

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Ärikorralduse instituut

Jekaterina Romanova

**MITTEFINANTSILINE ARUANDLUS EESTI SOTSIAALSETES
ETTEVÕTETES**

Bakalaureusetöö

Õppekava ärindus, peeriala majandusarvestus

Juhendaja: Natalie Aleksandra Gurvitš-Suits, PhD

Tallinn 2021

Deklareerin, et olen koostanud lõputöö iseseisvalt ja olen viidanud kõikidele töö koostamisel kasutatud teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele, ning ei ole esitanud sama tööd varasemalt ainepunktide saamiseks. Töö pikkuseks on 7972 sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Jekaterina Romanova

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 164261TABB

Üliõpilase e-posti aadress: jekaterinaromanova6@gmail.com

Juhendaja: Natalie Aleksandra Gurvitš-Suits, PhD:

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

SISUKORD

| | |
|--|----|
| LÜHIKOKKUVÕTE | 5 |
| SISSEJUHATUS..... | 6 |
| 1. SOTSIAALSE ETTEVÕTLUSE MÄÄRATLUS, SOTSIAALNE ETTEVÕTLUS EESTIS NING SOTSIAALSE ETTEVÕTTE ETTEVÕTTE SOTSIAALSE VASTUSEGA VÕRDLUS | 8 |
| 1.1. Sotsiaalse ettevõtluse olemus ja sotsiaalse ettevõtja tunnused..... | 8 |
| 1.2. Kolmas sektor Eestis ja sotsiaalne ettevõte..... | 10 |
| 1.3. Sotsiaalse ettevõtte ja sotsiaalse vastutusega ettevõtte võrdlus ning ESV tavade kasutamine sotsiaalses ettevõttes | 12 |
| 2. MITTEFINANTSARUANDLUS | 14 |
| 2.1. Mittefinantsaruandluse ajalugu ja areng | 14 |
| 2.2. Üldised aruandlusfunktsioonid..... | 18 |
| 2.3. Sotsiaalse aruandluse standard..... | 19 |
| 2.4. Mittefinantsaruandlus Eestis | 20 |
| 3. MITTEFINANTSILINE ARUANDLUS EESTI SOTSIAALSETES ETTEVÕTETES | 22 |
| 3.1. Kvantitatiivne uuring raamatupidajate sotsiaalsete ettevõtete ja mittefinantsteabe kontseptsiooni teadlikkuse hindamiseks..... | 22 |
| 3.1.1. Raamatupidajate sotsiaalsete ettevõtete ja mittefinantsteabe kontseptsiooni teadlikkuse uuringu meetoodika ja valimi kirjeldus | 22 |
| 3.1.2. Raamatupidajate sotsiaalsete ettevõtete ja mittefinantsteabe kontseptsiooni teadlikkuse uuringu tulemused..... | 25 |
| 3.2. Kvalitatiivne uuring mittefinantsaruandluse vajaduse kohta sotsiaalsetes ettevõtetes | 31 |
| 3.2.1. Sotsiaalsete ettevõtete mittefinantsaruandluse vajaduse uuringu meetoodika ja valimi kirjeldus..... | 31 |
| 3.2.2. Sotsiaalsete ettevõtete mittefinantsaruandluse vajaduse uuringu tulemused | 32 |
| 3.3. Uuringute tulemuste analüüs..... | 36 |
| KOKKUVÕTE..... | 39 |
| SUMMARY | 41 |
| KASUTATUD ALLIKATE LOETELU..... | 44 |
| LISAD | 47 |
| Lisa 1. Kvantitatiivse uuringu küsimustik | 47 |
| Lisa 2. Küsitluse tulemused. Küsimuste 1-4 vastused | 54 |
| Lisa 3. Küsitluse tulemused. Küsimuste 5-9 vastused | 56 |
| Lisa 4. Küsitluse tulemused. Küsimuste 10-18 vastused | 58 |

| | |
|---|----|
| Lisa 5. Intervjuu küsimused | 60 |
| Lisa 6. Intervjuu esimese sotsiaalse ettevõtjaga..... | 61 |
| Lisa 7. Intervjuu teise sotsiaalse ettevõtjaga | 65 |
| Lisa 8. Lihtlitsents | 69 |

LÜHIKOKKUVÕTE

Käesoleva bakalaureusetöö teema on „Mittefinantsiline aruandlus Eesti sotsiaalses ettevõttes. Töö eesmärk on selgitada välja inimeste teadmised sotsiaalsest ettevõtlusest ning Eesti sotsiaalsete ettevõtete mittefinantsilise teabe esitamise vajadus, samuti määrata Eesti sotsiaalsete ettevõtete huvi ühtse mittefinantsaruande/mittefinantsilise teabe kajastamise vastu.

Lõputöös kasutati kvantitatiivset ja kvalitatiivset uurimismeetodit. Eesmärgi saavutamiseks koostas autor elektroonilises keskkonnas küsimustiku ja viis läbi intervjuud. Küsimustikule vastasid raamatupidajad, intervjuus osalesid sotsiaalsed ettevõtjad. Saadud tulemuste põhjal tegi autor järeldused ja ettepanekud.

Analüüs näitas, et sotsiaalsed ettevõtted pole Eesti inimeste seas populaarsed, kuna inimestel pole nende kohta piisavalt teavet. Sotsiaalsed ettevõtjad ei näe selles probleemi ja usuvad, et pakuvad enda kohta piisavalt infot. Uuring näitas, et mittefinantsilise teabe kajastamine on sotsiaalse ettevõtte jaoks oluline, aga Eesti sotsiaalsete ettevõtete jaoks ei ole mittefinantsaruandlus tähtis.

Võtmesõnad: sotsiaalne ettevõtlus, sotsiaalne ettevõtte, sotsiaalne ettevõtja, ettevõtte sotsiaalne vastutus, mittefinantsiline aruandlus, aruandlus, kolmas sektor, Eesti.

SISSEJUHATUS

Vähesed inimesed teavad sotsiaalsete ettevõtete olemasolust. Sotsiaalne ettevõtetus on moodsa majanduse üks unikaalsemaid sektoreid, mille tegevus ei too kaasa looduslike ja inimressursside ammendumist, vaid isegi vastupidi, tänu sellele muutub maailm paremaks. See ärivaldkond areneb kogu maailmas. Juba praegu tegutseb Eestis sotsiaalsete ettevõtete võrgustiku (SEV) andmete kohaselt 54 sotsiaalset ettevõtet. Avalikkuse jaoks oluliste poole püüdlevate ettevõtete arendamisel on vaja kajastada lisaväärtusi, mida ei saa alati rahvusvaheliste raamatupidamissüsteemide abil täpselt kindlaks määrata. Täna pakuvad seda võimalust mittefinantsaruanded. Teema on asjakohane, kuna seda pole piisavalt uuritud, vaatamata asjaolule, et maailma majanduses toimuvad muutused ja inimesed on hakanud tundma huvi ettevõtete panuse vastu sotsiaalsel ja keskkonna tasandil ning selle panuse kajastamiseks on vaja sobivat tööriista.

Selle töö eesmärk on selgitada välja inimeste teadlikkus sotsiaalse ettevõtluse kontseptsioonist, sotsiaalse ettevõtte mittefinantsteabe esitamise olulisus mittefinantsaruandluse vormis, samuti teha kindlaks vajadus luua sotsiaalsete ettevõtete jaoks ühtne mittefinantsaruanne ning uurida, kui palju inimesed teavad sotsiaalsest ettevõtlusest. Autori eeldus on, et inimestel ei ole sotsiaalse ettevõtluse kohta palju teavet.

Eesmärgi saavutamiseks püstitati järgmised ülesanded:

- Teada saada, mida sotsiaalne ettevõtte endast kujutab.
- Uurida olukorda Eesti sotsiaalsetes ettevõtetes.
- Teha kindlaks ettevõtete sotsiaalse vastutuse erinevused.
- Teada saada, mida mittefinantsaruandlus endast kujutab.
- Uurida mittefinantsaruandluse olukorda Eestis.
- Analüüsida raamatupidajate teadmisi sotsiaalse ettevõtluse ja mittefinantsaruandluse kohta.
- Analüüsida sotsiaalsete ettevõtjate arvamusi mittefinantsteabe pakkumise ja mittefinantsaruandluse koostamise vajaduste kohta.

- Võimalusel pakkuda välja mittefinantsaruandluse üks versioon.

Käesolev bakalaureusetöö koosneb kolmest osast. Esimene ja teine osa on teoreetilised. Esimene osa selgitab, mis on sotsiaalne ettevõtte. Samuti tuuakse välja erinevused sotsiaalse ettevõtte ja sotsiaalse vastutusega ettevõtte vahel. Lisaks on võimalik saada teavet Eesti sotsiaalsete ettevõtete kohta. Töö teine osa on pühendatud mittefinantsaruandlusele. Selles osas käsitletakse mittefinantsaruandlust, üldisi aruandlusfunktsioone ja räägitakse mittefinantsaruandlusest Eestis.

Kolmas osa annab ülevaate kvantitatiivsetest ja kvalitatiivsetest uuringutest. Autor viis läbi küsitluse raamatupidajate seas ja tegi paar intervjuud, milles osalesid kaks sotsiaalse ettevõtte esin-dajat. Kolmandas osas on esitatud uurimise meetodid ja tulemused. Seejärel tehakse analüüsitud andmete põhjal järeldused.

1. SOTSIAALSE ETTEVÕTLUSE MÄÄRATLUS, SOTSIAALNE ETTEVÕTLUS EESTIS NING SOTSIAALSE ETTEVÕTTE ETTEVÕTTE SOTSIAALSE VASTUSEGA VÕRDLUS

1.1. Sotsiaalse ettevõtluse olemus ja sotsiaalse ettevõtja tunnused

Mõiste „sotsiaalne ettevõtlus” koosneb kahest sõnast; kõigepealt on vaja defineerida sõna „ettevõtlus”, sest sõna „sotsiaalne” näitab lihtsalt ettevõtluse suunda (Martin, Osberg 2007). Sõnade eraldi määratlemine annab parema arusaama mõiste tähendusest.

Sõna „ettevõtlus“ defineerimisel keskendub suurem osa kirjandusest asjaolule, et uued ettevõtted luuakse kasumi teenimise eesmärgil. Ettevõtlus on aga ka vajaduste ja ressursside vaheliste seaduspärasuse uurimine, innovaatilise ettevõtte loomine ning selle kasvu nimel töötamine, uute võimaluste otsimine pidevaks innovatsiooniks ja mõistlike tulemuste saamine (Ebrashi 2013).

Alguses tähistas termin „sotsiaalne” tegevusi, mille eesmärk oli aidata eriti ohustatud rühmi nagu puuetega inimesed, lapsed, vaesed, töötud jne. Nüüd on selle tähendus laiem, hõlmates tegevusi, millel on sotsiaalne mõju ja mis haaravad paljusid valdkondi, näiteks keskkond, haridus, kultuur jne (Petrella, Richez-Battesti 2014; Raudsaar 2016).

Sotsiaalse ettevõtte prioriteet ei ole kasumi teenimine, eesmärk on lahendada või vähemalt leevendada olemasolevaid sotsiaalseid ja keskkonnaprobleeme (Defourny 2014; Petrella, Richez-Battesti 2014). Sotsiaalsete ettevõtete loomise vajaduse tingib asjaolu, et riik ja mitmesugused heategevuslikud algatused ei suuda lahendada kõiki ühiskondlikuid probleeme, sellised ettevõtted aga üritavad välja töötada tõhusamaid viise nendest jagusaamiseks. Inimesed on ka hakanud aru saama, et planeedi ressursid on piiratud ja kui neid ei päästeta ega taastata siis ei pruugi järgmist põlvkonna lihtsalt olemas olla.

Sotsiaalse ettevõtte määratlusi on palju. Üks vanemaid ja sagedamini tsiteeritavaid on Ameerika majandusteadlase, Duke'i ülikooli sotsiaalse ettevõtluse arendamise keskuse asutaja ja direktori

Gregory Deesi definitsioon. (Praszkier, Nowak 2012) Deesi (1998) järgi on sotsiaalne ettevõtlus traditsiooniliste ettevõtluspraktikate rakendamine sotsiaalsete eesmärkide saavutamiseks või sotsiaalse missiooni täitmiseks ning sotsiaalsed ettevõtjad on sotsiaalsete muutuste mõjurid tänu järgmistele teguritele (Dees 1998):

1. missioon, mille peamine eesmärk on sotsiaalse väärtuse loomine
2. missiooniga seotud uute võimaluste väljaselgitamine ja otsimine
3. julge tegevus, mida ei piira käepärast olevad ressursid
4. vastutustunne nende sotsiaalsete rühmade ees, mille heaks organistasioon töötab.

Francesca Petrella ja Nadine Richez-Battesti (2014) tuginevad oma artiklis rohkem uuenduslikele lahendustele, nad seostavad sotsiaalset ettevõtlust sotsiaalse innovatsiooniga, kus sotsiaalsed ettevõtjad leiavad võimalusi uute sotsiaalsete probleemide lahendamiseks, pakkudes uusi ideid, uut tüüpi teenuseid, leides tõhusamaid või uusi ressursikombinatsioone. Sellise ettevõtluse põhieesmärk on sotsiaalse väärtuse loomine, st laiaulatuslikud hüved ühiskonnale, mida võib pidada positiivseteks välismõjudeks, millega ühiskond ega valitsus veel ei arvesta.

Sotsiaalse ettevõtluse guru Jerrom Boshi (1998) määratlus on järgmine: „Sotsiaalsed ettevõtjad on juhid, kes pööravad üha enam tähelepanu turu tegelikkusele, unustamata samal ajal oma peamist missiooni. Nad on võimelised leidma tasakaalu moraalsete nõudmiste ja kasumijanu vahel – ja see protsess esindab kogu ühiskondliku liikumise südant ja hinge.” Sellist definitsiooni toetavad ka esimese mittetulundusliku sotsiaalsete ettevõtete tugifondi Ashoka asutaja Bill Drayton (Social... 2019) sõnad, et nad on nagu „peamine korrigeeriv jõud“, kes püüdleb ühiskonna hüvangu poole.

Eestis, nagu paljudes teisteski Euroopa Liidu rikides, puudub mõiste „sotsiaalne ettevõtlus” juriidiline määratlus. Sellegipoolest defineerib mittetulundusühing Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik (SEV) (Mis on... 2019), mille eesmärk on sotsiaalse ettevõtluse arendamine Eestis, sotsiaalse ettevõtte ja sotsiaalse ettevõtluse. Nende järgi on sotsiaalne ettevõtte „ühiskondliku eesmärgiga organisatsioon, mis kasutab oma sihi saavutamiseks ettevõtlust. Ühiskondliku eesmärgi olemasolu tähendab, et see on püsivalt fikseeritud organisatsiooni põhikirjas. Ettevõtte tegutseb majandusüksusena ehk pakub kaupu või teenuseid tasu eest püsiva tegevusena.“ Aga sotsiaalne ettevõtlus on „toodete või teenuste müük ühiskondliku eesmärgiga organisatsiooni poolt. Sotsiaalse ettevõtlusega tegeleja ei ole sotsiaalne ettevõtte, juhul kui ta ei tegutse püsiva majandusüksusena. Näiteks müüakse ainult kord aastas jõululaadal ühingu liikmete tehtud

esemed.“ SEV koos avaliku sektori ja sotsiaalse innovatsiooni rakkerühmaga on sõnastanud Eesti sotsiaalsete ettevõtete tunnused. Need on järgmised (Mis on... 2019):

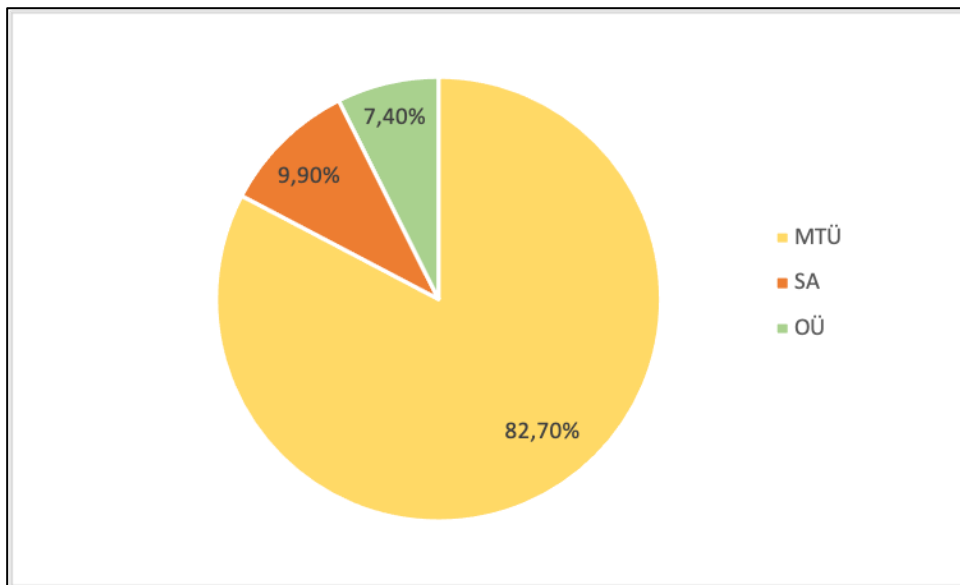
1. eesmärk on tagada inimeste heaolu või head keskkonnatingimused
2. tegevus ja tulemused peavad olema kooskõlas põhikirjas ette nähtud eesmärgiga
3. äritegevus
4. püüab eesmärki saavutada
5. kui sotsiaalne ettevõtte suletakse, jaotatakse selle varad sarnase eesmärgiga sotsiaalsete ettevõtete vahel
6. ei ole riigi, omavalitsuse, äriühingute kontrolli all

Erinevaid allikaid uurides võib näha mõiste „sotsiaalne ettevõtte” erinevaid tõlgendusi, kuid põhiolemus jääb samaks – muuta maailm paremaks kohaks ühiskonna parandamise läbi ja tegutseda viisil, mis mitmesuguste uuenduste kaudu ühiskonnale kasuks tuleb. See tähendab, et sotsiaalne ettevõtte on eriline ettevõtlusvorm, mis juhib oma tegevust traditsioonilise ettevõtte peamiste äritavade järgi, keskendudes sotsiaalse missiooni elluviimisele.

1.2. Kolmas sektor Eestis ja sotsiaalne ettevõtte

2016. aasta SEV uuringu (Sotsiaalne... 2019) kohaselt Eestis sotsiaalsete ettevõtete arv kasvab. Statistika järgi võib öelda, et 1990. aastate alguses ei olnud Eestis rohkem kui 5 sotsiaalset ettevõtet, 2016. aastaks oli aga nende arv kasvanud 120-ni, mis tähendab 115 lisandunud ettevõtet. Neist ettevõtetest 54 on SEV-i liikmed.

Mõned määratlevad sotsiaalseid ettevõtteid heategevusorganisatsioonidena, teised äriettevõtetena, kuid sellegipoolest käsitleb suurem osa kirjandusest sotsiaalset ettevõtet kolmanda või mittetulundussektorina (Defourny 2014; Szegedi *c* 2016); mõnel riigil on sotsiaalsete ettevõtete jaoks olemas eraldi õiguslik vorm. SEV uuringud kinnitavad, et Eestis tegutseb enamus sotsiaalsetest ettevõtetest kolmandas sektoris mittetulundusühingutena (MTÜ, 82,7%) või üldinstitutsioonidena (SA, 7,4%), mis kokku moodustab 90,1%, vähemuses võib leida ka osäühinguid (OÜ 9,9%) (Joonis 1).



Joonis 1. Sotsiaalsete ettevõtete arv juriidilise vormi alusel, 2016
Allikas: autori koostatud Sotsiaalne... 2019 alusel

Pole üllatav, et enamiku sotsiaalsete ettevõtete juriidiline vorm on MTÜ. Mittetulundussektor on tihedalt seotud ühiskonnaga, nad suhtlevad inimestega otse, sest olulised on usaldus ja koostöö. Mittetulundusühingud tegutsevad paljudes ühiskondlikult kasulikes valdkondades, näiteks puhkuse organiseerimine, sotsiaalteenused, haridus, kultuur ja sport, samuti keskkonnakaitse jne, kuid eesmärk ei pea alati olema sotsiaalselt oluline. Sellised organisatsioonid tegutsevad vabatahtlikkuse alusel ja peamiselt saavad rahalisi vahendeid erinevatelt sihtasutustelt või investoritelt ning vastavalt Eesti mittetulundusühingute seadustele (MTÜS § 1) on neil õigus oma ülesande täitmiseks ettevõtlusega tegeleda. Sotsiaalse ettevõtte üks omadusi on just kasumi investeerimine oma ühiskondlikku missiooni.

Kui MTÜ tähendab iseenesest kasumi teenindamine oma eesmärgi täitmiseks, siis OÜ õigusvormiga veidi teine lugu. Selleks, et OÜ saaks sotsiaalsete ettevõtete staatuse peab ettevõtte oma peamiseks eesmärgiks ühiskonna missiooni panna mitte tulu teenindamine ning investeerida vähemalt 51% kasumit (Mis on... 2019) missiooni realiseerimiseks.

Hoolimata asjaolust, et sotsiaalne ettevõtte kuulub mittetulundussektorisse ja enamik neist eksisteerib juriidiliselt mittetulundusühinguna, ei saa neid ikkagi võtta traditsioonilise mittetulundusühinguna. MTÜ-l ja sotsiaalsel ettevõttel on ühiseid jooni, nende eesmärk on täita

sotsiaalsel missiooni ning aruandlus toimub peamiselt partneritele ja huvigruppidele. Enamik MTÜ-sid kasutab mitmesuguseid toetusi ja investorite abi. Sotsiaalse ettevõtte peamised ja põhimõttelised erinevused on iseseisvus ja asjaolu, et oma sotsiaalsete eesmärkide saavutamiseks kasutatakse kommertstaktikat, mitte ei loodeta väljaspoolt tulevatele annetustele. Aga see ei tähenda, et neid ei toetataks, vastupidi, Eestis on levinud sotsiaalsete ettevõtete toetamine. MTÜ saab muuta sotsiaalseks ettevõtmiseks, kui on olemas valmisolek äritegevuseks ja projekt sotsiaalse probleemi lahendamiseks (Peng, Liang 2019).

Sotsiaalsed ettevõtted kasutavad oma praktikas erinevaid ärimudeleid, seega võib järeldada, et enamasti tegelevad Eesti sotsiaalsed ettevõtted äritegevusega, mis on asutatud mitteärilise õigusliku vormi alusel.

1.3. Sotsiaalse ettevõtte ja sotsiaalse vastutusega ettevõtte võrdlus ning ESV tavade kasutamine sotsiaalses ettevõttes

„Sotsiaalne ettevõtte ei ole Ettevõtte Sotsiaalne Vastutus (ESV).“ (Lane 2011)

Kui kronoloogiliselt vaadata, siis esimesena ilmuvad ettevõtted ESV-ga. Organisatsioonide tegevuse keskkonnamõju muutus märgatavaks ja ühiskond hakkas ettevõtmistelt rohkem ootama. Sageli läks ettevõtete tegevus vastuollu keskkonna- ja sotsiaalsete normidega. Vaatamata asjaolule, et ESV on vabatahtlik tava, ilmus ta ühiskonna surve tõttu, mis hakkas uskuma, et ettevõtte pole mitte ainult kasumi teenimise vahend, vaid peaks aitama kaasa ka ühiskonna hüvangule.

Rohelises raamatus esitab Euroopa Komisjon ESV-d järgmiselt: “Enamik definitsioone kirjeldab seda kui firmade vabatahtlikku katset hõlmata oma äritegevuses keskkondlikke ja sotsiaalseid muresid “ (Green... 2001). Definitsioon kõlab väga sarnaselt sotsiaalse ettevõtte määratlusega ja neil on tõesti sarnasusi, kuid ka põhimõttelisi erinevusi.

Sotsiaalse ettevõtte ja ESV ühised jooned on tegevuse sotsiaalne suunitlus ja organisatsiooni tegevuse sotsiaalsele ja keskkonnale avalduva mõju kontroll (Palakshappa, Grant 2018). Mõlemad on reaktsioon inimeste vajadustele ja keskkonna nõuetele, nad on orienteeritud ühiskonnale ja sotsiaalsete väärtuste loomisele. Sotsiaalsed ettevõtted saavutavad selle äritegevuse kaudu, mis põhineb ideel luua ühiskonnas positiivseid muutusi mitmesuguste sotsiaalsete probleemide

lahendamise kaudu. ESV kontseptsioon vastutab selle eest, mida organisatsiooni tegevus võiks otseselt või kaudselt mõjutada, tutvustades olemasolevas ettevõttes uusi meetodeid, et vähendada selle keskkonnamõju. (Jögibert 2015) Näiteks üritavad nad tootmises üldiselt vähem vett või elektrit kasutada, et vähendada negatiivset mõju keskkonnale. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse hulka kuulub ka töötajate turvalisus töökohal, õigeaegne palga maksmine jne.

Põhimõtteline erinevus seisneb ettevõtete motivatsioonis. Sotsiaalne ettevõtte juhendub oma töös asjaolust, et ta soovib avaldada ühiskonnale sotsiaalset mõju, eesmärk on lahendada keskkonnamoju ja sotsiaalseid probleeme. ESV puhul on eesmärk suurendada kasumit ja sotsiaalsed tegevused on suunatud organisatsiooni kuvandi parandamisele.

Stefano Amelio (2017) käsitleb oma töös sotsiaalset ettevõtlust direktiivi 2014/95 / EL kontekstis. Direktiivis, millest tuleb juttu allpool, rõhutatakse mittefinantsteabe avalikustamise tähtsust, võttes arvesse ESV põhimõtteid. Autori arvates esindab ESV sotsiaalse ettevõtluse algust, millel on oluline roll sotsiaalsete probleemide lahendamisel, ning nimetab sotsiaalset ettevõtjat inimeseks, kes on valmis ohverdama rahalist tulu, saades vastu sotsiaalset rahulolu. ESV tavad mõjutavad huvigruppide arusaama organisatsioonist, eriti usaldusväärsete organisatsioonidena tuleks käsitleda kolmanda sektori organisatsioone. Sotsiaalse ettevõtte jaoks on oluline kasutada ESV meetodeid, kuna see muudab organisatsiooni tarbijate jaoks atraktiivsemaks ja on element maine kujundamisel. Maine sõltub organisatsiooni käitumist ja koosneb sellistest komponentidest nagu usaldusväärsus ja läbipaistvus (Cornelius *et al.* 2007). Positiivne maine suurendab ettevõtte väärtust, negatiivne aga vähendab. ESV praktikast keeldumine võib ettevõtte väärtust negatiivselt mõjutada. ESV praktikas on maine loomise vahendiks mittefinantsaruandlus, mille eeliseks on kättesaadavus huvitatud pooltele.

Kokkuvõttes võib kinnitada, et sotsiaalne ettevõtte on natuke rohkemat kui ESV, kuna selle jaoks on sotsiaalne mõju olulisem. Juba praegu lahendavad sotsiaalsed ettevõtted ühiskondlikke probleeme, aga pikas perspektiivis võivad nad olla üks peamisi vahendeid selles tegevuses. Sotsiaalsed ettevõtjad ei oota, kuni probleemid ise lahendatakse, vaid nad on nende lahendamise vahend. Eestis areneb sotsiaalne ettevõtlus, aga selliste ettevõtete arv pole suur. Peamine on luua tingimused sotsiaalsete ettevõtete arenguks riigi poolt, nii et suurem hulk inimesi pööraks sellele tähelepanu.

2. MITTEFINANTSARUANDLUS

2.1. Mittefinantsaruandluse ajalugu ja areng

Ettevõtete aruandlust on mõjutanud tehnoloogilise ja loodusliku keskkonna muutused. Inimtegevus on ökosüsteemi kahjustanud, põhjustades globaalseid kliimamuutusi ja erinevat tüüpi reostust. Mittefinantsaruandluse areng on tihedalt seotud ettevõtete kalduvusega võtta sotsiaalne ja keskkonnavaline vastutus, sest ennekõike tähendab see, et ettevõtte peab oma tegevuses nendega kuidagi arvestama.

Huvi sotsiaalsete ja keskkonnaküsimuste vastu kasvas 1970. ja 1980. aastatel, kui 1972 pidas Ühinenud Rahvaste Organisatsioon (ÜRO) esimese keskkonnateemalise konverentsi (Milestones... 2019) ja 1984. aastal juhtus Indias üks suuremaid tööõnnetusi – mürgise gaasi leke, milles hukkus üle 3000 inimese ja järgnevatel aastatel sai kannatada tohtu arv inimesi (Broughton 2005). Esimesed mittefinantsaruanded nende ametlikul kujul hakkasid ilmuma 1970. aastal, kuid see ei tähenda, et varem poleks neid mainitud. Uurides mõne organisatsiooni aruandeid, mis on koostatud enne 1970. aastat, võib juba leida nn töötajate aruandluse, mis viitab töötajate elamukompleksidele või nende turvalisusele jne. 1970. aasta aruanded keskendusid sotsiaalsele aruandlusele, jättes keskkonnuaruanded tagaplaanile. Sellised sotsiaalaruanded sisaldasid finantsteavet organisatsiooni keskkonnamõju kohta ja teavet nende aspektide kohta, mis ettevõtjatele endile huvi pakkusid, aga 1970. aastate lõpuks hakkasid nad kaduma, sest sidusrühmadel oli endiselt raske aru saada finantsnäitajatest ja keskenduti keskkonnaküsimustele. (Gibassier, Unerman 2007)

1980. kuni 1990. aastateni algas mittefinantsaruandluses uus etapp, ilmusid keskkonnuaruanded. Hoolimata asjaolust, et sotsiaalaruanded olid juba tuttavad ja sisuliselt sarnased keskkonnaga, tajutati viimaseid kui midagi uut.

Keskkonna halvenemise ja loodusvarade kiire vähenemise, samuti selliste sotsiaalsete probleemide nagu vaesus, korruptsioon jne kasvu tõttu toimus 1987. aastal Ühinenud Rahvaste

Organisatsioon keskkonna- ja arengukonverents (ÜROKA) sotsiaalse ja keskkonnavalase arengu parandamiseks. ÜROKA tulemuseks oli Brutlandi aruanne, milles pakutakse säästva arengu kontseptsiooni, millele järgneb ökoloogia, majanduse ja sotsiaalvaldkonna ühendamine ning ühiskonna areng keskkonda kahjustamata (Gibassier, Unerman 2007). Looduslikud ressursid nagu nafta, puit, maa, või looduslik kapital atmosfääri kujul on piiratud. Selleks et järgmisele põlvkonnale neid ressursse jätkuks, peaks praegune neid arukalt kasutama. Mõiste hõlmab majandusarengut, mis ei kahanda loodusvarasid.

Huvitav on see, et alles kuus aastat pärast kontseptsiooni väljatöötamist, 1993. aastal, pakkus konsultatsiooniorganisatsioon Deloitte välja jätkusuutliku aruande valiku, mis koosneb viiest etapist. Esimene etapp sisaldab lühiaruannet majandusaasta aruandes ja läikiv bülletään. Teine etapp keskendub ühekordsele finantselgitusele. Kolmas peaks rääkima keskkonnajuhtimissüsteemist. Neljandas etapis edastatakse üldsusele mürgiste ainete eraldumise aruanne. Ja lõpuks viies aruanne säästva arengu kohta, milles on ühendatud organisatsiooni keskkonnavalased ja sotsiaalsed aspektid. Põhimõtteliselt on see kolmekordse kriteeriumi kontseptsioon, ühendades finantsilised, sotsiaalsed ja ökoloogilised näitajad (Gibassier, Unerman 2007). Tegelikult on sotsiaalsed ja keskkonnavalase aruandluse suundumused integreeritud jätkusuutlikkuse aruandlusesse.

Jätkusuutlikkuse aruannet koos ESV-ga nimetatakse sageli ESV aruandluseks ja suuremas osas kirjandusest on need sünonüümid. Aga integreeritud aruandlus on ESV aruandluse edasiarendamine, mis kajastab nii finants- kui ka mittefinantsteavet, näiteks ettevõtte keskkonnavalast tegevust või selle edasise arengu plaani (Gross 2017).

Mittefinantsaruandluse vajalikkuses pole kahtlust, küll aga arutatakse, kas see peaks olema vabatahtlik või kohustuslik. Vabatahtliku aruandluse puhul tekib küsimus, kuidas see mõjutab seda mittekasutatavate ettevõtete mainet, nii et paljud kipuvad aruandlust reguleerima. Kuid isegi aruandluse reguleerimine ei ole nii raske meede, nagu võiks arvata. Seal on tohutul hulgal süsteeme ja standardeid, mille organisatsioon saab ise valida sõltuvalt mittefinantsaruandluse eesmärgist (Gibassier, Unerman 2007). Kuid teabe avalikustamiseks ei ole tingimata vaja kasutada ühtegi standardit ega süsteemi, neid saab teha vabas vormis, ehkki nüüd on ettevõtjad pigem standardite poolt, sest neil on konkreetne ülesehitus ja need võimaldavad vajalikku teavet täpsemalt määratleda. Euroopa Liit näiteks on võtnud vastu direktiivi teatavate ettevõtete teabe kohustusliku avaldamise kohta, aga mõnes riigis on ESV-aruandlus kohustuslik: Rootsis peavad

alates 1999. aastast suured ettevõtted avalikustama keskkonnanäitajad finantsaruannetes, Prantsusmaal peavad üle 300 töötajaga organisatsioonid avalikustama teabe 40 näitaja kohta (Озерянская 2012).

Euroopa Liidu uus direktiiv 2014/95 / EL mittefinants- ja mitmekesisusealase teabe avalikustamise kohta võeti vastu 2014. aastal. Direktiiviga 2014/95 / EL muudeti direktiivi „2013/34 / EL teatud tüüpi ettevõtete raamatupidamise aastaaruannete, konsolideeritud raamatupidamise aastaaruannete ja nendega seotud aruannete kohta“ (Euroopa... 2014). Alates 2018. aastast peavad direktiiviga hõlmatud organisatsioonid lisama oma finantsaruannetele mittefinantsaruanded. Mittefinantsteabe avalikustamise nõuded kehtivad EL-i liikmesriikide organisatsioonidele: pankadele, kindlustusseltsidele, mitmele suurettevõttele, mille bilansimaht on vähemalt 20 miljonit eurot või netokäive vähemalt 40 miljonit eurot, ning organisatsioonidel, kus on rohkem kui 500 töötajat (Non-financial... 2019). Isegi kui suur ettevõtte ei lahenda sotsiaalseid ega keskkonnaprobleeme, on seal personalipoliitika, tööohutus jne, mis on samuti ESV kontseptsiooni osad. Arvesse ei võeta keskmisi ja väikseid ettevõtteid, kuna nende aruandluskulud võivad olla suuremad kui potentsiaalne kasu (Euroopa... 2014).

Direktiivi eesmärk on suurendada organisatsioonide läbipaistvust. Organisatsioonid, mida direktiiv mõjutab, peaksid avaldama aruandeid keskkonnaaspektide, sotsiaalse vastutuse, töötajatesse suhtumise, korrupsiooni ja altkäemaksu vastu võitlemise aspektide ning inimõigustega seotud probleemide kohta (Euroopa... 2014).

Nagu juba varem märgitud, ei ole reguleerimine karm, direktiiv on üsna paindlik mittefinantsteabe avaldamise kõige sobivama meetodi valimisel. On lai valik soovituslikke mittefinantsaruandluse raamistikke, mis aitavad seda korraldada standardite, funktsionaalsuse ja asjakohasuse selguse kaudu. Järgmisena pakutakse levinumaid mittefinantsaruandluse süsteeme. Neid saavad kasutada mitte ainult suurettevõtted, kelle suhtes direktiiv kehtib, vaid kõik ettevõtted võivad esitada mittefinantsaruande vastavalt oma soovile.

„The OECD Guidelines for Multinational Enterprises“ (OECD Guidelines) annab juhiseid rahvusvahelistele ettevõtetele. Need juhised sätestavad vastutustundliku ettevõtluse põhimõtted ja standardid. Käsiraamat koosneb kahest osast. Esimeses osas määratletakse vastutustundliku äritegevuse standardid inimõiguste, teabe avalikustamise, keskkonna, altkäemaksuvastase

võitluse, tarbijate huvide, konkurentsi, intellektuaalomandi, samuti töö- ja töösuhete valdkonnas. Teine osa annab juhiseid standardite rakendamiseks (The OECD... 2019; Vukić *et al.* 2017).

ISO 26000 on valikuline rahvusvaheline standard, mille on välja töötanud Rahvusvaheline Standardiorganisatsioon (ISO). See pakub standardit ESV-le. Standard annab juhiseid, mida saab hõlpsalt ja tõhusalt rakendada igat tüüpi organisatsioonides, mille eesmärk on ühiskonna heaolu ja tervislik ökosüsteem. ISO 26000 standardiseerib organisatsiooni juhtimist, inimõigusi, töötingimusi, keskkonda, häid äritavasid, tarbijaküsimusi ning kogukonna osalemist ja arendamist (ISO 26000... 2019; Vukić *et al.* 2017).

Global Reporting Initiative (GRI) on sõltumatu rahvusvaheline organisatsioon, mis toetab organisatsioone keskkonnamõju, korrupsiooni ja inimõiguste küsimustes. GRI aruandlussüsteem aitab organisatsioonidel pakkuda selget ja võrreldavat teavet oluliste sotsiaalsete, keskkonna- ja majanduslike tagajärgede kohta (Vukić *et al.* 2017).

International Integrated Reporting Council (IIRC) on rahvusvaheline organisatsioon, kuhu kuuluvad raamatupidajad, standardite loojad, investorid jne. On välja töötatud integreeritud aruandluse kontseptsioon, mis hõlmab nii finants- kui ka mittefinantsteavet, et anda infot huvitatud pooltele (The IIRC 2019; Vukić *et al.* 2017). Need aruanded on alles väljatöötamisel, kuid mõned organisatsioonid on juba otsustanud kasutada seda tüüpi aruandlust. Ennekõike on need aruanded suunatud investoritele otsuste tegemiseks pikaajaliste investeeringute kohta.

The Sustainability Accounting Standards Board (SASB) on Ameerika organisatsioon, mille eesmärk on kehtestada tööstandardid keskkonna, sotsiaalse ja majandusliku aruandluse valdkonnas, et hõlbustada suhtlemist sidusrühmade ja organisatsiooni vahel. Nad on välja töötanud säästva tööstuse klassifikatsiooni süsteemi (SICS), mis hõlmab 11 sektorit ja 77 tööstusharu (Standards Overview... 2019; Vukić *et al.* 2017).

Mittefinantsiline aruanne on iseseisev dokument, mis peab pakkuma huvitatud pooltele tõest ja kättesaadavat teavet keskkonna- ja sotsiaalse mõju kohta praegu ja tulevikus. Investorite ja laenuandjate jaoks on see täiendus finantsanalüüsile, võimaldades tuvastada ja hinnata täiendavaid investeerimisriske. Riigiasutuste jaoks seisneb aruannete tähtsus sotsiaalmajanduslike profiilide tutvustamises ja hindamises, samuti teadmistes sotsiaalsete ja keskkonnaprobleemide kohta. Äripartnerid soovivad olla kindlad selle organisatsiooni usaldusväärsuses ja eetikas, kellega nad

töötavad. Tarbijad tahavad olla kindlad, et kaupade tootmisel ja teenuste osutamisel ei ole rikutud inimõigusi ega tekitatud kahju keskkonnale. Isegi meedia võib olla huvitatud aruandlusest sõltuvalt tarbijaskonnast, kellele nad on suunatud. Lisaks finantsaruannetele aitavad mittefinantsaruanded huvitatud osapooltel saada ettevõttest objektiivsemat pilti.

2.2. Üldised aruandlusfunktsioonid

EVS puhul saab ettevõtja valida mistahes tüüpi mittefinantsaruandluse ja tema jaoks sobivama standardi. Sotsiaalse ettevõtte jaoks ei sobi aga enamik olemasolevaid standardeid ja mittefinantstehingute aruandlussüsteeme ettevõtte vormi (enamasti on see MTÜ) ja peamiselt sotsiaalsete eesmärkide tõttu, kuid isegi siis saab neid kasutada teoreetilise alusena.

Igasugune aruandlus on teavitamisvahend, finantsaruandlus on suunatud peamiselt investoritele, mittefinantsaruandlus hõlmab aga laiemat hulka huvirühmi: riik, investorid, kliendid jne.

Kolm peamist näitajat, mida ettevõtte huvitatud osapooled hindavad, on tõhusus, risk ja organisatsiooniline suutlikkus. Tõhususe hindamiseks sobivad kõik tõhususe andmed, mis aitavad hinnata kulutatud ressursside ja ettevõtte saavutatud tulemuste seost. Kui tavaettevõtja jaoks on tulemuseks rahaline edu, siis ühiskondliku ettevõtja jaoks on tulemuseks tegevus ise. Eriti oluline on see sotsiaalse ettevõtlusega seotud riskide avalikustamisel. Sotsiaalne ettevõtja võtab riske huvitatud isikute nimel, erinevalt lihtsast ettevõtjast, kes võtab riske enda nimel, ja riskide avalikustamine aitab eelkõige kaitsta end riskide eest. Organisatsioonilised võimalused mõjutavad ka tootlikkust. Nii kasutab organisatsioon oma ressursse ja oskusi eesmärkide saavutamiseks ja sidusrühmade ootuste täitmiseks. (Achleitner *et al.* 2009a)

Kuna aruandlus on huvitatud poolte teavitamise vahend, et nad saaksid otsuseid vastu võtta, siis peavad sellel olema kasuliku teabe kuvamiseks ühtsed kvalitatiivsed omadused. Oluliseks võib pidada nelja tunnust (Achleitner *et al.* 2009b): asjakohasus, usaldusväarsus, sobivus ja kättesaadavus. Teabe asjakohasus tähendab teabe vastavust praegusele hetkele, see annab täieliku ülevaate organisatsiooni võimalikust otsustusprotsessist, ka otsuse tegemise ajal peaks see olema kättesaadav, et mitte kaotada oma olulisust. Usaldusväarsuse määravad usaldusväärsed, teadaolevad faktid ja sobivus väljendub asjaolus, et see on tegelikult see, millest sidusrühmad huvitatud on.

Need omadused pakuvad üldise aluse teabe esitamiseks, kuid praktikas on vaja leida tasakaal tunnuste vahel, neid nõudeid ei saa võrdselt täita, sest näiteks asjakohane teave pole alati usaldusväärne ja vastupidi (Achleitner *et al.* 2009a).

2.3. Sotsiaalse aruandluse standard

Sotsiaalse aruandluse standard (Social Reporting Standard, SRS) on esimene spetsiaalselt sotsiaalsete ja mittetulunduslike ettevõtete jaoks välja töötatud standard.

Aruandlusstandard on Creative Commonsi litsentsi alusel avatud projekt, mis on Ashoka Saksamaa, Auridis gGmbH, BonVenture Management GmbH, Phineo gAG, Schwabi sotsiaalse ettevõtluse fondi, Spenden.de, Münchener TLÜ ja Hamburgi ülikooli ühistöö PricewaterhouseCoopers Saksamaa toetusel ja selle arendamise lähtepunktiks on Müncheni TLÜ ja Hamburgi ülikooli uurimistöo tulemused. Projekti edasise arendusuuringuid toetab ka Vodafone Fond Saksamaal koos pereasjade, eakate, naiste ja noorte föderaalsete ministriumiga. (SRS Guide 2019) Standard on nüüd saadaval saksa, inglise, hispaania, tšehhi ja kreeka keeles ning see kavatsetakse tõlkida ka teistesse keeltesse. 2011. aastal lõid projektis osalejad standardi edasiarendamiseks Sotsiaalse Aruandluse Algatuse ühinguse (Social Reporting Initiative, SRI). Ühing koosneb kahest organist: peassambleest ja juhatuselt. Üldkoosolek toimub vähemalt kord aastas ja on avatud kõigile, kuid hääleõigus on ainult organisatsiooni liikmetel. Organisatsiooni liikmed teevad otsuseid tootearenduse, raha kogumise, strateegia jms osas ning määravad juhatuse vastutuse (SRI e. V. 2019)

Standard on väga selgelt üles ehitatud ning seal süstematiseeritakse küsimused projekti keskmes olevast loogilisest mudelist (aruandeperioodi saavutused, kulude ja tulude suhe, nende ettepanekute laiendamine, riskide vähendamine) lähtudes. Aruanne koosneb kolmest osast: A, B ja C. A-osa nimetatakse üldiseks esitluseks ja see koosneb ainult kahest punktist. Esimene kirjeldab organisatsiooni projektide visiooni, teine aruande teemat. B-osa on neljaosaline aruandlusraamistik, mis moodustab projekti kirjelduse. Esmalt kirjeldatakse sotsiaalset probleemi, mida organisatsioon lahendab, seejärel juba olemasolevat lahendust ja idee elluviimise plaani, mille alamklauslid kirjeldavad näiteks projekti raames ilmunud teenuseid või kaupu, soovitud tulemusi ja ideed, kuidas tänu sellele olukord muutub. Järgneb ressursside loetelu. See kirjeldab

materiaalseid ja rahalisi ressursse, aga ka ajutisi ressursse. Järgneb idee elluviimise plaani alusel esitatud punkt aruandeperioodi tulemuste kohta, seejärel kirjeldatakse sihtrühmades toimunud muutusi. Lõpus kirjeldatakse tulemusi ja võrreldakse neid eelmise aastaga. Järgmine peatükk on kavandamine, kirjeldades tulevasi eesmärke, riske ja võimalusi. Viimane sõnum koosneb organisatsiooni struktuurist, kirjeldatakse organisatsiooni ülesehitust, projektis osalejaid ja partnerlust. C-osa koosneb organisatsiooni struktuurist ja üldisest teabest, kirjeldab juhtimise põhimõtteid, samuti omanike koosseisu. Aruandluse viimane kirje on finantsaruanne, see kirjeldab üldist teavet raamatupidamise, bilansi, kasumiaruande ja finantsseisundi kohta. (Guide to... 2019, SRS Guide 2019)

SRS-i veebilehelt võib leida loendi organisatsioonidest, kes seda aruannet kasutavad. 2018. aastaks esitas sellise aruande 203 organisatsiooni üle kogu maailma, kuid on lisatud, et see on puudulik loetelu. Kõige rohkem on seal Saksa organisatsioonid, kuid võib leida ka Austria, Šveitsi, Prantsuse, Hollandi, Tšehhi, Ungari organisatsioonid ja isegi paar aruannet Mehhikost, Tšiilist ja Venezuelast (Liste der... 2020).

Varem ei olnud neil oma ettevõtte mittefinantsaruandluse esitamiseks ühtset süsteemi ja seetõttu ei olnud nende mõju ühiskonnale kusagil kirjeldatud. Suur hulk mittefinantsaruandluse standardeid ja süsteeme on suunatud säästva arenguga äriorganisatsioonidele või ESV-le. Kolmanda sektori puhul pööratakse rohkem tähelepanu juriidilistele ja rahalistele aspektidele kui suhtlusele, ehkki üldiselt tunnustatakse kolmanda sektori olulisust ühiskonna jaoks. Aruande struktureeritud ülesehitus aitab luua terviklikku pilti organisatsioonist, samuti osutab see, kas eesmärkidel, mille nad on ressursside abil saavutanud, on positiivne tulemus.

2.4. Mittefinantsaruandlus Eestis

Muidugi pole mõne teise Euroopa riigiga võrreldes mittefinantsaruandluse areng Eestis nii kiire, kuid tuginedes Karl-Erik Karelsoni bakalaureusetöö „Keskkonnaarvestuse ja aruandluse areng nasdaq OMX Balti ettevõtte näitel“ raames läbi viidud uuringu tulemustele, võib väita, et mittefinantsaruandlus areneb ka Eestis. Autor esitas oma töös loetelu kõige aktiivsemate kaubeldavatest ja suurematest ettevõtetest, mis on noteeritud Nasdaq Tallinna börsil ja esitavad mittefinantsaruandeid. Üks neist ettevõtetest on Tallink Grupp.

Nagu peatükis 2.1 mainitud, oli mittefinantsaruandlus algselt ESV tööriist, seega pole üllatav, et ESV AS Tallink Grupp on hea näide mittefinantsaruandluse kohta Eestis. Nende kodulehelt leiab 10 mittefinantsaruannet aastatest 2006–2018, mis sisaldavad säästva arengu, keskkonna ja ettevõtte vastutuse raporteid. Aruanded sarnanevad rohkem ajakirjaga, mida saab trükituna lauale panna näiteks juuksurialongis, teksti ennast on kerge lugeda ja lisaks on seal ka pilte (Sustainability... 2019).

Eesti sotsiaalsete ettevõtete mittefinantsaruandluse arendamisest rääkides tuleks mainida SEV 2019 aastal loodud veebilehte, mille nimi on maailmamuutjad.ee. See portaal on loodud just sellistele ettevõtetele, et organisatsioon saaks endast teada anda kättesaadaval kujul. Veebilehel kutsutakse sotsiaalset ettevõtet looma enda profiili ja koostama mittefinantsaruannet, mille nimi on „mõju raport“. Sellel aruandel on konkreetne vorm. Ettevõtte nimi on märgitud ülaosas, sellele järgneb ettevõtte missiooni kirjeldus ja teave ettevõtte enda kohta. Seejärel jagatakse ruum kuueks riskülikuks koos järgnevate alateemadega: ettevõtte sihtrühm, sihtrühmaga seotud vajadused, kuidas ettevõtte aitab muutuseid luua, eeldused ettevõtte eduks, mõju, mida ettevõtte soovib ja ettevõtte senised tulemused. Lisaks esitatakse mõned statistiliste andmetega seotud projektid nagu koostööprojektide arv, osalejate arv projektides ja kogu kasusaajate hulk jne. Kokkuvõttes annab see hea aluse sotsiaalse ettevõtte enda kohta ning astub sammu selle poole, et kõik ettevõtted, mis määratlevad end sotsiaalsetena, saaks koondada ühte kohta.

3. MITTEFINANTSILINE ARUANDLUS EESTI SOTSIAALSETES ETTEVÕTETES

Uurimismeetodite valimisel lähtus autor asjaolust, et ühe uurimismeetodi valimisel jääks pilt poolikuks. Ainult kvalitatiivne uuring ei näitaks inimeste teadmisi sotsiaalsest ettevõtlusest, ainult kvantitatiivne meetod ei annaks tulemusi selle kohta, kuidas sotsiaalsed ettevõtted ise suhtuvad mittefinantsaruandlusesse. Oma rolli mängis ka see, et Eestis on sotsiaalseks ettevõtteks liigitatud ettevõtete arv väike, aga kvantitatiivne meetod eeldab suurt arvulist valimit, mis selle lõputöö raames oleks võinud osutada keeruliseks.

3.1. Kvantitatiivne uuring raamatupidajate sotsiaalsete ettevõtete ja mittefinantsteabe kontseptsiooni teadlikkuse hindamiseks

3.1.1. Raamatupidajate sotsiaalsete ettevõtete ja mittefinantsteabe kontseptsiooni teadlikkuse uuringu meetodika ja valimi kirjeldus

Sotsiaalsete ettevõtete ja mittefinantsteabe kontseptsiooni teadlikkuse väljaselgitamise eesmärgil viidi läbi kvantitatiivne uuring. Küsimustiku koostas autor Microsoft Office Formsi elektroonilises keskkonnas. Esimene osa koosnes üldistest küsimustest: vastaja ametikoht ja töökogemus, ettevõtte juriidiline vorm, tegevusvaldkond, kus vastaja töötab. Teises osas oli eesmärgiks välja selgitada, kuidas vastaja hindab oma teadlikkust sotsiaalse ettevõtluse kontseptsioonist, informeeritud isikute vastuste korral paluti vastajal täpsustada, kust ta on kuulnud sotsiaalsetest ettevõtetest. Vastaja pidi ka valima enda arvates sotsiaalse ettevõtte jaoks kõige sobivama kirjelduse ja viiepallisel skaalal (kus 1 – ei ole nõus ja 5 – olen nõus) hindama väiteid sotsiaalsete ettevõtete kohta. Viimasena küsitati sotsiaalse ettevõtte sarnasust sotsiaalselt vastutustundliku ettevõttega. Kolmas osa sisaldas mittefinantsaruandlusega seotud küsimusi. Kõigepealt oli vaja teada saada vastajate arvamus selle kohta, kas kohustuslik aastaaruanne kajastab täielikult kogu ettevõtte lisaväärtust. Edasi oli eesmärk välja selgitada vastajate teadlikkus mittefinantsaruandluse kontseptsioonist ja nende arvamus mittefinantsaruande koostamise põhjustest. Viiepallisel skaalal (kus 1 – ei ole nõus ja 5 – olen nõus) pidi vastaja hindama mittefinantsaruandluse koostamise tähtsust ühiskonnaga tihedalt seotud ettevõtete jaoks. Seejärel tuli küsimus, kas mittefinantsaruanne võib olla tõhus vahend huvitatud isikute teadlikkuse tõstmiseks ettevõtte sotsiaalsest tegevusest, paar küsimust mittefinantsaruandluse standardite kohta; viimane küsimus käis sotsiaalse ettevõtte kohustusliku mittefinantsaruande kohta. Kõik küsimused olid kohustuslikud.

Uuring viidi läbi raamatupidajate seas. Küsimustik postitati mitmesse Facebooki raamatupidamisgrupp; selleks sai autor nõusoleku grupi administratsioonilt. Küsimustik, mis on esitatud lisa 1, saadeti välja 18. novembrist kuni 9. detsembrini 2020. Küsimustik oli anonüümne. Andmete töötlemine toimus Microsoft Exceli programmi abil.

Kokku saadi 88 vastust. 13,6% (12) vastajatest töötab raamatupidaja assistendina; 43,2% (38) raamatupidajana; 33% (29) pearaamatupidajana ning 10,2% (9) valis „muu“ variandi enda ametikoha määratlemiseks (lisa 2). „Muu“ vastanud ei olnud seotud raamatupidamise ega finantsidega, seetõttu ei kaasatud neid uurimusse. Seega jäi valimisse 79 sobivat ankeeti.

Tabel 1 näitab vastajate jaotust töökogemuse põhjal. 12,7% (10) vastanust on kuni 2-aastase töökogemusega; 16,5% (13) on 2–4 aastase töökogemusega; 17,7% (14) on 5–7 aastase töökogemusega; 12,7% (10) on 8–10 aastase töökogemusega; 40,5% (32) on üle 10-aastase töökogemusega.

Tabel 1. Vastajate jaotus töökogemusega järgi

| Vastaja töökogemus | Vastuste arv | Protsent kõigi vastuste koguarvust |
|--------------------|--------------|------------------------------------|
| Puudub | 0 | 0% |
| Kuni 2 aasta | 10 | 12,7% |
| 2-4 aastat | 13 | 16,5% |
| 5-7 aastat | 14 | 17,7% |
| 8-10 aastat | 10 | 12,7% |
| Üle 10 aastat | 32 | 40,5% |

Allikas: autori koostatud lisa 2 alusel

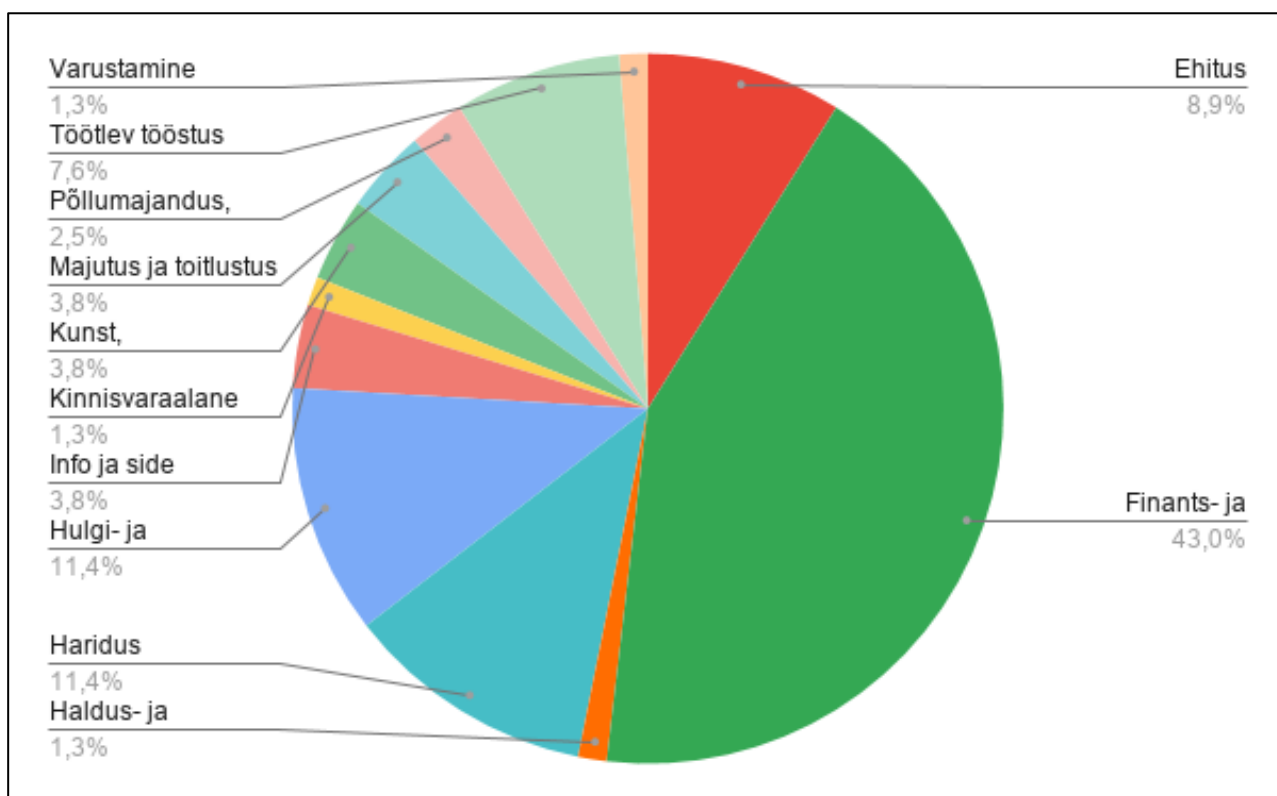
Tabelis 2 on näidatud vastajate jaotus ettevõtte juriidilise vormi põhjal. 84,8% (67) ettevõtetest on osaühingud; 5,1% (4) ettevõtetest on aktsiaseltsid; 6,3% (5) vastajatest on füüsiliselt isikust ettevõtjad; 3,8% (3) on mittetulundusühingud.

Tabel 2. Vastajate jaotus ettevõtte juriidilise vormi järgi

| Vastaja ettevõtte juriidiline vorm | Vastuste arv | Protsent kõigi vastuste koguarvust |
|-------------------------------------|--------------|------------------------------------|
| Osaühing (OÜ) | 67 | 84,8% |
| Aktsiaselts (AS) | 4 | 5,1% |
| Füüsilisest isikust ettevõtja (FIE) | 5 | 6,3% |
| Mittetulundusühing (MTÜ) | 3 | 3,8% |

Allikas: autori koostatud lisa 2 alusel

Joonisel 2 on kujutatud vastajate jaotus ettevõtte tegevusala põhjal. Suurim osa vastanutest (43%) töötab finants- ja kindlustustegevuse valdkonnas; 11,4 % töötab hulgi- ja jaekaubanduses ning sama paljud hariduse valdkonnas; 8,9 % töötab ehitusvaldkonnas.



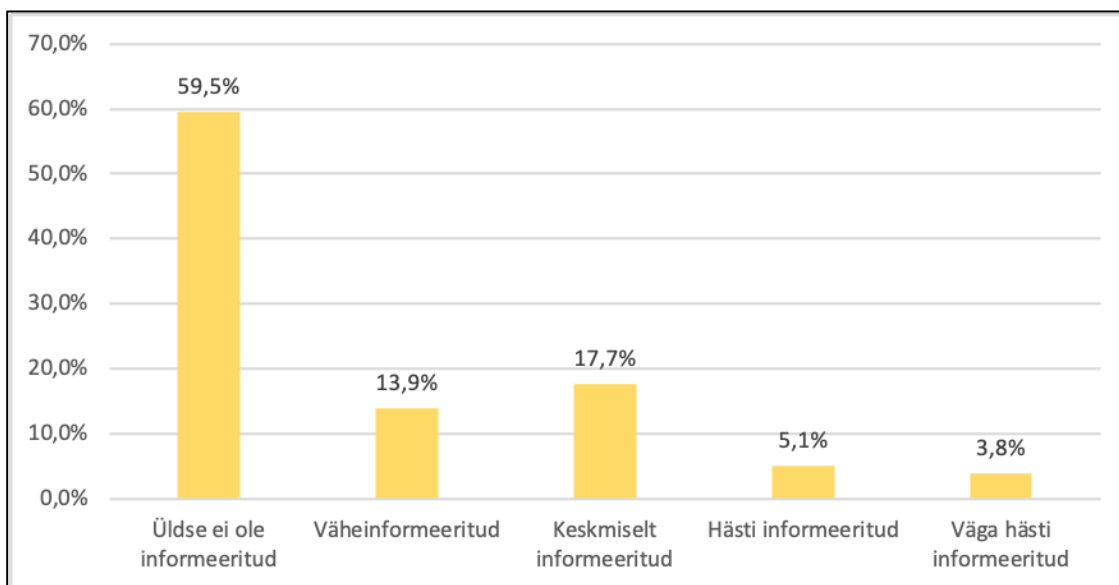
Joonis 2. Vastajate jaotus ettevõtte tegevusala järgi

Allikas: autori koostatud lisa 2 alusel

Autori arvates annab uurimisteemast selge pildi asjaolu, et enamik vastanutest tegutseb finants- ja kindlustustegevuse valdkonnas ning neil on pikk kogemus raamatupidajana töötamisel.

3.1.2. Raamatupidajate sotsiaalsete ettevõtete ja mittefinantsteabe kontseptsiooni teadlikkuse uuringu tulemused

Esiteks otsustati välja selgitada, kuidas vastajad hindavad oma teadmisi sotsiaalse ettevõtte kontseptsioonist (joonis 3). 79 vastanust 59,5% ei ole üldse informeeritud sotsiaalse ettevõtluse kontseptsioonist, 13,9% on väheinformeeritud, 17,7% keskmiselt informeeritud, 5,1% hästi informeeritud ja 3,8% väga hästi informeeritud.

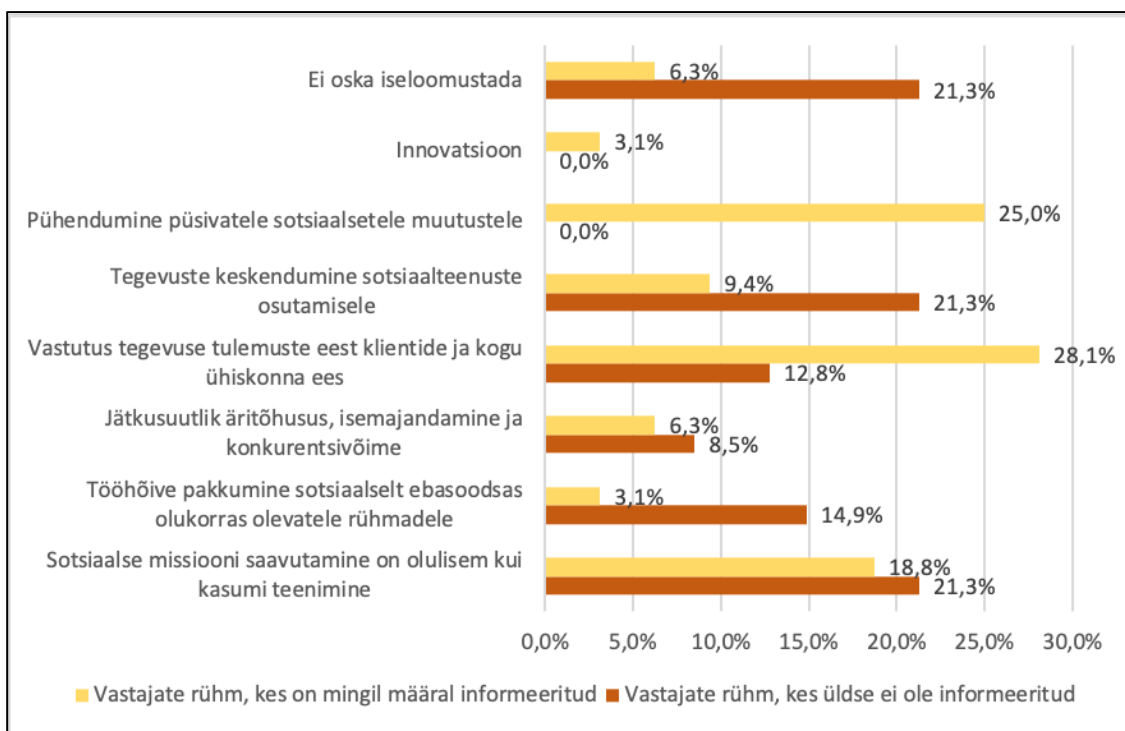


Joonis 3. Vastajate hinnang nende teadmistele sotsiaalse ettevõtluse kontseptsioonist
Allikas: autori koostatud lisa 3 alusel

Vastajad, kes olid vähemalt väheinformeeritud, pidid vastama küsimusele, kust nad olid kuulnud sotsiaalsetest ettevõtetest. Laekus 32 vastust. 50% nendest on internetist sotsiaalsetest ettevõtetest lugenud, 9,4% on kuskil reklaami näinud ja sama paljud valisid „muu“. 3,1% on kuulnud mittefinantsaruannest ja 28,1% ei oska öelda, kust nad on sotsiaalsest ettevõtlusest kuulnud (lisa 3).

Uuringus oli oluline hinnata vastajate tegelikke teadmisi sotsiaalsest ettevõtlusest, seega järgmisena soovis autor teada saada, kuidas vastajad kõigi paremini iseloomustaksid sotsiaalset ettevõtet. 20,3% vastajatest arvab, et kõige paremini iseloomustab sotsiaalset ettevõtet sotsiaalse missiooni saavutamine olulisus, mitte kasumi teenimine; 19% vastanutest arvab, et selleks on vastutus tegevuse tulemuste eest klientide ja kogu ühiskonna ees, 16,5% vastanutest valib variandi „tegevuste keskendumine sotsiaalteenuste osutamisele“, 10,1% vastanutest arvab, et sotsiaalne

ettevõtte on pühendumine püsivatele sotsiaalsetele muutustele ja samasugune protsent märkis tööhõive pakkumist sotsiaalselt ebasoodsas olukorras olevatele rühmadele. 7,6% vastanutest arvab, et kõige parem iseloomustus on jätkusuutlik äritõhusus, isemajandamine ja konkurentsivõime, 1,3% vastajatest arvab, et sotsiaalne ettevõtte tähendab innovatsiooni, ning 15,2% osalejatest ei suutnud iseloomustada sotsiaalset ettevõtlust (lisa 3). Kõik vastajad pidid sellele küsimusele vastama, kuid tulemuste paremaks mõistmiseks jagati vastajad kahte rühma: need, kes on sotsiaalse ettevõtluse kontseptsiooniga mingil määral tuttavad, ja need, kes üldse ei ole informeeritud (joonis 4). Rühmas, kus osalejad on sotsiaalse ettevõtluse kontseptsiooniga mingil määral tuttavad, oli 32 inimest, teine rühm on umbes 45% suurem ehk koosnes 47 inimesest.



Joonis 4. Vastajate iseloomustused rühma järgi

Allikas: autori koostatud lisa 3 alusel

Põhimõtteliselt iseloomustavad kõik väited ühel või teisel määral sotsiaalset ettevõtet, aga kõige sobivam on siiski sotsiaalse missiooni saavutamine, mitte kasumi teenimine. Selle valiku tegi 18,8% informeeritute rühmast ja 21,3% mitteinformeeritute rühmast. Kuid informeeritute rühmas kogus enim vastuseid (28,1%) väide, et sotsiaalset ettevõtet iseloomustab kõige paremini vastutus tegevuse tulemuste eest klientide ja kogu ühiskonna ees, kuigi see määratlus sobis paremini ettevõtte sotsiaalse vastutuse määratlemiseks. Teisel kohal (25%) on pühendumine püsivatele

sotsiaalsetele muutustele. 21,3 % mitteinformeeritute rühmast valis tegevuse keskendumise sotsiaalteenuste osutamisele ja sama paljud ei osanud, kuidagi sotsiaalset ettevõtet iseloomustada.

Järgmiseks paluti osalejatel hinnata viiepallisel skaalal (kus 1 – ei ole nõus ja 5 – olen nõus) alltoodud väiteid. Tabelis 7 on ülevaade sellest, mis puudutab sotsiaalprogrammide rakendamist, ühiskondlikul vajadusel põhinevat otsustamist, kasumi jaotamist ning ettevõtjate osalemist ühiskondlike probleemide lahendamisel. Hinnangute kaalutud keskmisele keskendudes võib järeldada seda, et Eesti raamatupidajatel pole ühtset arusaama sotsiaalprogrammi rakendamise kohta ega ühtset vaatepunkti ühiste probleemide lahendamiseks ettevõtluse abil.

Tabel 7. Vastajate hinnangute väidetele

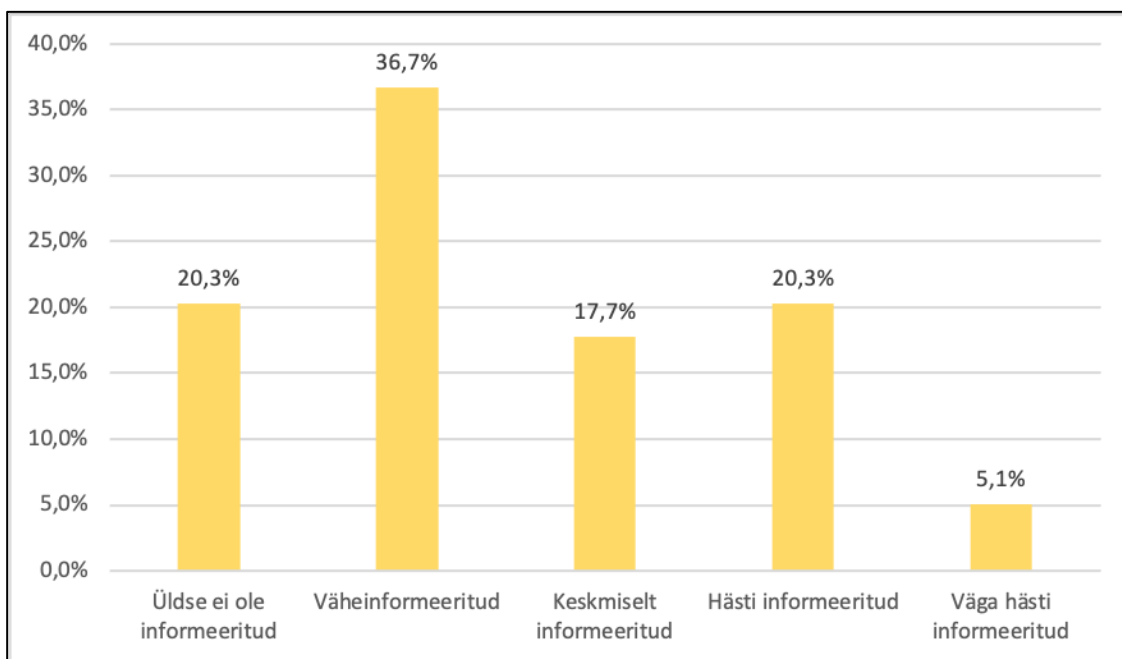
| Väide | Hinnangute kaalutud keskmine |
|--|------------------------------|
| Sotsiaalselt oluliste programmide rakendamine on aja raiskamine, ettevõtte peamine ülesanne on teenida kasumit | 2,7 |
| Otsuste tegemisel peab ettevõtja lähtuma kõigepealt majanduslikest kaalutlustest, mitte ühiskondlikest ja sotsiaalsetest vajadustest | 2,8 |
| Kasum tegevusest peaks olema suunatud sotsiaalsete probleemide lahendamisele, mitte dividendide maksmisele | 2,9 |
| Ettevõtjad peavad osalema oluliste sotsiaalsete probleemide lahendamisel | 3,3 |

Allikas: autori koostatud lisa 3 alusel

Edasi palus autor hinnata sotsiaalse ettevõtte sarnasust sotsiaalselt vastutustundliku ettevõttega. 3,8% vastajates arvab, et sotsiaalne ettevõtte on sama mis sotsiaalselt vastutustundlik ettevõtte; 62% vastajatest arvab, et sotsiaalne ettevõtte ja sotsiaalse vastutusega ettevõtte on erinevad mõisted; 34,2% vastajatest ei oska öelda (lisa 3).

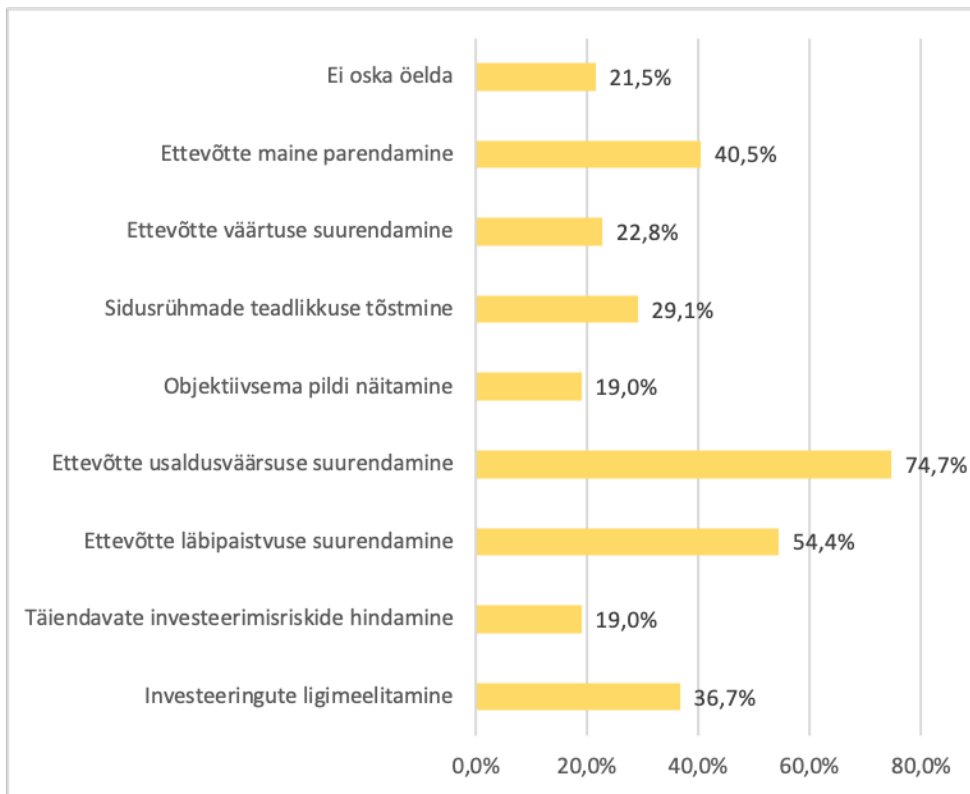
Enne küsimustiku mittefinantsaruandeid puudatava osa juurde liikumist küsiti osalejatelt arvamust aastaaruandes lisaväärtuse kohustusliku kajastamise kohta. 8,9% vastajatest arvab, et kohustuslik aastaaruanne kajastab täielikult kogu ettevõtte lisaväärtust (sh ühiskondlik, sotsiaalne ja looduslik panus); 62% vastajatest arvab, et ei kajasta; ülejäänud 34,2% vastanutest ei oska midagi öelda (lisa 4).

Järgmisena uuriti osalejate teadmisi mittefinantsaruandluse kontseptsiooni kohta. 20,3% vastajatest ei ole üldse informeeritud sotsiaalse ettevõtluse kontseptsioonist, 36,7% ehk suurem osa on väheinformeeritud, 17,7% keskmiselt informeeritud, 20,3% hästi informeeritud ja 5,1% väga hästi informeeritud (joonis 5).



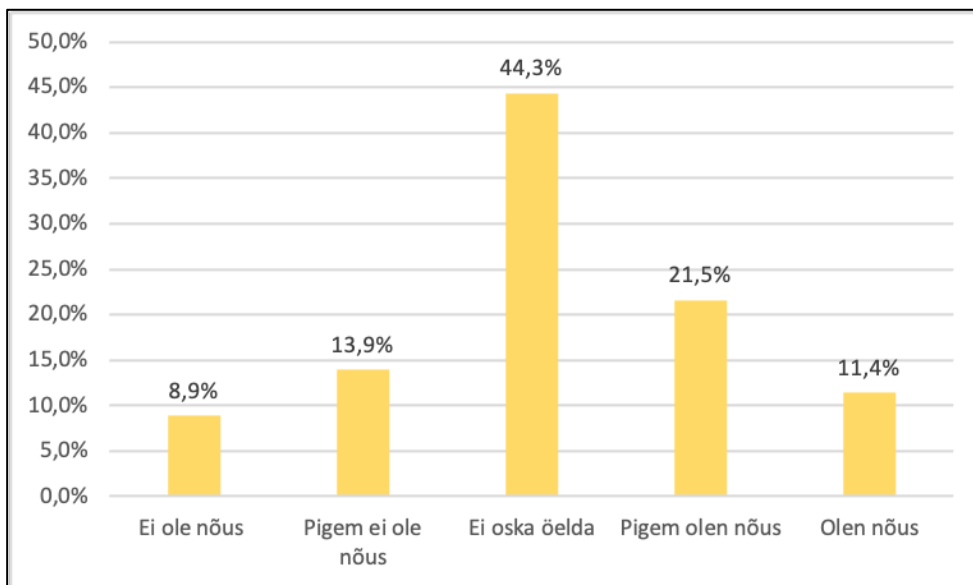
Joonis 5. Vastajate hinnang nende teadmistele mittefinantsaruandluse kontseptsioonist
Allikas: autori koostatud lisa 4 alusel

74,7% vastanutest arvab, et mittefinantsaruandeid koostatakse ettevõtte usaldusväärsuse suurendamiseks, järgmisena (54,4%) tuleb ettevõtte läbipaistvuse suurendamine. Ettevõtte maine parandamise valis 40,5%. Vastajate arvates ei ole mittefinantsaruannete koostamise põhjuseks kuigivõrd sidusrühmade teadlikkuse tõstmine ning täiendavate investeerimisriskide hindamine, neid kumbagi pidas oluliseks 19% (joonis 6). Küsimusele sellest, kas mittefinantsaruanded võivad olla tõhus vahend huvitatud isikute teadlikkuse tõstmiseks ettevõtte ühiskondlikust tegevusest ja kui huvitav see on, vastab 45,6% jaatavalt, mis on vastuolus eelmise vastusega; 22,8% vastab eitavalt ja ülejäänud 31,6% ei oska öelda (lisa 4).



Joonis 6. Vastajate arvamused mittefinantsaruandluse koostamise põhjustel
 Allikas: autori koostatud lisa 4 alusel

Ühe küsimusega paluti skaalal 1–5 (1 – ei ole nõus, 5 – olen nõus) hinnata mittefinantsaruandluse koostamise tähtsust ühiskonnaga tihedalt seotud ettevõtetele (joonis 7).



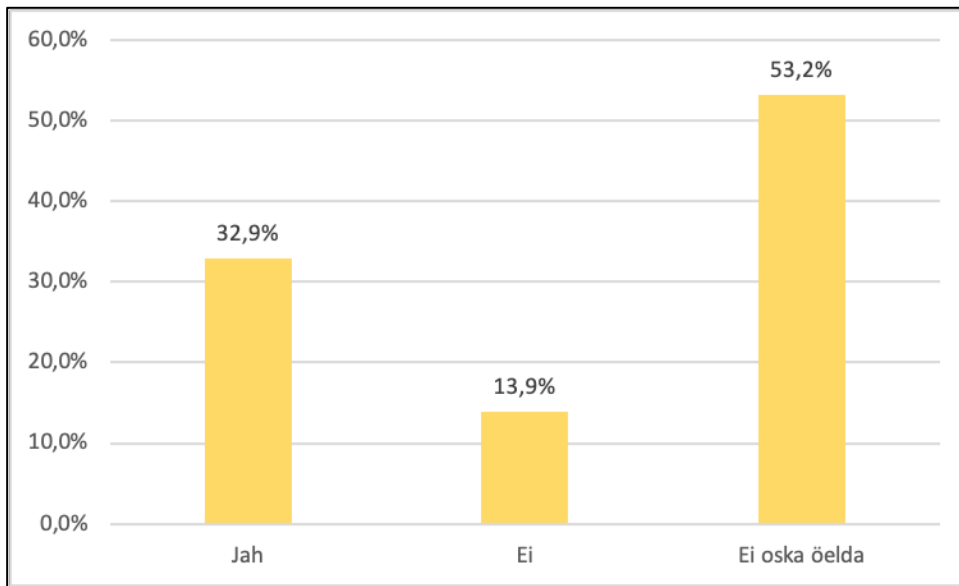
Joonis 7. Vastajate hinnang mittefinantsaruandluse koostamise tähtsusest
Allikas: autori koostatud lisa 4 alusel

Jooniselt 7 on hästi näha, et suurem osa ehk 44,3% vastajatest ei oska öelda, kas mittefinantsaruandluse koostamine on tähtis ühiskonnaga seotud ettevõtetele. Kui võrrelda negatiivses suunas kalduvate ja positiivsusesse kalduvate vastuste suhet, siis on arusaadav, et tõenäolisemalt vastajad rohkem nõustuvad sellega, et ühiskonnaga tihedalt seotud ettevõtetele on mittefinantsaruandluse koostamine tähtis.

74,7% vastanutest arvab, et parim koht, kus sotsiaalsed ettevõtted saaksid oma mittefinantsaruandeid kuvada, on ettevõtte koduleht. 24,1% vastajatest ei oska öelda, kus ühiskonnaga tihedalt seotud ettevõtted saaksid oma mittefinantsaruandeid kuvada, ja 3,5% valib vastuseks „muu“. Ükski vastanutest ei arva, et mittefinantsaruandeid võiks avaldada ajalehes või voldikutes (lisa 4).

Küsimusele, et kas osaleja on varem kuulnud järgmistest mittefinantsaruandluse rahvusvahelistest standarditest, märgib 58,2%, et ei ole kuulnud; 16,5% vastajatest on kuulnud ISO 26000 standardist; 8,9% GRI standardist, 7,6% IIRC standardist; 8,9% vastajatest valib variandi „muu“. Eraldi küsimus esitati sotsiaalse ettevõtte mittefinantsaruandluse standardi kohta. 8,9% vastajatest on kuulnud sellest standardist; 53,2% vastajatest ei ole kuulnud; 38% vastajatest ei oska öelda (lisa 4).

Üks põhieesmärk oli teada saada, kas Eesti sotsiaalsed ettevõtted vajavad enda jaoks ühte kohustuslikku mittefinantsaruannet, et nende tegevuse kohta oleks rohkem infot (joonis 8).



Joonis 8. Vastajate arvamused kohustusliku mittefinantsaruandluse kohta Eesti sotsiaaettevõtetes
Allikas: autori koostatud lisa 4 alusel

Vastustest on näha, et 53,2% ehk rohkem kui pooled küsitletutest ei oska sellele kindlat vastust anda. 32,9% vastajatest on väitega nõus, 13,9% arvab, et kohustusliku mittefinantsaruannet pole vaja.

3.2. Kvalitatiivne uuring mittefinantsaruandluse vajaduse kohta sotsiaalsetes ettevõtetes

3.2.1. Sotsiaalsete ettevõtete mittefinantsaruandluse vajaduse uuringu meetodika ja valimi kirjeldus

Kvalitatiivse uuringu eesmärk oli välja selgitada mittefinantsteabe edastamine mittefinantsaruandluse vormis Eesti sotsiaalsete ettevõtete poolt. Uuringu meetodiks valiti intervjuu, mis eeldab detailset vastust ja arvamuse avaldamist uuritava teemal.

Intervjuu sisaldab kuute kõigi vastajate jaoks ühesugust küsimust kolme alaküsimusega (sõltuvalt vastusest ühele esitatud küsimusele). Intervjuu küsimused on koostatud nii, et välja selgitada, kuidas sotsiaalsed ettevõtted pakuvad mittefinantsteavet, võimalikke probleeme mittefinantsteabe kuvamisel ja vajadust ühtse mittefinantsaruande järele Eesti sotsiaalsete ettevõtete jaoks. Intervjuus kasutatud küsimuste loetelu on esitatud lisa 5.

Autori koostatud intervjuuküsimused olid mõeldud sotsiaalse ettevõtte omanikele või juhtidele, intervjuus osalemine oli vabatahtlik. Autor pidas vajalikuks viia läbi intervjuu vähemalt kahe vastajaga. Vastajate otsimisel pöördus autor SEV-i ja Balti sotsiaalsete ettevõtete veebilehtede poole, kus on vabalt kättesaadav Eesti sotsiaalsete ettevõtete andmebaas ettevõtte nime, veebilehe, telefoninumbri ja e-posti aadressiga. Ajavahemikul 23.04.2020–03.05.2020 saadeti 23 sotsiaalsele ettevõttele kutse intervjuul osalemiseks, millest kaks olid sellest huvitatud. Kuna üks vastaja soovib oma nime ja ettevõtte nime mitte avaldada, jäädes anonüümseks, otsustas autor ka teise osaleja nimi mitte avaldada. Konfidentsiaalsuse tagamiseks on küsitluses osalenud tähistatud kui Vastaja 1 ja Vastaja 2.

Intervjuud viidi läbi Skype'i või telefoni teel sõltuvalt vastaja eelistusest, intervjuu aeg arutati mõlema vastajaga eelnevalt läbi. Kõigile vastajatele saadeti enne küsimuste loend läbivaatamiseks ja vajaduse korral üksikasjaliku vastuse ettevalmistamiseks. Kavas oli kogu intervjuu läbi viia suuliselt.

Suulised intervjuud viidi läbi 30.04.2020 ja 04.05.2020. Suulise vestluse kestus oli keskmiselt vähem kui 15 minutit ja see salvestati mobiiltelefoni diktofoni abil. Mõlemad vastajad andsid loa intervjuu salvestamiseks. Seejärel pandi suuline tekst kirja, transkribeeritud tekstid on töö lisades 6 ja 7. Seejärel analüüsiti saadud vastuseid, kasutades *cross-case* reanalüüsi meetodit, mille abil töö autor uuris vastajate arvamusi samade teemade kohta ja püüdis neid võrrelda. Lihtsustamiseks on koostatud tabelid 8-10.

3.2.2. Sotsiaalsete ettevõtete mittefinantsaruandluse vajaduse uuringu tuulemused

Üks esimesi ülesandeid oli veenduda, et küsitletud ettevõtted on sotsiaalsed ettevõtted. Selleks paluti küsitletavatel intervjuu alguses rääkida oma ettevõttest ja küsiti ettevõtte sotsiaalseks nimetamise põhjuste kohta. Sotsiaalse ettevõtte määratlus põhines SEV antud määratlusel, mida on kirjeldatud peatükis 1.1. Mugavamaks võrdlemiseks on sotsiaalse ettevõtte peamised omadused SEV määratluse järgi ja lühike ülevaade vastustest toodud tabelis 8.

Tabel 8. Sotsiaalsed ettevõtlust määratlevad tegurid

| Vastaja | Tegurid, mis muudavad sotsiaalse ettevõtteks | SEV-i antud määratlus |
|-----------|---|--|
| Vastaja 1 | <ol style="list-style-type: none"> 1.osaühing (OÜ) 2.ühiskonna missiooni täitmine 3.suurem osa kasumist läheb mittetulundusühingule 4.suhtlemisoscuse õpetamine ja arutelude modelleerimine | <ul style="list-style-type: none"> • ühiskondliku eesmärgiga organisatsioon • äritegevus • tegutseb püsiva majandusüksusena |
| Vastaja 2 | <ul style="list-style-type: none"> • mittetulundusühing (MTÜ) • ühiskonna heaolu suurendamine • 1951. aastal asutatud organisatsioon • võimaldab haridusliku sisuga väliskogemust noortele ning Eesti peredele, kes võtavad vastu välisriikidest pärit õpilasi; töötubade, laagride korraldamine; | |

Allikas: autori koostanud lisa 6 ja 7 alusel

Mõlemad vastajad rõhutasid, et nende ettevõtte viib ellu ühiskondlikku missiooni. Üks ettevõtte tegutseb MTÜ-na, mis isenesest tähendab organisatsiooni, mille eesmärk pole kasumit teenida, kuid ettevõttel on pidev majandustegevus. Teine ettevõtte tegutseb osaühinguna, kuid eesmärk ei ole tulu teenimine nagu osaühingu puhul tavaliselt, vaid suurem osa tulust läheb MTÜ-le, mis kannab sotsiaalsed missiooni.

Järgmiseks ülesandeks oli välja selgitada, kuidas sotsiaalsed ettevõtjad hindavad sotsiaalse ettevõtte tegevuse kohta teabe edastamist potentsiaalsetele klientidele. Mõlemad vastanud kaldusid potentsiaalsete klientide teavitamist oluliseks pidama. Üks neist rõhutas, et igauks otsustab ise, kas teha valik mõne sotsiaalse ettevõtte kasuks või mitte, kuid informeerimine annab selgema ettekujutuse sellest, kellele nad oma raha annavad. Teine vastanu täpsustas, et sotsiaalne ettevõtte peaks rõhutama vastutust ühiskonna ees, kuid sellest hoolimata võib see olla täiendus, mis on sotsiaalse ettevõtte esindaja sõnul sama oluline kui mis tahes muu firma, mitte ainult sotsiaalse ettevõtte puhul. Väärub märkimist, et selle vastaja sotsiaalne ettevõtte on osaühing, erinevalt teistest intervjuus osalenud ettevõtetest. Võib eeldada, et kliendi ettevõtte tegevusest teavitamise olulisuse hindamine sõltub ettevõtte õiguslikust vormist. MTÜ kuulub avalikku ehk kolmandasse sektorisse, mis rõhutab tema erilist suhet ühiskonnaga. Osaühingu vorm määratleb lihtsalt äriettevõtet; hoolimata asjaolust, et selle eesmärk on täita avalikku ülesannet, on tal siiski õigus kasumit jagada ja, nagu see vastaja lisan, on mistahes teenuse müümisel vaja suhelda klientide ja huvitatud osapooltega.

Järgmised küsimused on otseselt seotud mittefinantsaruannetega, sotsiaalsete ettevõtjate teadlikkusega mittefinantsaruandluse kohta, samuti nende arvamusega, kas mittefinantsaruandlus võib olla üks viis klientidele teabe edastamiseks. Lühike ülevaade vastustest on esitatud tabelis 9.

Tabel 9. Mittefinantsaruandluse mõistmine ja mittefinantsaruanne teavitamise vahendina

| Vastaja | Mittefinantsaruandluse mõiste | Mittefinantsaruandlus kui sotsiaalse ettevõtte kohta teabe edastamise viis |
|-----------|--|--|
| Vastaja 1 | <ul style="list-style-type: none"> • otseselt ei kuulnud • mõiste tähenduse on intuiitiivselt aru saadav | <ul style="list-style-type: none"> • sotsiaalsed ettevõtted võivad rohkem kajstada oma mittefinantsiline teabe |
| Vastaja 2 | <ul style="list-style-type: none"> • mõiste on tuttav | <ul style="list-style-type: none"> • võimalus on, aga praegu mitte Eesti kontekstis • üks viis finantsnäitajad visuaalselt kinnitada |

Allikas: autori koostanud lisa 6 ja 7 alusel

Tasub alustada sellest, et mõlemad intervjuus osalejad mainisid tegevusaruannet ja üks vastaja võrdles seda mittefinantsaruandega. Tegevusaruande mainimist võib pidada põhjendatuks, kuna see iseloomustab ettevõtte tegevust tervikuna kirjeldavas vormis ilma finantsnäitajate kohustusliku märkimiseta ja selles, nagu ka mittefinantsaruannetes, on võimalik rääkida ettevõtte tulevikuplaanidest ja sellest, mis alati pole finantsaruannetest nähtav. Kuid samal ajal tähendab see teatavat teadmiste puudust mittefinantsaruandluse mõiste kohta. Mittefinantsaruanne on iseseisev eraldi dokument, mille eesmärk on tagada, et kõiki huvitatud pooli teavitatakse saavutatud tulemustest täpselt mistahes sotsiaalse või keskkonnamõju valdkonnas ehk teisisõnu sotsiaalselt orienteeritud tegevuste valdkonnas. Vastaja 1 tunnistas, et ta ei olnud mittefinantsaruandluse mõistega kursis, sellest hoolimata oli ta sellest intuiitiivselt teadlik ning teemasse süvenedes mainis ta eraldi nn mõju raportit, mida käsitletakse peatükis 2.4 ja mis on vaid üks näide mittefinantsaruandlusest. Väärrib märkimist, et üldiselt oli ühel või teisel määral mõlemal vastajatel idee mittefinantsaruandluse kohta, aga see oli üsna ebamäärane.

Järgmiseks ülesandeks oli välja selgitada, kas mittefinantsaruanne võiks vastajate arvates olla klientidega suhtlemise viis. Üldiselt andsid mõlemad vastajad positiivse vastuse, kuid väärrib märkimist. Vastaja eeldas sellist võimalust, kuid mitte Eesti kontekstis, ja selgitas oma arvamust kontrollsüsteemi puudumisega – ta rõhutas, et ettevõtja kirjutab sellised aruanded käsitsi ja, teades lõppeesmärki, oskab ta anda igasugust teavet. Väärrib märkimist ka teine vastus, et ettevõtte

tegutseb osaühingu õigusliku vormi alusel. Tema arvates saab sotsiaalse ettevõtte mõju väljendada ka kvantitatiivselt ning siis majandusaastaaruandele lisaks piisab ka tegevusaruandest.

Üks peamisi ülesandeid oli välja selgitada, kuidas sotsiaalsed ettevõtted kajastavad mittefinantsteavet, ja mittefinantsaruandluse kasutamine sel eesmärgil. Lühike ülevaade vastustest selle kohta on esitatud tabelis 10.

Tabel 10. Mittefinantsaruandluse kasutamine ning mittefinantsteabe kajastamine sotsiaalse ettevõttes

| Vastaja | Mittefinantsaruandluse kasutamine sotsiaalse ettevõttes | Mittefinantsteabe kajastamine sotsiaalse ettevõttes |
|-----------|--|--|
| Vastaja 1 | <ul style="list-style-type: none"> • ei kasuta eraldi aruanne | <ul style="list-style-type: none"> • kvalitatiivne mõju on näidetud kodulehel • tegevusaruanne |
| Vastaja 2 | <ul style="list-style-type: none"> • sisemisi aruandeid, mida ei avalikustata | <ul style="list-style-type: none"> • majandusaruandes mittefinantspoollest kokkuvõtte (tegevusaruanne) • teave kodulehel |

Allikas: autori koostanud lisa 6 ja 7 alusel

Mõlemad ettevõtted mainisid tegevusaruannet, kus nad määratlevad oma avaliku missiooni, nagu oli juba mainitud, see on osa majandusaruandes ja seal saab teavet edastada kvalitatiivsel viisil. Nagu eespool mainitud, rääkis üks ettevõtte mõju raportist, aga hoolimata teadlikkusest selle kohta, ei kasuta sotsiaalne ettevõtte seda reporti vormi. Teine vastaja mainis, et nende ettevõtte kasutab mittefinantsaruandlust, kuid see pole välismaailmale kättesaadav. Mõlemad vastajad mainisid, et mittefinantsteavet edastatakse interneti kodulehe kaudu, mõlema vastaja arvates peab sotsiaalne ettevõtte kindlasti rõhutama oma sotsiaalselt kasulikku tegevust ja nende sotsiaalsetel ettevõtetel rõhutab juba ning nad ei vaja täiendavat viisi selle pakkumiseks. Sellest võime järeldada, et ettevõtetel ei ole probleeme oma tegevuse kohta teabe pakkumisega.

Küsimusele mittefinantsaruandluse probleemide kohta andsid vastajad eitava vastuse. Nagu eespool mainitud, juhtis üks neist tähelepanu asjaolule, et puudub kontrollisüsteem, mille abil oleks võimalik kontrollida mittefinantsaruandesse kirjutatud andmete õigsust, mis tähendab, et lõppeesmärgi teadmisel võidakse anda mistahes teavet või, vastupidi, midagi varjata. Teine vastaja märkis, et seni pole selliste aruannete koostamiseks head tarkvara.

Viimane küsimus püüdis välja selgitada Eesti sotsiaalsete ettevõtete vajadust ühtse aruandlusvormi järele. Mõlemad ettevõtted nõustusid sellega, et Eesti sotsiaalsed ettevõtted ei vaja mingit kohustuslikku mittefinantsaruannet. Nad kalduvad uskuma, et mittefinantsaruannetel on oma koht, kuid siiski peab olema vabatahtlik. Esimene vastaja ei oska määratleda mittefinantsilise aruandluse regulatsiooni vajadust ja arvab, et see ei sõltu asjaolust, kas ettevõtte on sotsiaalne või mitte – see on iga ettevõtte südametunnistuse asi. Kes on huvitatud mittefinantsteabe pakkumisest, teeb seda. Teine vastaja rõhutas oma töökogemusele tuginedes, et enne Eestis kohustusliku mittefinantsaruande loomist tuleb kõigepealt määratleda sotsiaalne ettevõtte seadusandlikul tasandil, et mõista, kellele need kohustused kehtivad.

3.3. Uuringute tulemuste analüüs

Kvantitatiivse uuringu käigus saadud tulemused aitasid välja selgitada raamatupidajate teadlikkust sotsiaalsete ettevõtete ja mittefinantsteabe kontseptsioonist. Uurimistulemused näitavad, et enam kui pooled vastanutest ei ole sotsiaalse ettevõtluse mõistega tuttavad, aga samal ajal osa nendest mõistab seda kontseptsiooni intuiitiivselt. Samuti leiti, et sotsiaalse ettevõtluse mõistest teadlikud inimesed ajavad selle segamini sotsiaalselt vastutustundliku ettevõtlusega, kuigi need on erinevad mõisted (peatükk 1.3). See tõestab mitte päris head teadlikkust sotsiaalse ettevõtluse kontseptsioonist. Võib-olla inimesed isegi kasutavad selliste ettevõtete teenuseid, aga nad lihtsalt ei tea, et need on just sotsiaalsed ettevõtted. Autori eeldus oli, et inimestel ei ole sotsiaalse ettevõtluse kohta palju infot, ja see sai kinnitust.

Peatükis 1.1 on mainitud, et inimesed ise hakkasid mõistma, kui oluline on juurutada sotsiaalseid tavasid ja seada avalikke missioone ettevõtte sissetulekust suuremaks. Uuringu põhjal võib järeldada, et Eesti inimesed ei oska kindlalt hinnata sotsiaalsete programmide rakendamise vajadust, sotsiaalsete probleemide lahendamist ettevõtte tegevuse kaudu jne. See võib olla seotud asjaoluga, et elu Eestis on üsna rahulik, meil ei ole tõsisid ühiskondlikke probleeme, nagu võib olla suuremates riikides. Inimesed lihtsalt ei mõtle sellele, et ettevõtete abi sotsiaalsete ja keskkonnaprobleemide lahendamises võib vajalik olla.

Kvantitatiivse uuringu tulemused näitavad, et suurem osa vastajatest on mittefinantsaruandluse kontseptsioonist väheinformeeritud ja ainult umbes 1/5 on hästi informeeritud; veelgi väiksem osa teab mittefinantsaruandluse standarditest. Kõik vastajad olid raamatupidajad ja võiksid oma

töös kokku puutuda või isegi koostada mittefinantsaruandeid, seetõttu ei olnud autor üllatunud, et enamik neist on mingil määral teadlikud mittefinantsaruandlusest. Huvitav oli see, et mittefinantsaruandluse koostamise põhjuste hindamisel oli sidusrühmade teadlikkuse tõstmine peaaegu eelviimasel kohal, kuigi umbes pool vastajatest pärast tunnistas, et mittefinantsaruanded võivad olla tõhus vahend huvitatud isikute teadlikkuse tõstmiseks ettevõtte ühiskondlikust tegevusest. Põhjuseks võib olla see, et mittefinantsaruanded muidugi võivad olla teadlikkuse tõstmise vahendiks ettevõtte ühiskondlikust tegevusest, aga vastajate arvates tuleks neid koostada rohkem ettevõtte usaldusväärse suurendamiseks.

Vastajad arvavad, et kõige parem koht mittefinantsaruandluse kajastamiseks on ettevõtte veebileht.

Üle poole vastanutest ei oskanud anda kindlat vastust Eesti sotsiaalse ettevõtte kohustuslikkusest mittefinantsaruande esitamisel. Autori arvates on see tingitud asjaolust, et raamatupidajad ei arva, nagu oleks see parim viis edastada teavet ettevõtte ühiskondliku tegevuse kohta.

Kvalitatiivne uuring näitas sotsiaalsete ettevõtete vajadust mittefinantsteabe esitamiseks, teadmiste taset mittefinantsaruannete kohta, samuti aitas tuvastada mittefinantsaruandluse kasutamist klientide teavitamiseks, lisaks oli võimalik hinnata vajadust luua ühtne mittefinantsaruannete vorm.

Pärast intervjuude analüüsimist selgus, et vastavalt töö teoreetilisele osale mängib sotsiaalse ettevõtte jaoks mittefinantsteabe pakkumine olulist rolli inimeste usalduse suurendamisel ettevõtte vastu ning läbipaistvuse tagamisel. Vaatamata sellele ei kasuta uuritud Eesti sotsiaalsed ettevõtted sel eesmärgil mittefinantsaruandeid. Selgus, et enamikule sotsiaalsetest ettevõtetest piisab oma kodulehest internetis, kuhu nad postitavad mittefinantsteavet, mida nad vajalikuks peavad. Väärrib märkimist, et küsitletud sotsiaalsetel ettevõtetel pole klientide leidmisega probleeme.

Lisaks võib järeldada, et vaatamata mittefinantsaruandluse kiirele arengule on sotsiaalsetel ettevõtjatel mittefinantsaruandlusest ebamäärane ettekujutus – mõistetakse selle olemust, kuid ei laskuta üksikasjadesse. Seega ei saanud vastaja, kelle ettevõtte esitab mittefinantsaruandeid, kohe aru, mis on kaalul.

Väärrib märkimist, et vaatamata sellele, et suurem osa uuritutest ei esita mittefinantsaruandeid, ei oldud sellele ka kategooriliselt vastu. Sotsiaalsed ettevõtjad usuvad, et selline klientidega suhtlemise viis on vastuvõetav, kuid see peaks jääma vabatahtlikuks.

Kui rääkida mittefinantsaruandluse ühest vormist, siis intervjuu tulemuste põhjal teeb töö autor järelduse, et praegu ei vaja sotsiaalsed ettevõtted veel ühte mittefinantsaruannet. Töö teoreetilise osa kirjutamise ajal selgus (peatükk 2.4), et SEV on selle idee juba välja pakkunud ja intervjuud näitasid, et see pole eriti populaarne.

Tuginedes eelnevale, jõuab autor järeldusele, et on tekkinud olukord, kus inimesed ei ole väga teadlikud sotsiaalsetest ettevõtetest, kuid samal ajal ei esine sotsiaalsetes ettevõtetes probleeme sidusrühmade puudumisega ja kogu mittefinantsteave esitatakse juurdepääsetaval kujul ettevõtte veebilehel.

Autor nõustab ühe intervjuueerituga, et enne mittefinantsaruandluse kohustusest rääkimist on vajalik sotsiaalse ettevõtluse määratlemine riigi tasandil. Võib-olla siis, kui Eesti seadus pöörab tähelepanu sotsiaalsetele ettevõtetele, hakkab ka eesti rahvas selle vastu rohkem huvi tundma. Kuid tähelepanu saamiseks peavad sotsiaalsed ettevõtted ka ise aktiivsemad olema.

KOKKUVÕTE

Bakalaureusetöö eesmärk oli selgitada välja sotsiaalse ettevõtte mittefinantsteabe esitamise olulisus mittefinantsaruandluse vormis, samuti vajadus luua sotsiaalsete ettevõtete jaoks ühtne mittefinantsaruande vorm. Autori eeldus oli, et inimestel ei ole sotsiaalse ettevõtluse kohta palju infot.

Sotsiaalne ettevõtte on organisatsioon, mille eesmärk on mitte kasumit teenida, vaid lahendada mõnd ühiskonna probleemi, mis võib olla seotud nii kultuuri, ühiskondliku elu kui keskkonnaga. Sõna „sotsiaalne“ tuleneb ladinakeelsest sõnast „socialis“, mis tähendab „ühiskondlikku, ühiskonda puutuvat“ (Vääri *et al.* 2012) ja seob seda samal ajal vajadusega suhelda inimestega. Aga mittefinantsteabe esitamine on iga ühiskondlikku ülesannet täitva ettevõtte hädavajalik omadus. Tavaliselt tehakse seda ettevõtte läbipaistvamaks ja usaldusväärsemaks muutmiseks.

Lõputöö kirjutamiseks kasutati nii kvantitatiivset kui ka kvalitatiivset uurimismeetodit. Kvantitatiivne osa sisaldab küsitluse läbiviimist raamatupidajate seas ja selle eesmärk oli selgitada vajadust mittefinantsaruannete esitamise järele sotsiaalsete ettevõtete poolt ning hinnata vastajate teadmisi sotsiaalse ettevõtluse kontseptsioonist. Kvalitatiivne uuring viidi läbi selleks, et välja selgitada sotsiaalse ettevõtlusega otseselt seotud inimeste arvamus mittefinantsteabe mittefinantsaruandluse vormis esitamise olulisuse kohta. Selleks viidi läbi intervjuu kahe sotsiaalse ettevõtjaga.

Uuringutulemused näitasid, et vaatamata mittefinantsaruandluse arengule Eestis, sotsiaalsetel ettevõtjatel selliseid aruandeid pole nõudlikud. Kinnitati, et mittefinantsteabe esitamine mängib sotsiaalse ettevõtte jaoks olulist rolli, muudab selle avatumaks ja annab inimestele suurema valikuvõimaluse, ent huvitatud klientidega suhtlemiseks on rohkem viise, näiteks koduleht, mis kajastab ettevõtte teavet pidevalt, kuid mitte üks kord aastas, nagu aruannete puhul. Sotsiaalsed ettevõtted ise usuvad, et nad jagavad piisavalt mittefinantsteavet ja neil ei ole sidusrühmadega suhtlemisel raskusi. Ei saa ju samal ajal rääkida sotsiaalse ettevõtluse erilisest populaarsusest, kuna uuringud kinnitavad ka seda, et inimestel ei ole sotsiaalse ettevõtluse kohta palju teavet.

Autori algne eesmärk oli võimalusel pakkuda välja aruandluse üks versioon, kuid töö käigus selgus, et SEV on sellise idee juba välja pakkunud. Nad töötasid välja eraldi portaali, kus pakuvad sotsiaalsetele ettevõtetele võimalust koostada mõju raport vastavalt nende välja töötatud vormile. Nagu tulemused näitasid, ei ole see raport eriti populaarne. Teiseks ei pea raamatupidajad ise seda parimaks finantsteabe sidusrühmale edastamise viisiks. Selle põhjal tegi autor järelduse, et praegu ei ole vaja luua muud mittefinantsaruannete vormi, vaid tuleb keskenduda juba olemasoleva aruandele. Mitte ainult seetõttu, et üks on juba olemas, vaid ka sellepärast, et esiteks on praegu sotsiaalsetel ettevõtjatel mittefinantsaruannetest üsna ebamäärane ettekujutus ning autori arvates tuleks sel teemal rohkem arutleda. Teiseks tasub alustuseks määratleda sotsiaalne ettevõtlus riigi tasandil, et rääkida nende jaoks kohustuslike mittefinantsaruannete kasutuselevõttust.

Autori arvates on töö eesmärk saavutatud. Uuringu tulemused näitasid tegelikku olukorda, mille põhjal tehti järeldused.

SUMMARY

NON-FINANCIAL REPORTING IN THE ESTONIAN SOCIAL ENTERPRISE

Jekaterina Romanova

The purpose of this Bachelor Thesis is to clarify the awareness of people about the concept of social entrepreneurship. Furthermore, the importance of providing non-financial information for social enterprises in the form of non-financial reporting. Moreover, determination of the need to create a single non-financial report for a social enterprise must be considered. The author's assumption is that people does not have enough information about social entrepreneurship.

To achieve this goal following tasks were performed:

- Learn and examine what is the main idea of social enterprise.
- Study and consider the situation of social enterprises in Estonia.
- Identifying the difference with corporate social responsibility.
- Find out what non-financial reporting is.
- Study the situation with non-financial reporting in Estonia.
- Analyze the knowledge of accountants in the field of social entrepreneurship and non-financial reporting.
- Analyze the opinion of social entrepreneurs in need of providing the non-financial information and non-financial reporting.
- To offer a single version of non-financial reporting if it is possible.

This Bachelor Thesis consists of three main parts. The first and the second chapters are theoretical. The first chapter gives the idea of what a social enterprise is. The differences between a social enterprise and a socially responsible enterprise are also pointed out. In addition, it is possible to obtain information about Estonian social enterprises. The second chapter of the work is devoted to non-financial reporting. This part discusses non-financial reporting and its emergence general reporting functions and non-financial reporting in Estonia.

A social enterprise is an organization whose goal is not to make a profit. Instead, to solve some problems in the society, which either can be a cultural problem, nor a social or environmental problems. The word "social" itself comes from the Latin word "socialis" (Vääri *et al.* 2012), what in other words mean the communication and connection among people. But the provision of non-financial information is an essential feature of any company who performs a social functioning. This usually makes the company more transparent and credible and also allows it to remain a priority.

The third chapter provides an overview of quantitative and qualitative researches. The author conducted a survey among accountants and an interview with two representatives of a social enterprise. In this section, the research methods and their results are presented. Conclusions are then drawn from the analyzed data.

The results of the research showed that despite the development of non-financial reporting in Estonia, social enterprises are not demanding such reports. It was approved that providing a non-financial information plays an important role for a social enterprise, making it more open and giving people more choices. Although, there are more ways to interact with interested customers, such as a website that constantly reflects current business information but not once. Which leads to the fact that non-financial reports are usually provided once in a certain time, and the information on the website is updated continuously. The social enterprise believes that they share enough of non-financial information and have no difficulty communicating with stakeholders. At the same time, it is hardly to discuss the popularity and potentials of a special social entrepreneurship accounting as the study also confirms that people does not have much information about social entrepreneurship.

The author's original goal was, whenever possible, to offer an unified non-financial report for a social enterprise, even though, the first thing that came to light was that SEV had already come up with such an idea. SEV had developed a separate portal offering social enterprises, including the opportunity to prepare an impact report according to a format they had developed. Nevertheless, the report is not very popular. Secondly, accountants themselves do not consider this to be the best way of communication between financial information and stakeholders. Based on the researches, the author concluded that curenly there is no need to create another form of non-financial reports. There is the need to focus on the already existing report. Social entrepreneurs currently have a

rather vague idea of non-financial statements, according to the author. This issue needs to be discussed and developed more. Secondly, it is worth starting by defining social entrepreneurship at the national level in order to discuss the introduction of mandatory non-financial reports for them.

According to the author researches, the goal of the work has been achieved. The results of the study showed a real situation on which conclusions were drawn.

KASUTATUD ALLIKATE LOETELU

- Achleitner, A., Bassen, A., Roder, B. (2009). An Integrative Framework for Reporting in Social Entrepreneurship. *SSRN Electronic Journal*. Kättesaadav: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1325700, 12. Detsember 2019.
- Achleitner, A., Bassen, A., Roder, B., Spiess-Knafl, W. (2009). Reporting in Social Entrepreneurship. *SSRN Electronic Journal*. Kättesaadav: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1493266
- Amelio, S. (2017). CSR and Social Entrepreneurship: The Role of the European Union. *Management Dynamics in the Knowledge Journal*, 3(5), 335-354.
- Boschee, J. (1998). *Merging Mission and Money: A Board Member's Guide to Social Entrepreneurship*. Kättesaadav: <http://www.socialent.org/pdfs/MergingMission.pdf>, 26. November 2019.
- Broughton, E. (2005). The Bhopal disaster and its aftermath: a review. *Environ Health*, 6(4).
- Cornelius, N., Todres, M., Janjuha-Jivraj, S., Woods, A., Wallace, J. (2007). Corporate Social Responsibility and the Social Enterprise. *Journal of Business Ethics*, 350-377.
- Defourny, J. (2014). From third sector to social enterprise: A European research trajectory. J., Defourny, R., Hulgard, V., Pestoff, *Contribution to collective works* (17-41). New York: Routledge.
- Dees, J., G. (1998). *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Kättesaadav: https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deas_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf, 26. November 2019.
- Ebrashi, E., R. (2013). Social entrepreneurship theory and sustainable social impact. *Social Responsibility Journal*, 2 (9), 188-209.
- Euroopa parlamendi ja nõukogu direktiiv 2014/95/EL, millega muudetakse direktiivi 2013/34/EL seoses mitmekesisust käsitleva teabe ja muu kui finantsteabe avalikustamisega teatavate suuretevõtjate ja kontsernide poolt, 22.10.2014.
- Gibassier, D., Unerman, J. (2007). *Sustainability Accounting and Accountability*. New York, USA: Routledge.
- Green paper. Promoting a European framework for corporate social responsibility*. (2001). Commission of the European Communities. Brussels.
- Gross, M., (2017). JÄTKUSUUTLIKKUST KIRJELDAVA INFORMATSIOONI KAJASTAMISE PRAKTIKA EESTI ETTEVÕTETES AASTATEL 2014-2015. (Magistritöö) Majandusteaduskond, Tartu.

- Guide to results-based reporting. SRS. Kättesaadav: https://www.social-reporting-standard.de/fileadmin/redaktion/downloads/SRS_guidelines_2014_EN.pdf, 13. Detsember 2019.
- ISO 26000 Social Responsibility*. ISO. Kättesaadav: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>, 8. Detsember 2019.
- Jõgibert, A. (2015). ETTEVÕTETE SOTSIAALSE VASTUTUSE AVALIKUSTAMISE TASE EESTI EDUKAIMATE ETTEVÕTETE NÄITEL NING SELLE SEOTUS FINANTSTULEMUSTEGA. (Bakalaureusetöö) TalTechi majandusteaduskond, Tallinn.
- Lane, M., J. (2011). *Social Enterprise: Empowering Mission - Driven Entrepreneurs*. Chicago, USA: American Bar Association.
- Liste der SRS-Anwenderorganisationen*. SRS. Kättesaadav: https://www.social-reporting-standard.de/fileadmin/redaktion/downloads/181015_Liste_der_Anwender_2009-2017_v11.pdf, 20. Oktoober 2020.
- Martin, L., R., Osberg, S. (2007). Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *Stanford Social Innovation Review*, 28 (5), 29-39.
- Milestones 1971-1980*. United Nations. Kättesaadav: <https://www.un.org/en/sections/history/milestones-1971-1980/index.html>, 11. Detsember 2019.
- Mis on sotsiaalne ettevõtlus*. SEV. Kättesaadav: <https://sev.ee/mis-on-sotsiaalne-ettevotlus/>, 27. November 2019.
- MTÜS RT I, 23.05.2020, 6, § 1.
- Non-financial reporting*. European Commission. Kättesaadav: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/company-reporting-and-auditing/company-reporting/non-financial-reporting_en, 8. Detsember 2019.
- Palakshappa, N., Grant, S. (2018). Social enterprise and corporate social responsibility: Toward a deeper understanding of the links and overlaps. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 3(24), 606-625.
- Peng, X., Liang, C. (2019). Before Nonprofit Organisations Become Social Enterprises. *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 3(30), 460-474.
- Petrella, F., Richez-Battesti, N. (2014). Social entrepreneur, social entrepreneurship and social enterprise: semantics and controversies. *Journal of Innovation Economics & Management*, 14 (2), 143-156.
- Praszkier, R., Nowak, A. (2012). *Social Entrepreneurship : Theory and Practice*. New York, USA: Cambridge University Press.

- Raudsaar, M. (2016). *Developments of social entrepreneurship in Estonia*. (Doktoritöö) Institute of Social Studies, University of Tartu, Estonia.
- Social Entrepreneurship*. Ashoka. Kättesaadav: <https://www.ashoka.org/en-us/focus/social-entrepreneurship>, 26. November 2019.
- Sotsiaalne ettevõtlus Eestis*. SEV. Kättesaadav: <https://sev.ee/sotsiaalne-ettevotlus-eestis/>, 6. Detsember 2019.
- SRI e. V.* SRS. Kättesaadav: <https://www.social-reporting-standard.de/en/sri-ev/ueber-uns/>, 13. Detsember 2019.
- SRS Guide*. SRS. Kättesaadav: <https://www.social-reporting-standard.de/en/srs-leitfaden/entwicklung/>, 13. Detsember 2019.
- Standards Overview*. SASB. Kättesaadav: <https://www.sasb.org/standards-overview/>, 8. Detsember 2019.
- Sustainability reports*. Tallink. Kättesaadav: <https://www.tallink.com/reports#tabs-content-7>, 13. Detsember 2019.
- Szegedi, K., Fülöp, G., Bereczk, A. (2016) Relationships between Social Entrepreneurship, CSR and Social Innovation: In Theory and Practice. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 5(10), 1402-1407.
- Sustainability reports*. Tallink. Kättesaadav: <https://www.tallink.com/reports#tabs-content-7>, 13. Detsember 2019.
- The IIRC*. Integrated reporting. Kättesaadav: <https://integratedreporting.org/the-iirc-2/>, 8. Detsember 2019.
- The OECD Guidelines*. OECD Watch. Kättesaadav: <https://www.oecdwatch.org/oecd-ncps/the-oecd-guidelines-for-mnes/>, 8. Detsember 2019.
- Vukić, N., M., Vuković, R., Calace, D. (2017). NON-FINANCIAL REPORTING AS A NEW TREND IN SUSTAINABILITY ACCOUNTING. *Journal of Accounting and Management*, 2(7), 13-26.
- Vääri, E., Kleis, R., Silvet, J., Paet, T., Rehemaa, T. (2012). *VÕÕRSÕNADE LEKSIKON*. Kättesaadav: <https://eki.ee/dict/vsl/index.cgi?Q=sotsiaalne>, 22. Detsember 2020.
- Озерянская, М. (2012). Требования государственных регуляторов об обязательной нефинансовой отчетности как элемент повышения информационной открытости и прозрачности деятельности организаций. *Управление экономическими системами: электронный научный журнал*.

LISAD

Lisa 1. Kvantitatiivse uuringu küsimustik

Lugupeetud vastaja

Olen Tallinna Tehnikaülikooli üliõpilane ja kirjutan bakalaureusetööd teemal „Mittefinantsiline aruandlus Eesti sotsiaalsetes ettevõtetes. Bakalaureusetöö eesmärk on selgitada välja Eesti sotsiaalsete ettevõtete mittefinantsilise teabe esitamise vajadus ja võimalusel pakkuda ühtset aruannet Eesti sotsiaalsete ettevõtete mittefinantsilise teabe kajastamiseks. Selle uurimuse eesmärk on välja selgitada raamatupidajate teadlikkus sotsiaalsete ettevõtete ja mittefinantsteabe kontseptsioonist.

Küsimustik on anonüümne ja tulemusi kasutatakse üldistatud kujul. Vastamiseks kulub umbes 10 minutit.

Olen väga tänulik, kui leiate aja, et vastata küsimustele!

Heade soovidega

Jekaterina Romanova

* Nõutud

1. Teie ametikoht*

- Raamatupidaja assistent
- Raamatupidaja
- Peاراamatupidaja
- Muu

2. Teie töökogemus*

- Puudub
- Kuni 2 aastat
- 2–4 aastat
- 5–7 aastat
- 8–10 aastat
- Üle 10 aasta

3. Milline on teie ettevõtte juriidiline vorm? *

- Osäühing (OÜ)
- Aktsiaselts (AS)
- Füüsilisest isikust ettevõtja (FIE)
- Mittetulundusühing (MTÜ)

4. Milline on Teie ettevõtte tegevusvaldkond? *

- Avalik haldus ja riigikaitse; kohustuslik sotsiaalkindlustus
- Ehitus
- Elektrienergia, gaasi, auru konditsioneeritud õhuga varustamine
- Finants- ja kindlustustegevus
- Haldus- ja abitegevused
- Haridus
- Hulgi- ja jaekaubandus; mootorsõidukite ja mootorrattaste remont
- Info ja side
- Kinnisvaraalne tegevus
- Kunst, meelelahutus ja vaba aeg
- Kutse-, teadus- ja tehnikaalane tegevus
- Majutus ja toitlustus
- Mäetööstus
- Põllumajandus, metsamajandus ja kalapüük

- Tervishoid ja sotsiaalhoolekanne
 - Töötlev tööstus
 - Varustamine
 - Veevarustus; kanalisatsioon, jäätme- ja saastekäitlus
 - Veondus ja laondus
 - Muu
5. Kuidas Te hindate oma teadlikkust sotsiaalse ettevõtluse kontseptsioonist? *
- Üldse ei ole informeeritud/*Mine 7 küsimuse juurde*
 - Väheinformeeritud
 - Keskmiselt informeeritud
 - Hästi informeeritud
 - Väga hästi informeeritud
6. Kust Te olete kuulnud sotsiaalsetest ettevõtetest? *
- Internet
 - Reklaam
 - Ajaleht
 - Mittefinantsaruanne
 - Ei oska öelda
 - Muu
7. Kuidas Te sotsiaalset ettevõtet kõige paremini iseloomustaksite? *
- Sotsiaalse missiooni saavutamine on olulisem kui kasumi teenimine
 - Tööhõive pakkumine sotsiaalselt ebasoodsas olukorras olevatele rühmadele
 - Jätkusuutlik äritõhusus, isemajandamine ja konkurentsivõime
 - Vastutus tegevuse tulemuste eest klientide ja kogu ühiskonna ees
 - Tegevuste keskendumine sotsiaalteenuste osutamisele

- Pühendumine püsivatele sotsiaalsetele muutustele
- Innovatsioon
- Muu
- Ei oska iseloomustada

8. Palun hinnake skaalal 1–5 (1 – ei ole nõus, 5 – olen nõus), mil määral Te olete nõus järgmiste väidetega: *

Sotsiaalselt oluliste programmide rakendamine on aja raiskamine, ettevõtte peamine ülesanne on teenida kasumit

Otsuste tegemisel peab ettevõtja lähtuma kõigepealt majanduslikest kaalutlustest, mitte ühiskondlikest ja sotsiaalsetest vajadustest

Kasum tegevusest peaks olema suunatud sotsiaalsete probleemide lahendamisele, mitte dividendide maksmisele

Ettevõtjad peavad osalema oluliste sotsiaalsete probleemide lahendamisel

9. Kuidas Te hindate sotsiaalse ettevõtte sarnasust sotsiaalselt vastutustundliku ettevõttega? *

- Sotsiaalne ettevõtte on sama mis sotsiaalselt vastutustundlik ettevõtte
- Sotsiaalne ettevõtte ja sotsiaalse vastutusega ettevõtte on erinevad mõisted
- Ei oska öelda

10. Kuidas Te arvate, kas kohustuslik aastaaruanne kajastab täielikult kogu ettevõtte lisaväärtust (nagu ühiskondlik, sotsiaalne ja looduslik panus)? *

- Jah
- Ei
- Ei osaka öelda

11. Kuidas Te hindate oma teadlikkust mittefinantsaruandluse kontseptsioonist? *

- Üldse ei ole informeeritud
- Väheinformeeritud
- Keskmiselt informeeritud
- Hästi informeeritud
- Väga hästi informeeritud

12. Mis põhjustel Teie arvates mittefinantsaruandeid koostatakse (võite valida mitut varianti)? *

- Investeeringute ligimeelitamine
- Täiendavate investeerimisriskide hindamine
- Ettevõtte läbipaistvuse suurendamine
- Ettevõtte usaldusväarsuse suurendamine
- Objektiivsema pildi näitamine
- Sidusrühmade teadlikkuse tõstmine
- Ettevõtte väärtuse suurendamine
- Ettevõtte maine parendamine
- Ei oska öelda

13. Palun hinnake skaalal 1–5 (1 – ei ole nõus, 5 – olen nõus) mittefinantsaruandluse koostamise tähtsust ühiskonnaga tihedalt seotud ettevõtetele. *

14. Kas Teie arvates võivad mittefinantsaruanded olla tõhus vahend huvitatud isikute teadlikkuse tõstmiseks ettevõtte sotsiaalsest tegevusest? *

- Jah
- Ei
- Ei oska öelda

15. Kus ühiskonnaga tihedalt seotud ettevõtted saaksid oma mittefinantsaruandeid kuvada? *

- Ettevõtte kodulehel
- Ajalehes
- Voldikutes
- Mujal
- Ei oska öelda

16. Kas Te olete varem kuulnud järgmistest mittefinantsaruandluse rahvusvahelistest standarditest? *

- ISO 26000
- GRI
- IIRC
- Muu
- Ei ole kuulnud

17. Kas olete varem kuulnud mittefinantsaruandluse standardist SAS, mis on loodud spetsiaalselt sotsiaalsetele ettevõtetele? *

- Jah
- Ei
- Ei oska öelda

18. Kuidas Te arvate, kas Eesti sotsiaalsed ettevõtted vajavad enda jaoks ühte kohustlikku mittefinantsaruannet, selleks et nende tegevuse kohta oleks rohkem infot? *

- Jah
- Ei
- Ei oska öelda

19. Kui Teil on tekkinud mõtteid ja Te soovite midagi kommenteerida, siis palun kirjutage oma arvamus kasti. Aitäh vastuste eest!

Allikas: autori koostatud

Lisa 2. Küsitluse tulemused. Küsimuste 1-4 vastused

1. Teie ametikoht

| | |
|-------------------------|------------|
| Raamatupidaja assistent | 12 vastust |
| Raamatupidaja | 38 vastust |
| Pearaamatupidaja | 29 vastust |
| Muu | 9 vastust |

Allikas: autori koostatud

2. Teie töökogemus

| | |
|---------------|------------|
| Puudub | 0 vastust |
| Kuni 2 aastat | 10 vastust |
| 2–4 aastat | 13 vastust |
| 5–7 aastat | 14 vastust |
| 8–10 aastat | 10 vastust |
| Üle 10 aasta | 32 vastust |

Allikas: autori koostatud

3. Milline on teie ettevõtte juriidiline vorm?

| | |
|-------------------------------------|------------|
| Osaühing (OÜ) | 67 vastust |
| Aktsiaselts (AS) | 4 vastust |
| Füüsilisest isikust ettevõtja (FIE) | 5 vastust |
| Mittetulundusühing (MTÜ) | 3 vastust |

Allikas: autori koostatud

4. Milline on Teie ettevõtte tegevusvaldkond?

| | |
|---|------------|
| Avalik haldus ja riigikaitse; kohustuslik sotsiaalkindlustus | 0 vastust |
| Ehitus | 7 vastust |
| Elektrienergia, gaasi, auru konditsioneeritud õhuga varustamine | 0 vastust |
| Finants- ja kindlustustegevus | 34 vastust |
| Haldus- ja abitegevused | 1 vastust |
| Haridus | 9 vastust |
| Hulgi- ja jaekaubandus; mootorsõidukite ja mootorrataste remont | 9 vastust |
| Info ja side | 3 vastust |
| Kinnisvaraalane tegevus | 1 vastust |
| Kunst, meelelahutus ja vaba aeg | 3 vastust |
| Kutse-, teadus- ja tehnikaalane tegevus | 0 vastust |
| Majutus ja toitlustus | 3 vastust |
| Mäetööstus | 0 vastust |
| Põllumajandus, metsamajandus ja kalapüük | 2 vastust |
| Tervishoid ja sotsiaalhoolekanne | 0 vastust |
| Töötlev tööstus | 6 vastust |
| Varustamine | 1 vastust |
| Veevarustus; kanalisatsioon, jäätme- ja saastekäitlus | 0 vastust |
| Veondus ja laondus | 0 vastust |
| Muu | 0 vastust |

Allikas: autori koostatud

Lisa 3. Küsitluse tulemused. Küsimuste 5-9 vastused

5. Kuidas Te hindate oma teadlikkust sotsiaalse ettevõtluse kontseptsioonist?

| | |
|----------------------------|------------|
| Üldse ei ole informeeritud | 47 vastust |
| Väheinformeeritud | 11 vastust |
| Keskmiselt informeeritud | 14 vastust |
| Hästi informeeritud | 4 vastust |
| Väga hästi informeeritud | 3 vastust |

Allikas: autori koostatud

Küsimused 6 ja 7. Olukorras, kus vastaja on vähemalt väheinformeeritud sotsiaalse ettevõtluse kontseptsiooniga.

6. Kust Te olete kuulnud sotsiaalsetest ettevõtetest?

| | |
|---------------------|------------|
| Internet | 16 vastust |
| Reklaam | 3 vastust |
| Ajaleht | 0 vastust |
| Mittefinantsaruanne | 1 vastust |
| Ei oska öelda | 9 vastust |
| Muu | 3 vastust |

Allikas: autori koostatud

7. Kuidas Te sotsiaalset ettevõtet kõige paremini iseloomustaksite?

| | Vastajate rühm, kes üldse ei ole informeeritud | Vastajate rühm, kes on mingil määral informeeritud | Vastuste kokku |
|--|--|--|----------------|
| Sotsiaalse missiooni saavutamine on olulisem kui kasumi teenimine | 10 vastust | 6 vastust | 16 vastust |
| Tööhõive pakkumine sotsiaalselt ebasoodsas olukorras olevatele rühmadele | 7 vastust | 1 vastust | 8 vastust |
| Jätkusuutlik äritõhusus, isemajandamine ja konkurentsivõime | 4 vastust | 2 vastust | 6 vastust |
| Vastutus tegevuse tulemuste eest klientide ja kogu ühiskonna ees | 6 vastust | 9 vastust | 15 vastust |
| Tegevuste keskendumine sotsiaalteenuste osutamisele | 10 vastust | 3 vastust | 13 vastust |
| Pühendumine püsivatele sotsiaalsetele muutustele | 0 vastust | 8 vastust | 8 vastust |
| Innovatsioon | 0 vastust | 1 vastust | 1 vastust |
| Muu | 0 vastust | 0 vastust | 0 vastust |
| Ei oska iseloomustada | 10 vastust | 2 vastust | 12 vastust |

Allikas: autori koostatud

8. Väidete hinnang

| | 1 – ei ole nõus | 2 – pigem ei ole nõus | 3 – ei oska öelda | 4 – pigem olen nõus | 5 – olen nõus |
|--|-----------------|-----------------------|-------------------|---------------------|---------------|
| Sotsiaalselt oluliste programmide rakendamine on aja raiskamine, ettevõtte peamine ülesanne on teenida kasumit | 9 vastust | 30 vastust | 19 vastust | 14 vastust | 7 vastust |
| Otsuste tegemisel peab ettevõtja lähtuma kõigepealt majanduslikest kaalutlustest, mitte ühiskondlikest ja sotsiaalsetest vajadustest | 5 vastust | 36 vastust | 11 vastust | 23 vastust | 4 vastust |
| Kasum tegevusest peaks olema suunatud sotsiaalsete probleemide lahendamisele, mitte dividendide maksmisele | 4 vastust | 37 vastust | 9 vastust | 24 vastust | 5 vastust |
| Ettevõtjad peavad osalema oluliste sotsiaalsete probleemide lahendamisel | 4 vastust | 19 vastust | 13 vastust | 33 vastust | 10 vastust |

Allikas: autori koostatud

9. Kuidas Te hindate sotsiaalse ettevõtte sarnasust sotsiaalselt vastutustundliku ettevõttega?

| | |
|--|------------|
| Sotsiaalne ettevõtte on sama mis sotsiaalselt vastutustundlik ettevõtte | 3 vastust |
| Sotsiaalne ettevõtte ja sotsiaalse vastutusega ettevõtte on erinevad mõisted | 49 vastust |
| Ei oska öelda | 27 vastust |

Allikas: autori koostatud

Lisa 4. Küsitluse tulemused. Küsimuste 10-18 vastused

10. Kuidas Te arvate, kas kohustuslik aastaaruanne kajastab täielikult kogu ettevõtte?

| | |
|----------------|------------|
| Jah | 7 vastust |
| Ei | 53 vastust |
| Ei osaka öelda | 19 vastust |

Allikas: autori koostatud

11. Kuidas Te hindate oma teadlikkust mittefinantsaruandluse kontseptsioonist?

| | |
|----------------------------|------------|
| Üldse ei ole informeeritud | 16 vastust |
| Väheinformeeritud | 29 vastust |
| Keskmiselt informeeritud | 14 vastust |
| Hästi informeeritud | 16 vastust |
| Väga hästi informeeritud | 4 vastust |

Allikas: autori koostatud

12. Mis põhjustel Teie arvates mittefinantsaruandeid koostatakse (võite valida mitut varianti)?

| | |
|--|------------|
| Investeeringute ligimeelitamine | 29 vastust |
| Täiendavate investeerimisriskide hindamine | 15 vastust |
| Ettevõtte läbipaistvuse suurendamine | 43 vastust |
| Ettevõtte usaldusväärsuse suurendamine | 59 vastust |
| Objektiivsema pildi näitamine | 15 vastust |
| Sidusrühmade teadlikkuse tõstmine | 23 vastust |
| Ettevõtte väärtuse suurendamine | 18 vastust |
| Ettevõtte maine parendamine | 32 vastust |
| Ei oska öelda | 17 vastust |

Allikas: autori koostatud

13. Väide hinnang

| | 1 – ei ole nõus | 2 – pigem ei ole nõus | 3 – ei oska öelda | 4 – pigem olen nõus | 5 – olen nõus |
|---|-----------------|-----------------------|-------------------|---------------------|---------------|
| Mittefinantsaruandluse koostamise tähtsust ühiskonnaga tihedalt seotud ettevõtetele | 7 vastust | 11 vastust | 35 vastust | 17 vastust | 9 vastust |

Allikas: autori koostatud

14. Kas Teie arvates võivad mittefinantsaruanded olla tõhus vahend huvitatud isikute teadlikkuse tõstmiseks ettevõtte sotsiaalsest tegevusest?

| | |
|---------------|------------|
| Jah | 36 vastust |
| Ei | 18 vastust |
| Ei oska öelda | 25 vastust |

Allikas: autori koostatud

15. Kus ühiskonnaga tihedalt seotud ettevõtted saaksid oma mittefinantsaruandeid kuvada?

| | |
|---------------------|------------|
| Ettevõtte kodulehel | 59 vastust |
| Ajalehes | 0 vastust |
| Voldikutes | 0 vastust |
| Mujal | 19 vastust |
| Ettevõtte kodulehel | 1 vastust |

Allikas: autori koostatud

16. Kas Te olete varem kuulnud järgmistest mittefinantsaruandluse rahvusvahelistest standarditest?

| | |
|----------------|------------|
| ISO 26000 | 13 vastust |
| GRI | 7 vastust |
| IIRC | 6 vastust |
| Muu | 46 vastust |
| Ei ole kuulnud | 7 vastust |

Allikas: autori koostatud

17. Kas olete varem kuulnud mittefinantsaruandluse standardist SAS, mis on loodud spetsiaalselt sotsiaalsetele ettevõtetele?

| | |
|---------------|------------|
| Jah | 7 vastust |
| Ei | 42 vastust |
| Ei oska öelda | 30 vastust |

Allikas: autori koostatud

18. Kuidas Te arvate, kas Eesti sotsiaalsed ettevõtted vajavad enda jaoks ühte kohustlikku mittefinantsaruannet, selleks et nende tegevuse kohta oleks rohkem infot?

| | |
|---------------|------------|
| Jah | 26 vastust |
| Ei | 11 vastust |
| Ei oska öelda | 42 vastust |

Allikas: autori koostatud

Lisa 5. Intervjuu küsimused

- 1) Tutvuge palun natuke Teie ettevõttega. Milliga Te tegelite?
- 2) Miks võiks Teie ettevõtet nimitada sotsiaalseks ettevõtteks?
- 3) Õelge palun, kuidas Te hindate sotsiaalsete ettevõtete teabe potentsiaalsetele klientidele edastamise olulisust ja miks?
- 4) Mida Te teate mittefinantsaruandluse kohta ja kas olete nõus, et mittefinantsaruandlus on üks viisist potentsiaalsetele klientidele teabe edastamiseks?
- 5) Kas Teie sotsiaalne ettevõtte kasutab mittefinantsaruandlust?
 - a. Kui kasutab:
 - i. Millised probleemid või puudused ilmneid teabe edastamisel?
 - ii. Mis vormis Teie mittefinantsilised aruandlused (vabas vormis või standartiseeritud) on ja miks just see vorm?
 - iii. Kust inimesed saavad Teie mittefinantsaruandeid näha?
 - b. Kui ei kasuta:
 - i. Miks põhjusel ei kasuta mittefinantsaruandlust? Kas tekivad mõned probleemid või raskused?
 - ii. Kas olete mõelnud mittefinantsaruandluse juurutamisele?
 - iii. Kuidas siis Te edastasite potentsiaalsetele klientidele teavet teie ettevõtte tegevusala kohta?
- 6) Mõnadel riikidel mittefinantsilised aruanded on kohustliku. Kuidas Teie arvates, kas Eesti sotsiaalsete ettevõtetele on vaja mingi regulatsioon mittefinantsilise aruandluse jaoks ja miks?

Lisa 6. Intervjuu esimese sotsiaalse ettevõtjaga

Küsimine: Tutvuge palun natuke Teie ettevõttega. Milliga Te tegelite?

Vastus: Eeee..., me tegeleme, aaa... me oleme koolitusi ja konsultatsiooni ettevõtte ja tegeleme argumenteeritud mõtlemise suhtumise, suhtlemisoskuste õpetamisega ja arutelude modelleerimisega.

Küsimine: Okei jaaa... miks võiks Teie ettevõtet nimetada sotsiaalseks ettevõtteks?

Vastus: Sellepärast, et me oleme koondunud meie meeskond ja meie ettevõtte on koondunud seetõttu, et ühiskonnas täita missiooni. Selleks missiooniks on need, et diskussioonis peaks võtma tugevam argument, mitte tugevama argument, ehk siis mitte selle inimese seisukoht ei jääks... ei peaks peale jääma, kes kõige kõvemini karjub või kõvem kõvemat häält teeb, kõige lustib omal positsioonil on vaid peale peaks jääma selle inimese seisukoht, kellel on kõige paremad argumendid. Meie omanik on MTÜ Eesti Väitlusselts sada protsenti omanik, kes täidab ühiskonnas sedasama missiooni. Ja meie suur osa meie kasumist läheb siis otse mittetulundusühingule. Nii et ma ütleks, et meid võib nimetada sotsiaalseks ettevõtteks kahel põhjusel. Esiteks me täidame ühiskonnas missiooni ja see... see on põhjus, miks me tegutseme ja teine on see, osa meie kasumist siis läheb otse mittetulundusühingule, kes... kes sedasama missiooni ühiskonnas kannab.

Küsimine: Okei, aga öelge, palun, kuidas Te hindate teabe potentsiaalsitele klientidele edastamise olulisust, arvestades, et kui oluline see on sotsiaalse ettevõtte jaoks?

Vastus: Palun täpsusta seda küsimust, ma ei... ma ei saanud sellest aru, aga kui sa selle mulle ette saatsid, et mis... mis teabe edastamist sa silmas pead?

Küsimine: Eet... nagu, mina arvan, et sotsiaalne ettevõtte on tihedalt seotud kolmanda sektoriga ja siis kuidas sotsiaalsed ettevõtjad suhtlevad inimeste, huvi, huvigruppidega nii öeldes, kui... kui oluline see on.

Vastus: Enne kui ma su küsimusele vastan, ma natukene kommenteerin sinu praegust selgitust.

Lisa 6 järg

Sotsiaalse... sotsiaalne ettevõtlus on traditsioonilise heategevuse ja traditsioonilise ettevõtluse ehk kasumi teenimise vahepeal. See tingimata ei tähenda, et sotsiaalne ettevõtte on kolmanda sektori organisatsioon ehk MTÜ või sihtasutus, üldse mitte. Sotsiaalne ettevõtte, võib-olla äriühing kelle tegevuse eesmärgiks on mingi ühiskondliku probleemi lahendamine. Et see eeldus, mis sa ütlesid, või see selgitus, et sotsiaalne ettevõtte on tihedalt seotud kolmanda sektoriga, see tingimata ei vasta tõele. See võib vastata tõele, võib-olla MTÜ aga ei pruugi, samahästi võib olla osäühing, nii nagu meie oleme osäühing.

Küsija: Mhm, okei.

Vastaja: Vastuseks su küsimusele siis. Teabe edastamine on... on sama maht, info edastamine käib samamoodi nagu iga teise äriühingu puhul. Et sa... kui sa müüd mingit teenust, siis sul on vaja teha sellele reklaamimüüki hooldust. Sul on vaja suhelda klientidega, ostjatega, partneritega. Nii, et selles mõttes eee... info edastamise maht või olulisus ei erine kuidagi eraettevõttest, ainuke asi, mis on võib-olla juures, on see, et lihtsalt seda missiooni tasub sotsiaalsele ettevõttele rohkem esile tuua, et... et rõhutada, just nagu ettevõtte vastutustundlikkust ühiskonna ees. Ma arvan, et see on võib-olla nagu ekstra.

Küsija: Okei, okei, aga siis, kuidas Te arvate, kas on võimalik rahvusvaheliste raamatupidamissüsteemide abil hinnata ettevõtte lisavärtust (nagu keskkona või sotsiaalne panus)?

Vastaja: Mmm, ma paluks sul jälle korra täpsustada, et... et mida sa nüüd mõtled siin selle küsimus all, selgita korraliselt juurde.

Küsija: Selle all mina mõtlen, et meil on olemas süsteem, kus on täpsed aruanded nagu bilanss, kasumiaruanne, teised lisad. Aga mitte iga inimene saab aru saada numbrite tähenduse, tähendusest. Jaa... siis nagu bilansis, nagu näidis ma praegu võtan, ei oska... ei saa näida näiteks keskkona panus või sotsiaalne panus.

Vastaja: Mhm... noh see nüüd sõltub selle sotsiaalse ettevõtte tegevusest. Ehk siis näiteks kui tema ütleme, et tema mõju tuleb numbrites välja, siis on seda sealt lihtsam lugeda. Kui tema

Lisa 6 järg

mõju on kalitatiivsem, siis seda on raskem sealt välja lugeda. Ja selle mina ütleks, et iga mõistliku majandusaasta aruande juurde käib mitte numbriline majandusaasta aruanne ehk siis tegevusaruanne ja kõik see sotsiaalne mõju peaks olema seal ära kirjeldatud.

Küsija: Aga kas te teate midagi mittefinantsaruandluse kohta?

Vastaja: Täpsusta, mida sa mõtled selle all?

Küsija: Et kas kuulete midagi sellist?

Vastaja: Eee... mida..., selles mõttes kas sa mõtledki nagu tegema tegevusaruannet praegu siin all?

Küsija: Ei, see on rohkem erinevaid ökoloogilised aruanded või sotsiaalse aruanded, nad võiks olla ka... ka vabas vormis kirjutatud.

Vastaja: Noh... noh siin võib natuke nagu laiamalt vaatama, et... et mitte, kuidas sa nimetasid seda, mittefinantsiline, mittedumbriline, mis seal terminali oli sul?

Küsija: Siis mittefinantsaruanded.

Vastaja: Just, mittefinantsiline aruanne on ju ka tegelikult majandusaasta tegevusaruanne, see on ka mittefinantsiline. Mina ütlesin, et iga sotsiaalne ettevõtte võiks seda mittefinantsiliste osa ehk siis tegevusaruannet igal juhul oma majandusaasta aruandes kajastada. Kui me räägime väljaspool majandusaasta aruannet, siis loomulikult võib sotsiaalne ettevõtja ja ilmselt ka peaks tegema sellist mõju aruannet. Ehk siis näitama, kas ta saavutab oma ettevõtte mõju ja selle eesmärgiga emissiooni, mida ta väga hea või mitte. Selle jaoks ei ole väga häid tarkvarasid või sellist tarkvara seda omadust standardit olemas. Küll... küll, aga näiteks Eestis sotsiaalsete ettevõtete võrgustik on alustanud sellist portaali nagu maailmamutjad.ee. Ma ei tea, kas sa oled sellest kuulnud?

Küsija: Mhm, jah.

Lisa 6 järg

Vastaja: Just ja vot see on nüüd üks näide sellest mitte finantsilisast aruandlusest. Ehk siis sotsiaalsed ettevõtted kirjeldavad sinna oma kogemuslugusid. Ja selle kaudu siis kajastavad, aga mina, meie koolitusettevõttena näiteks kajastame pidevalt oma mõju oma kodulehel oma... omamoodi on see, mitte finantsiline, me näitame oma kvalitatiivset mõju läbi tagasiside, läbi lugude ja läbi kliendi referentside ja see on meil pidevalt kogu aeg kodulehel üleval, selleks et inimesed usaldaks meid kliendid tahaks osta meie teenust. Selles mõttes see on pidev aruandlus ,ei ole korra aastas kaksikümmend aastas, vaid see on kogu aeg üle ja me kogu aeg täiendame seda.

Küsiija: Okei, aga kas Te arvate, et siis on piisavalt, mis... mis Te juba teete, selles mõttes, et kas on... kas on vaja konkretse Teie jaoks mingi... mingi mittefinantsaruandlus?

Vastaja: Nop, meie jaoks on vaja, aga meil on see olemas, nii palju, kui me oleme tahtnud teha, me oleme teinud. Ja ma ei tunne, et ma peaksin rohkem tegema. Küll aga, kui sa küsin nüüd väljaspool meid, siis mina ütleks, et... et sotsiaalsed ettevõtted võiksid rohkem kajastada oma tegevust, mitte numbriliselt.

Küsiija: Okei... okei ja arvan, et siis viimane küsimus, et aga mõnadel riikidel mittefinantsilised aruanded on kohustlikud ja kuidas Teie arvates, kas Eesti sotsiaalsete ettevõtatele on vaja mingi regulatsioon mittefinantsilise aruandluse jaoks ja miks?

Vastaja: Ma ei oska öelda, kas regulatsiooni on vaja. Ma ütleks, et kui sa oled sotsiaalne ettevõtte ja tahad ennast hästi heast küljest näidata, oma teenust müüa ja olla oma klientidele usaldusväärne, siis sa teed seda nagunii. Kui sa oled sotsiaalne ettevõtte, sa näitad ainult numbreid, siis ma arvan, et sa tegelikult ei pruugi olla päris südamega asja juures. Ise, ja see, kas riik ütleb, et sa pead tegema või ei pea tegema, ma ei ole kindel, et midagi parandab, ma ütleks, et see on iga ettevõtte enda südametunnistuse asi, et ta oleks usaldusväärne ja läbipaistev ja saaks oma teenuseid müüa.

Küsiija: Okei, aga siis on kõik ja tänan Teid vastuste eest kõigi ja et teid vastuste eest.

Vastaja: Jõudu

Lisa 7. Intervjuu teise sotsiaalse ettevõtjaga

Küsimine: Tutvuge palun natuke Teie ettevõttega. Milliga Te tegelite?

Vastus: Nukufilmi lastestudio on animatsioonikaup ehk siis huvikool täiesti eraalgatustlike, era-erandislik eee... ja funktsioneerime aaaa... ilma riigi või kohalikuomavalitsuse toetuseta ja tegutsenud peaaegu kakskümmet aastat.

Küsimine: Miks võiks Teie ettevõtet nimetada sotsiaalseks ettevõtteks? Okei, ja siis sellepärast võiks Teie ettevõtte nimetada sotsiaalseks ettevõtteks?

Vastus: Sest meie eesmärk on hariduslik, me oleme MTÜ ja... jaaa meie laiem eesmärk on siis animatsioonituvustamine igas vanuses mitte ainult lastele vaid ka täiskasvanutele põhitegevus on siis huvikooli huvikooli pidamine aga tegelikult korraldame kursuseid igas vanuses inimestele. Viime läbi ka õpetajate koolitust.

Küsimine: Okei, aga öelge palun, kuidas Te hindate teabe potentsiaalsetele klientidele edastamise olulisust, arvestades, et kui oluline see on sotsiaalse ettevõtte jaoks?

Vastus: Mhm, ma arvan, et Nukufilmi lastestudio sotsiaalsus tegevuses päris hästi välja, et me ei ole pidanud seda eraldi rõhutama aga kui ma oleksin teistlike või äri sotsiaalne päris ettevõtte siis ma arvan et saaks väga oluline, et ja miks, selle jaoks et kliendid saaksid aru kellele nad oma raha annavad ja et neil nii öelda kas ostu või tarbimise valikuid tees oleks... oleks piisav informatsioon, seega valikud teevad sellejärgi kas tegemeist on sotsiaalse ettevõttega, muidugi nende otsus aga... aga õige info annab neile otsustamiseks rohkem valikuid.

Küsimine: Mhmm. Aga kuidas Te arvate, kas on võimalik rahvusvaheliste raamatupidamissüsteemide abil hinnata ettevõtte lisaväärtust (keskkonaalne või sotsiaalne panus näiteks)?

Vastus: Mhm, eeee... ma arvan küll aga see on üsna keerukas, et kui me praegu mõtleme, et kui mina eraisikuna otsustaksin investeerida või... või osta ainult ettevõttelt kes on keskkonnasõbralikud siis selle info või veendumuse kättesaamine oletame minu jaoks ei piisa et ettevõtte koduleheküljel on lause, et me oleme keskkonnasõbralikud, me oleme sotsiaalsed, kui, et

ma tahan minna sügavamale siis selle info tõedru kättesaamine on raske, ma ise olen kuulnud selle teemal see podcaste, siin viimase poolaasata jooksul siis me nähtavasti kliendile oleks kõige mõistlikum kasutatava vahendajad ehk siis keegi teeb selle suure töö enne ära, vaatab kuhu... kas näiteks keegi investeerib või saab oma tulu fasiigrituset ometejalt või kuhu kuidas tulusid jaotatakse, kas dividendid antakse kõik ette. See on selles mõttes kindlasti... kindlasti selliseid näitejad peaks avaldama need ettevõtted, kes tahavad reklaamida ennast sotsiaalsetena või keskkonnasõbralike, noh või peresõbralike, noh mis iganes, et need loosungid peaks olema tõestatavad finantsnäitejad visulist näitega.

Küsija: Mhm, aga kas teate midagi mittefinantsaruandluse kohta?

Vastaja: Jah, ikka.

Küsija: Jaa, aga kas olete nõus, et mittefinantsaruandlus võiks olla üks viisist potentsiaalsetele klientidele teabe edastamiseks ja ka üks võimalus ettevõtte väärtuse täpsemaks hindamiseks?

Vastaja: Noooo, on võimalus, aga... aga ma väga ei usu sellesse Eesti kontekstis, sest aruandluse kirjutaja... on... kirjutab mina ettevõtjana ise, ma võin sinna kirjutada mida iganes. Ehk siis küsimus on selles läbipaistvuses ja kontrollituses, et kui ma kirjutatan reklaamteksti, et... et noh, mis formaadis on, et sellepärast ma sellesse väga ei usu, et kui ma... kui ma eesmärgi tean nagu lõppsihte, et ma tahan... tahan näida... näidata sotsiaalsena, siis ma kirjutatan ka vastava teksti, et küsimus on selles, et mis on see läbipaistev süsteem, kust... kuidas nad päriselt saavad kontrollida, et üks ettevõtte on sotsiaalne.

Küsija: Okei, ja siis... mmmhm... teie sotsiaalne... teie ettevõtte ei kasutamittemitfinantsaruandlust ja Te ei mõelnud kunagi seda juurutamiseks?

Vastaja: Mhm, nagu ma vastustes kirjalikult kirjutasin, et tegelikult me kasutame, aga me kasutus... et me ei avalda seda, noh õigemini asi on mitmetahulisem, meie majandusaruandes on alati ka kokkuvõtte mittefinantspooldest. Ehk siis tegelikult ja noh... enamasti, et hoida seda lähikesena siis on kirjas põhieesmärgid ja... ja ka arvulised näitajad, et palju meil on olnud erinevates meie tegemistes osavõtjaid. Lisaks, kuna me osaliselt küll mitte palju, aga osaliselt saame raha

Lisa 7 järg

mingiteks projektideks, siis tavaliselt riiklikud projektirahast küsivad väga laiapindse aruandlust mitte ainult nagu selle projekti raames, siis me täidame neid ja oma sissetarbeks teeme me igakuiseid, igaaastaseid ja õppeaasta lõpu aruandeid, me ei avalda neid ja... me ei avalda neid hetkel, sellepärast et seal on liiga palju siseinfot.

Küsija: Aga kuidas siis Te edastasite potentsiaalsetele klientidele teavet teie ettevõtte tegevusala kohta?

Vastaja: Veebilehe kaudu oma... oma tegevuste kaudu, meil on nagu mõnevõrra lihtsam, meil on kahekümne aastaga maine. Me oleme suhteliselt tuntud sellepärast, et me oleme unikaalsed, et meil on lihtne, teiseks nagu hariduslik, haridusvaldkonnas me ei pea väga ja olles MTÜ ja oles ka maksu, käibemaksuvabastuse ka MTÜ, mis on teatud kontrollsüsteemi läbi. Me ei pea väga ja olles MTÜ ja olles ka maks... käibemaksuvabastuse käinud, mis on teatud kontrollsüsteemi läbi. Mu kas karjub, palun vabandust. (Naerab) Miks sa karjub? (Küsija naerab) Tahab muidugi, vabandust, et siis... siis meil ei ole nagu spetsiifsed vajad olnud, tõestada kellegile, aga... kui ma kujutaksin ette, et ma tegeleksin mingi muu valdkonnaga, et toodaksime mõnda sotsiaalselt vajalikku toodet siis koduleht ja mingisugune noh, ma ei tea, kas see peab olema iga-aastane aruanne, aga hea oleks alustada kodulehest ja seal nagu adekvaatsest infost. Et noh, nagu ma ütlesin, sellist jutumulli saab ajada igaüks, tegelikult tuleb tõestus välja numbrites saadud tulu, teenisime nii palju, see tulu läks sinna jaaaa see toode või teenus peab ise endast kõnelema. Ehk siis kas ma olen välja mõelnud selle teenuse-toote tekitanud kliendist tarbijas vajaduse? Võltsküüned ma ei... ma praegu ei hinda mitte nende ebavajalikkust või vajalikkust aga noh, võiks ka öelda, et kui ma olen... kui ma olen küünetehniku nii-öelda klient, siis minu jaoks on see oluline pehmus, eks ole, miks ei ole hetkel oluline aga... aga kas on sotsiaalne teenus selle üle diskuteerida, et nad täpselt samamoodi, et klient peab aru saama, et see... et see toode või teenus on päriselt nagu sotsiaalset vajalik, aitab kuidagi kaasa.

Küsija: Okei, okei ja siis viimane küsimus. Mõnadel riikidel mittefinantsilised aruanded on kohustusliku. Kuidas Teie arvates, kas Eesti sotsiaalsete ettevõtetele on vaja mingi regulatsioon mittefinantsilise aruandluse jaoks ja miks?

Lisa 7 järg

Vastaja: Olles kakskümmend aastat nihi süsteemis juristina õigusloomet teinud väga erinevates valdkondades, ütleme, et regulatsioon ei saa, sellise regulatsiooni esimene samm on sotsiaalse ettevõtte määratlemine. Ehk siis kellele me selle kohustuse paneme siit ja... ja sotsiaalse ettevõtte määratust, ma arvan, et Eesti ei ole selleks veel valmis, võib-olla, kuna ta on, aga... aga kindlasti ei saa üks ilma teiseta. Kui me nüüd läheksime kergema vastupanu teed ja kui... ja kui sina oma töös leiab, et on olemas mõned head formaadid, siis see võib olla, eks ole, vabatahtlik. Ja... ja kui leida mingisugune hea formaat siis miks mitte, et noh, sotsiaalse ettevõtete võrgustik on niisele sotsiaalsed mõiste kui kõige sellega ka päris pikalt juba tegelenud. Ehk siis lühidalt ma ei poolda regulatsiooni, aga ma arvan, et... et see... selle põhjalik läbimõtlemine ei ole kindlasti kõllutu.

Küsija: Aga siis on kõik, tänan väga vastuste eest.

Vastaja: Ja edu sulle töös.

Lisa 8. Lihtlitsents

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks¹

Mina Jekaterina Romanova

1. Annan Tallinna Tehnikaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose
MITTEFINANTSILINE ARUANDLUS EESTI SOTSIAALSETES ETTEVÕTETES,

mille juhendaja on : Natalie Aleksandra Gurvitš-Suits,

1.1 reprodutseerimiseks lõputöö säilitamise ja elektroonse avaldamise eesmärgil, sh Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogusse lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2 üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tallinna Tehnikaülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogu kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. Olen teadlik, et käesoleva lihtlitsentsi punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest ning muudest õigusaktidest tulenevaid õigusi.

_____ (kuupäev)

¹ Lihtlitsents ei kehti juurdepääsupiirangu kehtivuse ajal vastavalt üliõpilase taotlusele lõputööle juurdepääsupiirangu kehtestamiseks, mis on allkirjastatud teaduskonna dekaani poolt, välja arvatud ülikooli õigus lõputööd reprodutseerida üksnes säilitamise eesmärgil. Kui lõputöö on loonud kaks või enam isikut oma ühise loomingulise tegevusega ning lõputöö kaas- või ühisautor(id) ei ole andnud lõputööd kaitsvale üliõpilasele kindlaksmääratud tähtjaks nõusolekut lõputöö reprodutseerimiseks ja avalikustamiseks vastavalt lihtlitsentsi punktidele 1.1. ja 1.2, siis lihtlitsents nimetatud tähtaja jooksul ei kehti.