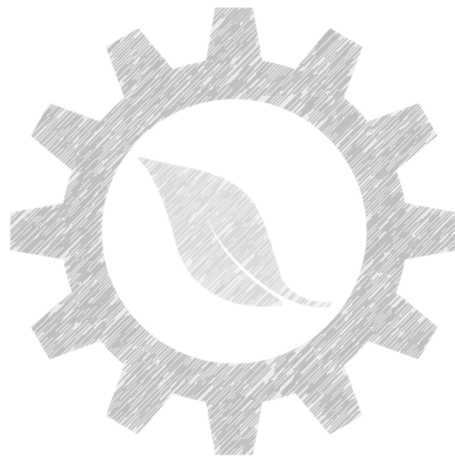




Organisatsiooni/ärimudeli jätkusuutlikkuse hindamise Toolkit



Projekt nr 2020-1-IS01-KA204-065831

Seda projekti on rahastatud Euroopa Komisjoni toetusel. See väljaanne kajastab ainult autori seisukohti ja komisjon ei vastuta selles sisalduva teabe võimaliku kasutamise eest.

Sissejuhatus.....	3
Strateegiavaliku kaskaad.....	4
Jätkusuutliku ärimudeli lõuend	5
Jätkusuutlikkuse manifest.....	7
Siseettevõtluse oskuste test	8
Jätkusuutlikkuse vajadus	9
Jätkusuutliku idee juured	11
Innovatsioonimall	12
Prototüüpide jätkusuutlikkuse hindaja.....	14

Sissejuhatus

SINTRA TOOLKITi eesmärk on tutvustada tööriistade komplekti, mille abil saab hinnata siseettevõtjate ettevõtlikkust ja valmisolekut koguda ettevõttes/organisatsioonis jätkusuutlikkuse eesmärgil ideid. Need vahendid võivad aidata läheneda innovatsioonile süsteemsemalt, jälgida edusamme ja leida jätkusuutlikkusele uusi lähenemisviise nii keskkonna kui ka majanduse kontekstis.

Nagu juba mainitud, on strateegia eesmärk leida parim viis mitme võimaliku variandi vahel. Mis puutub innovatsioonistrateegiasse, siis see juhatab teid teie pikaajaliste eesmärkide poole. Üldiselt peaksite keskenduma selliste asjade tegemisele, milles teil on reaalne võimalus edu saavutada. Jätkusuutlikkuse poole püüdlemine uuenduslike vahendite ja meetmetega oleks abiks nii ettevõtte tasandi tegevustes kui ka keskkonnasäästlikkuse laiemas kontekstis.

Innovatsiooni- ja jätkusuutlikkuse strateegia toimimiseks peab see olema kooskõlas äristrateegiaga ja integreeritud sujuvalt tööviisidega. Selge suhtlus ja mõned toetavad väljundid organisatsiooni kõigil tasanditel võivad aidata ettevõttel alustada jätkusuutlikkusele suunatud innovatsiooniga ja muuta see pidevaks praktikaks.

Tutvustame mõningaid kasulikke vahendeid, mida saab kasutada jätkusuutlikkuse ja innovatsioonistrateegiate määratlemiseks ja joondamiseks, strateegilise otsuse kaardistamiseks ning idee, äri või kontseptsiooniga seotud kõige kriitilisema ebakindluse kõrvaldamiseks.

On aeg neid praktikas katsetada. Teame, et neid on üsna palju ja ilmselgelt ei sobi kõik tööriistad kõigile. Nagu juba mainitud, ei ole selle Toolkit'i eesmärk kasutada neid kõiki korraga, vaid valida hetkel sobiv vahend spetsiifilise juhtumi jaoks.

Strateegiavaliku kaskaad

Strateegiavaliku kaskaad on mudel, mis põhineb tuntud “play to win” teorial, mida tutvustas Robert L. Martin oma samanimelises raamatus. Strateegiavaliku kaskaadi kasutatakse sageli diferentseeritud strateegia loomiseks küsimuste komplekti kaudu.

Strateegiavaliku kaskaad võimaldab teil läheneda strateegiale süstemaatiliselt ja struktureeritult ning aitab teil:

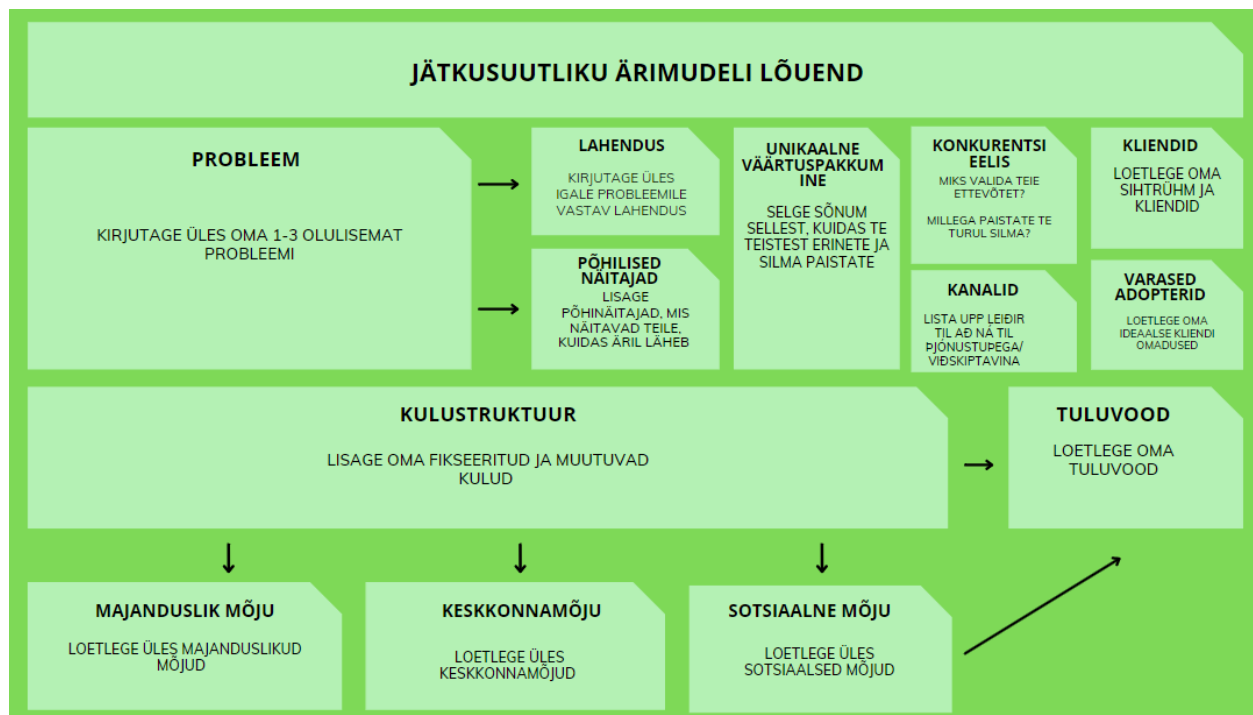
- 1) Määra oma jätkusuutlikkuse eesmärgid
- 2) Määratleda oma turg ja väärtuspakkumine
- 3) Hinnata ja arendada oma põhilisi võimeid
- 4) Luua oma innovatsioonitehnikad ja -süsteemid



Jätkusuutliku ärimudeli lõuend

Kui olete strateegilistele küsimustele vastused saanud, on aeg kaardistada oma strateegilised otsused ja peamised äriidee või –kontseptsiooniga seotud eeldused.

Jätkusuutliku ärimudeli lõuend on tööriist, mis aitab luua ja ellu viia jätkusuutlikke innovatsiooniprojekte. See on skeem, mis võimaldab kirjeldada ja sünteesida ärimudeleid, mis on ühtaegu uuenduslikud ja jätkusuutlikud. Kõik organisatsioonid (idufirmad, VKEd, ettevõtted), kes soovivad ellu viia jätkusuutlikke uuenduslikke projekte, saavad jätkusuutlikkuse lõuendit ise projektide määratlemiseks ja/või sünteesimiseks kasutada. Skeemi saab kasutada nii ajurünnaku faasis äritöötubade ajal, siseettevõtluse idufirmade jaoks või ärimudelite übermõtestamiseks, aga ka projekti esitlemiseks välistele huvirühmadele. Olles lisanud eksklusiivse jaotise jätkusuutlikkuse kirjeldamiseks, võimaldab see selgitada positiivseid mõjusid majandusele, keskkonnale ja sotsiaalvaldkonnale alates projekti kavandamisest. See on oluline tõeliselt jätkusuutlike projektide elluviimiseks ja jätkusuutlikkusega seotud mõju kvantifitseerimiseks.



PEALKIRI:		Jätkusuutliku ärimudeli lõuend		
PROBLEEM	LAHENDUS	UNIKAALNE VÄÄRTUSPAKKUMINE	KONKURENTSIEELIS	KLIENTIDE SEGMENTID
	PÕHILISED NÄITAJAD		KANALID	VARASED ADOPTERID
KULUSTRUKTUUR		TULUVOOD		
MAJANDUSLIK MÕJU	KESKKONNAMÕJU		SOTSIAALNE MÕJU	

Jätkusuutlikkuse manifest annab teile jätkusuutliku ja uuendusliku programmi jaoks strateegilise

Siseettevõtluse oskuste test

SINTRA siseettevõtluse oskuste test hindab siseettevõtja oskusi meeskonna, ettevõtte või partnerluse kontekstis. See aitab välja selgitada, millistes rollides nad head on, millistes nad ei ole nii head, samuti arendab see koostööd ehk kuidas nad saavad koostööd laiemalt teie kasuks kasutada.

Siseettevõtluse OSKUSTE test

NIMI: _____

KUUPÄEV: _____

VÄGA NÕUS
(10pt)

NÕUS
(5pt)

EI NÕUSTU
(0pt)



K1 Mina olen see, kellele teised inimesed asjade elluviimisel toetuvad.	●	●	●	
K2 Olen edukas organisatsioonipoliitika läbiraakimises.	●	●	●	
K3 Säilitan huumorimeele isegi siis, kui läheb raskeks.	●	●	●	
K4 Tunnen rahulolu, kui aitan teistel edu saavutada.	●	●	●	
K5 Mul on lihtne hinnata, mida teised meeskonnaliikmed tahavad ja vajavad.	●	●	●	
K6 Ma märkan kiiresti, kui keegi meeskonnaliikmetest tunneb end ebamugavalt.	●	●	●	
K7 Mul on väga mugav oma meeskonna eestkõnelejana tegutseda.	●	●	●	
K8 Aitan teistel end avada ja jagada seda, mida nad tegelikult mõtleavad.	●	●	●	
K9 Ma suudan märgata olulisi fakte ja edastada need mõjuvaks looks.	●	●	●	
K10 Mulle meeldib uut projekti alustades koheselt pihta hakata.	●	●	●	
K11 Teised inimesed kalduvad minu eeskuju järgima.	●	●	●	
K12 Meeskonnaliikmed otsivad minult abi, nõu ja usaldusväärseid soovitusi.	●	●	●	
K13 Olen võimeline leiutama palju potentsiaalseid lahendusi, kui seisn silmitsi uue väljakutsega.	●	●	●	
K14 Minu meeskonnaliikmed paluvad minult sageli abi uute ideede leidmiseks.	●	●	●	
K15 Mind huvitavad väga probleemi algpõhjused.	●	●	●	
K16 Mulle meeldib äripartnereid üksteisele tutvustada.	●	●	●	
K17 Rühmaaruteludes kipun otsima ühiseid kokkuleppepunkte.	●	●	●	
K18 Ma austan inimese seisukohta, isegi kui ma sellega ei nõustu.	●	●	●	

PRODUKTSENDID
K1+K2+K3=pt

KULTIVAATORID
K4+K5+K6=pt

MÕJUTAJAD
K7+K8+K9=pt

AKTIVAATORID
K10+K11+K12=pt

AVASTAJAD
K13+K14+K15=pt

ÜHENDAJAD
K16+K17+K18=pt

SA OLED

Jätkusuutlikkuse vajadus

Edukad uuendused täidavad vajaduse – reaalse ja spetsiifilise kasutaja vajaduse, mis hetkel ei ole täidetud või mida saaks parandada. See tööriist aitab määratleda rahuldamata vajaduse, mis loomulikult tekitab asjakohaseid ja jätkusuutlikke ideid või uuendusi.

Saate seda tööriista kasutada töötoas, kui olete analüüsinud kõiki selle teema kohta tehtud uuringuid või arusaamu.

Selleks on oluline vastata mõnele küsimusele:

1) Kelle vajadus on täitmata?

Kogume kasutaja kohta võimalikult palju teavet, kasutades vajadusel Personas tööriista. Mis neid motiveerib? Mis teeb need eristavaks? Mis hoiab neid öösel üleväl? Joonistage või leidke kasutajast pilt ja andke isikule nimi.

2) Mis on nende täitmata vajadus?

Te määratlete selle, olles võimalikult konkreetne ja püüdes jõuda probleemi juurteni. Kas nende vajadused on uued, mõtlemapanevad, üheselt mõistetavad ja lihtsas keeles kirjutatud? Üks võtte täitmata vajaduse määratlemiseks on küsida mitu korda „miks“, kuni avastate algpõhjuse.

3) Kuidas on see vajadus praegu täidetud?

Millised lahendused on praegu selle vajaduse jaoks olemas? Lahendused on viisid, kuidas kasutajad saavad probleemiga hakkama. Need annavad meile vihjeid selle kohta, kuidas meie innovatsioon peab toimima. Kui kasutajatel pole oma lahendust, siis mida on nad sunnitud alternatiivina tegema? Või ei tee nad midagi?

4) Miks pole seda vajadust siiani täidetud?

Miks te (või teie konkurendid) ei ole loonud uuendust, mis seda vajadust täidaks? Näiteks, kas tehnoloogiat napib või on lahendused praegu liiga kallid? Kas see on täiesti uus vajadus?

5) Miks on selle vajaduse täitmine oluline?

Esitage oma argument selle kohta, miks see vajadus on kõige olulisem teiste seas, mida olete kaalunud. Peate kvantifitseerima selle vajaduse tähtsust teile, teie partneritele, klientidele või turule üldiselt. Seega, kas see on märkimisväärne tuluvõimalus? Kas see avab uusi turge? Kas see võib teie kaubamärki muuta? Millist mõju avaldab see jätkusuutlikkuse kontekstis?

JÄTKUSUUTLIKKUSE VAJADUS

Nimi:

Kuupäev:

Tiim:



1 TOOGE VÄLJA JÄTKUSUUTLIK VAJADUS, MIS ON TÄITMATA

2 KELLE TÄITMATA VAJADUS SEE ON?

3 MIKS ON OLULINE SEDA VAJADUST RAHULDADA?

4 MIKS POLE SEDA VAJADUST SIIANI TÄIDETUD?

5 KUIDAS ON SEE VAJADUS PRAEGU TÄIDETUD?

Jätkusuutliku idee juured

Idee kirjeldamiseks on muidugi palju võimalusi. Jätkusuutlike ideede juured on suurepärane viis idee määratlemiseks, et see kiiresti ja lühidalt kokku võtta. See on oluline, kuna aitab meil oma ideed meelde tuletada, seda paremini teistele edastada ja idee kohta otsuseid langetada.

Andke ideele meeldejäädav pealkiri. Sellise pealkirjaga idee näib elavat organisatsioonides omaette elu, samas kui halva nimega idee unustatakse sageli või jääb tähelepanuta.

Mis on meie idee lühidalt? Kirjutage üks lühike lause, mis kirjeldab meie ideed lühidalt ja on kliendile kasulik.

Millist vajadust meie idee rahuldab? Mis on tegelik ja konkreetne kasutaja vajadus, mida see idee täidaks? Tehke meie ideest visand siin. Võtke hetk ja lisage idee visand, et aidata sellel ellu sündida!

JÄTKUSUUTLIKU IDEE juured

Nimi:

Kuupäev:

Tiim:



1 ANDKE IDEELE MEELDEJÄÄV PEALKIRI.

2 MILLINE ON LÜHIDALT MEIE IDEE?

3 MILLIST JÄTKUSUUTLIKKU VAJADUST MEIE IDEE RAHULDAB?

4 KOOSTAGE MEIE IDEEST SIIA VISAND.

Innovatsioonimall

Innovatsioonimall aitab selgitada ja edastada ideed ning luua müügikõne, mis õigustab aja- ja rahainvesteeringut, et saavutada jätkusuutlikkuse erinevate aspektidega seotud eesmärged. Lühikese esitluse kirjutamine ja esitamine aitab mõtet selgitada, meelitada ligi partnereid või investoreid ning tekitada organisatsioonide sisseostu.

Ettevõtte või uue idee müümiseks sobib järgmine struktuur. Saadud kõne ideaalne pikkus on 3 minutit. Seetõttu peate vältima liiga palju tehnoloogilisi detaile ja liiga palju finantsasju ning keskendumisele hea loo entusiastlikule rääkimisele.

- 1) Meie uuendusliku idee nimi, ettevõtte nimi või kaubamärk.

Meeldejääv nimi on üllatavalt tõhus viis uuenduse profiili tõstmiseks organisatsiooni sees.

- 2) Mis probleemi me lahendame?

Alustate oma lugu sellest, et visandate konkreetsete kasutajate jaoks selge ja olulise, senini täitmata vajaduse. Kasutage esitluses dramaatilist fakti või isiklikku anekdooti.

- ### 3) Kuidas me probleemi lahendame?

Siin kirjeldate, kuidas meie uus või eristav tehnoloogia, teenus või käitumine aitab täita kasutaja vajaduse. Selgitage täpselt, kuidas meie innovatsioon töötab, kasutades lihtsat ja mittetehnilist keelt. Nimetage kõik võimalikud negatiivsed asjaolud ja põhjendage, miks need pole probleemiks.

- #### 4) Ärimudel

Kuidas ettevõtte või innovatsioon raha teenib? Pühendage veidi aega innovatsiooni või ettevõtte tipptasemel finantsaspektide läbimõtlemisele ja oma andmisele/saamisele koos potentsiaalsete partneritega.

- 5) Miks teistmoodi?

Kirjeldage ettevõtet või innovatsiooni ühe lausega, mis määratleb selle keskse idee ja selgitab, miks see on parem kui olemasolevad konkurendid või tooted või miks see saavutab jätkusuutlikkuse paremini ja tõhusamalt.

- ## 6) Kūsimus

Lõpetuseks määratlege, mida publikult tahate, olgu selleks aeg, raha, partnerlus või muu pühendumise vorm.

INNOVATSIOONIMALL

Nimi:

Kuupäev:

Tiim:

1 Nimi, ettevõtte nimi või uuendusliku idee nimi

2 Millist probleemi me lahendame?

3 Kuidas me probleemi lahendame?

4 Ärimudel

5 Miks teistmoodi?

6 Küsimus

Prototüüpide jätkusuutlikkuse hindaja

See tehnika on mõeldud koostööks töötubade või jagatud veebikeskkonna jaoks. See prototüübib nelja erinevat tüüpi puutepunkti: füüsilised asjad, teave, inimesed ja võrk. Valime välja ühe või mitu sobivat ja veendume, et töötoas on kõik õiged materjalid ja et oleks arvestatud jätkusuutlikkusega.

Prototüüpide jätkusuutlikkuse hindaja

Nimi:
Kuupäev:
Tiim:



1 Millist ideed me prototüübime?

2 Mida me peaksime muutma, et saavutada jätkusuutlikkus?

3 Mis jääb samaks?

4 Märkige Stop/Edasimineku/Taasleiuamine

S E T