda mõjutavad erinevad sotsialiseerumise agendid. Intervjuudest saadud vastused kattusid teooriaga, kus noori mõjutavad peamiselt nende otsustes esiteks erinevad mikrosüsteemid nagu sõbrad, pere, erinevad eeskujud, noorsootõtaja, huvijuht, sugulased, seejärel mikrosüsteemide omavaheline suhtlemine ehk mesosüsteemid ning kaudsemalt eksosüsteem ja makrosüsteem ehk ühiskond tervikuna. Pere olulisus oli eriti tähtis noorematel vastanutel. Kõige rohkem väitsid noored, et neid mõjutavad vanemate arvamus. Kaudselt oli

näha, kuidas vanemate tihe töögraafik mõjutab noori ja kohaliku omavalituse otsused noorte ja kogukonna elu arendamise teemadel.

**Tabel 13.** Noorte vaba aja sisustamise eelistused ja murekohad noorte ja juhendajate käistluses

<b>Teemad</b>	<b>Noored 7-13a.</b>	<b>Noored 13+...a.</b>	<b>Juhendajad/piirkonnaju hid</b>
<b>Vaba aja olemus</b>	Siis, kui midagi ei pea tegema	Teed tegevusi, mida päriselt meeldib teha mitte ei kästa	Kui päriselt ei tee mitte midagi, saavad istuda oma nutitelefonis või olla koos parima sõbraga. Kui pole tunde, trenne, kohustusi.
<b>Vaba aja veetmise viisid</b>	Huviringid, trennid, tantsimine, muusika, 4H, noortekeskus, kogukonna töö, perega koos, laagrid	Huviringid, Eesti 4H, noorte volikogu, noortekeskus, õpilasmavalitsus, kogukonnatöö, sotsiaalmeedia, raamatu lugemine, lemmiksarja vaatamine, muusika kuulamine, sõpradega, jalutamine, laagrid, üritused, pereüritused	Meeldivad: kus saab aktiivselt kaasa lüüa, saab ise tegutseda, näeb tulemit, võistlusmoment, võimalus õpitut rakendada. Need tegevused, mis meeldivad teistele noortele, mis on popid. Oma õiguste eest seismine, oma karjääri redeli kujundamine, reisimine, projektides osalemine.
<b>Vaba aja veetmise soovid</b>	Kokkamine, näitering	Tennis, ratsutamine, võrkpall, näitering	Tehnikateemalisi tegevusi rohkem, nõ poiste-tegevusi
<b>Probleemid</b>	Kõik on kaugel	Transport – ajakulu, vahemaad suured, talvel teeolud, peab looma ise võimalusi,	Transport, huviringid ja üritused asuvad kaugel, aja puudus, ülehõivatus, ajaplaneerimise oskamatus, raha puudus, vanemate palgad väikesed,
<b>Unistused</b>	Kohvikuid rohkem teha, laagreid rohkem, et suvi tuleks juba	Hea karjäär, midagi olulist ära teha elus, mille üle uhke olla, vabadus, teha mida naudid, tervis oleks korras, olla iseendaga rahul, poleks muresid, ümber on positiivsed inimesed. Laagreid, lõpetada kool, et saada heasse kooli,	

Allikas: autori koostatud intervjuude põhjal.

Selgus, et Eesti 4H noored on kohalikul tasandil väga ettevõtlikud ja võtavad kogukonna tööst aktiivselt osa. Nii noored, kui juhendajad leidsid, et esiteks on noortel piisavalt võimalusi ettevõtlikkuseks ja teiseks nad kasutavad ka seda aktiivselt. Töö autor toob paralleelid

teoreetikute Jans ja Backer noorte osalemise kolmnurga teoriga (vt tabel 6 lk 34). Juhendajad esitavad esiteks noortele väljakutseid, soodustavad initsiatiivi võtmist ja võimaldavad selleks piisavalt vabadust. Teiseks pakuvad võimekust andes võimaluse välja öelda oma arvamusi ja kolmandaks toetavad seotust läbi osalemise soodustamise, sealjuures vajadusel infot, tuge ja abi pakkudes. Näited üritustest/ettevõtmistest, mis on noorte algatatud ja/või elluviidud: kohaliku noortekeskuse loomine (idee, projekti kirjutamine ja rahastuse saamine, elluviimine), üritus/võistlus - Jüriöö jooks, õppepeenra harimine, noortekohviku pidamine, üritus-kevadine kapituulutus, kirbuturg, taaskasutuse õpitoad, oma ruumi loomine kogukonda, kogukonna ühispidu, loomade varjupaiga külastus, bussipeatuse kordategemine, heakorratööd (riisumine), haigetele lastele helmeste tegemine. Vastustest oli näha, et kasutatud on noorte kaasamise erinevaid vorme nagu informeerimine, konsulteerimine ja osalus

Noored leidsid, et kogukonna aitamine on väga oluline ja nad tunnevad, et nende arvamusest hoolitakse ning küsitakse mõtteid/ideid. Toodi välja, et kogukonna tööd on lihtsam teha maakohas kui linnas. Mitmes kogukonnas on noored attiivsemad, kui täisealised ja seetõttu on hakatud rõhku panema nende kui tulevaste täiskasvanute suunamisele. *Kuna meil täiskasvanud on passiivsed ja kõik vinguvad, et midagi ei toimu aga ise kohal pole, siis suunamegi tähelepanu noortele ja kasvatame neist aktiivsed täiskasvanud.*(PJI)

Juhendajad, juhatuse liikmed ja ekspert leidsid, et teenused ei peaks noortele täitsa tasuta olema kuna see distsiplineerib ja õpetab kohusetunnet ja, et elus pole kõik tasuta, peab ka vaeva nägema. Nad näevad, et noorte taskuraha kulub põhiliselt sellele, mida vanemad koju ei osta ehk maiustused ja kiirtoit. Siit tuleb vastuolu noorte ja juhendajate vastuste vahel. Noored nimelt väitsid, et ostavad aegajalt maiustusi küll, kuid neile on väga oluline ka korralik toit. Iseasi, kuidas mingi sihtgrupp defineerib korralikku toitu. Intervjueeritud noorte taskuraha kasutamine ja ostukäitumine on koondatud tabelisse 14 lk 68. Vanemad on juhendajate hinnangul peamiselt nõus maksma harivate asjade eest ja/või, mis lähevad kokku nende väärtustega. Ehk näiteks, kui pere väärtustab teatriskäiku, siis on ta ka nõus selle eest tasuma. Siiamaani on oldud nõus maksma ka laagrite osavõtutasu eest kuna suvel on koolivaheaeg ja teisi harivaid tegevusi noortele vähem.

**Tabel 14.** Noorte (tasku)raha kasutamine ja ostukäitumine

Vastanud noorte koodnimetus	Igaine taskuraha (eurodes)	Kulud huviringidele (eurodes)	Peamised rahakulu allikad
P(ärnu)1	Kindlat pole, kui küsib, siis saab	Tasuta	Söögi peale, näksimine, nii tervislikud kui mittetervislikud, maiustused
P(ärnu)2	50	Tasuta	
P(ärnu)3	Kindlat pole, kui küsib, siis saab	~50	
P(ärnu)4	30	2	
H(arju)5	5	Tasuta	
H(arju)6	10	Tasuta	
H(arju)7	10	Tasuta	
H(arju)1	30	Tasuta	
H(arju)2	20	100 (tennis)	
H(arju)3	50	30	

Allikas: autori koostatud intervjuude põhjal.

Peale intervjuude läbiviimist kasutas autor persoona meetodit noorte probleemide, soovide ja ootuste esindamiseks, mis aitab määratleda teenuse tüüpklendi vajadusi ja soove. Töö autor mõtles persoonasid luues intervjuude käigus kohatud noortele. Ühest küljest võib noored ära grupeerida vanuse alusel, sest nagu peatükis 1.1. on seletatud, mõjutavad erinevas vanuses noori erinevad psühholoogilised, füsioloogilised ja sotsiaalsed tegurid. Teisest küljest oli intervjuueeritavate puhul näha, kuidas noori, nende motivatsiooni ja käitumist mõjutavad erinevad võetud rollid grupis nagu juht, järgija, kloun, pahanduste tegija ja rahutegija. Selgelt eristusid kahte tüüpi noored, ühed kes on liidriomadustega ja teised, kes on pigem järgijad. Kokku iseloomustati nelja erinevat persoonat (vt lisa 10), kes iseloomustavad nelja tüüpklenti. Kahe persoona aluseks olid Harjumaal intervjuueeritud noored kahe teise aluseks Pärnumaal intervjuueeritud noored. Mõlema piirkonnasiseselt on persoonad jagatud oma rolli järgi grupis. Kokkulangevusena täitsid kaks noorem järgija rolli ning kaks vanemasse vanusegruppi kuuluvat juhi rolli. Personade vanus, nimi ja kirjeldus ei kattu otseselt uuringus osalenud noorte omadega, kuid kirjeldused on sarnased.

Saamaks persoonade meetodi põhjal loodud tüüpklendi profiilidest terviklikumat pilti, võtab töö autor täiendava analüüsimise alla tüüpklendi profiilid Berta ja Jane. Lisainfo andmiseks ja tüüpklentide suhtumisest organisatsiooni ja selle teenustesse loodi neile empaatiakaardid (vt lisa 11). Personade empaatiakaartide koostamine oli ka sisendiks teenuse plaani kirjeldamiseks. Mõlemad nii Berta kui Jane on positiivse ellusuhtumisega, heade õpitemustega, sõbralikud noored inimesed, kes võtavad osa ka Eesti 4H tööst. On näha, et nende otsuseid ja tegevusi mõjutavad paljuski perekondlik olukord ja vanemate

tõekspidamised, soovid, nõudmised. Näiteks tuleb Berta kodust, kus vanemad on aktiivse eluviisiga ja pidevalt tööga hõivatud. Berta on väljaspool kodu matkinud vanemate käitumist: ülimalt aktiivne, organiseeriv, juhi omadustega noor, kes näeb, et selleks et elus edasi jõuda on vaja erinevaid kogemusi nii formaalsest kui mitteformaalsest haridusest. Ta tuleb keskmisest suurema sissetulekuga perest. Ta on harjunud saama rohkem taskuraha ja tema ostukäitumine on julgem ja ekslusiivsem. Jane vanemad on oma lapse jaoks kogu aeg olemas, aga on sisendanud temasse mõttelaadi, et lapse väärtus võrdub tema õpitulemustega. Selleks, et elus edasi jõuda on vaja õppida ja saada parimaid tulemusi. On näha, et Jane on suurtest nõudmistest ja ootustest vaimselt väsinud, mis on vähendanud tema osalemist koolivälistes tegevustes. Tema taskuraha suurus on väiksem ja ostukäitumine tagasihoidlikum ja konservatiivsem. Töö autorina leian, et mõlema klienditüübi puhul oleks vajalik personaalne lähenemine ja teenus. Berta vajab väljakutseid, mille poole püüelda, aktiivsust ja Jane enesekindlust ning esialgset kaaslase tuge ja julgustust osalemiseks. Lisaks peavad noort ümbritsevad erinevad võrgustikud omavahel suhtlema ja tegema koostööd.

Määratlemise etapi viimase faasina kaardistas töö autor klienditeekonna ja puutepunktid (vt lisa 12). Välja on toodud Eesti 4H liitumise, tegevustes osalemise etapid ja etappide lõikes kliendi vajadused, tegevused, ootused ja puutepunktid. Koostatud klienditeekonna põhjal saab järeldada, et noorteühingu teenuste pakkumisel on oluline hea maine ja info kiire leidmine internetist ja sotsiaalmeediast. Noorte jaoks on oluline, et ka sõbrad seal käiksid, info liigub kõige paremini noortelt noortele. Vähem tähtsam ei ole sõbralike ja kaasavate noorsootöötajate/klubijuhendajate olemasolu. Organisatsioonisisene info levik peab olema asjakohane ning toimuma peab koostöö lapsevanematega. Kuna tegemist on põhiliselt maanoortele suunatud tegevustega on oluline jälgida ürituste kaugust ning sinna saamise ja tulemise transpordi võimalusi. Lisaks on oluline järeltegevused, sest see on see, mis kutsub noort tagasi ja olema ühekordse kliendi asemel pikaajaline ja korduvklient. Järgnevalt toob töö autor välja tegevusuuringu arendamise ja elluviimise etappide meetodid, valimid ja ajaperioodid. Need on kirjas tabelis 15 (vt lk 70).





**Tabel 16.** Ettepanekud ja ideed teenuste arendamiseks ja/või loomiseks

<b>Olemasolevate teenuste parendamise/muutmise ideed</b>						
Lasteala sisustamise teenusepaketi edasiarendamine. Näiteks lastekaitsepäevadel, festivalidel jne.	Lastehoiu teenuse edasiarendamine – näiteks lisada beebide mähkimine, toitmise,	Õppeprogrammi „Maal on vahva“ edasiarendamine. Näiteks uue alateema lisamine.	Dj teenuse edasiarendus – ürituse sisustamise teenus – õhtu- ja mängujuht, näomaa-lingud.	Noorte kohviku pidamise edasiarendamine.	Kontori ruumi ja/või vahendite rent. Näiteks koolitused, päevakontor, majutus.	Eesti 4H toodete müük. Sümbollika müük. Uued tooted.
<b>Uute loodavate teenuste ideed</b>						
Juhendajate poolt läbiviidavad koolitused. Näiteks noorte kaasamine, meisterdamistehnikad jne.	Noorte poolt tehtavate tööde vahendamine. Näiteks muru niitmine.	Lemmikloomade (kasside ja koerte) hoid noorte poolt. Ühing on vahendaja.	Koostöö taludega – noorte talus töötamine vahendamine	Uute õppeprogrammide loomine ja koolidele/ettevõtetele pakkumine. Näiteks seiklusmatk looduses.	Laste poolt valmistatud toodete müügi ja turunduse vahendamine	Noorte ja vanematevaheline korraldatud transporditeenus, kas app-na või sotsiaalmeedias.
<b>4H organisatsioonide poolt pakutavad teenused teistes riikides</b>						
Läti	Soome	Taani	Rootsi/Norra		USA/Kanada	
Noored kasvatavad peenardel kõõgivilju, mida poekett müüb. Osa tulust noortele.	Ühing vahendab noorte töötamist (näiteks haljastus, koristamine)	Noorte kokakool õppeprogrammina. Lemmikloomade hoiu vahendamine.	4H õppefarmid. Kasvatatakse loomi. Õppeprogrammid, õppeturism.		Konverentsikeskuse rent, 4H pood – logoga tooted. Annetuste ja sponsorluse suur osakaal. Endised liikmed toetavad	

Allikas: autori koostatud.

Töö autor koondas kõik olemasolevate ideede arendused ja uute ideede mõtted post-it märkmepaberitele. Et kaasata paremini teenuse valiku protsessi liikmeid ja juhtkonda, viidi organisatsiooni volinike koosolekul 16 voliniku ja ühe rahvusvahelise katuseorganisatsiooni esindaja poolt läbi ideede prioriteetiseerimine. Selleks kasutati skaalat, kus ühes otsas on teostatavus ja teises teenuse kasumlikkus (vt lisa 13). Kõik osalejad said võimaluse hinnata kõiki teenuseid vastavalt neile kahele kriteeriumile. Töö autor välistas kohe teenused, mis sattusid kõige enam lahtritesse madal kasumlikkus/raske teostatavus ja madal kasumlikkus/kerge teostatavus. Eesmärk on tasuliste teenuste arendamine ja seega kasumlikkus on oluline omadus loodavate teenuste puhul. Oli teenuseid, mis sattusid kõikidesse lahtritesse (näiteks juhendajate poolt korraldatavad koolitused), mis näitab, et nii palju kui on osalejaid on

ka erinevaid arvamusi, isegi ühe organisatsiooni sees. Kõige suurema potentsiaalivõimalusega on lahter, mida iseloomustab kõrge kasumlikkus ja kerge teostatavus. Järgnevad teenused hinnati osalejate poolt enim eelmainitud lahtrisse:

- Eesti 4H kontoriruumi ja vahendite rent;
- dj teenuse edasiarendamine tervilikuks ürituse sisustamiseks;
- lasteala sisustamise teenusepaketi edasiarendamine;
- lemmikloomahoiu teenus;
- Eesti 4H toodete müük.

Lisaks märgib töö autor ära ka noortekohviku pidamise teenuse, mida hinnati küll väga kasumlikuks, aga raskesti teostatavaks erinevate riigipoolsete nõuete ja reeglite tõttu (näiteks toitlustusnõuded). Töö autor leiab, et Eesti 4H kontoriruumi, vahendite ja toodete müük ning sealjuures nende põhjalikum turustamine on kergesti teostatavad ning need on teenused, millega organisatsioon peaks kindlasti tegelema, aga need ei vaja praegusel juhul teenuse plaanide koostamist. DJ-teenuse edasiarendamisel tervilikuks ürituse sisustamise teenuseks ja lasteala sisustamise teenusel on palju sarnaseid jooni ja kattuvusi. Mõlemad tegelevad üritusturundusega ja kompaktsel ürituse teenuse kontseptsiooni loomisega. Neid teenuseid saab töö autori arvates ühendada ja arendada koos. Lemmikloomade hoiu teenuse kasuks räägib asjaolu, et Taanis on antud teenus juba aastaid edukalt toimunud. Lisaks on ühiskonna trendidest näha, et inimesed on tänapäeval üha liikuvamad ja seetõttu on tõenäosus, et huvi antud teenuse vastu tulevikus kasvab, suurem. Autoripoolse analüüsi tulemusena jääb viiest kõige kergemini teostatavast ja suurema kasumlikkusega teenusest alles lasteürituste sisustamise teenus (sealhulgas dj-teenus), mille analüüsimist jätkatakse. Lemmikloomade hoiu teenus on küll atraktiivne ja tekitab organisatsiooni liikmete seas suurt huvi, kuid vajab pikemat uurimist ja analüüsi. Antud teenuse puhul ei oleks noor mitte lõpptarbija vaid teenuse osutaja läbi organisatsiooni.

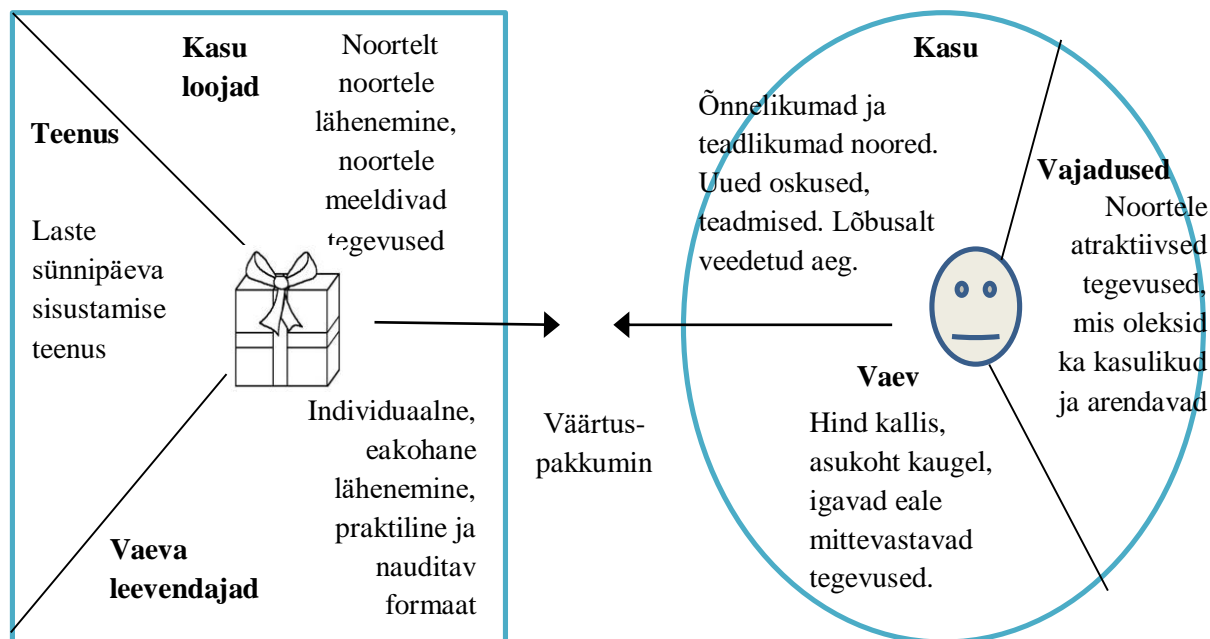
Lasteürituse sisustamise teenus on mõeldud kahele sihtgrupile. Selle tegevuste klientideks saavad olla otse noored erinevatel üritustel (näiteks näomaalingu teenuse ostmine üritusel) või teenuse tellijad ehk ürituse korraldajad (näiteks festivali korraldajad, Kohaliku Omavalitsuse noorsootöötaja, lapsevanem erapeol), mille puhul lõpptarbijaks on ikkagi noored. Kuna antud töö aeg ja maht seab teatud piirid kõikide kliendigruppide uurimiseks, keskendutakse järgnevalt ühele kliendigrupile – lapsevanematele ja nende poolt lapse sünnipäeva korraldamise teenuse tellimisele. Selleks koostas töö autor lapsevanema kui tüüpkliendi klienditeekonna (vt lisa 14).

Antud alapeatükis kasutati noorteühingu tasulise teenusekontseptsiooni loomiseks erinevaid meetodeid, mille valikul lähtuti nelja-etapilisest topelt-teemanti teenusedisaini protsessist. Avastamise etapis saadi sisend intervjuudest, fookusgrupiintervjuudest, dokumendianalüüsist ja teistel andmetel põhinevatest uuringutest. Määratlemise etapis analüüsiti neid ja sünteesiti meetodite kaudu nagu afiinsusdiagramm, persoonad, empaatiakaardid ja klienditeekond. Viimasena kasutati arendamise etapis ideede genereerimiseks ajurünnakut, sõnapilve ja võrdlusuuringut. Seejärel prioritseeriti ideed ja koostati uus klienditeekond. Disainiprotsessi tulemusena leiti, et edasi arendamist väärib laste sünnipäevade sisustamise teenus.

### **2.3. Uuringu järeldused ja Noorteühing Eesti 4H tasuliste teenuste kontseptsioon**

Alapeatükis 2.2. leiti erinevate meetodite ja analüüsi tulemusena, et edasi arendatakse laste sünnipäevade sisustamise teenust. Antud peatükis viiakse teenuse arendamiseks läbi teenusedisaini protsessi viimane, elluviimise etapp.

Arendamise etapis selgus, et Eesti 4H peamine klient on küll noor, aga noor võib läbi Eesti 4H olla samal ajal nii teenuse saaja kui ka osutaja. Näiteks laste sünnipäevade sisustamise teenuse puhul saavad tegevusi läbi viia nii täiskasvanud juhendajad kui ka noored ise teistele noortele. Sellisel juhul läbib Eesti 4H noor vastavad koolitused (näiteks mängujuhtimine) ja ettevalmistuse ning seejärel toimub noortelt noortele meetod, kus ühingu noored koolitatakse välja, et koos juhendajatega pakkuda laste sünnipäevadel tegevusi. Ühingu kompetents ja noorte koolitamine annavad võimaluse pakkuda väga erinevaid tegevusi. Liita arendavad ja õpetlikud tegevused lõbusatega. Näiteks erinevad maaelu teemalised arendavad tegevused (tulenevad organisatsiooni valdkonnast) nagu teraviljade/seemnete äraarvamine ja või tegemise võistlus meelelahutuslike tegevustega nagu mängujuhtimine, näomaalingute ja õhupalliloomade tegemine. Et luua klientidele paremat väärtust koostas töö autor teenusele väärtuspakkumise (vt joonis 14 lk 75).



**Joonis 14.** Laste sünnipäeva sisustamise teenuse väärtuspakkumine kliendile (autori koostatud Osterwalder et al., 2014 põhjal )

Väärtuspakkumise loomisel võeti arvesse klientide vajadusi, peamisi murekohti ning lahendusest saadavat kasu. Teenuse väärtuse puhul tuleb esmalt välja arendada ja kokku leppida teenuse olemus ja komponendid. Teenuse kasumlikkuse ja efektiivsuse tõstmiseks peab juhtkond sellega süsteemselt tegelema, lähenema individuaalselt, koolitama noori ja kaasama töötajaid. Alapeatükis 1.1. välja toodud laste arenguteooriate põhjal võib öelda, et erinevas vanuseastmes on noortel erinevad soovid ja vajadused. Samuti on üks antud teenuse vaevadest ja muredest, et pakutavad tegevused ei vasta noorte eale. Seetõttu leiab töö autor, et oluline on välja töötada paketid erinevatele eagruppidele. Analüüsid organisatsiooni kompetentsi ja võimalusi ning erinevaid laste arenguteooriaid toob töö autor välja kaks programmi kahele erinevale eagrurile:

- sünnipäeva programm „Maal on vahva“ – mõeldud nooremale eale, sisaldab arendavaid ja mängulisi tegevusi. (Interaktiivne) lehmalüpsmine (tahvelarvutiga või maketiga), äraarvamismängud (teraviljade ja seemnete äratundmine, kotikaalu äraarvamine, põllutöömashinate äraarvamine), meisterdamine, kepp-hobuste võistlus, lasso visked, või tegemine, kalapüüdmismäng, õhupalliloomade meisterdamine. Programm sisaldab mängujuhte. Hind – 35 euri tund;

- sünnipäevaprogramm „Meeleolukas pidu sinu teismelisele“ – dj-teenus, valgus-show, õhtujuht, mängud. Programm sisaldab mängujuhte. Hind - 50 euri tund;
- lisateenused – näomaalingute tegemine.

Laste sünnipäevade sisustamise teenust pakuvad üle Eesti erinevad teenusepakkujad, kes jagunevad mängukeskusteks ja tegevuste pakkujateks. Mängukeskused ja/või mängumaad pakuvad teenuseid kindla asukohaga ruumis või maa-alal. Tegevuste pakkujad jagunevad tegelasteks/karakteriteks (näiteks Pipi), vahendite rentijateks (näiteks mullipall) või tegevuste läbiviijateks (näiteks Mustkunstnik, mängujuht). Pakutakse ka kombineeritud variante ehk erinevaid pakette. Järgnevalt on ära toodud mõned hindade võrdlused Pärnu linna näitel. Mängukeskuse keskmine tunnihind Pärnu linnas on vahemikus 40-60 eurot (näiteks Laserpark, Musoonik, Liikluslinnak). Sõltub, kas pidu peetakse nädalasisesel päeval (odavam) või nädalavahetusel (kallim). Pipi (näiteks Janne Ristimets) -tegelase tellimine 100 euri tund. Suuremates linnades ja nende lähiümbruses on enamasti hinnad veidi kallimad ning maakohtades veidi odavamad. Näiteks pakub Tartu ümbruses erinevaid laste sünnipäeva pakette Ferialia OÜ. Nende hinnakirja järgi on mängujuhi teenus 45 euri tund ja vanemate laste pidude hinnad algavad 90 euri tund. Eesti Loodusmuuseumi sünnipäeva pakett „Magus metsalooma sünnipäev“ (kestus 2 tundi) maksab 170 euri ja pakett „Nutikas aardejaht linnalooduses“ (kestus 2 tundi) maksab 160 euri. Eesti 4H teenuste hinnakirja koostamisel peab arvestama, et teenuseid osutavad noored koos juhendajatega ja teenuseid pakkuma asudes sisenetakse turule, kus on palju erinevaid teenusepakkujaid. Töö autori arvates on kasulik pigem alguses pakkuda veidi odavamat hinda, kasvatada kliendibaasi, teha reklaami ja koguda positiivset tagasisidet. Olles turul mõnda aeg edukalt tegutsenud võib hinnad uuesti üle vaadata.

Eelnevalt väljatoodud programmide ja hinnakalkulatsioonide põhjal koostati järgnevalt teenuse prototüüp teenuse plakati näol (vt lisa 15). Teenuse prototüüpi testiti ja näidati kuuete lapsevanemale interneti vahendusel. Neilt küsiti kolm küsimust: kas telliksid antud teenust ja miks/miks mitte; kas teenuse hind on sinu jaoks madal, paras või kõrge; kas soovitaksid antud teenust sõbrale. Vastanud lapsevanemate vastused on koondatud tabelisse 17 (vt lk 77). Kõik vastajad olid emad ja pärit Eesti erinevatest kohtadest, nii linnast kui maalt.

**Tabel 17.** Laste sünnipäeva programmide prototüübi testimise tulemused

Lapse vanema nr.	Laste arv ja vanus(ed)	Sünnipäeva programm „Meeleolukas pidu sinu teismelisele“	Sünnipäeva programm „Maal on vahva“
1	2 last - 1a. ja 3,5a.	Pigem ei, kuna pole kursis, mida teismeline täna tahab, hind paras, ei soovitaks	Tundub huvitav, hind paras, näo maalingud seal juures on kindel hitt, soovitaks
2	3 last – 2,5,a., 5a., 8a.	Jah, hind odav, võiks olla isegi 70 euri, kindlasti soovitaks	Jah, hind väga odav, soovitaks
3	3 last - 2a., 11a., 15a.	Teismelisega keerulisem, arvan, et minu poisid tahaks oma sõpradega muud teha. Ei, hind kallis, ei soovitaks. Huvitaks, kui programm sisaldaks dj teenust.	Jah, hind paras, tegevused mitmekesised ja lõbusad, soovitaks
4	1 laps – 8a.	Jah, hind paras, soovitaks	Jah, hind paras, soovitaks
5	3 last - 8a., 11a., 16a.	Minu lapsed seda ei sooviks, kuna pole teema vastu huvi. Hind on suhteliselt paras kuigi pigem kallivõitu. Kõik sõltub, kui põnevaks see aeg sisustatakse. Teismelised ei ole väga julged tantsijad. Pigem ei soovitaks.	Kui on uudne lahendus väiksemate laste sünnipäeva sisustamiseks, siis jah. Hind on sobiv. Soovitaks.
6	4 last – 1,5a., 3a., 6a., 8a.	Jah, tundub lahe. Kui tegevused, mis välja toodud hinna sees, siis hind paras. Kõrgemat ei maksaks. Soovitaks	Jah, tundub õpetlik. Kui tegevused, mis välja toodud hinna sees, siis hind paras. Kõrgemat ei maksaks. Soovitaks

Autori koostatud küsitletud lapsevanemate vastuste põhjal.

Selgus, et pigem ollakse valmis tellima väiksematele lastele mõeldud programmi. Hind oli kõigi arvates paras ja kõik soovitaksid seda edasi. Lapsevanemaid huvitasid põnevad, arendavad ja konkurentidest erinevad tegevused. Oluline on uudsus, õpetliku ja lõbusa sidumine ning laste aja sisustamine nii, et neil igav ei oleks. Toodi välja, et kuna teenus nõuab tellijalt ruume, siis on antud programm pigem suunatud eramajade omanikele. Teismelistele suunatud programmi koha pealt oldi skeptilisemad. Toodi välja ühe vastaja poolt, et paljud teismelised ei soovi korraldatud pidusid, vaid tahavad ise sõpradega aega veeta ja teise vastaja poolt, et teismelised ei ole suuremad tantsijad vaid vajaksid suunatud tegevusi peol (mänge). Huvitava tagasisidena tundi huvi hoopis dj koolituse teenuse osas.

Laste sünnipäeva sisustamise teenuse ärimudel loodi Roolaiu ja Lillemetsa (2012) sotsiaalse ettevõtte ärimudeli lõuendile, mis tugineb omakorda Osterwalderi ja Pigneuri (2010) ärimudeli lõuendile. Järgnevalt on ära toodud laste sünnipäeva sisustamise teenuse ärimudel (vt tabel 18 lk 78).

**Tabel 18.** Laste sünnipäeva sisustamise teenuse ärimudel

<b>SUHTED PARTNERI TEGA</b> Avalike ürituste ja messide/festivalide korraldajad, noortekeskused, lasteaiad, talud, mänguasjade tootjad	<b>VÕTME NÄITAJAD</b> Vajadustest lähtuvalt individuaalse teenusepaketi moodustamine, korduv klientide arv, klientide soovitusel, käibe kasv, koostööpartnerite kasv.	<b>VÄÄRTUS-PAKKUMINE</b> Pakume noortele meelelahutuslikke, õpetlikke sünnipäevi, mis toimuvad noortelt noortele meetodil. Läbi eakohase lähenemise ja aktiivse kaasamise pakume praktilisi ja lõbusaid tegevusi.	<b>SUHTED SIHTRÜHMAGA</b> Lapsevanemad ootavad noorte arendavat vaba aja sisustamist ja teenuse kvaliteetset osutamist. Lõpptarbija ehk noor ootab pigem meelelahutust, sõpradega koos aja veetmist, lõbusaid tegevusi.	<b>KLIENT</b> Teenuse klient on Eesti 4H piirkondade s elavad lapsevanemad, kelle puhul lõpptarbija d on noored.
	<b>VÕTME-RESSURSID</b> Koostööpartnerid, koolitatud läbiviijad, läbimõeldud/eakohased/meelelahutuslikud /arendavad õppemeetodid		<b>KANALID EHK TEE SIHTRÜHMADENI</b> Koduleht, sotsiaalmeedia kanalid (facebook, instagramm), koostööpartnerite infokanalid, Eesti 4H liikmed kui reklaamijad (sõbralt sõbrale), avalikud üritused (infopäevad, noorteüritused, messid) meiliturundus, artiklid.	
<b>KULUDE STRUKTUUR</b> Teenuse arendus - läbiviijate koolitamine, meetodite arendamine, trükised, töövahendid (näiteks näomaalinguvärvid), tehnika (näiteks kõlarid), meeskonna ühine riietus,			<b>TULUALLIKAS</b> Teenuse tellija (lapsevanem) maksab teenuse paketi eest	

Allikas: autori koostatud Roolaid ja Lillemets, 2012 põhjal.

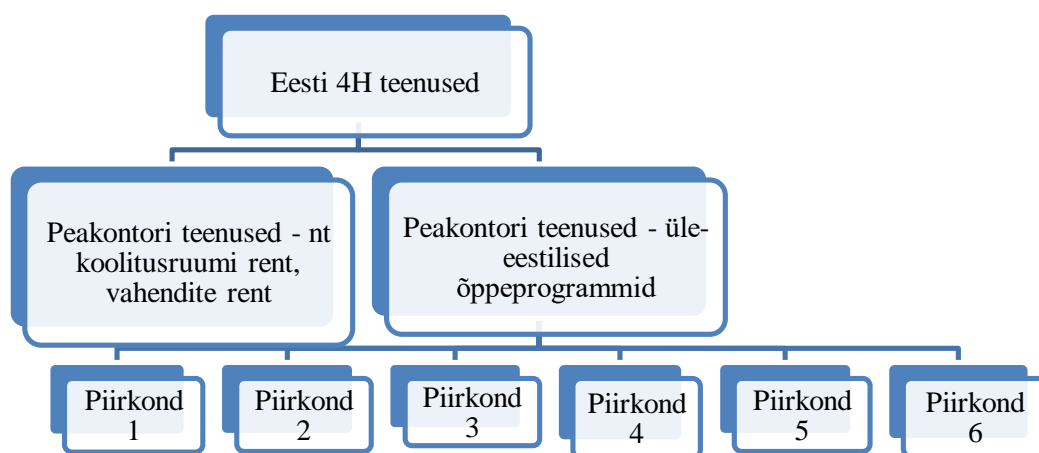
Antud teenuse osutamiseks oleks vaja teha erinevaid eeltöid. Esiteks on oluline moodustada meeskond, et ühiselt panna paika erinevad võimalikud teenuse komponendid ja sellest tulenevalt vajalikud noorte koolitamise teemad. Jagada ülesanded meeskonna liikmete vahel. Seejärel teha organisatsioonisiselt ja koostööpartnerite kaudu reklaami, et kutsuda huvitatud noored erinevatest piirkondadest kokku. Toimuvad noorte koolitused erinevatel teemadel nagu näiteks mängujuhtimine, õhtujuhtimine, näomaalingud, dj teenus, arendavad õppemängud jne. Teenuse osutamiseks pannakse paika turundusstrateegia ja jaotatakse ülesanded. Teenuse pakkumisega võivad kaasneda erinevad riskid. Võimalikud esile kerkida võivad riskid ja nende maandamise tegevused on koondatud tabelisse 19 (vt lk 79).

**Tabel 19.** Peamised teenuse pakkumisega seotud riskid

<b>Risk</b>	<b>Riski maandamine</b>
Eesti 4H-s pole piisavalt inimressurssi teenuse jätkusuutlikuks osutamiseks	Olemasolevate vabatahtlike koolitamine, pidev uute vabatahtlike leidmine ja koolitamine
Noorte kui tegevuste läbiviijate lahkumine kodukohast	Olemasolevate noorte motiveerimine, pidev uute pealekasvavate noorte koolitamine ja kaasamine
Teenused on kliendile liiga kallid	Pakkuda klientidele erineva hinnaga teenuseid vastavalt teenuse mahule
Konkurendid pakuvad kvaliteetsemaid ja/või odavamaid teenuseid	Teenuse turundamine, koostööpartnerite (näiteks talud, mänguasjade tootjad) kaasamine

Allikas: autori koostatud.

Järgnevalt toob töö autor välja mõned ettepanekud ja soovitused. Peale peatükis 2.2. erinevate teenuste arendamise ideede analüüsimist leidis töö autor neid organisatsiooni struktuuri seisukohast tervikuna vaadeldes, et organisatsiooni poolt pakutavad teenused on võimalik jagada kahte suuremasse kategooriasse (vt joonis 15 lk 79). Esiteks on peakontori poolt osutatavad teenused ehk üle-eestilised ja teiseks piirkondade poolt osutatavad teenused. Arvestades ühingu struktuuri, millest oli juttu peatükis 2.1. on piirkondadel palju tegutsemisvabadust. Piirkond paneb iga aastast paika oma tegevuskava vastavalt oma piirkonna liikmete soovidele ja arvestades Eesti 4H põhimõtteid, väärtusi ja suurüritusi. Piirkonnad on väga eriomelised ja võivad sõltuda erinevatest faktoritest nagu näiteks kohaliku kooli lähedus/kaugus, perede sissetulekud, noorte huvid, kohalik kogukond, loodus, kohaliku omavalitsuse toetus ja suhtumine, kohalike ettevõtjate toetus jne. Seega leiab töö autor, et kõigile piirkondadele ainult ühtseid teenuseid nõ peale suruda ei saa. Soov ja tahe neid teenuseid ellu viia peab tulema kohalikel noortel ja/või juhendajatelt.



**Joonis 15.** Eesti 4H poolt osutatavate teenuste struktuur (koostatud autori poolt).

Järgnevalt toob töö autor välja mõned tähelepanekud organisatsiooni tegevuste parendamiseks. Ettepanekute koostamisel on magistritöös arvestatud teoreetilise taustaga ja tegevusuuringu tulemustega ning selle käigus antud hinnangutega.

- kaasata ühingu tegevusse rohkem meessoost klubijuhendajaid, mis aitab rohkem poistes huvi tekitada ühingu tegevuste vastu;
- kasutada suuremal määral olemasolevate klubijuhendajate teadmisi ja oskusi koolitajatena nii täiskasvanutele kui noortele;
- koolitada klubi juhendajaid järjepidevalt kuna nemad puutuvad noortega otseselt kokku, nendest sõltub otseselt kaasamise ja noorte ühingu juures hoidmise kvaliteet;
- kaasta ühingu töösse suuremal määral 18+ noori ja arendada välja neile teenustepakett;
- kutsuda noorteühingu juurde tagasi endisi liikmeid nõuandjatena, mentoritena;
- korraldada enam üritusi vastavalt erinevatele eagruppidele;
- soodustada maapiirkonnas suuremat lastevanemate koostööd transpordi ühildamisel, kus üks lapsevanem veab oma autoga mitut last huviringidesse ja/või üritustele. Kiireks infovahetuseks võimalik kasutada sotsiaalmeediat;
- pakkuda noortele ajaplaneerimise koolitusi.

Väljapakutud teenuste struktuurist tulenevalt soovib töö autor organisatsioonile erinevate teenuste kompaktset lähenemist. Ehk mitte piirduda ühe teenuse arendamisega, vaid mõelda ka teiste võimalike variantide peale. Kaks teenust, mis olid liikmete ja juhtkonna hinnangul veel kõrge kasumlikkusega ja kerge teostatavusega olid ühingu kontori ruumide ja vahendite rent ja lemmiklooma hoiu teenus. Töö autor soovib alustada antud teenuste osutamise võimalikkuse ja kulukuse uurimist. Eesti 4H kontoriruumide ja vahendite rendi jaoks oleks esmajärjekorras vajalik investeerida kontori köögi remonti ja kaasaegsema esitlustehnika soetamisse. Samas võimaldaks tehtud investeering tulevikus ruume välja rentida, kas seminarideks, töötubadeks, koolitusteks, päevakontoriteks või isegi majutuseks suveperioodil kuna kontori asukoht on kesklinnale lähedal ja kontoris on olemas pesemisvõimalused. Vajalik on paika panna läbimõeldud turundusmeetodid ja läbi hinnakalkulatsiooni teenuste hinnakiri.

Teise teenusena soovib töö autor uurida põhjalikumalt lemmiklooma hoiu teenuse kasutamise tingimusi ja võimalusi. Kindlasti uurida põhjalikumalt Taani 4H lemmikloomahoiu teenuse läbiviimist ja viia end kurssi alaealiste töötamise ja tööde tegemise tingimuste ja seadustega. Antud teenuse arendamisel on oluline läbi viia ka põhjalik kliendiuuring, kuna antud teenust hakkaksid suure tõenäosusega tellima täiskasvanud inimesed.

Läbiviidud laste sünnipäeva sisustamise teenuse testimine näitas, et huvi antud teenuse vastu on. Oluline on läbi mõelda pakutavad tegevused, ümber disainida, veelkord testida ja alles seejärel ellu viia. Vajalik on koostada põhjalik finantsanalüüs ja turundusplaan. Teismelistele suunatud programmi puhul võiks kaaluda mõtet, kas kujundada ümber olemasolev hoopis dj-teemalise koolituse programmiks või koostada selleks täiesti eraldi programm. Töö autor soovib väiksematele mõeldud programmi puhul pakkuda koostöövõimalusi erinevatele taludele ja või mänguasjapoodidele erinevate toodete reklaamiks või müügiks.

## KOKKUVÕTE

MTÜ Noorteühing Eesti 4H eesmärk on olla stabiilne ja jätkusuutlik organisatsioon ning sõltuda majanduslikult vähem toetustest ja projektifondide rahastamisest. Antud magistritöö teema valiku otsustas praegune majanduslik ja sotsiaalne olukord ühiskonnas, mis näitab, et tulevikus avaliku sektori toetused vähenevad ja kodanikuühendustevaheline konkurents suureneb. Sellest tulenevalt püstitati ka magistritöö uurimisküsimused ja eesmärk, mis said uuringule tuginedes ja sealt välja kasvanud ettepanekutele ka täidetud.

Magistritöö teoreetilises osas oli vaatluse all noorte kliendikäitumise spetsiifika ja seda mõjutavad tegurid, erinevate arengupsühholoogide vaatenurgad noorte defineerimisel. Noortele pakutavate teenuste arendamisel tuleb mõista noorte kui kliendigrupi käitumise eripärasid. Selgus, et inimesed kui ühiskonna liikmed on üksteisest väga mõjutatud ja erinevatel eluetappidel hakkavad neid muutma uued sotsialiseerumise agendid ja tegurid. Eriti suurt rolli mängivad sotsialiseerumisel lapsepõlve aastad, sest siis on inimene kõige vastuvõtlikum, kuid kriitilise mõtlemisega ja enda hirmudest vabanemisega võib täiskasvanu lapsepõlve mõjutustest vabaneda. Selgus, et noori ümbritsevad erinevad võrgustikud, kus esmasteks mõjutajateks on lähim sotsiaalvõrgustik ehk pere, seejärel eakaaslased. Oluline on noorte puhul arvestada ealiste iseärasustega, nii individuaalsete kui praktiliste teguritega, vaadata neid oma keskkonnas ning kaasata noortega töösse ka noorte lähimad sotsiaalvõrgustiku liikmed.

Uuriti allikaid, kus tuuakse välja noorsootöö kui mitteformaalse hariduse osutamise teoreetilised lähtekohad. Leiti, et oluline on tegeleda lõimitud noortepoliitikaga, tegevused peavad olema läbimõeldud ja õpitulemused sõnastatud. Võrreldi noorteühingute tööd sotsiaalsete ettevõtetega ja leiti, et neil on palju sarnasusi ja võib öelda, et suurem osa noorteühinguid tegelevad sotsiaalse ettevõtlusega. Nad üritavad oma töös leida tasakaalu majandusliku ja sotsiaalse heaolu ning innovatsiooni vahel. Oluline märksõna noortega töötamisel on kaasamine ja aktiivne osalus. Need on suureks mõjutajaks, kas ja kui palju see sama noor osaleb ühiskonna ja kogukonna elus täiskasvanuna.

Noorteühing Eesti 4H teenuste arendamiseks analüüsiti erinevaid teenusedisaini protsesse ja meetodeid ning nende osutamise võimalusi tulenevalt noorsootöö valdkonnast. Selgus, et teenusedisaini etappide arv võib mudelite lõikes varieeruda, ent sisult kordavad nad paljuski üksteist. Töö autor kasutas antud töös Design Councili poolt loodud neljaetapilist mudelit, sest autori meelest andis see parima ja süsteemsema võimaluse uurida noorteühingu tasuliste teenuste arendamise võimalusi.

Magistritöö empiirilises osas anti ülevaade noorsootöö hetkeolukorrast Eestis ja Noorteühing Eesti 4H olemusest, tegevustest, liikmetest ja majanduslikest näitajatest. Eesti 4H on organisatsioonina viimastel aastatel tegutsenud suhteliselt stabiilselt nii liikmelisuse kui ka tulude/kulude poole pealt. Väiksemaid muudatusi on toonud liikmete tõusu kohalt teavituskampaania läbiviimine ning finantspoole pealt kinnisvara soetamine ja rahvusvahelise konverentsi korraldamine mõned aastad tagasi. Eesti 4H positiivseks omaduseks on suur liikmete ja vabatahtlike arv, pikaajalised kogemused noorsootöö valdkonnas ja kuue piirkonna olemasolu.

Tasuliste teenuste arendamiseks viidi läbi kvalitatiivne uuring Eesti 4H liikmete, juhendajate, juhataste liikmete ja ekspertide seas. Kasutati topelt-teemanti neljaetapilist teenusedisaini protsessi. Avastamise etapis saadi sisend intervjuudest, fookusgruupiintervjuudest, dokumendianalüüsist ja teistel andmetel põhinevatest uuringutest. Määratlemise etapis analüüsiti saadud infot läbi afiinsusdiagrammi ja uuringu seinameetodite. Selleks, et saada paremat ülevaadet sihtrühmadest ja klientidest, kasutas töö autor meetodeid nagu personaal, empaatiakaardid ning klienditeekond ja puutepunktid. Arendamise etapis kasutas autor ideede paremaks loomiseks ja visuaalse pildi andmiseks sõnapilvi, kuhu koondas nii individuaalsetest kui fookusgruupiintervjuudest saadud vastused noorte muredest ja probleemidest ning rõõmudest ja unistustest. Ideede genereerimiseks ja koondamiseks kasutati veel ajurünnakut ja võrdlusuuringut. Seejärel prioritseeriti ideed ja koostati uus klienditeekond. Disainiprotsessi tulemusena leiti, et edasi arendamist väärib laste sünnipäevade sisustamise teenus. Antud teenuse kohta koostati elluviimise etapis kaks erinevale eagrupile mõeldud programmi ja prototüüp teenust reklaamiva plakati näol. Seda testiti kuue lapsevanema peal. Saadud tagasiside ja teenuse väärtuspakkumise põhjal koostati teenuse plaan.

Uuringu tulemustest lähtuvalt tegi autor teenuste arendamiseks omapoolsed ettepanekud. Üks olulisemaid ettepanekuid oli Eesti 4H teenuste kategoriseerimine kahte suuremasse kategooriasse: üle-eestilised ja piirkondlikud. Teine ettepanekute grupp oli mõeldud laste

sünnipäevade sisustamise teenuse osutamise alustamiseks: alustada eeltöödega, moodustada meeskond, panna paika erinevad võimalikud teenuse komponendid, testida täiendatud teenust veelkord, panna paika noorte koolitamise teemad, jagada ülesanded meeskonna liikmete vahel, koostada turundusstrateegia ja viia läbi turuanalüüs. Lisaks soovitab töö autor mitte piirduda ühe teenuse arendamisega. Kaks teenust, mis olid liikmete ja juhtkonna hinnangul veel kõrge kasumlikkusega ja kerge teostatavusega olid ühingu kontori ruumide ja vahendite rent ja lemmiklooma hoiu teenus. Töö autor soovitab alustada antud teenuste osutamise võimalikkuse ja kulukuse uurimist. Käesolevas magistritöös välja toodud tulemused ja ettepanekud peaksid olema Noorteühing Eesti 4H teenuste arendamise aluseks.

Magistritöös välja toodud laste sünnipäevade sisustamise teenus koos erinevate programmidega põhineb eelnevalt määratletud teenusedisaini protsessile ja meetoditele. See on vaid osa terviklikust teenusedisaini protsessist. Teenuse lõplikuks väljatöötamiseks tuleks kindlasti teenust veel analüüsida, täiendada ja seejärel uuesti testida. Autori arvates on praeguse töö puudujäägiks põhjalik finantsanalüüs ja finantsplaan. Noorteühing Eesti 4H sünnipäevade sisustamise teenuse tugevamateks trumpideks peab töö autor noortelt noortele põhimõtet, pikaajalist valdkonna tundmist, koolitatud juhendajaid, üle-riigilist kattuvust, maaeluga kursis olemist, rohkearvulist liikmeskonda ja nende vanemaid potentsiaalsete klientide näol.

Magistritöö võiks huvi pakkuda peale Eesti 4H juhtkonna ja liikmeskonna ka teistele noorteühingutele ja mittetulundusühingutele, kelle jaoks on oluline majandusliku edu saavutamine koos sotsiaalsete väärtuste edasi kandmisega. Määratletud metoodikat on võimalik kasutada teistel noorteühingutel, noorsootöö organisatsioonidel või laste sünnipäeva programme pakkuvatel asutustel. Seda võib võtta aluseks ka järgmiste uurimistööde puhul.

## VIIDATUD ALLIKAD

Aimre, I. (2001). *Sotsioloogia*. Tallinn: Sisekaitseakadeemia kirjastus.

Aps, J., Lillemets, A., Tõnus, D. (2018). *Noorteühenduste mõju analüüs*. Tallinn: MTÜ Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik. Retrieved from <https://sev.ee/wp-content/uploads/2017/09/noorteuehenduste-moju-analueues.pdf>

Batsleer, J., Davies, B. (2010). *What is Youth Work?*. Great Britain: TJ International Ltd. Retrieved from [https://books.google.ee/books?hl=en&lr=&id=U6lN9U0b5OAC&oi=fnd&pg=PP2&dq=youth+work+policies&ots=DZi5w1IBOa&sig=xYQCWtbm5KxQvFilXuI-416xjY0&redir\\_esc=y#v=onepage&q=youth%20work%20policies&f=false](https://books.google.ee/books?hl=en&lr=&id=U6lN9U0b5OAC&oi=fnd&pg=PP2&dq=youth+work+policies&ots=DZi5w1IBOa&sig=xYQCWtbm5KxQvFilXuI-416xjY0&redir_esc=y#v=onepage&q=youth%20work%20policies&f=false)

Berns, R. M., 2004. *Child, Family, School, Community Socialization and Support*. Sixth Edition. Belmont, USA: Thomson Learning, Inc.

Bobkov, M., 2005. Noorsootöö Eestis 21. Sajandi algusaastail: kogumik. Tallinn: MTE Kirjastus, lk. 7-13.

Bohn, I. (2007). *The Socio-Economic Scope of Youth Work in Europe*. Frankfurt: Institut für Sozialarbeit und Sozialpädagogik. Retrieved from [https://pjp-eu.coe.int/documents/1017981/1668203/study\\_Final.pdf/642c51c1-34d7-4f03-b593-317bf1812009](https://pjp-eu.coe.int/documents/1017981/1668203/study_Final.pdf/642c51c1-34d7-4f03-b593-317bf1812009)

Bowen, G. 2009. Document Analysis as a Qualitative Research Method. – *Qualitative Research Journal*, Vol 9 (2), pp. 27–40.

Brown, T. (2008). Design Thinking. *Harvard Business Review*, June 2008, 84-92. Retrieved from [https://churchill.imgix.net/files/pdfs/IDEO\\_HBR\\_DT\\_08.pdf](https://churchill.imgix.net/files/pdfs/IDEO_HBR_DT_08.pdf)

Brown, T., Katz, B. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. New York, USA: HarperCollins Publishers .

Brown, T., Katz, B. (2011). Change by Design. *The Journal of Product Innovation Management*, 28, 381-383. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1111/j.1540-5885.2011.00806.x>

Coleman, J. (2013). Adolescence. Davies, M. *The Blackwell Companion to Social Work. Fourth Edition*. West Sussex, UK: John Wiley & Sons Ltd.

Colton, M., Sanders, R., Williams, M. (2001). *An Introduction to Working with Children. A Guide for Social Workers*. New York: Palgrave.

Council of Europe. (2013). Council Conclusions on the Contribution of Quality Youth Work to the Development, Well-being and Social Inclusion of Young People. Opinion of the Advocate General. Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52013XG0614%2802%29>

Council of Europe. (2015). *Have Your Say! Manual on the Revised European Charter on the Participation of Young People in Local and Regional Life*. Strasbourg Cedex: Council of Europe Publishing. Retrieved from <https://rm.coe.int/16807023e0>

Croft, T., Crolla, V., Mida-Briot, B. (2003). *Sotsiaalne kaasatus. – T-Kit Käsiraamat*. Strasbourg Cedex: Euroopa Nõukogu kirjastus.

Danish Design Centre. (2003). *The Economic Effects of Design*. Denmark: National Agency for Enterprise and Housing. Retrieved from [https://erhvervsstyrelsen.dk/sites/default/files/the\\_economic\\_effects\\_of\\_designn.pdf](https://erhvervsstyrelsen.dk/sites/default/files/the_economic_effects_of_designn.pdf)

Davidson, S. (1998). Spinning the Wheel of Empowerment. *Planning*, 1262, 14-15. Retrieved from <https://www.sarkissian.com.au/wp-content/uploads/2009/06/Davidson-Spinning-wheel-article1998.pdf>

Defourny, J. (2014). From Third Sector to Social Enterprise. Defourny, J., Hulgård, L., Pestoff, V. *Social Enterprise and the Third Sector. Changing European Landscapes in a Comparative Perspective*. New York: Routledge.

Defourny, J., Nyssens, M. (2014). The Emes Approach of Social Enterprise in a Comparative Perspective. Defourny, J., Hulgård, L., Pestoff, V. *Social Enterprise and the Third Sector. Changing European Landscapes in a Comparative Perspective*. New York: Routledge.

Design Council. (2007). *Eleven Lessons: Managing Design in Eleven Global Companies. Desk research report*. London. Retrieved from [https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/ElevenLessons\\_DeskResearchReport\\_0.pdf](https://www.designcouncil.org.uk/sites/default/files/asset/document/ElevenLessons_DeskResearchReport_0.pdf)

Design Council. (2014). *Design methods for delivering services. An introduction to service design and a selection of service design tools. Keeping connected business challenge*. Retrieved from <https://connect.innovateuk.org/documents/3338201/3753639/Design+methods+for+developing+services.pdf>

Dotson, J.M., Hyatt, E.M. (2005). Major Influence Factors in Children`s Consumer Socialization. *The Journal of Consumer Marketing*, 22, 1. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/235263672\\_Major\\_influence\\_factors\\_in\\_children's\\_consumer\\_socialization](https://www.researchgate.net/publication/235263672_Major_influence_factors_in_children's_consumer_socialization)

Eesti Noorsootöö Keskus. (2018). *Noorsootöötaja Kutsestandard*. Tallinn. Retrieved from [https://www.entk.ee/sites/default/files/Noorsootootaja\\_kutsestandard\\_2018\\_EST.pdf](https://www.entk.ee/sites/default/files/Noorsootootaja_kutsestandard_2018_EST.pdf)

Euroopa Komisjon. (2001). *Euroopa Komisjoni valge raamat uus hoog Euroopa noortele*. Brüssel: Euroopa Komisjon, Hariduse ja Kultuuri Peadirektoraat, 8-10. Retrieved from <http://www.entk.ee/sites/default/files/Euroopa%20noortepoliitika%20Valge%20Raamat.pdf>.

Euroopa Liidu Nõukogu. (2009). Nõukogu resolutsioon Euroopa noortevaldkonnas tehtava koostöö uuendatud raamistiku (2010-2018) kohta. *Euroopa Liidu Teataja* C311/1. Retrieved from [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009G1219\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009G1219(01)&from=EN)

Euroopa Ühenduste Komisjon. (2009). *Euroopa Liidu noorsoostrategia: investeerimine ja mobiliseerimine. Uuendatud avatud koordineerimismeetod noortega seotud väljakutsete ja võimaluste tarvis. Komisjoni teatis nõukogule, Euroopa Parlamendile, Euroopa Majandus- ja Sotsiaalkomiteele ning regioonide komiteele*. Brüssel: Euroopa Ühenduste Komisjon, 2-3.

Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/PDF/?uri=CELEX:52009DC0200&from=EN>

Fridley, J.L., Jorgensen, J.E., Lamancusa, J.S. (1997). Benchmarking: A Process Basis for Teaching Design. *Frontiers Education Conference, Pittsburg, November 1997*, 1031. Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.8.7798&rep=rep1&type=pdf>

Fritsche, K. R. (2010). *What is Service Design? A Simplified Guide to Aid in Today`s Confusion About a New Discipline of Business*. (Lõputöö). Tampere University of Applied Sciences. Retrieved from [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/24688/Fritsche\\_Kristin.pdf?sequence=2](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/24688/Fritsche_Kristin.pdf?sequence=2)

Gibbons, S. (2018). *Empathy Mapping: The First Step in Design Thinking*. Retrieved from <https://www.nngroup.com/articles/empathy-mapping/>

Goodwin, K. 2009. *Designing for the Digital Age: How to Create Humancentered Products and Services*. Canada. John Wiley & Sons.

Gregorio, F., Sung, Y. (2010). Understanding Attitudes Toward and Behaviours in Response to Product Placement: A Consumer Socialization Framework. *Journal on Advertising*, vol 39, no. 1, 83-96. American Academy of Advertising. DOI: 10.2753/JOA0091-3367390106. Retrieved from: [https://www.researchgate.net/publication/250174095\\_Understanding\\_Attitudes\\_Toward\\_and\\_Behaviors\\_in\\_Response\\_to\\_Product\\_Placement\\_A\\_Consumer\\_Socialization\\_Framework](https://www.researchgate.net/publication/250174095_Understanding_Attitudes_Toward_and_Behaviors_in_Response_to_Product_Placement_A_Consumer_Socialization_Framework)

Haridus- ja Teadusministeerium. (2017). Noortepoliitika. Retrieved from <https://www.hm.ee/et/tegevused/noortevaldkond/noortepoliitika>

Haridus- ja Teadusministeerium. (2017a). Noorsootöö. Retrieved from <https://www.hm.ee/et/tegevused/noortevaldkond/noorsootoo>

Hart, R. (1992) Children`s participation from tokenism to citizenship. *Innocenti Essays*, 4, 4-10. Florence: UNICEF International Child Development Centre. Retrieved from [https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/childrens\\_participation.pdf](https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/childrens_participation.pdf)

Healy, K. (2005). *Social Work Theories in Context. Creating Frameworks for Practice*. New York: Palgrave.

Hulgård, L. (2014). Social Enterprise and the Third Sector – Innovative Service Delivery or a Non-Capitalist Economy? Defourny, J., Hulgård, L., Pestoff, V. *Social Enterprise and the Third Sector. Changing European Landscapes in a Comparative Perspective*. New York: Routledge.

IDEO-s Human Centre Design Process: How to Make Things People Love. (2018). Retrieved from <https://www.usertesting.com/blog/how-ideo-uses-customer-insights-to-design-innovative-products-users-love/>

Imperatori, B., Ruta, D. (2006). Organizing a Social Enterprise. Perrini, F. *The New Social Entrepreneurship. What Awaits Social Entrepreneurial Ventures?* Uk: Edward Elgar, Cheltenham.

Institute for Social Research and Analysis. (2005). *Political Participation of Young People in Europe – Development of Indicators for Comparative Research in the European Union (EUYOUPART)*. Final Comparative Report. Vienna. Retrieved from [https://www.jugendpolitikeneuropa.de/downloads/4-20-2241/euyoupart\\_finalcomparativereport.pdf](https://www.jugendpolitikeneuropa.de/downloads/4-20-2241/euyoupart_finalcomparativereport.pdf)

John, D. R. (1999). Consumer Socialization of Children: A Retrospective Look at Twenty-Five Years of Research. *Journal of Consumer Research*, 26 (3), 183-203. DOI: 10.1086/209559. Retrieved from: [https://www.researchgate.net/publication/24099029\\_Consumer\\_Socialization\\_of\\_Children\\_A\\_Retrospective\\_Look\\_At\\_Twenty-Five\\_Years\\_of\\_Research](https://www.researchgate.net/publication/24099029_Consumer_Socialization_of_Children_A_Retrospective_Look_At_Twenty-Five_Years_of_Research)

Keltikangas-Järvinen, L. (2011). *Sotsiaalsus ja sotsiaalsed oskused*. Tallinn: Koolibri.

Kloosterman, P., Giebel, K., Senyuva, O. (2008). *Õppetegevuse hindamine noorsootöös: „Maitstes suppi“*. – T-Kit Käsiraamat. Tallinn: Eesti Noorsootöö Keskus.

Kodanikuühiskonna Sihtkapital, Tallinna Ülikool. (2014). *Kodanikualgatuse institutsionaliseerumine Eestis 2014. Uuringu raport*. Tallinn: Kodanikuühiskonna uurimis- ja arenduskeskus, Tallinna Ülikooli Rahvusvaheliste ja Sotsiaaluuringute Instituut. Retrieved from <https://www.kysk.ee/failid/Upload/files/KUAK%2014%20raport.pdf>

*Kodanikuühiskonna arengukava 2015-2020*. (2015). Tallinn. Retrieved from <https://kysk.ee/failid/Upload/files/KODAR.pdf>

Kuhlmann, E. (1983). Consumer Socialization of Children and Adolescents. A Review of Current Approaches. *Journal of Consumer Policy*, 6-4, 397-418. D Reidel Publishing Company. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007/BF00411581#citeas>

Krull, E. (2000). Pedagoogilise psühholoogia käsiraamat. Tartu: Tartu Ülikooli kirjastus. Retrieved from [file:///C:/Users/G50/Downloads/9985565908\\_ocr.pdf](file:///C:/Users/G50/Downloads/9985565908_ocr.pdf)

London, M., Morfopoulos, R. G. (2010). *Social Entrepreneurship. How to Start Successful Corporate Social Responsibility and Community-Based Initiatives for Advocacy and Change*. New York: Routledge.

Macedo, G., Pasca, A.F. (2009). *Youth Policy and Participation in the EU*. Brüssel: European Parliament. [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/note/join/2009/408968/IPOL-CULT\\_NT\(2009\)408968\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/note/join/2009/408968/IPOL-CULT_NT(2009)408968_EN.pdf)

McGuire, J. K., Dworkin, J., Borden, L. M., Perkins, D., Russell, S. T. (2016). Youth Motivation for Program Participation. *Journal of Youth Development*, 11, 3. Bridging Research and Practice.

Mizrahi, T., Davis, L. E. (2008). *Encyclopedia of social work*. Vol. 4, S-Y, pp. 312-313). Washington: Oxford University Press.

Moritz, S. (2005). *Service Design. Practical Access to an Evolving Field*. London: Köln International School of Design. Retrieved from <file:///C:/Users/G50/Downloads/Practical%20Access%20to%20Service%20Design.pdf>

Mulder, P. (2017). *Design Thinking*. Retrieved from <https://www.toolshero.com/creativity/design-thinking/>

Noorsootöö seadus. (2010). – *Riigi Teataja I*, 44, art 262; *Riigi Teataja I*, 04.07.2017, 1. Loetud aadressil <https://www.riigiteataja.ee/akt/104072017039>

Noorteseire aastaraamat 2011: Noored ja noorsootöö. (2012). SA Poliitikauuringute Keskus Praxis, lk 59-60.

Noortevaldkonna arengukava 2014-2020. Retrieved from

[https://www.hm.ee/sites/default/files/noortevaldkonna\\_arengukava\\_2014-2020.pdf](https://www.hm.ee/sites/default/files/noortevaldkonna_arengukava_2014-2020.pdf)

Noorteühing Eesti 4H. (2014). Arengukava 2015-2020. Retrieved from [https://drive.google.com/drive/folders/1jFEO6LFbuwgNctdPv1WEn1UkDC3Y\\_1Np](https://drive.google.com/drive/folders/1jFEO6LFbuwgNctdPv1WEn1UkDC3Y_1Np)

Noorteühing Eesti 4H. (2019). Majandusaasta aruanne 2018. (organisatsioonisisene info)

Noorteühing Eesti 4H. (2015-2018). Majandusaasta aruanded 2014-2017. Retrieved from <https://drive.google.com/drive/folders/0B4qaGPY1SrrHfmwzU1ZWamVCUINUQWtITU9PQXFNNUtvcDE4MktQNnoyM3NZY2h5dzdJajg>

Noorteühing Eesti 4H. (2014). Põhikiri. Retrieved from [https://drive.google.com/drive/folders/1jFEO6LFbuwgNctdPv1WEn1UkDC3Y\\_1Np](https://drive.google.com/drive/folders/1jFEO6LFbuwgNctdPv1WEn1UkDC3Y_1Np)

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A. (2014). Value Proposition Design. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Tucci, C.L. 2005. Clarifying Business Models: Origins, Present, and Future of the Concept. – Communications of the Association for Information Systems, Vol. 16, pp. 1-25

Pagano, A., Petrucci, F., Bocconcelli, R. (2018). A business network perspective on unconventional entrepreneurship: A case from the cultural sector. *Journal of Business Research*, 92, 455-464.

Payne, M. (1995). *Tänapäeva sotsiaaltöö teooria: kriitiline sissejuhatus*. Tallinn.

Perkins, D. F., Borden, L. M., Keith, J. G., Hoppe-Rooney, T. L., Villarruel, F. A. (2003). Community Youth Development: Partnership Creating a Positive World. Villarruel, F. A.,

Perkins, D. F., Borden, L. M., Keith, J. G. *Community Youth Development: Programs, Policies and Practices*. United States of America: Sage Publications, Inc.

Perrini, F., Vurro, C. (2006). Leveraging Social Change Through Entrepreneurship. Perrini, F. *The New Social Entrepreneurship. What Awaits Social Entrepreneurial Ventures?* UK: Edward Elgar, Cheltenham.

Peterson, L. (2014). Noortevaldkond kui noortele hääle andja. SA Poliitikauuringute Keskus Praxis. *Noorteseire aastaraamat 2013. Noorsootöö tulemuslikkuse hindamine*. Tallinn: AS Ecoprint.

Ponkin, T. (2001). *Noorsootööst Eestis. - Noorsootöö XXI sajandil. Noorsootöölaliste artiklite kogumik*. Haapsalu: lk. 27-33.

Reason, B., Løvlie, L., Brand Flu, M. (2016). *Service Design for Business. A Practical Guide to Optimizing the Customer Experience*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken.

Roolaid, T. & Lillemets, A. (2012). Sotsiaalse ärimudeli arendamise lõuend. Loetud aadressil [http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/29220/lillemets\\_aune.pdf](http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/29220/lillemets_aune.pdf)

Sangiorgi, D. (2009). Building up a Framework for Service Design Research. *8th European Academy of Design Conference held in The Robert Gordon University, Aberdeen, Scotland, 1-3 April 2009* (pp. 415-420). Lancaster: Lancaster University. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/228745546\\_Building\\_up\\_a\\_framework\\_for\\_Service\\_Design\\_research](https://www.researchgate.net/publication/228745546_Building_up_a_framework_for_Service_Design_research)

Sapin, K. (2013). *Essential Skills for Youth Work Practise*. London: Sage Publications Ltd. Retrieved from [https://books.google.ee/books?hl=en&lr=&id=vXVRFKqogsC&oi=fnd&pg=PP2&dq=youth+work&ots=21Xe4X1oYe&sig=w8Peft8IB3hj7q\\_etj\\_TmfPgZZU&redir\\_esc=y#v=onepage&q=youth%20work&f=false](https://books.google.ee/books?hl=en&lr=&id=vXVRFKqogsC&oi=fnd&pg=PP2&dq=youth+work&ots=21Xe4X1oYe&sig=w8Peft8IB3hj7q_etj_TmfPgZZU&redir_esc=y#v=onepage&q=youth%20work&f=false)

SA Poliitikauuringute Keskus Praxis. (2009). *Kohaliku omavalitsuse üksuste avalike teenuste lepinguline delegeerimine kodanikeühendustele. Analüüsi lõpparuanne*. Tallinn: Siseministeerium. Retrieved from [https://www.siseministeerium.ee/sites/default/files/dokumentid/simdel\\_raport.pdf](https://www.siseministeerium.ee/sites/default/files/dokumentid/simdel_raport.pdf)

Schild, H., Vanhee, J. (2009). *The Interesting Histories of European Youth Work and Policy*. Verschelden, G., Coussee, F., Van de Walle, T., Williamson, H. *The History of Youth Work in Europe: Relevance for youth policy today*. Strasbourg: Council of Europe. Retrieved from [https://books.google.ee/books?hl=en&lr=&id=xYWxQUNAUcUC&oi=fnd&pg=PA5&dq=youth+work+policies&ots=s8z4g0IFa&sig=a6mFFxAvrcrRjGpIPsn6X96JPVQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q=youth%20work%20policies&f=false](https://books.google.ee/books?hl=en&lr=&id=xYWxQUNAUcUC&oi=fnd&pg=PA5&dq=youth+work+policies&ots=s8z4g0IFa&sig=a6mFFxAvrcrRjGpIPsn6X96JPVQ&redir_esc=y#v=onepage&q=youth%20work%20policies&f=false)

Sebastian, R. (2007). *Managing Collaborative Design*. Uitgeverij Eburon: lk 82. Retrieved from [https://books.google.ee/books?id=nIF\\_gqNJ5NoC&pg=PA98&lpg=PA98&dq=Coughlan+%26+Prokopoff+2004,&source=bl&ots=iSPbSJhwPm&sig=ACfU3U3wT8-xad96LsuDm68BHH3uo8bJZg&hl=et&sa=X&ved=2ahUKEwiS9puUwvjgAhXGp4sKHRQ](https://books.google.ee/books?id=nIF_gqNJ5NoC&pg=PA98&lpg=PA98&dq=Coughlan+%26+Prokopoff+2004,&source=bl&ots=iSPbSJhwPm&sig=ACfU3U3wT8-xad96LsuDm68BHH3uo8bJZg&hl=et&sa=X&ved=2ahUKEwiS9puUwvjgAhXGp4sKHRQ)

WC38Q6AEwCXoECAkQAQ#v=onepage&q=Coughlan%20%26%20Prokopoff%202004%20C&f=false.

Shier, H. (2001). Pathways to Participation: Opening, Opportunities and Obligations. A New Model for Enhancing Children`s Participation in Decision-making, in line with Article 12.1 of the United Nations Convention on the Rights of the Child. *Children & Society*, 15, 107-117. Retrieved from [https://ipkl.gu.se/digitalAssets/1429/1429848\\_shier2001.pdf](https://ipkl.gu.se/digitalAssets/1429/1429848_shier2001.pdf)

Siseministeerium. (2018). *Üldandmed ja statistika*. Retrieved from <https://www.siseministeerium.ee/et/eesmark-tegevused/kodanikuuhiskond/uldandmed-ja-statistika>

Smeeton, J. (2013). *Systems Approaches*. Davies, M. The Blackwell Companion to Social Work. Fourth Edition. West Sussex, UK: John Wiley & Sons Ltd.5

Stickdorn, M., Lawrence, A., Hormess, M., Schneider, J. (2018). *This is Service Design Doing*. Canada: O`Reilly Media, Inc.

Stickdorn, M., Schneider, J. (2010). *This is Service Design Thinking*. Amsterdam: BIS Publishers.

Tall, K. (2012). *E-kursuse „Psühhosotsiaalne areng läbi elu“ materjalid*. Tartu: Tartu Ülikool. Retrieved from [http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/25858/Psuhhosotsiaalne\\_areng\\_materjalid.pdf](http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/25858/Psuhhosotsiaalne_areng_materjalid.pdf)

Taru, M., Pilve, E., Kaasik, P. (2015). *Noorsootöö Eestis 19.sajandi keskpaigast kuni 21.sajandi esimese kümnendi lõpuni. Ajalooline ülevaade*. Tallinn: Memu Kirjastus.

Tomitsch, M., Wrigley, C., Borthwick, M., Ahmadpour, N., Frawley, J., Baki Kocaballi, A., Nunez-Pacheco, C., Straker, K., Loke, L. (2018). *Design. Think. Make. Break, Repeat: a Handbook of Methods*. Amsterdam: BIS Publishers.

T. Tulva. (2001). *Laps ja pere tänases Eestis*. Tulva, T., Viiralt, I. *Võrgustikutöö võimalusi laste- ja pereprobleemide lahendamisel*. Tallinn: AS Spin Press

Valge, M. *Noorsootöö õpik*. Tallinn: SA Archimedes Euroopa Noored Eesti büroo. Retrieved from [https://mitteformaalne.ee/wp-content/uploads/2014/07/Noorsootoo\\_opik\\_veebi\\_uusver1.pdf](https://mitteformaalne.ee/wp-content/uploads/2014/07/Noorsootoo_opik_veebi_uusver1.pdf)

Valge, M., Reitav, U. *Noorte kaasamine ja osalus. – Käsiraamat noorele, noortekogule, noortevolikogule, ametnikule, noorsootõtajale, maakonna ja omavalitsuse juhile.* Eesti Noorteühenduste Liit.

Villarruel, F. A., Perkins, D. F., Borden, L. M., Keith, J. G. (2003). *Community Youth Development: Programs, Policies and Practices.* United States of America: Sage Publications, Inc.

Volkova, T., Jakobson, I. (2016). Design Thinking as a Business Tool to ensure continuous value generation. *Intellectual Economics*, 10 (2016), 63-69. Retrieved from [https://ac.els-cdn.com/S1822801116300170/1-s2.0-S1822801116300170-main.pdf?\\_tid=56f27d53-165a-4192-8ee8-112e5bd89936&acdnat=1552315284\\_8c35460c55f3a657532650fc09f6f411](https://ac.els-cdn.com/S1822801116300170/1-s2.0-S1822801116300170-main.pdf?_tid=56f27d53-165a-4192-8ee8-112e5bd89936&acdnat=1552315284_8c35460c55f3a657532650fc09f6f411)

Xu, L., Gauthier, A. H., Strohschein, L. (2009). Why are some Children Left Out? Factors Barring Canadian Children from Participating in Extracurricular Activities. *Canadian Studies in Population*, 36.3-4, pp 325-345.  
file:///D:/why%20are%20some%20children%20left%20out%20-%20researc

## Lisa 1. Inimese arengu teooriad.

S.Freud isiksuse arengu etapid	J.Piaget Lapse arengu etapid	Erik H. Erikson isiku arengu 8 staadiumit	R. Gould inimese arengu etappide põhimõtted	Töös kasutatav (Valge, lk 59, lisatud autori täiendused)
0-1 a. – oraalne periood 1-3 a. – anaalne periood (potilkäimise õppimine) 3-6/7 a. – falloslik periood. Varase lapse tähtsus	Esimene staadium – kuni 2-aastane laps, jäetakse meelde ümbritseva maailma objekte	0-1,5a. – <u>Imikuiga</u> , usaldus-usaldamatus. 1-3a. – Väikelapse iga, iseseisvus – enesekahtlus 3-6a. – Mänguiga, initsiatiiv –	Täiskasvanute sotsialiseerumine kui vabanemine lapsepõlve psühholoogilistest tunnustest	Lapseiga 7-12 a. Vajadused: Heaolu/turvalisus, mitmekülgne areng, õppimine, tugivõrgustik
6/7-10 a. – rahulik periood, laps omandab teadmisi, kogemusi, kultuuriväärtusi, mida täiskasvanuna kasutab.	Teine staadium – 2-7-aastane lapse. Õpib eraldama ja mõistma sümboleid, mõtlemine egocentriline, raske teise isiku seisukohtade mõistmine	süütunne <u>6-12a. - Noorem kooliiga</u> , kompetentsus-alandlikkus, kohanematus <u>13-18a. Noorukiiga</u> – individuaalsuse kujunemine, rollide määratlematus	Täiskasvanute edukas sotsialiseerumine eeldab realistlikke veendumusi, annust kriitilisust ja usaldamatust autoriteetide suhtes.	Teismeliseiga 13-18a. Vajadused: sotsiaalne kuuluvus, osalus, enese- ja ühiskonnateadlikkus, õppimine, haridus, probleemkäitumise ennetus, tugivõrgustik.
	Kolmas staadium - 7-12, paraneb loogiline mõtlemine, suudab loogiliselt lahendada konkreetseid probleeme, omaks võtta teise arusaamu	<u>Noor täiskasvanu</u> – intiimsus-isolatsioon <u>Keskiga</u> – loovus, produktiivsus-stagnatsioon <u>Vanadus</u> – mina		Noor täiskasvanu 19-26 a. Vajadused: kodanikuvastutus, iseseisvumine, õppimine, tööturule sisenemine, toimetulek, tugivõrgustik.
10-... a. – murdeiga kuni täiskasvanuiga. Tekib huvi vastassoos vastu. Täiskasvanuna samastavad nad need lapsepõlves kogetud ja jumaldatud inimestega.	Neljäs staadium – üle 12-aastane laps. Oskab analüüsida matemaatilisi ja loogilisi ülesandeid, arutleda tuleviku üle, tunneb huvi identiteedi ja sotsiaalsete probleemide vastu	terviklikkus, kirkastumine – lootusetus, meelega.	Kui saadakse üle lapsepõlve hirmudest ja vanemate vägevusest, muututakse kannatlikumaks, suuremeelsemaks ja paremaks.	26+

Allikad: Aimre, 2001 ja Tall, 2012; Colton, 2001, lk 27-29 ning Valge, lk 59.

## Lisa 2. Teenusedisaini protsessi etapid ja meetodid.

Tüüpilised eesmärgid	Moritz (2005)	Design Council (2012 ja 2014)	Brown (2008)	IDEO Toolkit	Herbert A. Simon (1996)
Kasutajate jälgimine ja uurimine	<u>Mõistmine</u> Kliendi tundmaõppimine. Konteksti, piirangute, ressursside ja võimaluste välja selgitamine.	<u>Avastamine</u> Info kogumine, probleemi/võimaluste identifitseerimine, klientide/kasutajate tundmaõppimine, organisatsiooni uuring.	<u>Inspiratsioon</u> Probleemi ja/või võimaluse sõnastamine/leidmine.	<u>Vaatlemine</u> Kasutaja jälgimine ja mõistmine. Mustrite, kokkupuutepunktide identifitseerimine.	<u>Mõistmine</u> Empaatiline olemine inimeste vajaduste osas. Kliendi/kasutaja uuring. Info kogumine.
Tulemuste analüüs ja tõlgendamine	<u>Mõtestamine</u> Projekti määratlemine, fookuse ning strateegilise suuna ja raamistiku seadmine.	<u>Määratlemine</u> Info analüüs ja struktureerimine, järelduste süntees, probleemi defineerimine, sidusrühmade määratlemine.			<u>Defineerimine</u> Probleemi formuleerimine, kasutajakeskne mõtlemine.
Genereeri ideid	<u>Loomine</u> Ideede, kontseptsioonide ja lahenduste pakkumine. Disainitakse detailne teenuse kogemus.	<u>Arendamine</u> Ideede genereerimine tooteks või teenuseks. Teenuse komponentide ja protsesside arendamine, testimine ja viimistlemine.	<u>Ideede loomine</u> Ideede, loomine, arendamine ja testimine.	<u>Ideede loomine</u> Meeskonnaga ideede genereerimine.	<u>Ideede loomine</u> Ideede genereerimine loovuse ja ajurünnakute abil
	<u>Sõelumine</u> Ideede välja valimine. Tulemuste ja lahenduste hindamine. Rühmade ja segmentide määratlemine.				
Prototüübi, eksperimenteeri	<u>Selgitamine</u> Protsesside ja stsenaariumite kaardistamine. Kontseptsiooni muutmine kõigile arusaadavaks.		<u>Prototüübi, testi ja vii ellu</u>	<u>Prototüüpimine</u> Kiirete ja lihtsate vahenditega prototüüpide ehitamine, et saada kiiret kasutaja tagasisidet.	<u>Prototüüpimine</u> Kõikide ideede hindamine, kaalumine. Valitud ideede põhjal prototüüpide tegemine.

	Võimalike tulemuste esitlemine.			
Testi, vii ellu, paranda	<u>Realiseerimine</u> Lahenduste ja kontseptsiooni tegemine.	<u>Elluviimine</u> Teenuse viimane testimine ja elluviimine. Tagasiside kogumine, paranduste tegemine. Uute teadmiste, tööviiside jagamine.		<u>Tagasisidestamine</u> Prototüüpide põhjal kasutajatelt tagasiside saamine  <u>Kordamine</u> Kasutajatelt saadud info põhjal muutuste tegemine disainis, uuesti testimine ja seejärel tagasiside saamine ja hindamine.  <u>Täideviimine</u> Teenuse realiseerimine ja teoks tegemine.
				<u>Testimine</u> Prototüüpide testimine ja katsetamine. Parima lahenduse leidmine. Tagasiside hindamine ja selle põhjal täiendamine.

Allikad: Moritz, 2005, lk 124-146; Design Council, 2014 ja Design Council, 2012, lk 8-9; Brown, 2008, lk 88-89; Mulder, 2017; IDEO-s Human...,

### **Lisa 3. Noorteühing Eesti 4H juhatuse liikmete intervjuu küsimused**

1. Kui vana te olete?
2. Kui kaua te olete tegelenud noorsootööga?
3. Kui kaua olete osalenud Noorteühing Eesti 4H töös ja selle juhatuse töös?
4. Milline on teie haridustase?
5. Kuidas defineerite noorsootööd. Mis on selle eesmärk?
6. Kuidas iseloomustate noorteühingu tööd? Mis on ta erinevus noorsootööga?
7. Mille jaoks on teie arvates noorteühinguid vaja?
8. Mida tähendab teie jaoks mitteformaalne haridus ja kuidas te seda noorteühingu töös rakendate?
9. Kuidas defineerite sotsiaalset ettevõtet (eesmärk, tegevused)?
10. Kes on Eesti 4H sihtrühm?
11. Millist väärtust Eesti 4H noortele/klientidele pakub?
12. Kellele tasub Eesti 4H teenuseid ennekõike pakkuda?
13. Kuidas Eesti 4H teenused klientideni jõuavad?
14. Kuidas luuakse ja hoitakse suhet kliendiga? Mida olete teinud sihtrühma leidmiseks ja huvi tekitamiseks?
15. Kust tuleb noorteühingu tulu/ressursid?
16. Millised on olulisemad tegevused, mis toovad tulu?
17. Kes on olulisemad partnerid organisatsiooni töös?
18. Mille jaoks peamiselt raha kulub?
19. Mis on maanoorte peamised probleemid/takistused?
20. Kes mõjutavad enim noori nende otsustes?
21. Millised tegevused on teie meelest noorte seas populaarsed ja oodatud?
22. Millised tegevused teie arust ei toimi väga hästi ja miks?
23. Milliseid tegevusi te ei paku, kuid arvate, et võiksid noortele huvi pakkuda?
24. Kas noored saavad vanematelt taskuraha?
25. Millele kulub põhiliselt noorte taskuraha?
26. Kas kõik teenused peaksid olema noortele tasuta?

27. Milliste teenuste eest on noored ja nende vanemad nõus maksma?

28. Veel ettepanekuid/soovitusi?

## Lisa 4. Noorte fookusgrupiintervjuu küsimused

1. Kui vana te olete?
2. Kus te elate (piirkond)?
3. Kus te õpite ja kui kaugel asub õppeasutus kodust?
4. Kui suurest perest te tulete?
5. Kas teie mõlemad vanemad käivad tööl?
6. Kes on teid ümbritsevad olulised võrgustikud (st isikud, asutused), kes teid teie meelest kõige enam aitavad ja mõjutavad? Kui teil on mure/probleem, siis kelle poole te pöördute?
7. Kui tihti te perega koos aega veedate?
8. Kui hästi te saate läbi oma eakaaslastega, on teil palju sõpru?
9. Kas te kuulute mõnda kampa, gruppi? Kui jah, siis mida te koos teete?
10. Kuidas te iseloomustate noorsootööd? Mis on selle eesmärk?
11. Kuidas iseloomustate noorteühingute tööd? Mis on selle eesmärk ja kas see on erinev noorsootööst?
12. Kust olete saanud infot noorteühingu kohta?
13. Miks osalete noorteühingu töös?
14. Kui tihti/aktiivselt osalete noorteühingu töös ja mida seal teete?
15. Mida tähendab teie jaoks vaba aeg?
16. Kui palju teil (mitu tundi keskmiselt) on vaba aega nädalas, kuus?
17. Kui suure osa oma ajast kulutate õppimisele?
18. Millega tegelete vabal ajal, mis on teie hobid?
19. Milline on teie lemmiktegevus vabal ajal, millega tahaksite tegeleda?
20. Kus kohtute sõpradega (kodu, tänav, pood, noortekeskus)?
21. Mida teete nädalavahetusel?
22. Kas teie arvates on noortel piisavalt võimalusi oma ideid ellu viia?
23. Kas teie arvates on oluline aidata teisi inimesi ja oma kogukonda? Kas te tahaksite oma kogukonna heaks midagi ära teha?
24. Kas teie arvates on noortel piisavalt võimalusi osalemaks kogukonna töös?
25. Kust saate endale vajalikku informatsiooni (suhted, õppimisvõimalused, vaba aeg jne)? Kas teil on kodus arvuti ja internet?

26. Millised tegevused Eesti 4H-s teile meeldivad ja osalete/sooviksite osaleda nendes? Miks?
27. Millised tegevused Eesti 4H-s ei ole teie jaoks kutsuvad ja miks?
28. Millised tegevused Eesti 4H-s võiksid olla, mida veel ei ole?
29. Kas te saate taskuraha?
30. Kui suur on teie nädalane/kuine taskuraha?
31. Mille jaoks põhiliselt kulutate oma taskuraha?
32. Kas te käite mõnes huviringis?
33. Kui palju lähevad teie huviringid ühes kuus maksma?
34. Kuidas tundub teile tulevik (kindel/selge, ähmane/probleemne, must/tume)?
35. Millest te unistate?
36. Mis on teie jaoks oluline, et elu oleks täisväärtuslik?

## Lisa 5. Noorteühing Eesti 4H piirkonna juhtide/juhendajate intervjuu küsimused

1. Kui vana te olete?
2. Kui kaua olete tegelenud noorsootööga?
3. Kui kaua olete olnud juhendaja Eesti 4H-s?
4. Milline on teie haridustase?
5. Kuidas te defineeriksite noorsootööd? Mis on selle eesmärk?
6. Kuidas te iseloomustaksite noorteühingu tööd, mis on ta erinevus noorsootööga?
7. Mille jaoks on teie arvates noorteühinguid vaja?
8. Mida tähendab teie jaoks mitteformaalne haridus ja kuidas te seda noorteühingus rakendate?
9. Kes on Eesti 4H sihtrühm?
10. Kuidas te Eesti 4H sihtrühmani jõuate?
11. Kuidas loote ja hoiate sidet kliendiga? Mida te olete teinud enda sihtrühma üles leidmiseks ja nendes huvi tekitamiseks?
12. Kes on olulisemad partnerid noorteühingu toimimiseks?
13. Mis on teie arvates suurimad maanoorte probleemid või takistused?
14. Mida tähendab teie meelest noorte jaoks vaba aeg?
15. Kas noored saavad Eesti 4H-s piisavalt rikkaliku vaba aja tegevuste valiku?
16. Kas noortel on teie arvates Eesti 4H-s piisavalt võimalusi isetegemiseks ja ettevõtlikkuseks?
17. Kas noortel on teie arvates Eesti 4H-s piisavalt võimalusi kogukonna töös osalemiseks?
18. Millised noorteühingu tegevused on teie meelest noorte seas populaarsed ja oodatud?
19. Millised noorteühingu tegevused teie arust ei toimi väga hästi ja miks?
20. Milliseid vaba aja tegevusi te ei paku, kuid arvate, et võiksid noortele huvi pakkuda?
21. Kas noored saavad vanematelt taskuraha?
22. Millele kulub põhiliselt noorte taskuraha?
23. Kas kõik teenused peaksid olema noortele tasuta?
24. Milliste teenuste eest on noored ja nende vanemad nõus maksma?
25. Veelettepanekuid/soovitusi?

## Lisa 6. Ekspertide intervjuu küsimused

1. Kui vana te olete?
2. Kui kaua olete töötanud noorsootöö valdkonnas?
3. Milline on teie haridustase?
4. Kuidas te defineeriksite noorsootööd?
5. Kuidas iseloomustaksite noorteühingute tööd, mis on ta erinevus noorsootööga?
6. Mida tähendab teie jaoks mitteformaalne haridus ja kuidas peaks seda rakendama noorteühingu töös?
7. Mida tähendab teie jaoks sotsiaalne ettevõtlus ja kuidas peaks seda rakendama noorteühingu töös?
8. Millist väärtust teie meelest peaks noorteühing pakkuma kogukonnale ja noortele?
9. Milliseid teenuseid peaks teie meelest noorteühingud noortele pakkuma?
10. Millises mahus teenuseid peaksid noortele olema kättesaadavad ja kuidas peaksid teenused olema tasustatud?
11. Kas noorteühingud peaksid teenima tulu?
12. Kes on olulised koostööpartnerid noorteühingu töös?
13. Kes mõjutavad enim noori nende otsustes?
14. Millised tegevused on teie meelest noorte seas populaarsed ja oodatud?
15. Millised tegevused teie arust ei toimi väga hästi ja miks?
16. Milliseid tegevusi noortele ei pakuta, kuid arvate, et need võiksid neile huvi pakkuda?
17. Millele kulub põhiliselt noorte taskuraha?
18. Kas kõik teenused peaksid olema noortele tasuta?
19. Milliste teenuste eest on noored ja nende vanemad nõus maksma?
20. Ettepanekuid/soovitusi teenuse arendamisel

## Lisa 7. Intervjueeritavate koondtabel

<b>INTERVJUEERITAVAD</b>	<b>VIITAMISEL KASUTATAV LÜHEND</b>
<b>Intervjuud juhatuse liikmetega</b>	
Anu Kersalu	J1
Helen Siska	J2
<b>Fookusgrupi intervjuu Pärnumaa noortega</b>	
Noor	P1
Noor	P2
Noor	P3
Noor	P4
<b>Fookusgrupi intervjuu Harjumaa noortega</b>	
Noor, 15a.	H1
Noor, 16a.	H2
Noor, 15a.	H3
Noor, 16a.	H4
Noor, 11a.	H5
Noor, 11a.	H6
Noor, 12a.	H7
<b>Fookusgrupi intervjuu piirkonnajuhtide/juhendajatega</b>	
Kätlin Takk	PJ1
Evi Rohtla	PJ2
Inga Raudsepp	PJ3
Janika Juuse	PJ4
Tanel Hunt	PJ5
<b>Intervjuu eksperdiga</b>	
Roger Tibar	E1

## Lisa 8. Afiinsusdiagramm



ALATEEMAD
<b>Mõisted:</b> noorsootöö, noorteühing, mitteformaalne õpe, sotsiaalne ettevõtlus
<b>Eesti 4H</b> – partnerid, kulud, tulud, tegevused
<b>Eesti 4H</b> – väärtus, liikmeks olemise põhjused, kellele pakutakse teenuseid, kuidas jõutakse klientideni, mis meeldib
<b>Noored ja vaba aeg</b> –vaba aja tegevused kus kohas ja kellega, mida noortele meeldib teha ja mida mitte, kes mõjutavad neid nende otsustes
<b>Noorte raha kasutus</b> – taskuraha suurus, millele raha peamiselt kulub
<b>Maanoored</b> – probleemid, kogukondlikud tegevused, millest noored unistavad
<b>Teenused</b> – välja pakutud mõtted ja ideed teenuste arendamiseks

## Lisa 9. Eesti 4H väärtused ja noorte osalemise motivatsioon

	Juhatuse liikmed	Piirkonnajuhid/juhen dajad	Noored vanuses 7-13a.	Noored vanuses 13+... a.
<b>Eesti 4H väärtused ja noorte osalemise motivatsioonid</b>	suurem valikuvabadus, eneseareng, kuulumisvajadus, vabatahtlik, sõprussuhete loomine, sotsiaalne suhtlus, enda proovile panek, maaelu ja keskkonna väärtustamine, enda tundma õppimine, räägitakse teemadel, kus noored tahavad kaasa rääkida	Ühtekuuluvustunne, õpetab teistega arvestamist, kasvatab tegusaid, ettevõtlikke mõtlemisvõimelisi noori, kogemused teevad noored julgemaks, saavad sotsiaalsed ja suhtlemisoskused, suur sõpruskond,	Lõbus, uued sõbrad, üitused, laagrid, teiste piirkondade noored tulevad kokku	Lõbus, uued sõbrad, uued oskused, kogemus, kasuks tulevikus, üritused, ägedad inimesed, näed sõpru kaugemalt, laagrid, põnevad esinejad, uus info, Noored saavad oma arvamust avaldada, korraldada asju mida nad ise tahavad, omaalgatus, saab kutsuda erinevatest kohtadest noori kokku
<b>Eesti 4H tegevused, mis meeldivad</b>	Laagrid, mitmepäevased koosviibimised, noorte endi poolt korraldatud,	Ööbimistega üritused, laagrid, kohtumised teiste piirkondade noortega, tantsimine, suvel matkamine ja telkimine, mida pimedam ja hirmsam seda parem.	Meisterdamine, kohvikud, laagrid, ööbimisega üritused	Laagrid, koolitused, mõttemängud, tiimitöö, sportlikud, vestlusõhtud, kohvikud, diskod
<b>Eesti 4H tegevused, mis ei meeldi</b>	Poliitilised üritused, täiskasvanute poolt välja mõeldud ja elluviidud, ekstreemsed olukorrad ilma ette teatamata, tuimalt istumine, loengud	Koolitused, kus lektor räägib sama juttu, mis tahvli peal, loeb maha. Kui koolituse juures lõbu pole, on ainult 100% istumine	Kõik meeldib	Liigne käsitöö, liiga pikad matkad, kõik on olemas – kui midagi tahame siis teeme.

## Lisa 10. Tüüpklientide profiilid koostatud isikute meetodi põhjal

Roll grupis	Juht	Järgija	Juht	Järgija
<b>Nimi/vanus</b>	Berta (16)	Lisanne (9)	Karoliina (16)	Jane (11)
<b>Õppeasutus</b>	Alavere Põhikool	Alavere Põhikool	Lõpe Kool	Lõpe Kool
<b>Elukoha piirkond (kaugus koolist)</b>	Maapiirkonnas, külas, 3 km kaugusel	Maapiirkonnas, samas külas, kus kool	Maapiirkonnas, külas, 5 km kaugusel	Maapiirkonnas, külas, 5 km kaugusel
<b>Pere</b>	Elab koos vanemate ja vanema vennaga. Mõlemad vanemad käivad tööl. Keskmisest suurema sissetulekuga pere. Perega koos veedab aega vähe. Enamasti käivad koos kinos või kohvikus.	Elab koos vanemate ja noorema õega. Mõlemad vanemad käivad tööl. Keskmise sissetulekuga pere. Perega veedab väga palju aega koos, iga õhtu ja ka nädalavahetustel.	Üksikvanemaga – ettevõtja, 5 õde-vena. Keskmise sissetulekuga pere. Perega side hea, aga ei saa piisavalt palju aega koos veeta kuna ise ja ka pereliikmed väga aktiivsed väljaspool kodu, lisaks palju matteid ja loomade eest hoolitsemist.	Mõlemad vanemad käivad tööl, 1 noorem vend. Keskmise sissetulekuga pere. Perega veedab palju aega koos nii kodus peale koolipäeva kui ka nädalavahetustel.
<b>Iseloomustus</b>	Väga aktiivne, tegus, tasakaalukas, võtnud endale palju kohustusi, mõtleb asjad korralikult läbi enne tegutsemist, põhjalik, liider grupis, naudib eeskujuks olemist, tunnustust ja esinemist.	Aktiivne, tegus, võtnud endale liiga palju kohustusi, samas natuke tuulepea – ei tule kohustustega toime, asjad õigeks ajaks tegemata. Rõõmsameelne, muretu, avameelne, sõbralik.	Väga aktiivne ja suhtlev noor. Naudib eeskujuks ja liidriks olemist. Tutvusringkond on väga suur. Teistega arvestav, eesmärgikindel, suure teotahtega. Ettevõtlik, algatab ise tegevusi grupis ja kogukonnas.	Vaikse ja tagasihoidliku loomuga, samas sihikindel ja hoolas. Mõtlis, tasakaalukas, sõpradering on väike ja kindel. Ise tegevusi ei algata, aga kui tegevus meeldib ja kutsutakse, siis liitub meeleldi ja aitab kaasa.
<b>Huviringid/hobid</b>	Kodutütred, tantsimine, Eesti 4H, Noorte Volikogu	Tennis, tantsutrenn Kodutütred, Eesti 4H, Õpilasesindus	Noorte volikogu, Õpilasesindus, Eesti 4H, Koduküla MTÜ	Eesti 4H, Fotograafia, looduses jalutamine, muusika kuulamine
<b>Taskuraha suurus/huviringide maksumus</b>	50 euri kuus/0 eur	5-10 euri kuus/30 eurot kuus	50 eurot kuus/0 eur	20-30 eur kuus/ 0 eur
<b>Tegevused vabal ajal</b>	Kuulab muusikat, veedab sõpradega aega, sotsiaalmeedia, tegeleb kodukanti arendatavate tegevuste/projektide	Laagrid, vanaema juures maal, õues sõpradega mängimas, osaleb	Kuulab muusikat, loeb raamatut, vaatab lemmiksarju, veedab sõpradega aega,	Kuulab muusikat, veedab jalutades või sõpradega aega värskes õhus. Osaleb laagrites, üritustel.

	kirjutamise/planeerimise/elluviimise misega.	kodukanti arendavates projektides	sotsiaalmeedia, tegeleb kodukanti arendavate tegevuste/projektide kirjutamise/planeerimise/elluviimise misega. Käib kohalikus noortekeskuses või Pärnus kinos, kontsertidel.	Sotsiaalmeedia. Puhkab niisama.
--	--	-----------------------------------	--	---------------------------------

## Lisa 11. Empaatiakaardid tüüpkliendi profiilide Berta ja Jane kohta



## Lisa 11. järg Empaatiakaardid



## Lisa 12. Noore, kui tüüpkliendi klienditeekond ja kokkupuutepunktid

Noorteühing Eesti 4H poolt noortele suunatud tegevuste etapid						
Huvi tekitamine, inspiratsioon	Info kogumine	Valiku tegemine	Kontakti loomine	Tegevustes osalemine	Lahkumine	Järeltegevus
Kliendi vajadused ja tegevused						
Kuuluda kuskile Uued sõbrad, sõpradega midagi lõbusat koos teha, õppida uusi asju, kogemusi saada, põnevatel üritustel käia, teha midagi koos oma kogukonna heaks, korraldada ise Soov midagi teha oma vaba ajaga, Sõber kutsub, Õpetaja/noorsootõtaja kutsub Näeb/kuuleb Eesti 4H-st mingil ühingu avalikul (info)üritusel. Infolehtede/flaierite jagamine üritustel. Logoga meenete jagamine (näiteks kleebis, õhupall)	Saab/uurib infot sõprade käest, Saab/uurib infot õpetaja/noorsootõtaja käest, Küllastab ühingu facebooki lehte, instagrammi lehte. Googeldab ühingu kohta infot. Küllastab ühingu kodulehte. Uurib infolehte, flaierit.	Noor räägib ühingu liitumisest vanematele Vanemad uuriva ühingu kohta teiste inimeste (sõprade vanemad, õpetajad, noorsootõtajad) käest ja uurivad tausta internetist (facebook, koduleht, google otsing. Sõprade soovitusel noorele	Saab infot sotsiaalmeediast, e-maililt või otse juhendajalt. Noor: a) liitub/registreerub olemasoleva klubiga. b) võtab vähemalt 2 sõpra ja täiskasvanud juhendaja ja registreerivad klubi. Lepib juhendaja ja/või teiste liikmetega kokku kohtumise. Loovad esmase kontakti üksteisega või täiendavad meeskonnasuhteid. Tutvub Eesti 4H võimaluste ja uute inimestega. Saab liikmekaardi.	a) noor ootab et teda kaasatakse tegevustesse b) noor algatab ise tegevusi Osalemine mitmekülgses tegevustes, üritustel nii kohalikul, üle-eestilisel kui ka rahvusvahelisel tasandil. Laste arenguprühholoogilised, füsioloogilised ja sotsiaalsed vajadused rahuldatud. Ettevõtlike noorte esile tõstmine Tänuüritusel üks kord aastas. Kutse osaleda Noorteaktiivi töös.	Sõprade ja klubiliikmetega hüvasti jätmine. Ürituselt lahkumine üksi, grupis või vanemad tulevad järgi. Tagasiside saamine.	Facebook, Instagramm, Koduleht 1 aasta peale liikmemaksu mittemaksmist jääb noor listidesse alles ja saab meili kaud jätkuvalt infot.
<b>Ootused teenuseosutajale</b>						

Hea maine, huvitavad ja kutsuvad avalikud üritused. Motiveeritud liikmed (kes kutsuvad teisi) ja juhendajad. Flaiertel korrektne, atraktiivne info.	Info kiiresti leitav, usaldusväärne, atraktiivne. Motiveeritud liikmed (kes kutsuvad teisi liituma) ja juhendajad. Flaiertel korrektne, atraktiivne info.	Hea maine, motiveeritud liikmed. Info kiiresti leitav ja atraktiivne.	Korrektset ja lihtsasti mõistetavad juhised liitumiseks ja registreerimiseks. Kiire infovahetus. Toremad juhendajad ja töötajad, professionaalne teenus. Sarnaste huvidega sõbralikud noored.	Tegevuste sisu vastab lubatule, turvaline toetav keskkond, teenuse osutamise asukoht lähedal või lihtne ligipääs. Ühisüritustel organiseeritud transport. Noored on rahulolevad, õnnelikud. Lapsevanemad on rahulolevad.	Tagasiside andmine, et noor on alati tagasi oodatud.	Info edastamine uute võimaluste ja tegevuste kohta. Noorte meeles pidamine.
<b>Puutepunktid</b>						
Flaier, logoga meene	Facebook, instagramm, koduleht, infoleht/flaier, logoga meene	Facebook, instagramm, koduleht, infoleht/flaier, logoga meene	Juhendaja, Eesti 4H töötaja, registreerimissüsteem, avalduse dokument, liikmekaart	Tegevuse/teenuse osutamise ruum/asukoht, tegevuste materjalid. Kutse üritustel osalemiseks. Saadud tänu-/kiidumeene.	Transport (auto, buss), tagasiside leht	Facebook, e-mail, instagramm, logoga meene

# Lisa 13. Teenuste ideede prioritiseerimise protsess



## Lisa 14. Lasteürituse teenuse klienditeekond

Klienditeekonna etapid						
Huvi tekitamine, inspiratsioon	Info kogumine	Valiku tegemine	Kontakti loomine	Teenuse osutamine	Lahkumine	Järeltegevus
Kliendi kui teenuse tellija vajadused ja tegevused						
Soov pakkuda lapsele eakohast, harivat, kuid samas meelelahutuslikku vaba aja veetmise võimalust kodukoha ligidal. Näeb/kuuleb Eesti 4H-st ühingu avalikul (info)üritusel. Näeb sotsiaalmeedias kuulutust või koostööpartnerite kodulehekülgedel. Saab turundusmeili. Kuuleb infot sõbralt	Saab/uurib infot koostööpartnerite ja teiste lapsevanemate käest, Küllastab ühingu facebooki lehte. Googeldab ühingu kohta infot. Küllastab ühingu kodulehte. Uurib infolehte, kuulutust.	Teeb valiku taustauuringu, koostööpartneritelt ja teistelt lapsevanematelt saadud info põhjal.	Võetakse ühendust e-maili või telefoni teel. Küsitakse hinnapakumist. Kliendile tutvustatakse teenuse eesmärgid, sisu, kulu. Sõlmitakse teenuse osutamise kokkulepe ja saadetakse ettemaksu arve.	Klient tasub arve. Kliendile pakutakse teenust vastavalt kokkulepitule ja programmi sisule (kohale jõudmine, asjade lahti pakkimine, tegevused/mängud) Noortele pakutakse üritusel mitmekülgseid tegevusi nii juhendajate kui teiste noorte poolt.	Teenuse pakkuja pakib asjad/vahendid kokku. Lapsele antakse osalemist tõendav ja/või võistlusel osalemist tõendav diplomi. Lapsele tema enda meisterdatud asjade andmine. Ürituselt lahkumine, hüvasti jätmine.	Klient jagab kogemusi perele, sõpradele. Klient saab teenuse pakkujalte-maili, kus tänatakse ja saadetakse pilte üritusest ning palutakse tagasisidet ning küsitakse, kas ta soovib meilile infot tulevaste ürituste/pakkumiste kohta. Facebookis uuendatakse infot. Kõigile klientidele saadetakse pühadeterovitused e-maili teel.
Ootused teenuseosutajale						
Hea maine, huvitavad ja kutsuvad avalikud	Info kiiresti leitav, usaldusväärne, atraktiivne.	Hea maine, info kiiresti leitav ja atraktiivne.	Kiire infovahetus. Usaldusväärsus, toetav suhtumine.	Tegevuste sisu vastab lubatule, laste eale, turvaline	Asjade kokkupakkimine nii, et sodi ei jää. Lapsele	Tänamine, tagasiside küsimine, info

üritused, kuulutused. Flaiieritel, sotsiaalmeedias korrektne, atraktiivne info.	Flaiieritel korrektne, atraktiivne info. Hea maine – soovitud.		Vastutulelikkus programmide erinevate tegevuste osas. Pakkuda lisateenuseid.	toetav keskkond. Noored ja lapsevanemad on rahulolevad, õnnelikud.	meenete/diplomi andmine mälestuseks.	edastamine uute võimaluste ja tegevuste kohta. Pühade ajal meeles pidamine.
<b>Puutepunktid</b>						
Flaier, kuulutus, sotsiaalmeedia, e-mail	Facebook, instagramm, koduleht, infoleht/flaier, e-mail	Facebook, instagramm, koduleht, infoleht/flaier, e-mail	Arvuti, telefon, teenuse reklaam/flaier, kodulehekülg, facebook, arve.	Teenuse osutamise ruum/asukoht, tegevuste materjalid.	Meene/diplom, visiitkaardi/plakati/info jätmise kliendile.	Facebook, e-mail, instagramm.

## Lisa 15. Laste sünnipäeva korraldamise teenuse prototüüp

KUTSU MEID KÜLLA  
INFO@EESTI4H.EE

# KINGI LAPSELE LÖBUS SÜNNIPÄEV 4H-GA

MEELEOLUKAS  
PIDU SINU TEISMELISELE: DJ,  
VALGUS-SHOW, ÖHTUJUHT, MÄNGUD  
1 TUND - 50 EUR

VÕI LÖBUS "MAAL ON VAHVA"  
TEEMALINE PIDU VÄIKSEMATELE:  
(INTERAKTIIVNE)  
LEHMALÜPSMINE, TERAVILJADE  
TUNDMINE, MEISTERDAMINE,  
KEPPHOBUSTE VÕISTLUS, LASSO  
VISKED, ÖHUPALLILOOMAD JNE.  
1 TUND - 35 EUR

LISATEENUS: NÄOMAALINGUD  
MINIMAALNE TELLIMISTE  
KOGUS 2 TUNDI

4i  
EESTI  
NOORTEUHING

www.eesti4h.ee

# SUMMARY

## DEVELOPING PAYABLE SERVICES FOR YOUTH ORGANISATION EESTI 4H BY IMPLEMENTING SERVICE DESIGN PRINCIPLES

Gerda Vares

In developed civil society plays very important role a well- functioning third sector and involvement of volunteers (Siseministerium, n.d.). People wish to contribute more for activities that benefit society and give meaning to their lives. Valuing youth work has increased in recent years due to a number of renewed European policy guidelines. (Noortevaldkonna..., lk 5) It has become clear that young people are our future life-shapers and therefore youth work is an important field.

Different theorists acknowledge that traditional vision of entrepreneurship is no longer sufficient (Pagano,...2018, Brown, 2011). Nongovernmental organisations (NGO-s) are not business enterprises, but they also need revenue to guarantee sustainability. One of the biggest problems of NGO finance models is that they rely too much on project fundings. Stability is missing, which affects service continuity and quality. In order to guarantee sustainability, organizations must find alternative revenues in addition to state support. Popular topics in this regard are social entrepreneurship and service design. NGO youth organization Eesti 4H aims to be stable and sustainable organisation. The topic of this Master's thesis was chosen by the current economic and social situation in society, which shows that public sector support will be reduced in the future and that competition between civil society associations will increase. As a result, the research questions and the purpose of this Master thesis were set.

The purpose of this Master's thesis is to develop payable services for youth organisation Eesti 4H by implementing service design principles.

The following research questions will be raised during the work:

1. What is the current situation with services provided by youthwork field and youth organisations?
2. What a youth-oriented service should be?

### 3. What should be a payable service for NGO youth organisation Eesti 4H?

In order to achieve the objective and on the basis of research issues, the author shall establish the following research tasks:

- identify the specifics of young people's customer behavior when using youth work services;
- identify the current state of youth work in society and the principles of services provided by youth organisation;
- define the appropriate service design process and methods to create the concept of payable services that support the financial capacity of youth organisation Eesti 4H, based on the specifics of the customer behaviour of youth work and the opportunities to provide services;
- identify the position of youth organisations in Estonia and provide an overview of the activities of the youth organisation Eesti 4H;
- introduce the chosen methodology and conduct a study to create the concept of payable services for youth organisation Eesti 4H;
- based on the results of the study and service design process, develop the concept of payable services for youth organisation Eesti 4H.

In the theoretical part of the master's thesis, the specifics of young people's customer behaviour and the factors influencing it were taken under observation, among with various development psychology theories regarding young people. It turned out that young people are surrounded by different networks and they are most influenced by the closest one, family and then their peers. Working with youth it is important to consider age differences and look at them in their own environment. Sources that show theoretical starting points of youth work as non-formal education were examined. It was found that it is important to address integrated youth policies, activities must be well-thought out and learning outcomes formulated. The work of youth organisations were compared to social enterprises and found that they have many similarities. Both are trying in their work to find a balance between economic and social well-being and innovation. Important key word in working with young people is involvement and active participation.

To develop services for youth organisation Eesti 4H, various service design processes and methods were analysed. The author used the four-stage model created by Design Council in

this work, as the author thought it was the best and most systematic way to explore the possibilities of developing payable services for youth organisation.

The empirical part of the Master's thesis gave an overview of the current situation of youth work in Estonia and the activities of the youth organisation Eesti 4H. The youth organisation has been operating since 1991 and main focus is providing activities to young people from rural areas. The number of members and revenues/expenditures have been relatively stable in recent years. The advantage of Eesti 4H is the large number of members and volunteers, long-term experience in youth work field and the existence of six regions.

Qualitative research was carried out among Eesti 4H members, supervisors, board members and expert to develop paid services. The double-diamond four-stage service design process was used. In the discover phase, input was obtained from interviews, focus group interviews, and document analysis. In the define phase, the information obtained was analyzed by affinity diagram and study wall methods. In order to get a better view of the target groups and customers, the author of the work used methods such as personas, empathy cards, and customer journey map. Word cloud, brainstorming and benchmarking techniques were used to generate and visualize ideas. Then the ideas were prioritized and new customer journey map was created. As a result of the design process, it was found that service of offering children's birthday party program deserves further development. For this service were developed two programs for different age groups and a prototype in the form of a poster. The prototype was tested among six parents. Based on the feedback received and a service value proposition canvas, a service plan was prepared.

Based on the results of the study, the author made suggestions for developing payable services. One of the most important suggestions was to categorize Eesti 4H services into two major categories: nation-wide and regional. The author of the thesis suggests to develop two more services mentioned in the design process: rental of office space and equipment and pet care service. The service of offering children's birthday party program is based on a pre-defined service design process and methods. It is only part of a comprehensive service design process. For the final development of the service, the service should definitely be analyzed, supplemented and then tested again. In the author's view, the current work lacks a thorough financial analysis and financial plan. The author of the thesis considers the strongest trumpets of the service of offering children`s birthday party programs peer to peer method, long-term

knowledge of the field, educated leaders, nationwide range, being aware of rural life and numerous memberships.

## **Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Gerda Vares, (*autori nimi*)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose  
Teenusedisaini põhimõtete rakendamine Noorteühing Eesti 4H tasuliste teenuste arendamisel, (*lõputöö pealkiri*)

mille juhendaja on Gerda Mihhailova,  
(*juhendaja nimi*)

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, alates **01.06.2022** kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Gerda Vares

**22.05.2019**