

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Ärikorralduse instituut

Ksenia Gutnitšenko

**ÜHISKONDLIK VASTUTUS JA ARUANDLUS
TOITLUSTUSVALDKONNAS (TALLINNA RESTORANIDE
NÄITEL)**

Magistritöö

Õppekava ärirahandus ja majandusarvestus, peeriala audiitortegevus

Juhendaja: Natalja Gurvitš, PhD

Tallinn 2018

Deklareerin, et olen koostanud töö 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 11 072 sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Ksenia Gutnitšenko

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 163141TARM

Üliõpilase e-posti aadress: ksgutn@ttu.ee

Juhendaja: Natalja Gurvitš, PhD:

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

SISUKORD

LÜHIKOKKUVÕTE	3
SISSEJUHATUS.....	4
1. ETTEVÕTTE ÜHISKONDLIK VASTUTUS JA ARUANDLUS	6
1.1. Ettevõtte ühiskondliku vastutuse areng	6
1.2. Ettevõtte ühiskondliku vastutuse tähendus.....	8
1.3. Ettevõtte ühiskondliku vastutuse aruandlus	14
1.4. Ettevõtte ühiskondliku vastutuse praktika toitlustusvaldkonnas	18
2. ÜHISKONDLIKU VASTUTUSE VAJADUS TOITLUSTUSETTEVÕTETES.....	22
2.1. Uuringu meetodika	22
2.2. Uuringu tulemuste analüüs (kliendid)	25
2.3. Uuringu tulemuste analüüs (ettevõtete juhatajad)	38
2.4. Tulemuste järeldused ja soovitused.....	45
KOKKUVÕTE	50
SUMMARY	52
KASUTATUD ALLIKATE LOETELU	54
LISAD	57
Lisa 1. Internetiküsitluse küsimused	57
Lisa 2. Intervjuu teemad	61
Lisa 3. Internetiküsitluse vastused. Küsimused 1-8	63
Lisa 4. Internetiküsitluse vastused. Küsimused 9-12	64
Lisa 5. Internetiküsitluse vastused. Küsimus 13	65
Lisa 6 Ettevõtte A vastused küsimustikule.....	69
Lisa 7 Ettevõtte B vastused küsimustikule	71
Lisa 8 Intervjuu ettevõttes C.....	73
Lisa 9 Intervjuu ettevõttes D	75
Lisa 10 Intervjuu ettevõttes E.....	77
Lisa 11 Intervjuu ettevõttes F	79
Lisa 12 Ettevõtte G vastused küsimustikule.....	81
Lisa 13 Ettevõtte H vastused küsimustikule	83
Lisa 14 Intervjuu ettevõttes I.....	85
Lisa 15 Ettevõtte J vastused küsimustikule	87
Lisa 16 Ettevõtte K vastused küsimustikule	89
Lisa 17 Intervjuu ettevõttes L.....	91
Lisa 18 Ettevõtte M vastused küsimustikule	93
Lisa 19 Intervjuu ettevõttes N	95
Lisa 20 Intervjuu ettevõttes O	97
Lisa 21 Ettevõtte P vastused küsimustikule	99

LÜHIKOKKUVÕTE

Töö pealkiri on „Ühiskondlik vastutus ja aruandlus toidlustusvaldkonnas (Tallinna restoranide näitel)“.

Eelmise sajandi keskel on ettevõtetes üha rohkem hakanud levima ühiskondlikult vastutustundlik käitumine. Et selle mõju ühiskonnale oleks hinnatav, koostatakse CSR (ettevõtte ühiskondlik vastutus - *Corporate Social Responsibility*) aruandeid. Paraku ei ole Eestis CSR aruannete koostamine populaarne. Magistritöö eesmärk on teha kindlaks klientide huvi CSRi vastu toidlustusettevõtetes ja toidlustusega tegelevate ettevõtete juhatajate valmidust tegeleda CSRiga, antud teemal materjale koguda ja aruandeid koostada. Eesmärgi saavutamiseks viis autor läbi internetiküsitlus Eesti restoranide klientide seas ja intervjueris Tallinnas tegutsevaid toidlustusettevõtete juhatajad. Töö tulemusena selgub, et kõik internetiküsitlusele vastajad on huvitatud sellest, et toidlustusega tegelevad ettevõtted oleksid ühiskondlikult vastutustundlikud ja et intervjueritavad järgivad CSRi põhimõtteid, aga keegi nendest ei tegele CSR aruannete jaoks materjali kogumisega ega aruannete koostamisega. Peamisteks põhjusteks on teadmiste, vastavate eestikeelsete juhendite ja aja puudus. Huvi CSRi vastu on suur, aga kasuks tuleks riigipoolne tugi ja ettevõtete motiveerimine. CSR aruandluse edendamiseks Eestis pakub autor välja järgmiseid lahendusi: riigi poolt ettevõtjate koolitamine CSR aruannete koostamise teemal, eestikeelsete vabas kasutuses olevate aruannete koostamise juhendite arendamine, alustava CSR ettevõtte suunamine ja abistamine.

Võtmesõnad: ettevõtte ühiskondlik vastutus, CSR, ettevõtete ühiskondliku vastutuse aruandlus, aruandlusstandardid, toidlustusvaldkond.

SISSEJUHATUS

Ettevõtte ühiskondlik vastutus (CSR) on viimasel 70 aastal aina rohkem ühiskonnas levima hakanud. Avalikkuse surve all on üha rohkem ettevõtteid kohustatud ühiskondliku vastutusega tegelema ja nendelt oodatakse vastavat aruandlust. Teadlased on arvamusel, et ettevõtte ühiskondliku vastutusega tegelemine avaldab positiivset mõju ka ettevõtete finantsnäitajatele. Vaatamata sellele, et ettevõtte ühiskondliku vastutuse kontseptsioon on palju arenenud, ei ole kõik sellega tegelevad ettevõtted kohustatud esitama sel teemal aruandeid. Eestis esitavad neid aruandeid väga väike hulk ettevõtteid. Kuna toitlustusega tegelevad ettevõtted on otseselt seotud meie ühiskonna, tervise ja ümbritseva keskkonnaga, peaksid nemad eelkõige esitama CSR aruandeid, olles eeskujuks teistele ettevõtetele.

Magistritöö teema on valitud selle tõttu, et varasemalt kirjutatud magistritööd ei ole käsitlenud ettevõtte ühiskondlikku vastutust ja aruandlust toitlustusega tegelevates ettevõtetes. Samuti ei ole eelnevalt uuritud ettevõtete tahet ja valmidust koguda andmeid sotsiaalse auditi läbiviimiseks. 2017. aasta juunis kaitsti Tallinna Tehnikaülikooli majandusteaduskonnas magistritööd „Sotsiaalse auditi läbiviimist mõjutavad tegurid Eestis“ (autor Chrislin Nestra), mille eesmärgiks oli selgitada välja põhjused, miks ei lase Eesti ettevõtted läbi viia sotsiaalset auditit ning mis ajendaks neid seda tegema. Antud magistritöö erineb eelnimetatust selle poolest, et on suunatud eraldi tegevusvaldkonnale ja selle valmidusele tegeleda CSRiga, koguda ja edastada andmeid vastutustundlikust käitumisest sotsiaalse auditi läbiviimiseks.

2017. aasta Deloitte uuringus (Apprehensive millennials..., 05.03.18) selgus, et 70% millenniumilastele (sünniaastad vahemikus 1980 – 2000) avaldab töökoha valikul mõju see, kui võrd on ettevõtte pühendunud ühiskondlikule vastutusele. Magistritöö teema on aktuaalne, kuna see põlvkond on muutumas peamiseks tööjõuks ka Eestis ja ettevõtted peavad, arvestades uue põlvkonna tööjõu huve, olema ühiskondlikult vastutustundlikumad, koostades vastavaid aruandeid.

Magistritöö eesmärk on teha kindlaks klientide huvi CSRi vastu toitlustusettevõtetes ja toitlustusega tegelevate ettevõtete juhatajate valmidust tegeleda CSRiga, antud teemal materjale koguda ja aruandeid koostada. Uurimisobjektiks on CSRi tähtsus toitlustusega tegelevates ettevõtetes. Eesmärgi täitmiseks püstitas autor järgmised uurimisülesanded:

- 1) anda ülevaade ettevõtte ühiskondliku vastutuse ja aruandluse olemusest;
- 2) tuua välja aruannete koostamiseks abistavad standardid, sh näidisjuhendi CSR aruande koostamiseks;
- 3) uurida CSRi praktikat toitlustusvaldkonnas maailmas;
- 4) viia läbi internetiküsitlus Eesti restoranide klientide seas;
- 5) viia läbi intervjuu Tallinnas tegutsevate toitlustusettevõtete juhatajatega;
- 6) hinnata uuringu tulemusi ja teha nende põhjal järeldusi.

Magistritöö koosneb kahest peatükist. Esimene peatükk koosneb neljast osast, millest esimeses kirjeldab autor CSRi arengut maailmas läbi aegade. Teises osas toob autor välja teadlaste erinevaid CSRi tõlgendusi. Kolmandas on kirjeldatud peamised CSR aruannete koostamise jaoks loodud standardeid nagu näiteks ISO 26000, GRI, AA1000 ja SA8000. Viimases osas toob autor välja mõned näited CSRiga tegelevatest toitlustusettevõtetest maailmas.

Teine peatükk on pühendatud magistritöö raames läbiviidavale uuringule, mille jaoks koostas autor internetiküsimustiku ja valmistas ette intervjuu teemad. Teine peatükk koosneb neljast osast, millest esimeses kirjeldab autor uuringu meetodikat. Teises ja kolmandas osas tuuakse välja uuringu analüüs ja tulemused. Neljandas osas teeb autor uuringu tulemuste põhjal järeldusi, esitab omapoolseid soovitusi. Samas peatükis on toodud autori poolt koostatud CSR aruande koostamise juhend Eestis tegutsevatele toitlustusettevõtetele.

1. ETTEVÖTTE ÜHISKONDLIK VASTUTUS JA ARUANDLUS

1.1. Ettevõtte ühiskondliku vastutuse areng

Ettevõtte ühiskondlik vastutus (*Corporate Social Responsibility – CSR*) on kontseptsioon ja juhtimisvahend, mille alusel arvestavad ettevõtted oma tegevuses ja huvirühmadega koostöös sotsiaalseid ja keskkonnaeesmärke vabatahtlikult. See aitab parendada ühiskondlikku sidusust, arendab ettevõtlikult ja tõstab ettevõtete ja riigi konkurentsivõimet.

Patrick Murphy (1978 viidatud Carroll 2008, 25) jagas ettevõtte ühiskondliku vastutuse ajastu neljaks:

- filantroopia ajastu – kõik, mis oli enne 1950. aastaid – ettevõtjad tegelesid ainult annetustega;
- teadlikkuse ajastu – sai alguse 1950. aastatel – ettevõtjate teadlikkus ühiskondlikust vastutusest tõusis;
- probleemide ajastu – sai alguse ligikaudu 1965. aastatel – keskenduti konkreetsetele probleemidele nagu linnade lagunemine, rassiline diskrimineerimine ning saasteprobleemid ja nende lahendamine;
- reageerimise ajastu – alates 1975. aastast kuni tänapäevani – probleemide lahendamiseks on ette võetud vastavad juhtimismeetmed.

Carroll (1999, 269) on põhjalikult uurinud CSRi ajalugu ja on seda meelt, et ettevõtte ühiskondliku vastutuse kontseptsioonil on pikk ja mitmekesine ajalugu ning ametlikult on see saanud alguse 20. sajandil. Eriti tähtsaks peab Carroll viimaseid 70 aastat. Varasemalt nimetati ettevõtete ühiskondlikku vastutust lihtsalt ühiskondlikuks vastutuseks (*Social Responsibility - SR*). Võib-olla oli see tingitud sellest, et siis oli arusaam ettevõttest veidi teine kui praegu. Ettevõtteid ei peetud valitsevaks mõjuks turul.

Tehti ettepanek nimetada Bowen'it ettevõtte ühiskondliku vastutuse isaks. Bowen (1953 viidatud Carroll 2008, 25) on pühendanud raamatu ühiskondliku vastutuse õpetusele. Ta väidab, et

ühiskondlik vastutus ei ole panatsea kogu ettevõtte ühiskondlike probleemide jaoks, kuid see on oluline vahend ettevõtete juhtimiseks tulevikus. Ettevõtte ühiskondliku vastutuse määratlused hakkasid levima 1970. aastatel. Need muutusid täpsemaks ja tekkisid alternatiivsed rõhuasetused, milleks on ettevõtte ühiskondlik reageerimine (*Corporate Social Responsiveness – CSR*) ja tulemuslikkus (*Corporate Social Performance – CSP*). (Carroll 1999, 291)

1970. aastatel soovitati ettevõtetal planeerida ja korraldada ettevõtete ühiskondlikku vastutust ning hinnata sotsiaalseid tulemusi. Rõhutati ka ettevõtte sotsiaalpoliitikat ja -strateegiat. 1980. aastatel uuriti CSRi ja selle alternatiive põhjalikumalt. Ettevõtte ühiskondlikus vastutuses hakati rohkem tähelepanu pöörama teemadele nagu ettevõtete sotsiaalne reageerimine ja tulemuslikkus, avalik kord, ärietiika ja huvirühmade teooria. (*Ibid.*, 273-288)

Ettevõtte ühiskondliku vastutuse kõige olulisemad edusammud äritegevusvaldkonnas olid 1990. aastatel. 1992. aastal moodustati Sotsiaalse Vastutuse Ettevõtte (*Business for Social Responsibility – BSR*). (Carroll 2008, 28) BSR on ülemaailmne mittetulunduslik organisatsioon, mis teeb koostööd üle 250 ettevõtte ja teiste partneritega, et luua õiglane ja jätkusuutlik maailm. Selline maailm tekib siis, kui selle eesmärgi saavutamiseks viiakse kõigi sektorite – ettevõtted, kodanikuühiskond ja valitsus – ainulaadsed oskused ja ressursid üheks tervikuks. Ettevõtte roll on luua ja pakkuda tooteid ja teenuseid, mis vastavad inimeste vajadustele. BSRi ülesanne on innustada ettevõtteid muutma oma strateegiaid ja tegevusi, et toimuks parem koostöö huvirühmadega õiglase ja jätkusuutliku maailma nimel. (Sotsiaalse..., 14.03.18). 1990. aastatel on mitmed ettevõtted nagu näiteks Nike, McDonald's, Coca-Cola jne jäänud ajalukku kui ühiskondlikult vastutustundlikud ning omavad siiaamaani head mainet. (Carroll 2008, 28)

2000. aastatel hakati tegelema ettevõtte ühiskondliku vastutuse empiiriliste uurimustega. Eraldi uuriti lähemalt huvirühmade teooriat, ärietiikat, jätkusuutlikkust ja ettevõtte kodakondsust (*corporate citizenship*). (*Ibid.*, 39)

CSRi tuleviku kohta on paljud teadlased vastandlikul arvamusel. Mõned on kindlad, et tulevikus ootab meid veel suurem areng selles valdkonnas. Ettevõtted mõtlevad läbi oma tegevuse ja suunavad selle ühiskonna heaolu parendamisele. Vastupidiselt positiivsele suunale ollakse arvamusel, et kui ettevõtted ei arvesta ja ei tõlgenda õigesti oma mineviku ja tuleviku tulemusi, siis ei ole ettevõtte ühiskondlikul vastutusel ka mingit mõju ega edu. CSRi tõlgendusi on palju, aga ettevõtted peavad õppima oma tegevustest aru andma ja järeldusi tegema.

1.2. Ettevõtte ühiskondliku vastutuse tähendus

CSRi tõlgendusi mitmesuguseid. Näitena võib tuua Johnson'i (1971 viidatud Carroll 2008, 28) arvamuse CSRist. Tema arvates on ühiskondlikult vastutustundlik ettevõtte see, kelle juhtivtöötaja oskab viia tasakaalu mõlema poole mitmeid huve. See tähendab, et aktsionärid saavad oma dividendid ja selle kõrval on arvestatud töötajate, tarnijate, edasimüüjate ja kohaliku kogukonnaga huvidega. George Steiner (1971 viidatud Carroll 2008, 29) on nõus sellega, et äri peab tegutsema vastavalt oma loomusele ja teenima oma omanikele kasu, aga sellel on kohustus olla abiks ühiskonnale.

Dow Votaw (1973 viidatud Carroll 2008, 30) väitis, et termin ettevõtte ühiskondlik vastutus on suurepärane – sellel on tähendus, aga igaüks tõlgendab seda omamoodi. Seda peetakse kas kohustuseks või eetiliseks käitumiseks. Mõned rõhutavad seda kui vastutust kellegi ees või millegi suhtes ja teised arvavad, et see on lihtsalt heategevuslik panus.

Preston ja Post (1975 viidatud Carroll 2008, 31) lähtudes Votaw'i mõtteviisist on arvamusel, et erinevate ja ebajärjekindlate mõistete kasutusviiside arvukuse tõttu piiratakse ettevõtte ühiskondliku vastutuse kasutust. CSRi ühildatakse üksnes ebamääraste ja väga üldiste sotsiaalsete probleemidega, koostades selle alusel juhtimispoliitikaid, mis võivad olla nii head kui ka halvad, aga neid ei osata realses elus kasutada.

Thomas M. Jones (1980, 66) näeb kahte probleemi CSRi olemuses. Esiteks peab ettevõtte olema vastutustundlik vabatahtlikkuse alusel. Kui avalikkus ja riik hakkab reegleid ja kohustusi ette kirjutama, siis ei ole see käitumine vabatahtlik. Teiseks ei sõltu ettevõtte ühiskondlik vastutus ainult ettevõtetest. Ühiskond peab ise aru saama selle mõistest ja tähtsusest. Ei tohi nõuda ettevõtelt rohkem kui teistelt sotsiaalsetelt ja poliitilistelt asutustelt.

Preston ja Post on siinjuures arvamusel, et sõna „ühiskondlik“ asemel võiks kasutada „avalik“, kuna ettevõtjad ei tohi unustada, et peavad oma tegevustes osaliselt jälgima ka avalikkuse huve. (1975 viidatud Carroll 2008, 31)

Et jälgida ka avalikkuse huve, kujunesid 1970. aastatel esimesed sotsiaalse vastutustundliku investeeingu (*Socially Responsible Investing* – SRI) põhijooned. Sotsiaalne vastutustundlik investeeing on investeeing, mis ei ole vastuolus keskkonna või inimarengu eetiliste

põhimõtetega. Näitena võiks siia tuua investeerimist ettevõttesse, mis ei riku inimõigusi. Sotsiaalselt vastutustundlik investeerimine ja sellega seotud ettevõtete ühiskondlik vastutus aitab ettevõtetel vastata nii ühiskonna kui ka avalikkuse huvidele. Üks võimalik viis avaliku huvi jälgimiseks on pikaajalise jõukuse loomise kontseptsioon. (Lydenberg 2005, 9) SRI ja CSRI liikumiste raames on välja pakutud kolm lähenemist, et suunata ettevõtteid avalikke huve järgima (*Ibid.*, 12):

- 1) ärivaldkond, kus näidatakse ettevõtte juhtidele, millal tootlikkus ja kasumlikkus ühtivad avalike huvidega;
- 2) väärtuspõhine lähenemisviis, mis soovib ärimaailmas käituda eetilisel ja kooskõlas ühiskondlike normidega, et tagada nende toimimine avalikes huvides;
- 3) pikaajalise jõukuse mõõtmine, mis näitab ettevõtte suutlikkust tegutseda avalikes huvides ja kui vahend, millega premeeritakse neid ettevõtteid, kes saavutasid oma tegevustes edu.

Avalikkus soovib, et ettevõtted aitaksid rohkem kaasa ühiskonna eesmärkide saavutamisele. Selle ootused ettevõtlusele on laienenud nn kolme vastutusringi (Committee for..., 15):

- sisemine ring sisaldab selgeid põhiülesandeid majandusliku funktsiooni täitmiseks - tooted, töökohad ja majanduskasv;
- keskmine ring hõlmab vastutust majandusliku funktsiooni täitmise eest ja lisaks teadlikkust valmisolekuks sotsiaalsete väärtuste ja prioriteetide muutumiseks;
- väline ring juhib tähelepanu kohustustele, mida ettevõtja peaks sotsiaalse keskkonna aktiivseks täiustamiseks ette võtma.

Kuna ettevõtlus on arenenud, siis tekkisid ka erinevad huvirühmad, kellega ettevõtte peab arvestama ja kelle toetus on ettevõtte edu eelduseks. Nendeks on töötajad, aktsionärid, kliendid ning tarbijad, tarnijad ja kogukond. (*Ibid.*, 19-20) Ettevõtete kiire suurenemine, turuvõim ja ühiskonnale avalduv mõju on kaasa toonud ka uusi kohustusi ettevõtete jaoks.

Ettevõtete ühiskondlikku vastutust tuntakse ka kui ettevõtte strateegilist vahendit sotsiaalsetele kohustustele reageerimiseks ja ettevõtte jätkusuutlikkuse tagamiseks. (Islam *et al.* 2013, 170)

Ettevõtte ühiskondliku vastutuse arendamise peamised põhjused olid (*Ibid.*, 171):

- ühiskonna poolt ettevõtetele suunatud surve,
- ühiskonna ja huvirühmade teadlikkuse suurenemine vastutustundlikust käitumisest,
- ettevõtjate arusaam vastutuse vajadusest,
- õigete tegutsemisviiside väljatöötamine ja parimate tavade väljaselgitamine;

- õigete tegutsemisviiside rakendamine,
- mitmete rakendatavate programmide väljatöötamine,
- CSRi tulemuslikkuse ja vastavuse hindamine.

Kuna ettevõtted tegutsevad ümbritsevas keskkonnas, kasutavad inimressursse ja loodusvarasid ning tekitavad tööstuslikke jäätmeid, ei tohi nad vältida sotsiaal- ja keskkonnaarvestust. Ettevõtte ühiskondlik vastutus peaks olema omaette strateegiline mudel. (*Ibid.*, 179)

Eetilise käitumise strateegilist juhtimist peab tänapäeval ettevõtluses rohkem esile tooma. Ettevõtte juhid peavad arvestama sellega, et nende juhtimisoskuse alla läheb ka eetiline käitumine. Juhtkonnal on suur võime pöörata tähelepanu ja tähtsustada eetikat oma organisatsiooni liikmete seas. Eetilise käitumise strateegilise juhtimise vastutust jagas Thomas (2004, 56) kolleegidega kolmeks:

- „seda peab tegema“ – eetiliste ebaõnnestumiste analüüs ja vajadusel ettevõtte eetika muudatus;
- „seda võib teha“ – juht saab olla eeskujuks töötajatele, kuidas teha eetilisi valikuid;
- „see peab olema jätkusuutlik“ – ärikultuur, milles domineerib põhimõtteline tegevus ja eetikanormid.

Kui Thomas ja tema kolleegid on arvamusel, et juhtkond on see, kes suudab ettevõtte ühiskondlikku vastutust mõjutada ja oma töötajaid sellele kaasata, siis Ackerman (1977, 88) väidab, et ainult juhtkonna otsused ja töötajate tegevus ei ole piisavad selleks, et ettevõtte käitumise vastutustundlikult. Targem oleks koostada eraldi käitumismudel kogu ettevõtte ja eraldi ettevõtte üksuste jaoks. Olla paindlik ja loov muutuvatele sotsiaalsetele vajadustele ei ole juhi jaoks lihtne. Ackerman toob välja kolm peamist probleemi, millega ettevõtte juht võib kokku puutuda (*Ibid.*, 90-91):

- töötajad ei pea ettevõtte vastutust omaks;
- ebapiisav finantsaruandluse süsteem;
- raskendatud töötulemuste hindamine ja töötajate premeerimine.

Selleks, et uus käitumismudel ettevõttes toimiks, on kolm sammu (*Ibid.*, 92-93):

- tegevjuht tunnistab, et probleem on oluline ja tegutseb;
- valdkonna juhid on tegevjuhile abiks positiivses suunas muutuste toimumisel;

- kogu ettevõtte osaleb aktiivselt protsessis.

Kõige suurem väljakutse suurte ettevõtete juhtidele on oma ettevõtte töötajatele selgitada ühiskonna nõudmistega kaasnevate muudatuste tähtsust. Stabiilne ja loov juhtkond on eelduseks, et ettevõtte suudab minna sotsiaalsete muutustega edukalt kaasa. (*Ibid.*, 98)

Mõned teadlased on eraldi kirjeldanud ettevõtete ühiskondliku vastutuse teooriaid ja nendega seotud lähenemisviise ning jaganud neid nelja gruppi (Garriga *et al.* 2004, 51):

- instrumentaalsed teooriad, mille puhul ettevõtet peetakse üksnes jõukuse loomise vahendiks ning selle sotsiaalne tegevus on ainult vahend majandustulemuste saavutamiseks; sageli nimetatakse seda ka majanduslikuks teooriaks;
- poliitilised teooriad, mis huvituvad ettevõtte võimust ühiskonnas ja selle võimu vastutustundlikust kasutamisest poliitikas;
- integreerivad teooriad, milles ettevõtte keskendub sotsiaalsete vajaduste rahuldamisele;
- eetilised teooriad, mis põhinevad ettevõtte eetilistel kohustustel ühiskonna ees.

Tegelikkuses on iga ühiskondliku vastutuse teooria seotud kasumi, poliitilise jõudluse, sotsiaalsete nõudmistega ja eetiliste väärtustega. Võime järeldada, et enamus praegustest ettevõtte ühiskondliku vastutuse teooriatest keskenduvad neljale peamisele aspektile (*Ibid.*, 65):

- 1) eesmärkide saavutamine kasumi teenimiseks;
- 2) ettevõtte võimu vastutustundlik kasutamine;
- 3) sotsiaalsete vajaduste integreerimine;
- 4) ühiskonda panustamine, tegeledes sellega, mis on eetiliselt õige.

Nii on ka Carroll (1979, 499) jaganud ettevõtete ühiskondliku vastutuse teooriad neljaks kategooriaks. Kuigi tema pöörab rohkem tähelepanu ainult kolmele: eetiline, poliitiline ja majanduslik. Sotsiaalsete vajaduste rahuldamist peab ta pigem vabatahtlikuks tegevuseks ettevõttes, vaatamata sellele, et ühiskondlikud ootused sellel ikkagi on. Samuti hindab Carroll mitte ainult vastutustundlikkust, vaid ka tulemuslikkust. Tema arvates nõuab ettevõtte ühiskondlik tulemuslikkus, et ettevõtte ühiskondlik vastutus oleks õigesti ja õiglaselt hinnatud, sotsiaalprobleemid, millega ettevõtte peab tegelema, oleksid selgelt määratletud ja kindel vastutuse filosoofia valitud. (*Ibid.*, 504)

Võrdluseks Carroll'i neljatasemelisele teooriale on Arthaud-Day (2005, 14) välja pakkunud kolmemõõtmelist mudelit kui raamistikku ettevõtete ühiskondliku vastutuse mõistmiseks rahvusvahelisel tasandil. See on kolmedimensiooniline:

- strateegiline suund, mis hõlmab rahvusvahelisust, ülemaailmsust või riikidevahelisust;
- heaolu valdkond, mille alla käivad inimõigused, töajad ja keskkond;
- ideoloogiline, ühiskondlik ja töökorralduslik perspektiiv.

Igal mõõtmel on tugev kontseptuaalne alus. Strateegiline mõõde sarnaneb rahvusvahelise äri tüpoloogiale ja näitab otsest seost äristrateegia ja sotsiaalselt vastutustundliku käitumise vahel. Heaolu mõõtmel on välja toodud kolm peamist ülemaailmset muret tekitavat valdkonda. Kolmas dimensioon mudelist toob välja perspektiivid, mis tõlgendavad ettevõtete ühiskondliku vastutuse käitumist. Üheskoos vaadates loovad kõik kolm dimensiooni maatriksi, mida saab kasutada rahvusvaheliste ettevõtete ühiskondliku vastutuse uuringute liigitamiseks selle oluliste elementide järgi: strateegia, heaolu ja perspektiiv. (*Ibid.*, 14)

Ettevõtte ühiskondliku vastutuse termini kõrvale on kujunenud ka vastupidine termin nagu ettevõtte ühiskondlik vastutustundetus (*Corporate Social Irresponsibility – CSI*). Ettevõtteid on juba pikka aega kritiseeritud selliste vastutustundetute tegude eest nagu keskkonna reostus, töötajate ja tarnijate ebaõiglane kohtlemine, ebakvaliteetse toodangu müümine tarbijatele ja hulk muid tegevusi. (Murphy *et al.* 2013, 1808) Ajakirjas *Journal of Business Research* määratleb Armstrong (1977, 185) ettevõtte ühiskondlikku vastutustundetust järgmiselt: "Ühiskondlikult vastutustundetu käitumine on otsus aktsepteerida alternatiive, mis on otsustaja arvates halvemad kui kõik teised alternatiivid, ja see mõjutab kõiki osapooli. Tavaliselt on see otsus tehtud ainult ühe osapoole kasu saavutamiseks kõigi teiste arvelt." CSI ja CSRI erinevused on toodud tabelis 1.

Eeldatakse, et ettevõtte ühiskondlik vastutustundetus (CSI) on rohkem aktsionäride ärimudeli jaoks ja ettevõtte ühiskondlik vastutus (CSR) huvirühmade ärimudeli jaoks. Jones, Bowd ja Tench on välja töötanud CSI-CSR mudeli. See mudel loob teoreetilise raamistiku, mille alusel saab läbi viia empiirilisi uuringuid. Oma töös on nad tuginenud Carroll'i neljale ettevõtte ühiskondliku vastutuse teoorale. CSI-CSR mudelit saab kirjeldada kui ettevõtte juhtimise kanalit, kuna see annab ette tegevusvõimalused. Probleemi lahendusvahendina aitab see kaasa planeerimisele ja selle tulemusena on ettevõtetus paremini juhitav, tootlikum, ühiskondlikult vastutustundlikum ja tulukam. (Jones *et al.* 2009, 300-306)

Tabel 1: CSR ja CSI erinevused

Ettevõtte ühiskondlik vastutustundetus – CSI	Ettevõtte ühiskondlik vastutus – CSR
Keskkonnaseisundi halvenemine ja reostus on paratamatud	Keskkonna degradeerumine ja reostus ei ole vältimatu, tuleb võtta vastu meetmeid ja tegutseda
Töötajad on ressurss, mida tuleb ära kasutada	Töötajad on ressurss, mida tuleb hinnata
Minimaalne kogukonna nõustamine ja kaasamine	Suurendada kogukonna kaasamist
Eetilised probleemid on organisatsiooni piirialal	Eetilised probleemid on organisatsiooni jaoks tähtsad
Uute tehnoloogiate väljatöötamine ja turule toomine	Uued tehnoloogiad tuleks välja töötada, katsetada, hinnata ja turule viia ainult siis, kui need ei tekita kahju
Tarbijate ja klientide ebaõiglane kohtlemine	Aus ja õiglane suhtumine tarnijatesse ja klientidesse
Jätkusuutlikkus määratletakse ettevõtte ellujäämise mõttes	Jätkusuutlikkus on määratletud ettevõtete, keskkonna ja ühiskonna ellujäämise ja vastastikuse kasu mõttes
Kasum on ettevõtte ainus eesmärk ja seda tuleks saavutada mis tahes hinnaga	Kasum on üks paljudest ettevõtte eesmärkidest ja seda tuleks saavutada, kuid mitte millegi teise arvelt.

Allikas: Jones (*et al.* 2009, 304)

Üheks ettevõtete ühiskondlikult vastutustundlikuks käitumise viisiks on integreerida sotsiaal- ja keskkonnaprobleemid oma äritegevusse ja toimetada koos oma huvirühmaga vabatahtlikkuse alusel. Sellest tuleneb, et ettevõtete ühiskondlik vastutus on pikaajaline protsess, mis nõuab planeerimist. (Kotler *et al.* 2004, 92) Esiteks peavad ettevõtted tähelepanu pöörama ühiskondlikult vastutustundlikule käitumisele. Seejärel võib juba keskenduda ettevõtete ühiskondlikele projektidele. Meeles tuleb pidada, et juhuslikud heategevuslikud annetused ainuüksi ei tähenda veel ettevõtte ühiskondlikult vastutustundlikku käitumist. (*Ibid.*, 93)

Ettevõtte vastutust ühiskonna ees määratletakse kui käitumise filosoofiat ja kontseptuaalset arusaama järgmistest tegevustest (Ponomarenko *et al.* 2016, 884):

- kvaliteetsete toodete tootmine ja tarbijale kvaliteetsete teenuste pakkumine;
- atraktiivsete töökohtade loomine, seaduse alusel palkade maksmine, investeeringud inimarengusse;
- õigusnormide järgimine: maksu-, keskkonna-, tööõigus jms;
- ettevõtte efektiivne käitumine, eesmärgiks on suurendada ettevõtte aktsionäride majanduslikku väärtust ja arengut;

- sotsiaalsete ootuste ja üldtunnustatud eetiliste standardite arvestamine äritavades;
- panus kodanikuühiskonna kujundamisse partnerlusprogrammide ja -projektide kaudu kohalike kogukondade arendamisel.

Järgneb näide negatiivsest praktikast, mis tõestab seda, et CSR eksisteerib ja mõiste on selge, aga vaatamata sellele ei osata seda reaalses elus kasutada. Viies läbi uuringu ettevõtte ühiskondliku vastutustundlikkuse teemal Venemaal asuvates kivisöetehastes, tuldi järeldusele, et nendes ettevõtetes puudub täielik ülevaade ettevõtete ühiskondliku vastutuse põhimõtetest. Täiendada tuleks protsesside normatiivseid regulatsioone, mis peavad arvestama tööstuse eripäradega ning sisaldama ettevõtete ühiskondliku vastutuse taseme hindamiseks kvalitatiivseid ja kvantitatiivseid näitajaid. Arvestada tuleb ka sellega, et tööstuse eripära alahindamine takistab kõigi nende ettevõtete huvirühmade vajaduste arvesse võtmist. (Ponomarenko *et al.* 2016, 890)

Mõned ettevõtted tegelevad ühiskondliku vastutusega ainult selle tõttu, et vastata ühiskondlikele huvidele. Paljud aga saavad aru, et ühiskondlikult vastutustundlikud äriotsused võivad pika ja keeruka analüüsiprotsessi käigus pakkuda ettevõtetele head võimalust saavutada pikaajaline majanduslik kasu. Ühiskondlik vastutus on nii eetiline, moraalne kui ka ärikomponent. Tänapäeval on ettevõtete vahel tihe konkurents. Seega ettevõtete ühiskondlik vastutus saab olla nende jaoks kasulik siis, kui see aitab suurendada ettevõtte edukust. Kuna ettevõtte tegevuses osalevad kaudselt ka ühiskond või avalikkus, ei saa ettevõtjad vastutustundlikust käitumisest lihtsalt loobuda. Nendel kahel põhjusel jääb ettevõtete ühiskondlik vastutus ärivaldkonnas alati tähelepanu keskmesse.

1.3. Ettevõtte ühiskondliku vastutuse aruandlus

Ettevõtte ühiskondlik vastutus on muutunud tänapäeva ettevõtetele võtmeküsimuseks. Selline vastutus viitab ettevõtjate jätkuvale pühendumusele vabatahtlikult eetilisele käitumisele ja sotsiaalse, majandusliku ja keskkonnavalase arengu toetamisele, samal ajal parandades töötajate, nende perede, kohaliku kogukonna ja terve ühiskonna elukvaliteeti. Kõik ettevõtjad ei ole kohustatud selle kohta aruandeid koostama. Samas aruannete koostamine annab hea ülevaate CSR-i tähtsusest seda jälgivate ettevõtete hulgast.

Olemasolevas kirjanduses peetakse CSR aruandeid väga tähtsateks. Teadlased arendavad jätkuvalt CSR-i teooriat ja otsivad olemasolevale teooriale asjakohaseid rakendusi ettevõtte sotsiaalse,

eetilise ja keskkonnavalase aruandluse tavade selgitamiseks. (Reynolds *et al.* 2007, 49) Aruannete koostamine ja võrdlemine võib olla raskendatud, kuna puuduvad ühised reeglid nende koostamiseks. Sellest tulenevalt on välja töötatud rakendatavad juhendid aruandlusele kui teavitamisele ja auditeerimisele kui kontrollimisele. (*Ibid.*, 50) Reynolds koos kolleegidega uurisid oma töös erinevate aruannete tõepärasuse, usaldusväarsuse, arusaadavuse ja asjakohasuse elemente ja leidsid, et kõik neli on vajalikud CSR aruannete usaldusväarsuse ja kasulikkuse tõendamiseks. Üldiselt leiavad nad, et CSR aruandluses on tehtud edusamme. Olemas on mudelid, mis võimaldavad ettevõtetel oma sotsiaalsest, keskkonnavalasest ja eetilise käitumisest aru anda. (*Ibid.*, 62)

Rahvusvaheline standardiseerimisorganisatsioon (*International Organization for Standardization - ISO*) on maailmas juhtiv rahvusvaheliste standardite arendaja. See asutati 1947. aastal ja Eesti on sellega liitunud 1993. aastal. Standardid on kavandatud sellisena, et neid saab kasutada kogu maailmas. 2010. aastal arendas ISO ühiskondliku vastutuse vabatahtlikkuse juhendi – ISO 26000. See juhend on mõeldud kõikidele organisatsioonidele, vaatamata nende suurusele ja asukohale. Juhendi eesmärk on aidata organisatsioonil tegutseda ühiskondlikult vastutustundlikult. Kuna see on oma iseloomult juhend, siis ei ole vaja selle kasutamiseks eraldi sertifikaati taotleda, erinevalt teistest standarditest. (Alpana 2014, 52; Rahvusvaheline stand..., 23.03.18) Lisaks ISO standarditele on ka teisi abivahendeid CSR aruannete koostamiseks (Alpana 2014 56-57):

- Majanduskoostöö ja Arengu Organisatsioon (*Organization for Economic Co-operation and Development OECD*);
- Ühinenud Rahvaste Organisatsiooni (ÜRO) ülemaailmne kokkulepe (*United Nations Global Compact*);
- Globaalne Aruandlusalgatus (*Global Reporting Initiative - GRI*) standardid;
- Aruandluse (*AccountAbility - AA*) 1000 standard;
- Sotsiaalse vastutuse (*Social Accountability - SA*) 8000 standard.

OECD on rahvusvaheline valitsuste vaheline organisatsioon, mis asutati 1961. aastal, et edendada majandusarengut maailmas. Eesti on selle liige aastast 2010. Sellel on pikaajaline koostöö valitsusega ning see tegeleb erinevate teemadega järgmistes valdkondades (Majanduskoostöö..., 23.03.18):

- aruandekohustus;
- äritegevus;

- kogukonna kaasamine;
- ettevõtte üldjuhtimine;
- keskkond;
- inimõigused;
- tarbijate kaitse;
- töösuhted.

ÜRO moodustati 1945. aastal ja Eesti ühines sellega 1991. aastal. See tegeleb rahvusvahelise rahu ja julgeoleku, inimõiguste ja rahvusvahelise koostöö tagamise ning majandusliku, sotsiaalse, kultuurilise ja humaanse iseloomuga rahvusvaheliste probleemide lahendamise (Ühinenud..., 23.03.18). Ülemaailmse lepingu mõte on julgustada kogu maailma ettevõtjaid võtma vastu säästvat ja sotsiaalselt vastutustundlikku poliitikat ja anda aru selle rakendamisest. Organisatsioon tegeleb kaheksast eelpool mainitud valdkonnast kuuega ja veel lisaks ärietikaga. Jätkusuutliku majanduskasvu tagamiseks ja turvaliseks kontrollimiseks palutakse ettevõtetel:

- olla juhtrollis ettevõtte kodakondsuse teemadel;
- levitada ülemaailmse kokkuleppe põhimõtteid;
- olla koostöös ÜRO agentuuridega.

Globaalne aruandlusalgatus (GRI) on mittetulunduslik organisatsioon, mis edendab majanduslikku arengut. (Globaalne..., 23.03.18) Oma esimesed juhised ettevõtte vastutustundliku käitumise aruandluse koostamiseks anti välja 2000. aastal. GRI säästva arengu aruandluse standard on maailmas kõige rohkem kasutusel ja seda nimetatakse ka ökoloogilise jalajälje aruandluseks ja ettevõtete ühiskondliku vastutuse aruandluseks. GRI üritab jätkusuutlikkuse aruandluse teha tavapäraseks ja võrreldavaks nagu on seda finantsaruandlus. GRI aruanne on üks põhjalikumaid dokumente, mis juhendab ettevõtteid CSR aruandluses.

AA1000 standard avaldati esmakordselt 1999. aastal. (AccountAbility..., 23.03.18) Selle põhimõtte on huvirühmade kaasamine vastutustundliku ja kavandatud jätkusuutlikkuse arendamisse. Standard AA1000 selgitab, et huvirühmad ei ole ainult kogukondade või valitsusväliste organisatsioonide liikmed, vaid on need isikud, üksikisikute rühmad või organisatsioonid, kes mõjutavad või võivad olla mõjutatud ettevõtte tegevusest, toodetest või teenustest. Standard koosneb neljast osast. Esimeses osas kirjeldatakse standardi eesmärki ja ulatust. Teine osa kirjeldab huvirühmade tegevusega kaasnevat kohustusi. Kolmas osa selgitab,

miks tuleb midagi teha, mida tuleb teha ja keda kaasata, et õiged asjad saaksid tehtud. Neljandas osas räägitakse põhjalikumalt huvirühmade tegevusest. Standard on mõeldud kasutamiseks igas suuruses ettevõtetes kõigis majandusharudes.

SA8000 standardi kasutamise algatas 1989. aastal rahvusvaheline sotsiaalse vastutuse organisatsioon (*Social Accountability International* - SAI), mis on ametiühingute, valitsusväliste organisatsioonide ja ettevõtete liit. (Rahvusvaheline sots..., 23.03.18) SA8000 käsitleb töötajate õigusi ja tagab kontrollisüsteemi. Tegeleb näiteks töötajate ohutu ja tervisliku töökeskkonna kriteeriumitega. Standardit saab samuti kasutada igas majandusharus ja eri suurusega ettevõttes.

Vastavalt Majanduskoostöö ja Arengu Organisatsiooni (OECD, 2001) koostatud aruandele on ettevõtete ühiskondliku vastutuse vabatahtlikud algatused viimaste aastate jooksul olnud rahvusvahelises majanduses suureks trendiks. CSR on kindlasti ülemaailmne nähtus, kuigi piirkondade vahelised erinevused on selle järgimise teinud raksemaks. Mõnedel ettevõtetel on sellega vabatahtlikkuse alusel tegelda lihtsam, kuna nende tegutsemise piirkonnas on tingimused soodsamad. Mõned ettevõtted on aga seadusliku ja regulatiivse surve all kohustatud CSRi tingimusi jälgima, olenemata nende soovist. Piirkonniti esinevad erinevused kohustustes ja juhtimistavades, ka kitsastes valdkondades nagu töönormid, keskkond, inimõigused ja altkäemaksu vastu võitlemine. On astunud samme, et koostada ühised CSRi normid.

Enamik asutusi järgivad ettevõtete ühiskondliku vastutuse hindamiseks ja reitingu koostamiseks kolmesammulist võrreldavat protsessi (Marquez *et al.* 2005, 305):

- kogutakse infot ettevõtte kohta kolmandatelt osapooltelt;
- saadetakse üksikasjalikud küsimustikud ettevõttele;
- hangitakse infot nii ettevõtte oma töötajatelt kui ka väljastpoolt, näiteks tarnijatelt.

Ettevõtte sotsiaalse vastutuse hinnangu väljatöötamisel jälgitakse mitmeid kriteeriume (*Ibid.*, 306): töökoht, keskkond, toote ohutus ja mõju, rahvusvahelised toimingud, inimõigused ja suhted kogukonnaga.

Et edendada CSRi standardeid, loodi erinevaid vorme vabatahtlike reeglistikkudest, mida täiendatakse tänapäevani. Neid võib liigitada järgmiselt (Nasrullah *et al.* 2014, 22):

- ettevõtte, kaubandusühingu ja käitumise normatiivreeglistik;
- huvirühmade reeglistik;

- valitsuste vaheline reeglistik.

Kõik need reeglistikud on kaasa aidanud ettevõtete ühiskondliku vastutuse standardite edendamisele. Nasrullah koos kolleegidega peab tähtsamaks huvirühmade ja valitsuste vahelisi reeglistikke, kuna need on olnud CSRi standardite loomise aluseks. Kuna ettevõtte ühiskondliku vastutusega tegelemine toimub vabatahtlikkuse alusel, on ettevõtjad, ametiühingud, mittetulundusühingud ja paljud teised püüdnud reeglistikke omal moel välja töötada. Ühiseid probleemseid kohti on kõigis reeglistikes. (Ibid., 39)

Millist standardit jälgida ja kuidas aruandeid koostada, on ettevõtjate otsustada. Tähtis on, et need oleksid võimalikult võrreldavad ja arusaadavad ka teiste riikide huvigruppide jaoks. CSR aruandlus aitab jälgida, milliseid edusamme on ettevõtte oma riigis selles valdkonnas teinud.

1.4. Ettevõtte ühiskondliku vastutuse praktika toidlustusvaldkonnas

Toidutööstuses on ettevõtte ühiskondliku vastutusega tegelemine üha populaarsemaks muutunud. Toidlustusvaldkonnas on CSR äärmiselt oluline, sest toidu tootmist käsitlevad otsused avaldavad mõju nii inimestele, loomadele kui ka keskkonnale. Tähtis on sel puhul mitte ainult ühiskonna hüved, vaid kogu ettevõtte tegevuse mõju laiemalt.

CSR Compass on veebipõhine tasuta töövahend, mis aitab ettevõtetel rakendada vastutustundlikku tarneahela juhtimist. (CSR Compass...,20.03.18) Töövahend on suunatud väikestele ja keskmise suurusega tootmis-, kaubandus- ja teenindusettevõtetele. Mõned toidutööstuse valdkonnaga seotud algatused:

- säästva põllumajanduse algatus (*Sustainable Agriculture Initiative - SAI*) – eesmärgiks on edastada infot ja aktiivselt toetada säästva põllumajanduse arengut. Nad kaasavad erinevaid huvirühmi toiduainete tootmisahelasse.
- toidu säästliku tarbimise ja tootmise Euroopa ümarlaud (*The European Food Sustainable Consumption and Production Round Table*) – on avaliku ja erasektori algatus, mille eesmärk on edendada uurimispõhist ja ühist juurdepääsu säästvale toidu tarbimisele ja tootmisele Euroopas.
- rahvusvaheline aus kaubandus (*Fairtrade International – FO*) – märgistussüsteem, mille eesmärk on parandada maailma kõige vaesemate põllumajandustootjate elamistingimusi. Lisaks tagatakse nendele toodetele õiglase hinna määramisega õiglased töötingimused.

Piacentini ja teised (*et al.* 2000, 462) viisid läbi uuringu, milles hinnati toiduainete jaemüügiga tegelevate ettevõtete motivatsiooni olla ühiskondlikult vastutustundlikud. Projekti eesmärk oli:

- hinnata jaemüüjate ühiskondliku vastutuse ulatust toidu müügi osas;
- määrata ennetavate, reageerivate ja mitteaktiivsete tegutsemisviiside põhjused.

Uuringu läbiviimiseks oli kaks lähenemisviisi. Esiteks viidi läbi kvantitatiivne audit ühiskondlikult vastutustundlike tegevuste olemuse ja ulatuse kindlaks tegemiseks. Sellele järgnes rida põhjalikke intervjuusid toiduainete jaemüügi ettevõtete juhatajatega, et saada ülevaade nende põhimõtetest jaemüügipoliitikas. (*Ibid.*, 463) Toidu jaemüügi ettevõtteid klassifitseeriti vastavalt nende toodete turustamise põhimõtetele ja seejärel liigitati CSRis osalemise järgi kolmeks:

- ennetavad – need, kes tegelevad CSRiga eelnevalt;
- reageerivad – need, kes tegelevad CSRiga peale kindla probleemi avastamist;
- passiivsed – need, kes ei tegele CSRiga.

Kõige rohkem oli passiivseid CSRi jälgijaid. Põhjalikud intervjuud näitasid, et kõik ettevõtted olid huvitatud vaba ruumi kasutamise maksimeerimisest ja see mõjutas oluliselt nende poliitikat toidu müümisel. Leiti kaks peamist motiveerivat tegurit: klientide soovid ja kasumlikkus. (*Ibid.*, 466)

Kas ettevõttel läheb hästi, kui ta teeb head – selle uurimisega tegeles oma töös Hartmann (2001). Ta on arvamusel, et tuleks uurida kõigepealt kolme asja: CSRi ja ettevõtte finantstulemusi, tarbijate ja omatöötajate arusaama CSRist ning kuidas nad CSRi jälgivad. Selle alusel saab teha järeldusi, kui väga CSR mõjutab ettevõtte kasumlikkust.

Roylen on võrrelnud McDonaldisi tegevusi erinevates riikides. Leiud viitavad sellele, et kuigi mõned ettevõtted saavad aru CSRi tähtsusest, ei ole nad sellest eriti huvitatud. Nende käitumine on tihedalt seotud konkurentsiga. See võib alati soodustada pigem halba kui head käitumist. Samuti on olulisel kohal riiklikud tööõigusaktid. Näiteks Hiina McDonaldisis kuritarvitatakse inimeste tööjõudu, makstes neile mittevastavat töötasu. Seal peetakse tähtsaks mitte toodete tootmist, vaid brändi arendamist. Venemaa McDonaldisis otsustati loobuda töötajate õiguste toetamisest, kuna ettevõttele pakuti soodsamaid tingimusi äri ajamiseks. USAs on McDonald's surunud maha ametiühingute tegevuse ja rikub töötajate mitmeid õigusi. Seda on nad võinud teha ka Euroopas, vaatamata sellele, et Euroopa riikides on rangemad seadused ja tugevamad ametiühingud. (Roylen 2005, 51) Kokkuvõtteks näitas analüüs, et õiguslikud regulatsioonid nagu näiteks siseriiklikud õigusaktid ja ELi õigus tuleb muuta tõhusamaks.

Kong (2012) leiab, et investorite või tarbijate huvi ettevõtete ühiskondliku vastutuse probleemide vastu võib oluliselt mõjutada CSRiga seotud ettevõtmisi ettevõtetes. Tema arvates peaks valitsus ja järelevalveasutused looma asjakohase poliitika, et parendada erinevate ettevõtjate tegevust ettevõtete ühiskondliku vastutuse valdkonnas, eriti toiduainete tööstuses. Samuti peaksid ettevõtjad, eriti toiduainete tööstusega tegelevad, meeles pidama, et tugevdades ettevõtete ühiskondliku vastutuse alaseid tegevusi, on võimalik saada pikaajalist kasu.

Toidutööstus seisab silmitsi paljude oluliste riskidega, mis tulenevad avalikkuse kriitikast CSRi probleemidele tarneahelas. (Maloni *et al.* 2015, 35) Arvestades CSRi tähtsust toiduainetööstuses ja tarneahelas, on tarvis koostada selge mudel CSRi käitumisest tööharu jaoks. (*Ibid.*, 36) Maloni ja teised peavad oma raamistikus tähtsaks kaheksat kategooriat: loomade heaolu, biotehnoloogiat, kogukonda, keskkonda, finantstavasid, tervishoidu ja tööohutust, tööjõudu ja selle hanget. (*Ibid.*, 39) Kogemused näitavad, et just toitlustusega tegelevad ettevõtted on peamised objektid, mille puhul ühiskond nõuab korrektset CSRi järgimist. (*Ibid.*, 44) Tarneahela CSRi uuringud toitlustusvaldkonnas on aluseks toitlustusega tegelevatele ettevõtetele probleemsete kohtade tuvastamiseks. Rahvusvaheline Standardiorganisatsioon (*International Organization of Standardization* - ISO) pakub juhiseid keskkonna teemal (ISO 14000) ja toiduohutuse teemal (ISO 22000). Tarneahelas CSRi mitte jälgimine võib kaasa tuua finantsriske. Kõikehõlmava strateegia koostamisel CSR tarneahela jaoks peab toitlustusettevõtte tegustema ka majanduslikes huvides. (*Ibid.*, 45)

Üldiselt arvatakse, et suuremad ettevõtted on CSRi tegevuste läbiviimisel paremad ja tõhusamad ning kipuvad olema mõjukamad kui väiksemad ettevõtted. HyeWon ja teiste uuringus pakutakse välja, et ettevõtte suurus mõjutab seoseid ettevõtete ühiskondliku vastutuse ja ettevõtte tegevuse vahel. (HyeWon *et al.* 2015, 129) Selle uuringu jaoks koguti vajalikke andmeid neljast allikast (*Ibid.*, 130):

- 1) iga-aastased finantsandmed;
- 2) CRSP (*The Center for Research in Security Prices*) beeta leidmiseks;
- 3) ettevõtete ühiskondliku vastutuse andmed;
- 4) tegevusharuga seotud aastaaruanded.

Tulemuste kohaselt ei mõjuta ettevõtte suurus restoranide jõukust.

Tänapäeval avaldavad huvirühmad, kelle hulgas on tarbijad, investorid, valitsus ja ühiskond survet ettevõtetele, nõudes neilt vastutustundlikku käitumist. Seega on ettevõtete ühiskondlik vastutus

muutunud oluliseks teemaks erinevates tööstusharudes. Restoranid jälgivad samuti keskkonnasõbralikke ja energiasäästlikke äritavasid. (YongHee *et al.* 2016, 120) YongHee ja teised uurisid restoranide CSRi mõju firma väärtusele, eelkõige vaadeldi aktsiate tulukust ja tururiski. Tulemused näitasid, et CSRi jälgimine võib avaldada positiivset mõju kasumile, kuid ei vii madalaks tururiski. (*Ibid.*, 126) Ühiskondlikult vastutustundlikke tegevusi peetakse mõnikord ebavajalikuks koormaks, sest need on kulukad ja ei taga kasumi kohest kasvu. (*Ibid.*, 128)

Suurem osa ettevõtjatest saavad aru, et töötajate ja klientide rahulolu võib positiivselt mõjuda ettevõtte kasumile. Enamik nendest tegutseb vastutustundlikult, lähtudes eetilistest põhimõtetest. Et CSR oleks meelepärane vahend ettevõtte juhtimises, on vaja täiendada siseriiklikke õigusakte, luua ühtne CSRi järgimise süsteem ja muuta inimeste arusaama ettevõtlusest kui ainult tulu teenimise võimalusest. Selle mõtte arendamiseks on vaja aega.

2. ÜHISKONDLIKU VASTUTUSE VAJADUS TOITLUSTUSETTEVÕTETES

2.1. Uuringu metoodika

Magistritöö eesmärk on teha kindlaks:

- klientide huvi CSRi vastu tootlustusettevõtetes;
- tootlustusega tegelevate ettevõtete juhatajate valmidust tegeleda CSRiga, antud teemal materjale koguda ja aruandeid koostada.

Püstitatud eesmärkide saavutamiseks kasutas autor kvantitatiivset uurimismeetodit. Peale teemaalase kirjanduse uurimist, alustas autor andmete kogumist. Andmete kogumiseks viidi läbi internetiküsitlus Eesti elanike seas ja individuaalsed intervjuud Tallinna tootlustusettevõtete juhatajatega. Kogutud andmed analüüsi, tõlgendati ning tehti järeldused.

Autor valis internetiküsitluse üheks uurimismeetodiks, kuna see võimaldab küsitleda suurt hulka inimesi ja autori kohalolek ei ole otseselt vajalik. Ka vastajatele on internetiküsitlust mugavam kasutada, kuna nad saavad vastata endale sobival ajal. Veel on internetiküsitluse eelisteks kiirus, selle koostamine on tasuta ning saadud andmete analüüsi on lihtsam läbi viia. Suuremaks puuduseks oli madal vastajate arv, kuna küsimustik ei olnud kohustuslik.

Individuaalsed intervjuud tootlustusettevõtete juhatajatega võimaldavad saada põhjalikumad vastused küsimustele ja vajadusel küsitletavatega pikemalt diskuteerida. Selle uurimismeetodi valis autor selletõttu, et ise ei ole tootlustusvaldkonnaga hästi tuttav ja vajab tootlustusettevõtete juhatajate nõustamist. Lisaks oli kindlus, et küsimusi ei tõlgendata valesti. Uurimismeetodi puudusteks oli sobiva aja leidmine kokkusaamiseks ja ajamahukus, mis ei sobinud mõnele juhatajale. Neile juhatajatele, kellel ei olnud võimalik kokku saada, otsustas autor koostada eraldi küsimused. Küsimustik koosnes eraldi teemadest, millele juhatajaid said vabas vormis vastata. Ettevõtte juhatajatega, kes olid nõus kokku saama, küsiti luba intervjuu salvestamiseks diktofonile.

Küsimustiku koostamiseks konsulteeris autor ühe toitlustusettevõtte juhatajaga, kes andis nõu, millised küsimused on antud valdkonnas sobilikud. Küsitluse ja intervjuu testimisel oli juhataja samuti abiks, olles esimene vastaja. Küsitlusele vastamiseks läks aega 10-15 minutit ja intervjuu kestis pool tundi.

Saades heakskiidu juhatajalt, koostas autor kaaskirja küsitluse ja sissejuhatuse teksti intervjuu jaoks. Rõhutati, et vastused jäävad anonüümseks ja neid kasutatakse ainult magistritöö koostamiseks. Vastajatel on võimalik soovi korral uuringu tulemustega tutvuda, andes sellest teada uuringu koostajale e-posti teel. Lõpus tänas autor vastajaid.

Internetiküsitluse koostas autor Google Forms elektroonilises keskkonnas ning vastuseid kogus ajavahemikus 05. märts kuni 19. märts 2018. Google Forms sai valitud oma lihtsuse tõttu. Autor saatis küsitluse klientidele edastamiseks toitlustusettevõtete juhatajatele, kellega hiljem lepidi kokku intervjuu aeg. Suurem osa juhatajatest ei soovinud küsitlust edastada oma ettevõtte nimel, nimetades seda klientidele ebamugavuse tekitamiseks. Seega otsustas autor levitada küsimustiku meediakanalites nagu näiteks Facebook. Pidevalt lisanduvate uudiste tõttu ei püsinud küsitlus Facebooki lehel üleval kaua. Küsimustik suleti 19. märtsil 2018, saades kokku 138 vastust, mida autor pidas piisavaks analüüsi teostamiseks.

Internetiküsimustik koosnes 13 küsimusest. Esimesed neli küsimust on vastaja kohta info saamiseks (vanus, perekonnaseis, lapsed, haridus). Need küsimused omavad kaudset suhet läbiviidava uuringuga. Perekonnaseisu küsimuse juures on autor saanud tagasisidet, et valikuks võiks olla ka vabaabiolu, kuid kuna selleks ajaks oli vastuseid üle kümne, ei saanud autor parandust sisse viia. Autor tänas tagasiside andjat märkuse eest ja vabandas ebamugavuste pärast. Järgmised 2 küsimust (5-6) puudutavad ettevõtte ühiskondliku vastutuse mõiste teadmist või sellest varasemalt kuulumist. Sellele järgneb vahetekst, milles autor selgitab ettevõtte ühiskondliku vastutuse terminit. Järgnevad neli küsimust (7-10) on vastajate suhtumise väljaselgitamiseks ettevõtte ühiskondliku vastutusse. Kaks eelviimast küsimust (11-12) annavad infot küsitletavate toitlustusettevõtete külastamise ja CSR-i oma panuse andmise kohta. Viimane küsimus (13) koosneb 19 väitest. Esimene väide puudutab CSR-i tähtsust toitlustusvaldkonnas. Viis järgmist väidet kirjeldavad, mida toitlustusega tegelev ettevõttel on keelatud teha ja 13 viimast, mida toitlustusega tegelev ettevõtte peaks tegema. Vastajad said anda oma hinnangu viiepalliskaalal – ei ole nõus, pigem ei ole nõus, ei oska öelda, pigem nõus ja täiesti nõus. Varianti „ei oska öelda“ pidas autor tähtsaks, kuna mõnel väitel võis olla nii positiivne kui ka negatiivne külg ning selle üle

võiks pikemalt arutleda. Et vastajad ei peaks palju aega kulutama ja ennast ebamugavalt tundma, oli sellise variandi lisamine mõistlik.

Internetiküsimustik oli mõeldud toitlustusettevõtete juhatajatele tutvumiseks, et nendel oleks arusaam sellest, kuidas kliendid suhtuvad ettevõtte ühiskondlikusse vastutusse. Autor lootis, et juhatajad teevad sellest järelduse, kas nad peavad CSRiga tegelema ning millele tuleb rohkem tähelepanu pöörata. Lisaks soovis autor neile rõhutada CSR aruannete koostamise ja avalikusele esitamise vajadust, et klientidel oleks võimalus näha, kas ettevõtte käitub vastavalt nende soovidele.

Intervjuu läbiviimiseks võttis autor ühenduse toitlustusega tegelevate ettevõtete juhatajatega e-posti, telefoni või Facebooki kaudu. Kokku sai autor ühendust 29 toitlustusettevõtte juhatajaga. Selgus, et mõnel ei olnud aega eraldi kohtumiseks, aga paluti koostada küsimused Word failis ning neile edastada. Kohtumisega olid nõus 8 juhatajat, lisaks sai e-posti teel saadetud 21 faili, mis koosnesid intervjuu teemaplokkidest. Teemaplokkidele vastamine oli vabas vormis. 21 saadetud küsitlusest tuli tagasi 8. Autor tuletas ülejäänutele meelde, et ootab võimalusel ka nende vastuseid, kuid neid ei õnnestunud kätte saada.

Intervjuu algas teema tutvustamisega ja salvestamiseks loa küsimisega. Kõik vastajad andsid loa intervjuu salvestamiseks ja olid nõus vajadusel esitama tõendavaid materjale ka paberikandjal. Autor tutvustas ettevõtte ühiskondliku vastutuse mõistet ja paberil olevale intervjuule sai lisatud ka interneti link, huvi korral suuremaks teemasse süvenemiseks. Samuti rõhutas autor, et kui vastus mõnele küsimusele on liiga konfidentsiaalne, ei ole juhatajatel kohustust sellele vastata.

Intervjuu koosnes 9 teemast. Alguses soovis autor teada, kas vastaja oli varasemalt teadlik CSR-i terminist või on sellest kuulnud. Teine teema puudutab heategevuskampaaniates osalemist. Kolmandaks palus autor kirjeldada, kuidas suhtutakse ettevõttes oma töötajatesse. Neljas teema puudutas ettevõtte suhtumist klientidesse ja tarnijatesse. Viiendas osas esitas autor kolm väidet ja soovis teada, kas vastaja on nendega nõus. Kuuendas osas soovis autor teada, kas ettevõttes peetakse toiduvarude arvestust. Seitsmes teema puudutas keskkonda. Kaheksandas osas soovis autor teada, kui tähtsaks peavad vastajad riigipoolset abi CSRiga tegelevatele ettevõtetele. Viimases (9) osas käsitleti CSR aruandeid ja nende koostamist.

Intervjuu lõpetuseks tänas autor vastajaid ja võimalusel jätkas vestlust samal teemal edasi. Autor tutvustas toitlustusettevõtete juhatajatele lühidalt klientidele mõeldud internetiküsimustiku tulemusi. Mõned huvitavad mõtted, mida juhatajad jagasid, tulid peale intervjuu salvestamise lõppu, aga autor jõudis need vestluse ajal eraldi paberile kirja panna. Lindistatavate intervjuude pikkused oli ligikaudu 15 kuni 60 minutit.

Küsitletud toitlustusettevõtete seas oli 2 keskmise suurusega ettevõtet, 10 väikeettevõtet ja 4 mikroettevõtet. Toitlustusettevõtete spetsiifilisemad tegevusalad:

- kohvikud (4);
- restoranid (5);
- kodukohvikud (3);
- *catering* (1);
- hotell (1);
- muud toitlustusega tegelevad ettevõtted (2).

Kaks küsitluse vastajat ja üks juhataja tundsid huvi uuringu tulemuste vastu. Autor lubas saata need peale lõputöö valmimist ja heakskiitmist.

Küsimustik ja intervjuu teemad on esitatud magistritöö lisan 1 ja 2.

2.2. Uuringu tulemuste analüüs (kliendid)

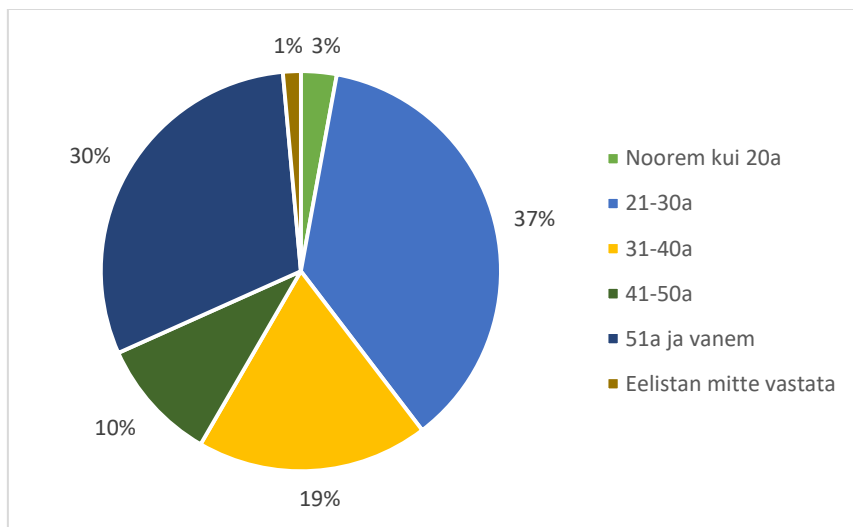
Internetiküsimustiku tulemuste välja toomiseks analüüsis autor põhjalikult küsitlusele antud vastuseid. Tähtsamateks küsimusteks internetiküsimustikus peab autor järgmist kahte:

- Kas olete CSRist kuulnud?
- Kas teate, mida see tähendab?

Uuringus osales kokku 138 inimest. Uuringu läbiviimise hetkeks 54% (75) vastasid, et olid kuulnud sellisest terminist nagu ettevõtte ühiskondlik vastutus, ja 49% (68) teadsid, mida see termin tähendab.

Küsimustikule vastajate vanus oli erinev. Jooniselt 1 on näha, et veidi rohkem kui üks kolmandik 138 vastajast 37% (51) olid vanuses 21-30. 30% (42) vastajate vanus oli 51 ja rohkem. Vahemikus

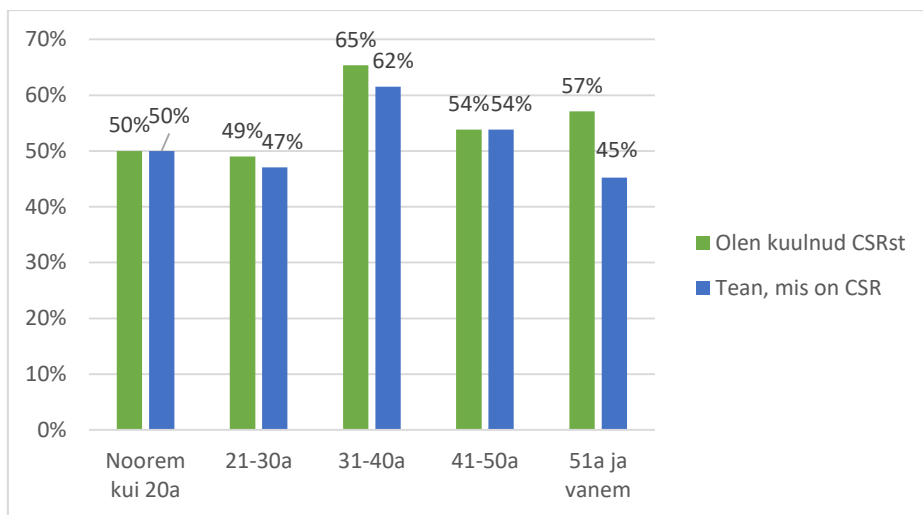
31-40 aastat oli vastajaid 19% (26). 10% (13) vastajate vanus oli vahemikus 41-50 aastat ja 3% (4) vastajatest olid 20 aastat vanad või nooremad. 1% (2) vastajatest eelistasid küsimusele mitte vastata.



Joonis 1. Vastajate vanus

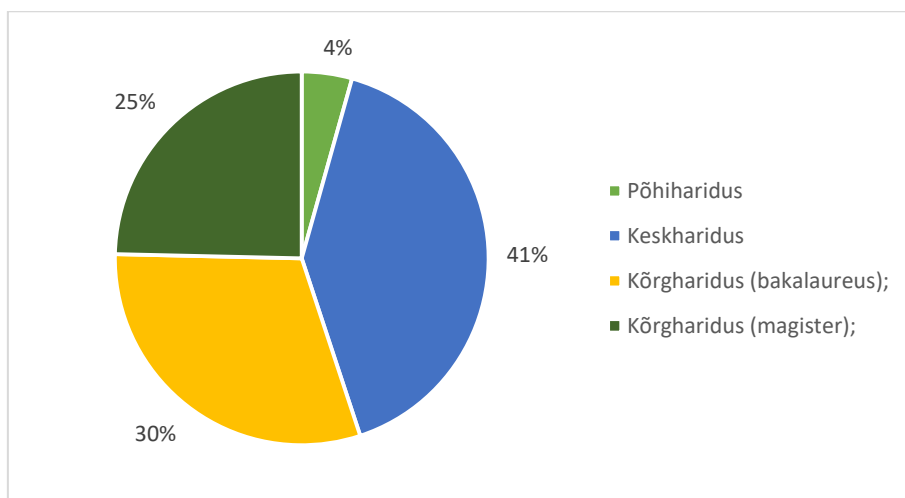
Allikas: autori koostatud uuringu tulemuste alusel (lisa 3)

Autor uuris seoseid vastajate vanuse ja CSR-i termini teadlikkuse vahel. Jooniselt 2 selgub, et protsendiliselt kõige rohkem teadsid CSR-i terminist vastajad vanuses 31-40 aastat. 65% (17) 26 vastajast on CSR-ist kuulnud ja 62% (16) 26st teavad, mida see tähendab. Veidi üle poole ehk 54% (7) 13 vastajast vanuses 41-50 on kuulnud CSR-ist ja teavad, mis see on. 51 aastaste ja vanemate hulgas 57% (24) 42 vastajast on terminit kuulnud ja 45% (19) 42st teavad selle tähendust. 20 aastat ja nooremate seas on CSR-ist kuulnud ja teavad tähendust täpselt pool ehk 50% (2) 4. Nendele järgnevad vastajad vanuses 21-30 aastat. 49% (25) 51 vastajast on CSR-ist kuulnud ja 47% (24) 51st teavad, mis on CSR.



Joonis 2. Seos vastajate vanuse ja CSRi termini teadlikkuse vahel
Allikas: autori koostatud uuringu tulemuste alusel (lisa 3)

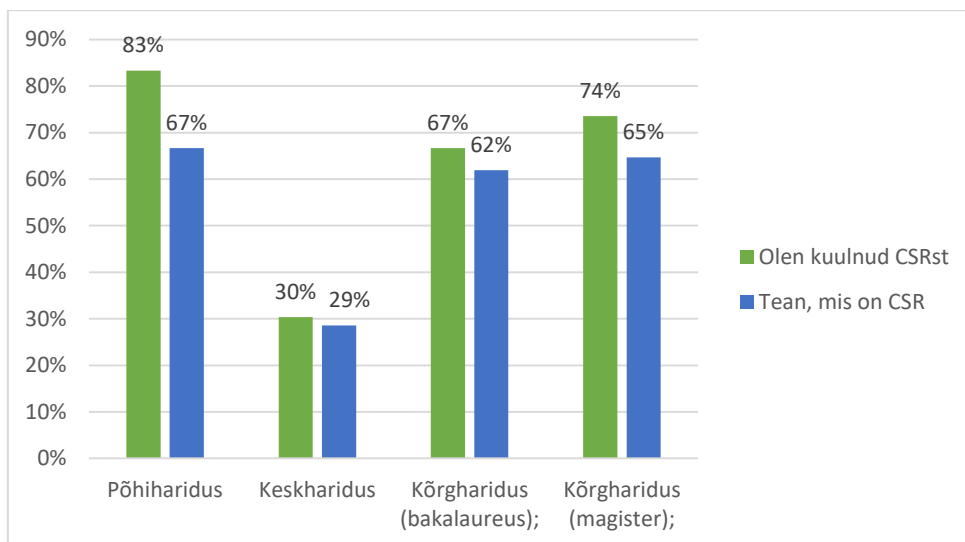
Küsimustikus oli palutud anda infot vastaja haridustasemest. Uuringu ajal 138 vastajast oli 41% (56) keskharidusega. 30% (42) omasid bakalaureusekraadi. 25% (34) omasid magistrikraadi. 4% (6) vastajatest olid põhiharidusega. Seda infot illustreerib joonis 3.



Joonis 3. Vastajate haridustase
Allikas: autori koostatud uuringu tulemuste alusel (lisa 3)

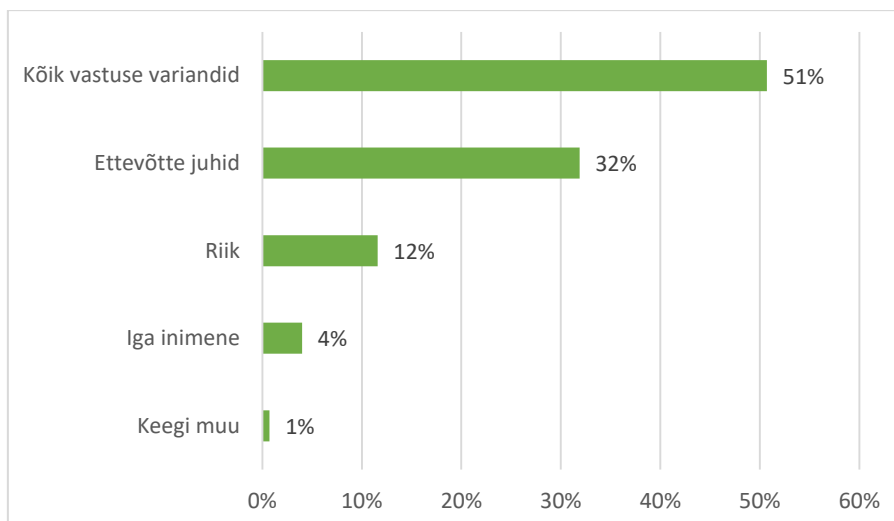
Nagu vanusega, nii otsis autor seoseid ka haridustaseme ja CSRist teadlikkuse vahel. Jooniselt 4 on näha, et protsendiliselt kõige rohkem teadsid CSRist põhiharidusega vastajad. 83% (5) 6 vastajast on terminit kuulnud ja 67% (4) 6st teavad, mida see tähendab. Nendele järgnevad magistrikraadiga vastajad. 74% (25) 34 vastajast on terminit kuulnud ja 65% (22) 34st teavad tähendust. 67% (28) 42 vastajast, kes omavad bakalaureusekraadi, on terminit kuulnud ning 62%

(26) 42st teavad tähendust. Keskkharidusega vastajate seas 30% (17) 56 vastajast on terminit kuulnud ja 29% (16) 56st teavad tähendust. Siinjuures otsustas autor lisaks vaadata ka vastajate vanuseid. Kuna iga haridustaseme juures oli vanuse kõikumine väga erinev, on autor arvamusel, et seos haridustaseme ja CSRist teadlikkuse vahel on väike.



Joonis 4. Seos vastajate haridustaseme ja CSRi terminist teadlikkuse vahel
Allikas: autori koostatud uuringu tulemuste alusel (lisa 3)

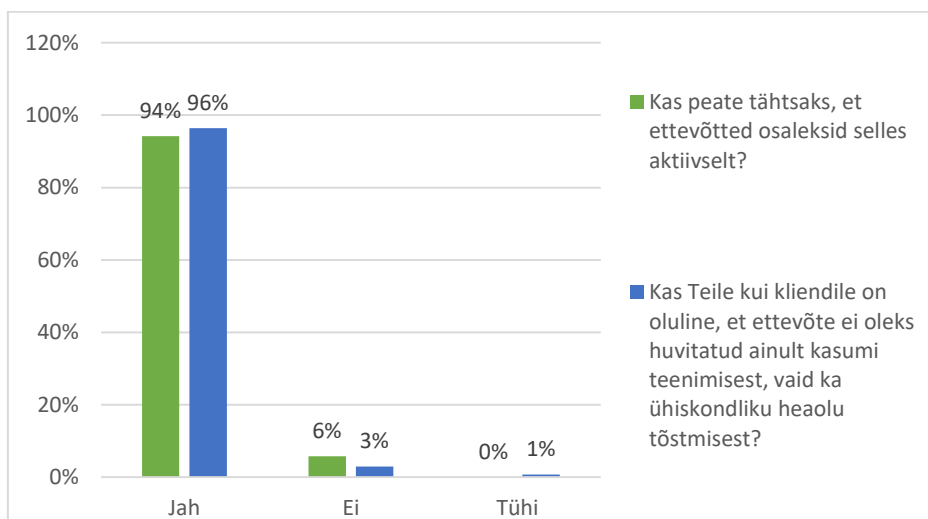
Enne järgmistele küsimustele vastamist, said vastajad huvi korral tutvuda CSRi definitsiooniga. Järgnevalt soovis autor teada, kes vastajate arvates peavad CSRiga tegelema. Jooniselt 5 on näha, et kõige rohkem vastajatest ehk 51% (70) olid arvamisel, et sellega peavad tegelema kõik – riik, ettevõtte juhid, heategevusorganisatsioonid ja iga inimene eraldi. 32% (44) arvasid, et eelkõige peavad sellega tegelema ettevõtte juhid. 12% (16) vastajatest arvasid, et CSRiga peaks tegelema riik. 4% (7) vastajatest arvasid, et riik eraldi sellega tegelema ei pea, küll aga peab iga inimene eraldi. 1% (1) vastajatest pakkus, et sellega võiks tegeleda keegi muu.



Joonis 5. Kes peab CSRiga tegelema?

Allikas: autori koostatud uuringu tulemuste alusel (lisa 3)

Järgmisena analüüsis autor, kas vastajad peavad tähtsaks, et ettevõtted tegeleksid CSRiga ja kas vastajatele on oluline, et ettevõtte ei oleks huvitatud ainult kasumi teenimisest, vaid ka ühiskondliku heaolu tõstmisest. Nagu jooniselt 6 võib näha, on mõlemale küsimusele peaaegu kõik küsitletavad ehk üle 90% vastanud jaatavalt. 1% (1) vastajatest ei osanud 9. küsimusele vastust anda.

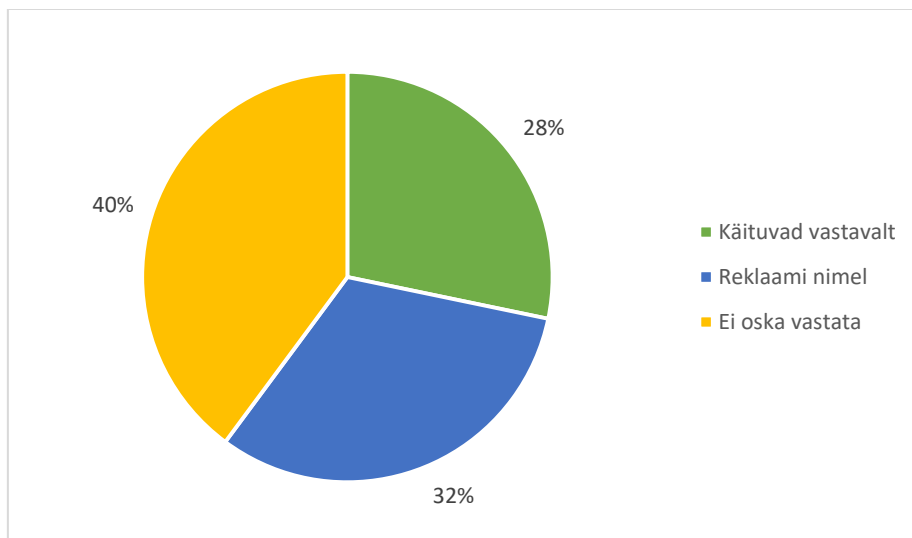


Joonis 6. CSR kui ettevõtte tähtis element

Allikas: autori koostatud uuringu tulemuste alusel (lisa 3 ja 4)

Järgmisena küsis autor, kas vastajate arvates need ettevõtted, kes nimetavad ennast ühiskondlikult vastutustundlikuks, käituvad vastavalt või mitte ja kirjeldas seda jooniselt 7. Analüüsi käigus

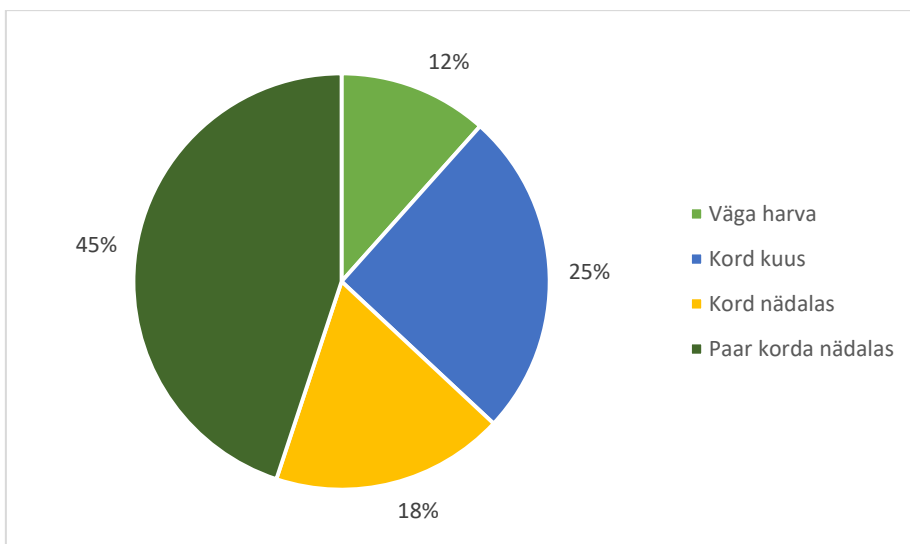
selgus, et küsimusele on raske vastata. 40% (55) vastajatest ei osanud kindlat vastust anda. 32% (44) olid veendunud, et ettevõtteid tegelevad CSRiga reklaami nimel ja 28% (39) olid kindlad, et ettevõtteid järgivad CSRi reegleid.



Joonis 7. Kas CSR ettevõtte käitub vastavalt?

Allikas: autori koostatud uuringu tulemuste alusel (lisa 4)

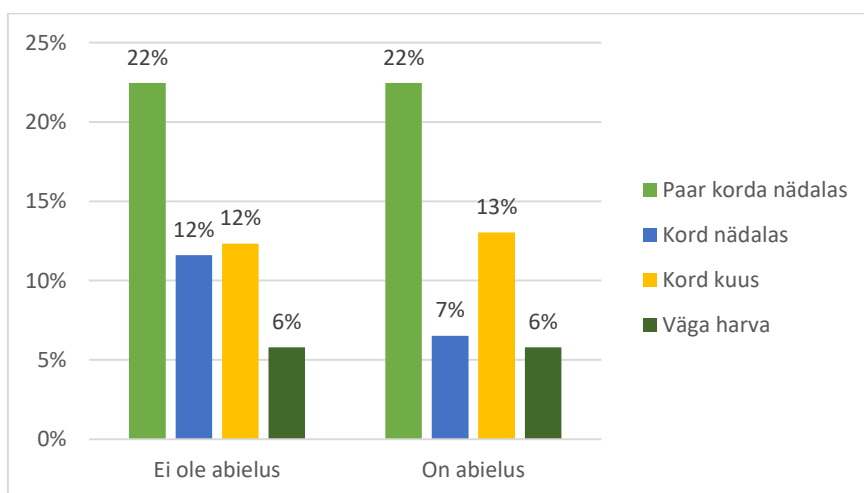
Et minna edasi toitlustusvaldkonna juurde, soovis autor teada, kui tihti vastajad külastavad toitlustusega tegelevaid ettevõtteid ja kas külastuste arv on seotud nende eluviisiga, eelkõige kas on nad abielus või mitte ja kas omavad lapsi. Koondandmed on esitatud joonistel 8, 9, ja 10. Analüüsi käigus selgus, et 45% (62) vastajatest külastavad toitlustusettevõtteid (söökla, restoran vms) paar korda nädalas. Kord kuus külastavad neid kohti 25% (35) vastajatest, kord nädalas 18% (25) ja väga harva 12% (16) vastajatest.



Joonis 8. Kui tihti külastatakse toitlustusettevõtteid?

Allikas: autori koostatud uuringu tulemuste alusel (lisa 4)

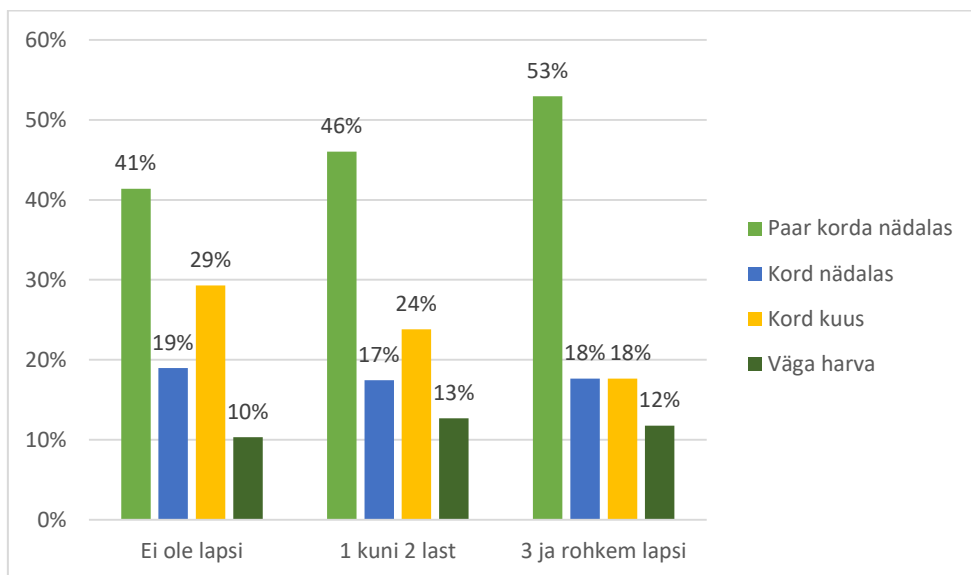
Järgnevalt otsis autor seoseid toitlustusettevõtete külastamise ja abielus olemise, ehk vähemalt kahe inimese kooselamise vahel. Vastajate seas oli 48% (66) abielus ja 52% (72) mitte. Tulemuste analüüsimisel selgus, et 22% (31) nii abielus olijad kui ka 22% (31) mitte, külastavad toidukohti paar korda nädalas. Kord nädalas külastavad toidukohti 12% (16) mitte abielus olijatest ja 7% (9) abielus olijad. Kord kuus külastab toitlustusettevõtet 12% (17) ja 13% (18) vastavalt ning väga harva külastavad vastajad, kes on nii abielus kui ka mitte ehk kokku 12% (16). Kuid kuna autor ei jõudnud õigeaks ajaks lisada vastuse variandiks „vabaabielu“, ei saa neid seoseid õigesti tõlgendada.



Joonis 9. Seos toitlustusettevõtete külastamise ja abielus olemise vahel

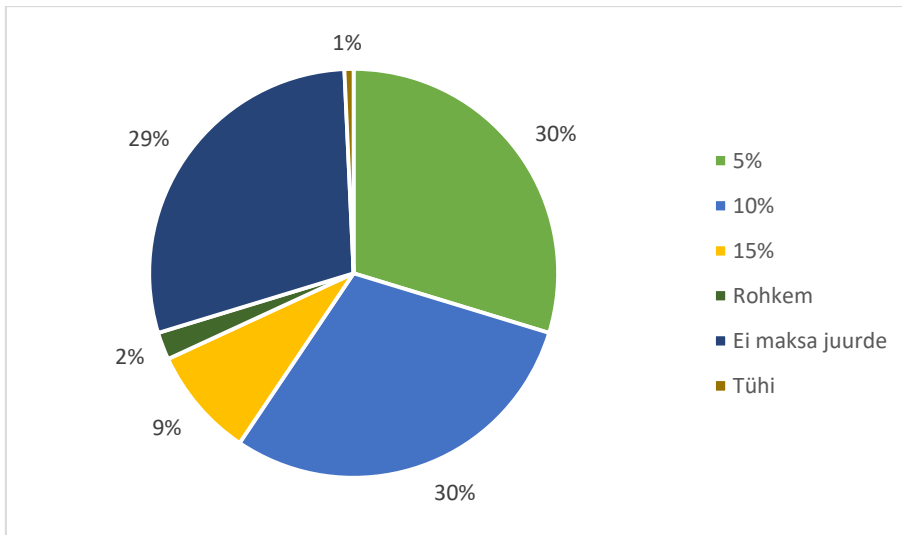
Allikas: autori koostatud uuringu tulemuste alusel (lisa 4)

Järgmisena uuris autor, kas toitlustusettevõtete külastamine on seotud vastajate laste arvuga peres. Vastajate seas ei olnud lapsi peres 42% (58), 1 kuni 2 last oli 46% (63) ja 3 või rohkem lapsi oli peres 12% (17) vastajatest. 53% (9) 17 vastajatest, kellel on kolm ja enam lapsi peres, külastavad toitlustuskohti paar korda nädalas. Enam-vähem võrdselt külastatakse toitlustuskohti kord nädalas, 19% (11), 17% (11) ja 18% (3) vastavalt. Kord kuus käivad toitlustuskohtades kõige enam lasteta vastajad 29% (17). Ning samuti peaaegu võrdselt külastatakse neid kohti väga harva, 10% (6), 13% (8) ja 12% (2) vastavalt. Kuid ka need seosed ei ole kõige korrektsemad, kuna autor ei tea laste vanust ja seega ei saa kindlalt öelda, kas lastest peredes sõltub toitlustusettevõtete tihe külastamine. Laste vanust soovitas küsimustiku testija mitte lisada, kuna pidas seda isiklikuks küsimuseks.



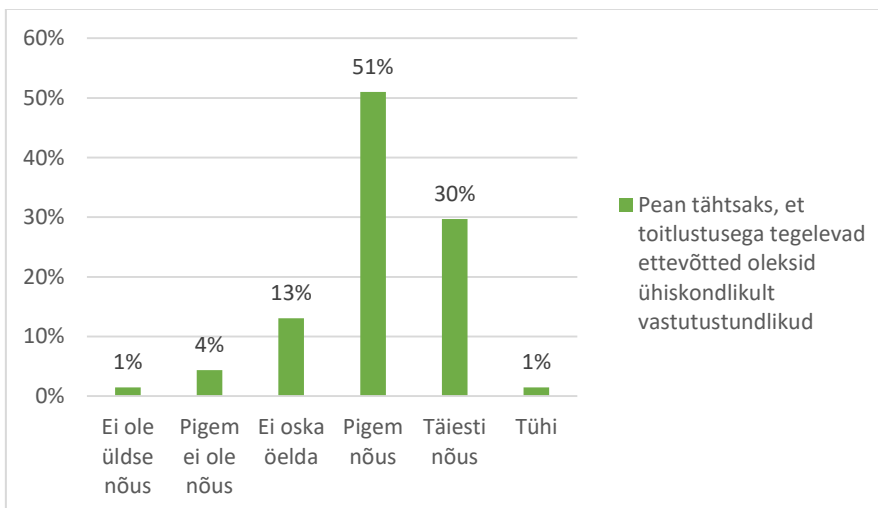
Joonis 10. Seos toitlustusettevõtete külastamise ja peres laste arvuga vahel
Allikas: autori koostatud uuringu tulemuste alusel (lisa 4)

Edasi uuris autor, kas ja kui palju oleksid vastajad ise nõus juurde maksuma toidu hinna eest, kui oleksid teadlikud sellest, et 10% päevatulust läheb heategevusele. Jooniselt 11 on näha, et peaaegu võrdselt olid vastajad nõus hinnale juurde maksuma 5% või 10% või hoopis mitte juurde maksuma, 30% (41), 30% (41) ja 29% (40) vastavalt. Oli ka neid, kes võiks hinnale juurde maksta 15%, neid oli 9% (12) ja neid, kes maksaksid rohkem, neid oli 2% (3). Üks vastaja otsustas küsimusele mitte vastata.



Joonis 11. Kui palju on kliendid ise nõus juurde maksuma?
Allikas: autori koostatud uuringu tulemuste alusel (lisa 4)

Küsimustiku viimases osas paluti vastajatel hinnata autori poolseid väiteid CSRi teemal viiepalliskaalal (ei ole üldse nõus, pigem ei ole nõus, pigem nõus, täiesti nõus, ei oska öelda). Esiteks paluti hinnata CSRi tähtsust toitlustusega tegelevas ettevõttes. Jooniselt 12 on näha, et pool vastajatest 51% (69) olid väitega pigem nõus, 30% (41) olid aga täiesti nõus. 14% (20) vastajatest ei osanud küsimusele vastata või jätsid vastamata. 5% (8) vastajatest ei olnud pigem või üldse nõus.

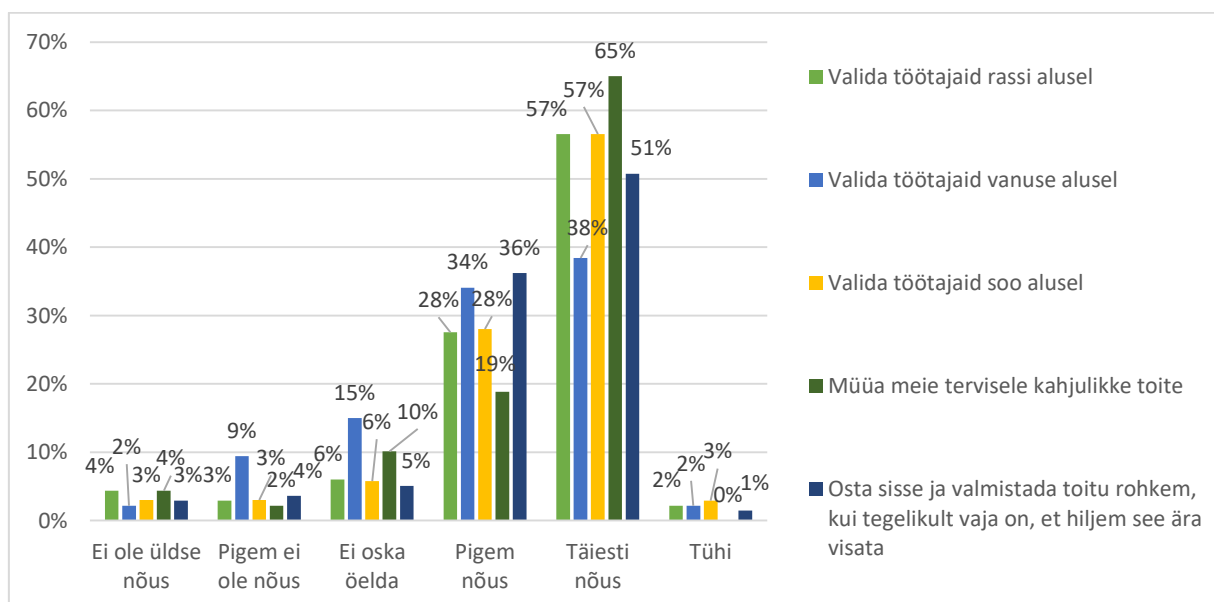


Joonis 12. CSRi tähtsus toitlustusettevõttes
Allikas: autori koostatud uuringu tulemuste alusel (lisa 5)

Joonis 13 annab ülevaate autori poolt toodud 5 väitele „Mida toitlustusega tegelev ettevõtte ei tohi teha“. Nendeks oli:

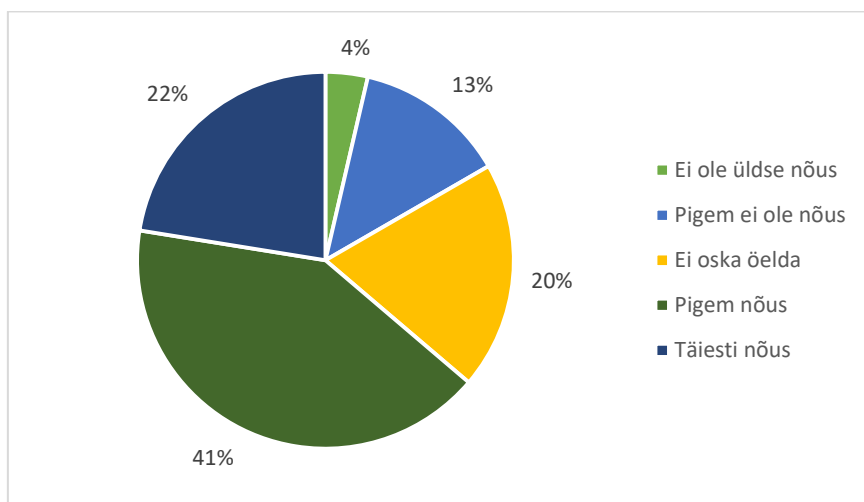
- Töötaja valimine rassi alusel;
- Töötaja valimine vanuse alusel;
- Töötaja valimine soo alusel;
- Inimese tervisele kahjuliku toidu müümine;
- Toidu sisseostmine ja valmistamine suuremate kogustena, kui tegelikult vaja on.

Kokku üle 80% vastajatest olid kas täiesti või pigem nõus nelja väitega viiest. Töötaja mitte rassi alusel valimise osas olid täiesti või pigem nõus 85% (116) vastajatest, 8% (12) ei osanud vastata ning 7% (10) ei olnud pigem või üldse nõus. Sellega, et ettevõtteid ei tohi valida töötajaid vanuse alusel olid nõus 72% (100) vastajatest, ei osanud vastata 17% (22) ning ei olnud pigem või üldse nõus 11% (16). 85% (116) vastajatest olid pigem või täiesti nõus, et töötajaid ei tohi valida soo alusel, 9% (12) ei osanud vastata või jätsid vastuse tühjaks ning 6% (10) ei olnud pigem või üldse nõus väitega. Sellega, et toitlustusega tegelev ettevõtte ei tohi müüa inimese tervisele kahjuliku toitu oli pigem või täiesti nõus 84% (115), ei osanud vastata 10% (14) ja ei olnud pigem või üldse nõus 6% (9). 87% (120) vastajatest olid pigem või täiesti nõus, et ettevõtte ei tohi osta sisse ja valmistada toitu rohkem, kui tegelikult vaja on, et hiljem see ära visata. 6% (9) ei osanud küsimusele vastata ning 7% (9) ei olnud pigem või üldse nõus.



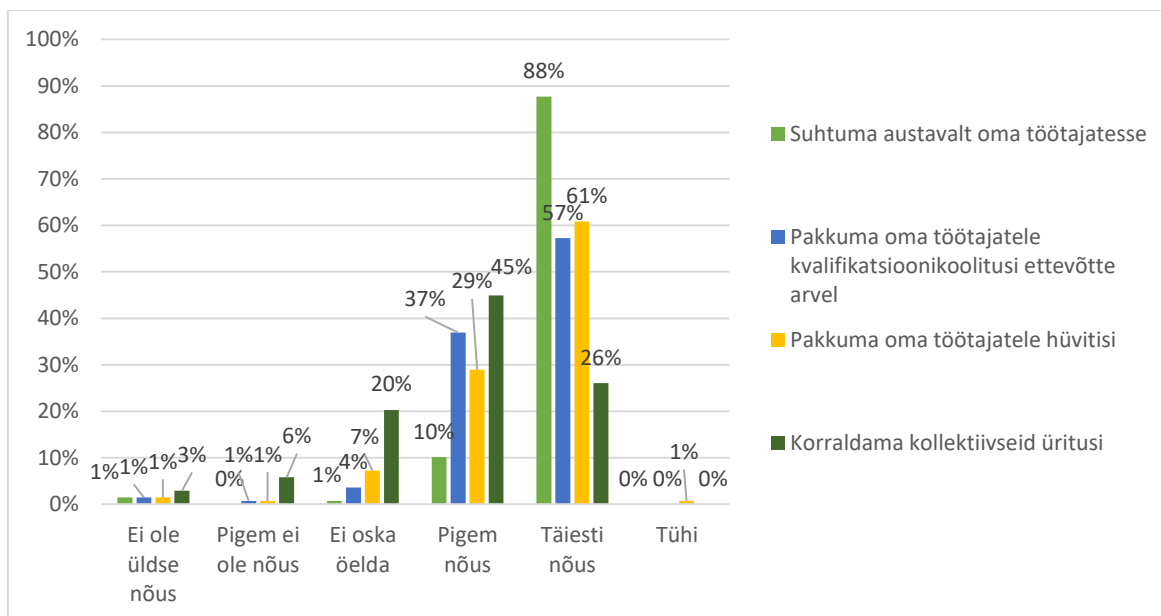
Joonis 13. Mis on toitlustusega tegelevale ettevõttele keelatud tegevused
Allikas: autori koostatud uuringu tulemuste alusel (lisa 5)

Järgmiselt soovis autor teada, mida toitlustusega tegelev ettevõtte peab tegema. Uuriti, kas vastajad on nõus sellega, et toitlustusega tegelev ettevõtte peab hoolima inimeste ülekaaluprobleemidest, tervislikust toitumisest ja eluviisist. Jooniselt 14 on näha, 63% (88) vastajatest olid väitega pigem või täiesti nõus. 20% (27) ei osanud kindlat vastust anda ning 17% (23) vastajatest ei olnud pigem või üldse sellega nõus.



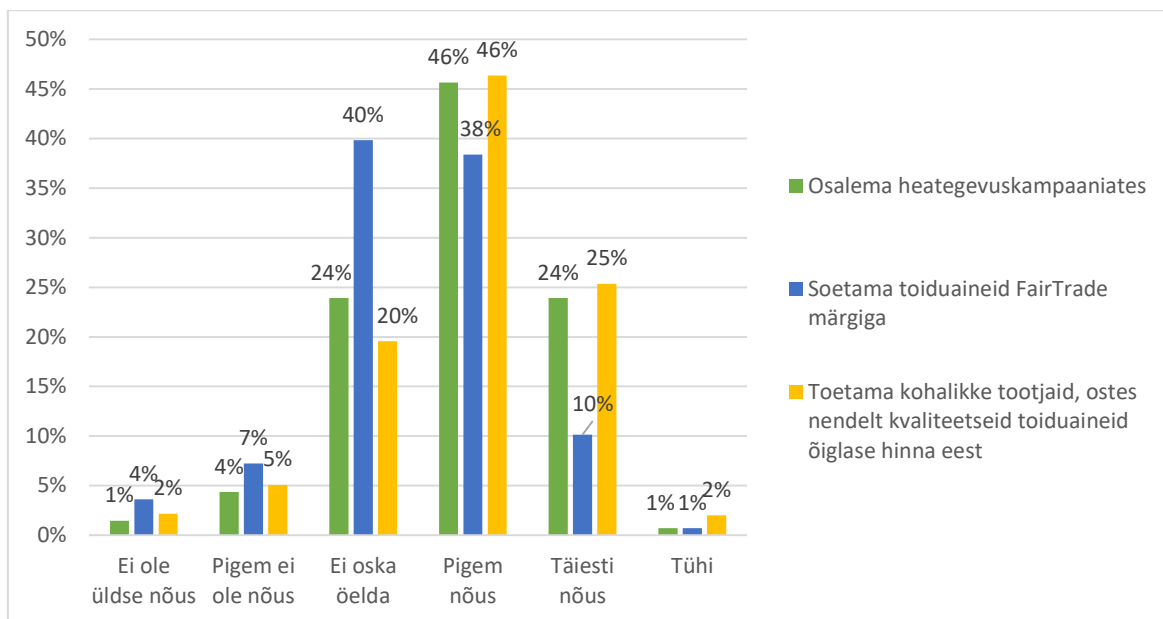
Joonis 14. Toitlustusettevõtted peavad hoolima inimeste tervisest
Allikas: autori koostatud uuringu tulemuste alusel (lisa 5)

Järgmised neli väidet olid seotud ettevõtte suhtumisega töötajatesse. Autor soovis teada, kas vastajad on nõus sellega, et ettevõtte peab oma töötajaid austama, pakkuma ettevõtte arvelt nendele koolitusi, hüvitisi ja korraldama kollektiivseid üritusi. Jooniselt 15 nähtub, et sellega, et ettevõtted peavad suhtuma oma töötajatesse austavalt, olid pigem või täiesti nõus 98% (135) vastajatest. 1% (1) ei osanud kindlat vastust anda ja 1% (2) ei olnud väitega nõus. Koolitusi pidasid tähtsaks 94% (130) vastajatest, ei osanud arvamust anda 4% (5) ning ei olnud pigem või üldse nõus 2% (3) vastajatest. Eelmisest väitest natuke vähem vastajaid ehk 90% (124) pidasid õigeks ettevõtte poolt hüvitiste pakkumise töötajatele, 8% (11) ei osanud vastata ja 2% (3) ei olnud pigem või üldse nõus. Ettevõtte kohustust kollektiivsete ürituste korraldamises pooldasid vastajad vähem. 71% (98) olid pigem või täiesti nõus, 20% (28) ei osanud vastata ning 9% (12) ei olnud pigem või üldse nõus.



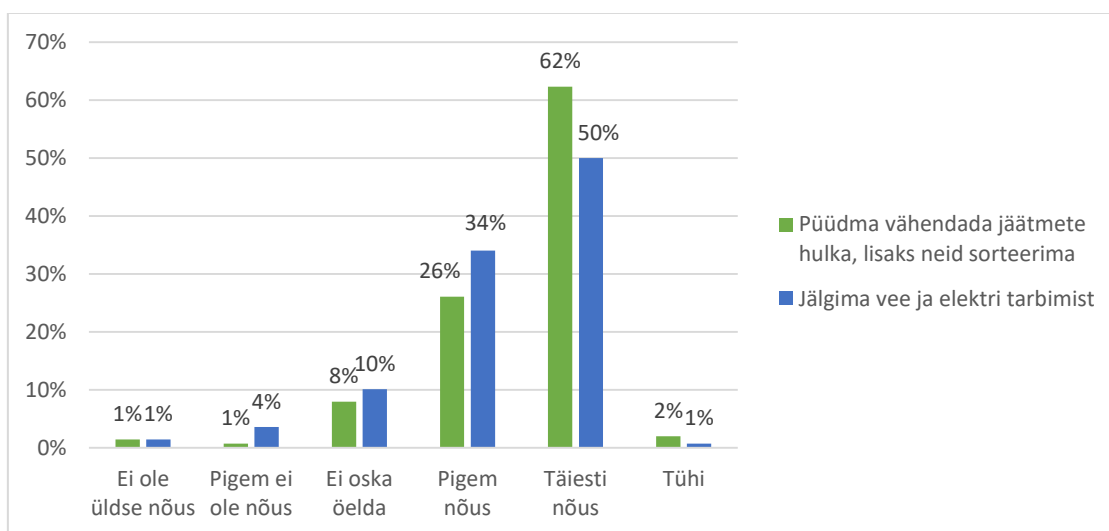
Joonis 15. Kuidas peavad toitlustusettevõtted suhtuma töötajatesse
Allikas: autori koostatud uuringu tulemuste alusel (lisa 5)

Järgmised kolm väidet on seotud ettevõtte tegutsemisega. Autor tõi välja, et toitlustusega tegelev ettevõtte peaks osalema heategevuskampaaniates, soetama toiduaineid ausa kaubanduse märgiga ja toetama kohalikke tootjaid, ostes nendelt kvaliteetset kaupa õiglase hinna eest. Vastuse osakaalud on välja toodud joonisel 16. Nendele väidetele ei julgenud vastajad sajaprotsendilist nõusolekut anda. Heategevuskampaaniates osalemisega oli täiesti või pigem nõus 70% (96) vastajatest. 25% (34) ei osanud vastata ning 5% (8) ei olnud pigem või üldse nõus. Ausa kaubanduse märgiga toiduainete ostmisega oli täiesti või pigem nõus 48% (67) vastajatest, ei osanud vastata 41% (56) ning ei olnud pigem või üldse nõus 11% (15). Kohalike tootjate toetamisega oli nõus 71% (99), ei osanud vastata 22% (29) ja ei olnud pigem või üldse nõus 7% (10) vastajatest.



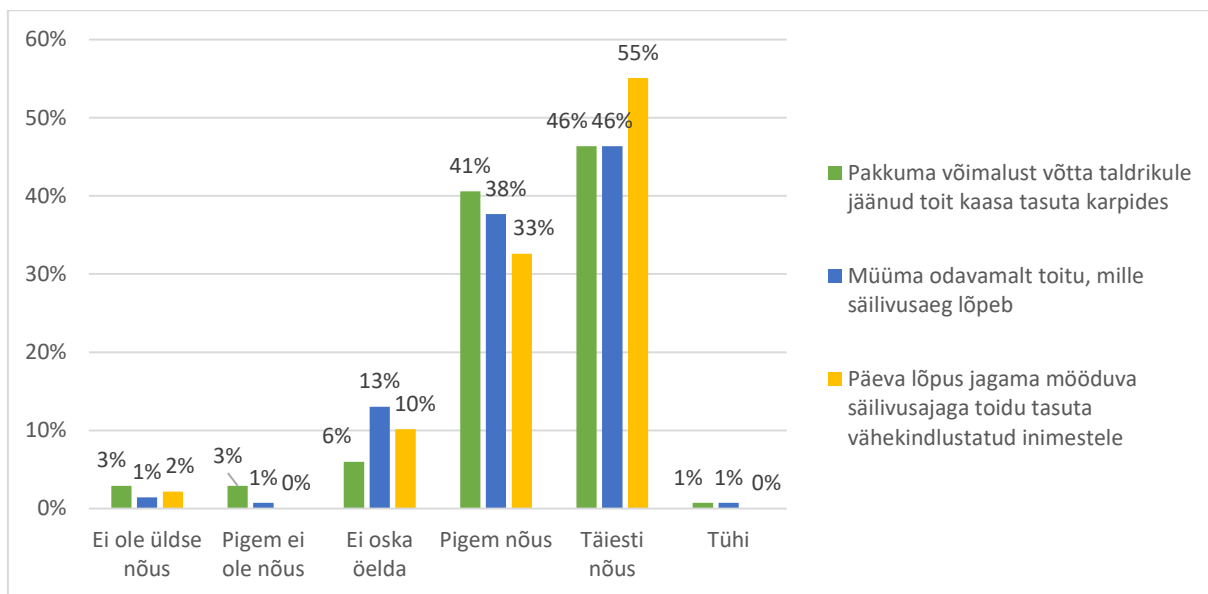
Joonis 16. Heategevuskampaaniad, ausa kaubanduse märk, kohalike tootjate toetamine
Allikas: autori koostatud uuringu tulemuste alusel (lisa 5)

Autor tõi välja kaks väidet, mis puudutavad toitlustusega tegeleva ettevõtte suhtumist keskkonda. Nimelt peab ettevõtte vähendama jäätmete hulka ning lisaks neid sorteerima ja jälgima vee- ning elektritarbimist. Joonisel 17 on näha, et esimese väitega olid pigem või täiesti nõus 88% (122) vastajatest, 10% (13) ei osanud vastata ja 2% (3) ei olnud pigem või üldse nõus. Järgmise väitega oli nõus veidi vähem vastajaid ehk 84% (116). 11% (15) ei osanud vastata ja 5% (7) ei olnud pigem või üldse nõus.



Joonis 17. Toitlustusettevõtte suhtumine keskkonda
Allikas: autori koostatud uuringu tulemuste alusel (lisa 5)

Viimased kolm väidet olid seotud toiduga. Autor uuris, kas vastajad on nõus sellega, et toitlustusega tegelev ettevõtte pakuks võimaluse võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides, müüks odavamalt toitu, mille säilivusaeg lõpeb ning päeva lõpus jagaks mööduva säilivusajaga toidu tasuta vähekindlustatud inimestele.



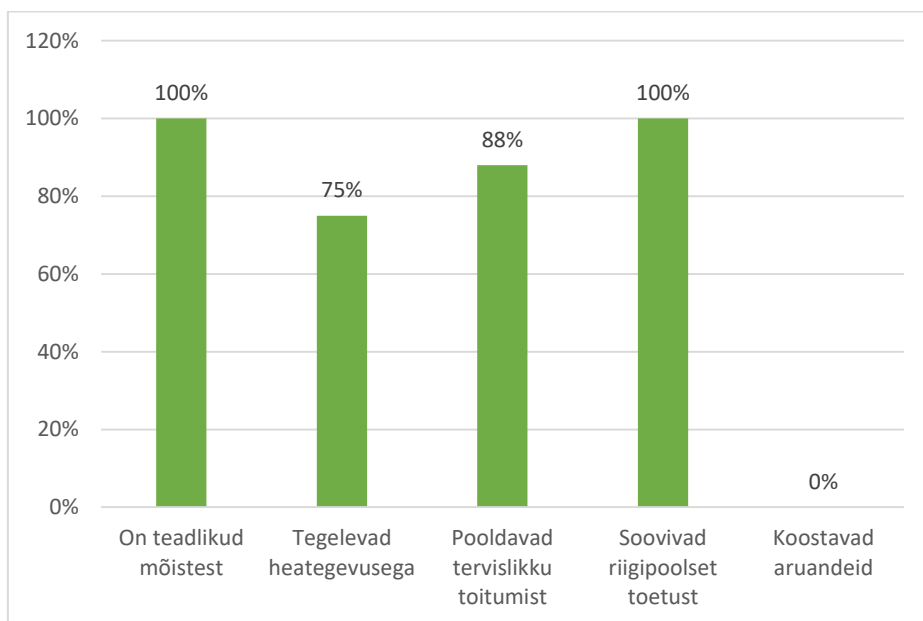
Joonis 18. Toitlustusettevõtte suhtumine järgi jäänud toidusse
Allikas: autori koostatud uuringu tulemuste alusel (lisa 5)

Nagu võib näha jooniselt 18, oldi viimaste väidetega rohkem nõus. Esimese väite puhul olid täiesti või pigem nõus 87% (120) vastajatest, ei olnud pigem või üldse nõus 6% (8) ja ei osanud vastata 7% (10). Veidi vähem ehk 84% (116) vastajatest olid täiesti või pigem nõus ettevõtte poolt toidu, mille säilivusaeg lõpeb, odavamalt müümisega. Ei olnud pigem või üldse nõus kõigest 2% (3) ja ei osanud kindlat vastust anda 14% (19) vastajatest. Viimase väitega oldi täiesti või pigem nõus umbes sama palju vastajaid kui eelnevatega ehk 88% (121). Ei osanud vastata 10% (14) vastajatest ning ei olnud pigem või üldse nõus 2% (3).

2.3. Uuringu tulemuste analüüs (ettevõtete juhatajad)

Järgmisena asus autor analüüsima intervjuusid. Mitmed mõtted kordusid, seega otsustas autor tuua töös välja koondtulemused teemaplokkide kaupa.

Enne esimest küsimust selgitati vastajatele kohe, mis on ettevõtte ühiskondlik vastutus. Need, kes said küsimustikku paberil, said teemaga rohkem tutvuda, minnes üle autori poolt välja pakutud internetileheküljele. Esiteks tahtis autor teada, kas vastajad on CSRist varem kuulnud. Selgus, et kõik vastajad on sellest väga hästi teadlikud ja suurem osa neid pooldab sellist käitumist (joonis 19).



Joonis 19. Toitlustusettevõtete tegevused seoses CSRiga
Allikas: autori koostatud intervjuu tulemuste alusel (lisad 6 kuni 21)

Järgmiseks teemaplokiks oli heategevuskampaaniad. Et vastajaid veidi suunata, esitas autor täpsustavaid küsimusi:

- Kas olete heategevuskampaaniates osalenud?
- Kui mitte, siis kas sooviksite?
- Kui tihti oleks võimalus osaleda?
- Kas olete saanud kutseid osalemiseks?

Joonisel 19 on samuti näha, et 75% (12) vastajatest osalevad mingil moel heategevuses, 9 nendest tegelevad sellega regulaarselt. 25% (4) vastajast üks ei ole viimasel aastal osalenud, aga sooviks, kaks vastajat ei ole osalenud, aga teatud tingimustel oleksid nõus ja viimane on saanud kutseid, aga võimalust osaleda ei olnud.

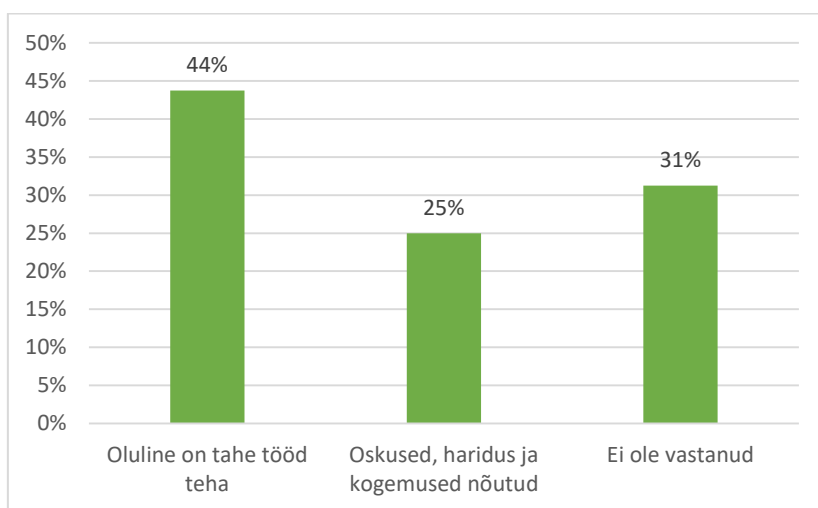
Näiteks ettevõttes C jagatakse toitu abivajajatele. Ettevõtte C juhataja on arvamusel, et sellega võiksid tegeleda kõik kohvikud ja abiks oleks vabatahtlik, kes oleks nõus toidujääke abivajajateni

transportima. Juhataja ettevõttes I mainis, et nende ettevõtte osaleb heategevuskampaaniates pidevalt. Näiteks korraldavad nad ise üritusi vabatahtlike tunnustamiseks. Ettevõtte L panustab heategevusse palju oma aega. Ettevõtte L juhataja arvab, et ainult rahalised toetused ei anna õiget tulemust.

Järgmisena soovis autor teada, kuidas toitlustusettevõttes suhtutakse töötajatesse. Suunavateks küsimusteks oli:

- Kas on kindlad nõudmised, mille järgi töötaja valitakse (haridus, sugu jne)?
- Kas pakutakse töötajatele hüvitisi?
- Kas pakutakse firma arvel koolitusi?
- Kas viiakse läbikollektiivseid üritusi?
- Kas toetakse kaasava juhtimise põhimõtteid?

Joonisel 20 on näha, et töötajate valimisel 44% (7) vastajatest peavad tähtsaks tahet tööd teha, 25% (4) nõuavad oskusi, kogemusi ja vastavat haridust ning 31% (5) ei ole otseselt vastust andnud. Hüvitisi pakutakse peaaegu kõikides küsitletud ettevõtetes, mõnes seaduse alusel, mõnes rohkem ettevõtte soovil. Kõigis 16 ettevõttes pakutakse töötajatele koolitusi vastavalt vajadusele ning korraldatakse kollektiivseid üritusi. Ka toetakse töötajaid, kes panustavad ettevõtte juhtimisse.



Joonis 20. Nõudmised töötajatele

Allikas: autori koostatud intervjuu tulemuste alusel (lisad 6 kuni 21)

Mitmed juhatajad on maininud, et oskused on vajalikud, aga tähtsam on tahe tööd teha. Näiteks ettevõttes P ja M pööratakse tähelepanu sellele, kuidas inimene töötab. Ettevõtte K juhataja mainis, et nende jaoks on tähtis inimese enda soov oskusi omandada. Kuid ettevõttes J oldi arvamusel, et

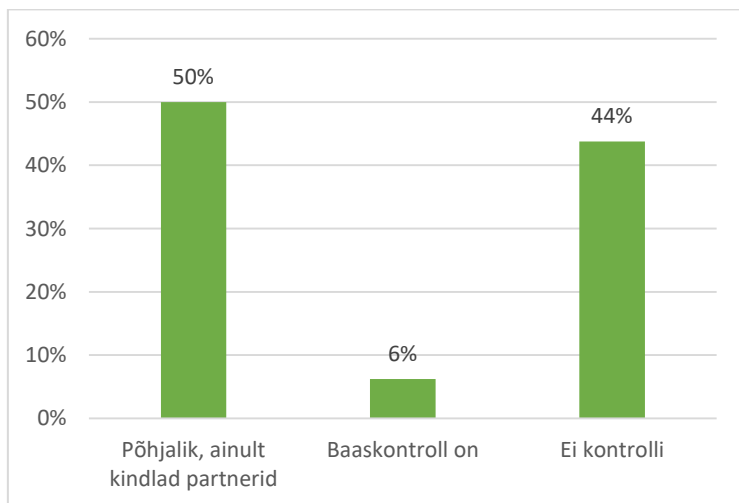
oskused on väga tähtsad. Ettevõttes D valitakse töötajaid kindlate nõudmiste järgi, milleks on haridus ja eelnev töökogemus.

Ettevõtte A juhataja tõi esile, et huvi välja näitavatel töötajatel on võimalik osaleda juhtimisalastes otsustes või teha ettepanekuid töö parendusteks. Koolitused toimuvad ettevõttes A 2-3 korda aastas. Ettevõttes G toetatakse kaasava juhtimise põhimõtteid. Ettevõtte G juhataja mainis, et kuna ettevõttel ei ole veel palju töötajaid, võetakse juhtimist puudutavaid otsuseid koos vastu.

Järgmine teemaplokk on tervislikust toitumisest. Suunavad küsimused:

- Kui tähtsaks peetakse, et inimesed toituksid tervislikult?
- Kas kontrollitakse tarnijate tausta (kust on pärit toiduained, kas on tervislikud jne)?

Eelpool oleval joonisel 19 on näha, et 88% (14) vastajatest kinnitavad, et nendele on oluline pakkuda klientidele tervislikku toitu. 12% (2) vastajatest lähtuvad inimeste isiklikest soovidest. Tarnijate põhjaliku kontrolliga tegeleb 50% (8) vastajatest nagu võib näha jooniselt 21. 6% (1) vastajatest uurib natukene tarnijate taustainfot. 44% (7) vastajatest ei kontrolli oma tarnijaid, kuna selle jaoks ei ole piisavalt aega.



Joonis 21. Tarnijate kontroll

Allikas: autori koostatud intervjuu tulemuste alusel (lisad 6 kuni 21)

Näiteks mainis ettevõtte O juhataja, et nende jaoks on tarnijate kontroll väga tähtis. Nad ostavad toiduaineid ainult sertifitseeritud ja kõrgelt hinnatud tarnijatelt. Ettevõttes N on kasutusel eraldi põllumaad, kus kõik on vastavuses Veterinaar- ja Toiduameti nõuetele. Ettevõttes J lähtutakse sellest, mida soovivad kliendid. Nende menüü toiduvalikus nii tervislikku kui ka vähem

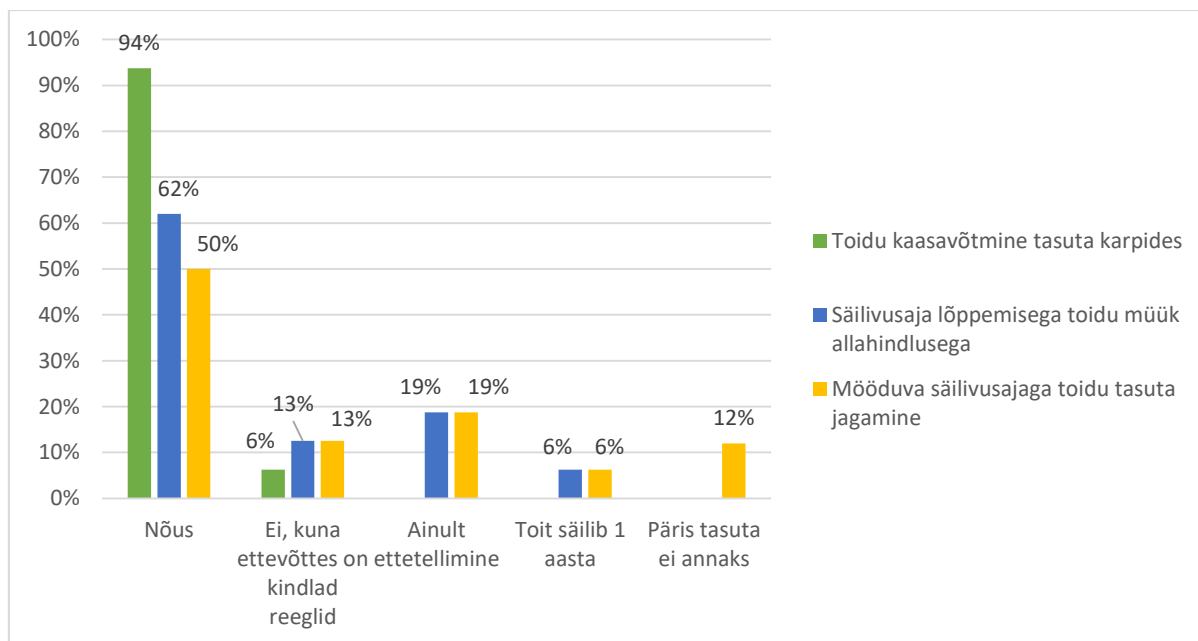
tervislikku. Ettevõttes H peetakse tervislikku toitu tähtsaks, aga tarnijate kontrolliga ei tegeleta, kuna ettevõtte on väike.

Järgmisena tõi autor juhatajatele välja kolm väidet, mida esitas ka internetiküsimustikus ja tõi vastused välja joonisele 22:

„Kas oleksite nõus:

- pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides?
- müüma odavamalt toitu, mille säilivusaeg lõpeb?
- päeva lõpus jagama mööduva säilivusajaga toidu tasuta vähekindlustatud inimestele?“

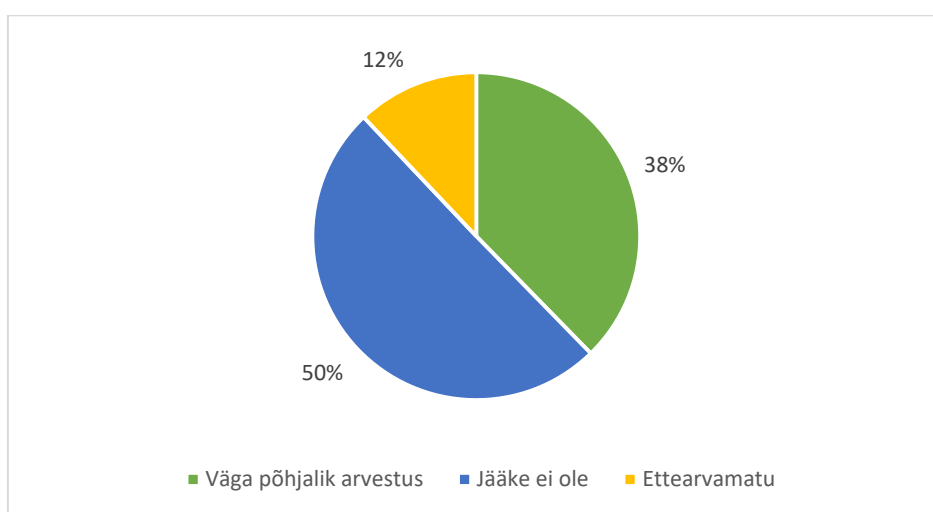
Analüüsi käigus selgus, et 94% (15) vastajatest on nõus pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides. 6% (1) vastajatest mainis, et ei ole nõus selle eest vastutama, kuna neid reegleid määratakse ettevõtte omanikude poolt. Toitu, mille säilivusaeg lõppeb, on nõus odavamalt müüma 62% (10) vastajatest. 19% (3) mainisid, et toit valmistatakse ainult ettetellimusega, 13% (2) vastasid, et neid reegleid määravad omanikud ja 6% (1) säilib toit kuni 1 aasta ja enne seda jõutakse kõik ära müüa. Lõppeva säilivusajaga toidu tasuta jagamisega vähekindlustatud inimestele oli nõus 50% (8) vastajatest. 25% osad (2) vastasid, et päris tasuta toitu jagada ei soovi ning teine osa (2) mainisid, et see ei ole nende vastutusala. 25% (4) vastajatest müüvad kauba enne kui lõpeb säilivustähtaeg ära.



Joonis 22. Toitlustusettevõtte juhatajate suhtumine järgi jäänud toidusse
Allikas: autori koostatud intervjuu tulemuste alusel (lisad 6 kuni 21)

Mitmes ettevõttes, nagu näiteks ettevõttes A, G, I jm, oldi nõus pakkuma tasuta karpe, müüma odavamalt toitu, mille säilivusaeg lõpeb ning päeva lõpus jagama mööduva säilivusajaga toidu tasuta vähekindlustatud inimestele. Ettevõtete L, H ja P juhatajad mainisid, et neil valmib toit ainult ettetellimisel. Ettevõttes E säilivad tooted kuni 1 aasta.

Järgmisena küsiti, kas ettevõttes peetakse arvestust selle üle, kui palju visatakse päeva lõpus toitu ära või on see ettearvamatut. Joonisel 23 on näha, et 50% (8) vastajatest kinnitas, et neil ei ole jääke, seega arvestuse pidamine ei ole vajalik. 38% (6) vastajatest peavad väga põhjalikku arvestust. 12% (2) mainisid, et nende äris on see ettearvamatut.



Joonis 23. Kas peetakse arvestust päevas vajaliku toidu koguse üle
Allikas: autori koostatud intervjuu tulemuste alusel (lisad 6 kuni 21)

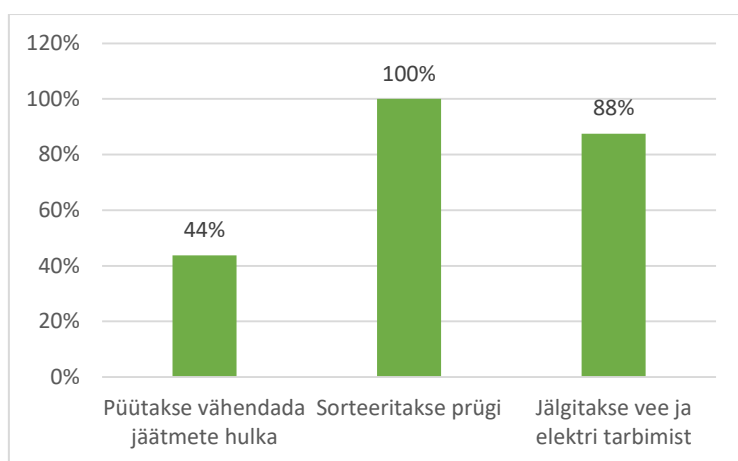
Ettevõtte B juhataja selgitas, et neil on igapäevased prognoosid selle kohta, kui palju on vaja toitu valmistada. Info müügi kohta on kassasüsteemis, seega prognoositakse toidukoguseid täpselt. Ettevõttes D läheb lõppenud realiseerimisajaga toit mahakandmisele. Selle kohta on igakuiselt koostatud mahakandmisakt, mis on edastatud raamatupidamisele. Ettevõtte N jaoks on koostatud eraldi arvutiprogramm, mis arvutab kuude alusel iga kindla päeva jaoks õige koguse tooteid ja vajadusel on võimalik kogust käsitsi korrigeerida. Ettevõtetes F ja G valmistatakse toit kindla kalkultatsiooni järgi, seega ei ole vajadust toitu ära visata.

Järgmine teemaplokk puudutab keskkonda. Küsimused on samad, mis olid internetiküsimustikus väidete all ja vastused on toodud eraldi joonisel 24:

- Kas püütakse vähendada jäätmete hulka?

- Kas prügi sorteeritakse?
- Kas jälgitakse vee- ja elektritarbimist?

Analüüsi tulemused näitasid, et kõik vastajatest 100%, (16) tegelevad prügi sorteerimisega. 88% (14) vastajatest järgivad mõistlikes piires vee- ja elektritarbimist. 44% (7) vastajatest püüavad vähendada jäätmete hulka.



Joonis 24. Kas peetakse arvestust päevas vajaliku toidu koguse üle
Allikas: autori koostatud intervjuu tulemuste alusel (lisad 6 kuni 21)

Mitmete ettevõtete juhatajad (P, M, L jm) mainisid, et sooviksid rohkem võimalusi prügi sorteerimiseks. Takistuseks on vastavate prügikonteinerite puudus. Aga näiteks ettevõttes N on olemas mitmed juhendid, kus selgitatakse, kuidas sorteerida prügi, säästa elektrit ja vett.

Autor soovis teada, kas vastajate arvates võiks riik toetada ühiskondlikult vastutustundlikuid ettevõtteid. Kõik vastajad märkisid, et riigiabi oleks väga kasulik (joonis 19). Näiteks mainis ettevõtte B juhataja, et riigipoolse toetuse tunnetus väike ja keskmistele ettevõtetele on olematu. Ettevõtte B juhataja pooldab reforme - alustavad ettevõtted ja toimivad ettevõtted võiksid saada tunduvalt rohkem tuge. Ta on kindel, et mida enam riik toetab ettevõtlust ja ettevõtlikke inimesi, seda enam tekib töökohti ja täitub riigikassa. Ettevõtte O juhataja arvab, et riik peab üle vaatama seadusi, et ettevõttel oleks lihtsam panustada CSRi. Samal arvamusel on ka ettevõtte N juhataja. Tema arvates ei pea CSRiga tegelev ettevõtte maksma erisoodustusmaksu.

Viimaseks soovis autor teada, kuidas ettevõtte juhid suhtuvad CSR aruannete koostamisse ja kas nad on sellega varem tegelema. Analüüsi käigus selgus, et mitte keegi vastajatest (100%, 16) ei

ole CSR aruandeid koostanud. Andmed on toodud välja ka eelpool oleval joonisel 19. Peamisteks põhjusteks toodi välja:

- Puuduvad kogemused;
- Puudub aeg aruannete koostamiseks.

Ettevõtete A, B, C ja J juhatajad vastasid, et neil puudub vaba aeg CSR aruannete koostamiseks. Juhataja ettevõttest H mainis, et kui riik nõuaks aruannete koostamist, siis oleks ta kohustatud neid tegema. Ettevõtete E ja F juhatajad on arvamusel, et CSR aruannete koostamine on liigne bürokraatia. Ettevõtte I juhataja tunnistas, et ei tea, kuidas aruandeid koostada, aga mainis, et koostaja peaks olema ettevõttesisene töötaja. CSR aruannete koostamiseks puuduvad vastavad teadmised ka ettevõtete K, L, M ja O juhatajatel. Ettevõtte N juhataja on arvamusel, et riik võiks olla CSR aruannete koostamisel ettevõtjatele abiks.

Peale ametliku intervjuud tutvustas autor juhatajatele lühidalt internetiküsimustiku tulemusi. Juhatajad olid rahul, et vastavad oma klientide ootustele, kuid soovisid ka klientidelt mõistvat suhtumist. Näiteks mainis ettevõtte E juhataja intervjuus, et CSR tooted ja teenused on teatud põhjustel kallimad, mille tõttu tarbijad ei soovi neid osta, kuna nad eelistavad odavamat hinda.

Üldiselt on pea aegu kõigil vastajatel soov tegeleda ühiskondliku vastutusega edasi vastavalt oma võimalustele.

2.4. Tulemuste järeldused ja soovitused

Magistritöö 2.2 ja 2.3 alampeatükkides esitas autor uuringu tulemusi ning analüüsis internetiküsimustiku ja intervjuude vastuseid. Uuringu tulemustel selgus, et CSRist on teadlikud 54% küsitletud klientidest ning 100% intervjuueeritud juhatajatest.

80% küsitletud klientidest pidasid tähtsaks, et tootlustusega tegelevad ettevõtted oleksid ühiskondlikult vastutustundlikud ja 96% oli oluline, et ettevõtte ei oleks huvitatud ainult kasumi teenimisest, vaid ka ühiskondliku heaolu tõstmisest. See viitab sellele, et klient soovib saada ühiskondlikult vastutustundliku käitumise kohta kinnitust. Infot vastutustundlikust käitumisest saab klient leida CSR või muust taolisest aruandest. Autor peab tähtsaks probleemiks seda, et

100% küsitletud juhatajatest ei tegele CSRI teemal aruannete koostamisega, vaatamata sellele, et käituvad vastutustundlikult.

Teiseks probleemiks on autori arvates see, et kuigi 51% klientidest vastasid, et ühiskondliku vastutusega peavad tegelema nii riik, ettevõtte juhid kui ka kõik inimesed eraldi, avastas autor, et 20% nendest ei olnud ise nõus toidu eest juurde maksma, et toetada ettevõtte poolt algatatud heategevuskampaaniat. Teemakohane kirjandus rõhutab, et CSR toimib siis, kui kaasatud on ka ühiskond (ptk 1.2). Ühiskond, sealhulgas toitlustusettevõtete kliendid, peavad aitama kaasa CSRI levikule, andes sellesse oma panuse.

Probleem võib olla selles, et küsitletud kliendid ei ole kindlad, et kas ettevõtted, kes nimetavad end ühiskondlikult vastutustundlikuteks, käituvadki vastavalt. 40% küsitletavatest ei osanud kindlat vastust anda ning 32% arvasid, et ettevõtted teevad seda ainult reklaami nimel. Autori arvates võiks sellele kindlustunde anda CSR teemaline auditeeritud aruanne, kus oleks täpselt kirjas, millega on ettevõtte päriselt tegelenud.

Autor uuris klientide eelistusi, mida toitlustusega tegelev ettevõtte võib teha või mis on talle keelatud ning võrreldes neid toitlustusettevõtete juhatajate vastustega ja tegi järelduse, et klientide soovid on suurel määral rahuldatud. Et kliendid saaksid olla selles kindlad, tuleks jällegi kasuks CSR teemaline aruanne.

Intervjuude vastustest tulenes, et peaaegu kõik uuringus osalenud toitlustusega tegelevad ettevõtted osalevad heategevuskampaaniates, mõni vähem ja mõni pidevalt. Kõik, kellel on töötajad, peavad tähtsaks nende heaolu, kuna mida rohkem hoolitakse oma töötajatest, seda kindlam on nende panus ettevõttesse. Peetakse tähtsaks ka klientide tervist. Selleks üritatakse pakkuda rohkem tervislikumat toitu ning tellida toorained ainult kindlatelt partneritelt. Vajadusel on ettevõtjad nõus lõppenud säilivusajaga toitu jagama tasuta vähekindlustatud inimestele. Ollakse vastutustundlikud ümbritseva keskkonna suhtes. Kõige sellega tegeletakse, aga infot selle tõestamiseks leida on keeruline, kuna need ettevõtted ei koosta CSR aruandeid.

Positiivne on see, et kõik küsitletud juhatajad olid CSRIst kuulnud ja suurem osa nendest teadsid täpselt, mida see tähendab. Vaatamata sellele ei tegeleta nendes ettevõtetes CSR aruannete koostamisega. Autor eeldab, et teadlikkus CSRIst on tingitud tegutsemisvaldkonnast. Autori arvates peab toitlustusega tegelev ettevõtte olema ühiskondlikult vastutustundlik.

Peamisteks põhjusteks, miks ei tegele küsitletud ettevõtete juhatajad CSR aruannete koostamisega, on kogemuste, vastavate eestikeelsete juhendite ja aja puudumine. Ei ole ka piisavalt rahalisi vahendeid, et CSR aruannete koostamist teenusena sisse osta. Veel üheks tähtsaks põhjuseks on see, et CSR aruannete koostamine ei ole kohustuslik. Juhatajate arvamusel on tähtsam olla ühiskondlikult vastutustundlik ja tegutseda vastavalt, mitte kirjutada selle kohta aruandeid, et läbi nende anda kellelegi kindlustunne. Antud osas nõustub autor juhatajate seisukohaga. Samuti on autor nõus sellega, et Eestis võiks olla tasuta selge juhend, kuidas CSR aruandeid koostada. Praegu on aruannete koostamise teenused tasulised ja mitmed ettevõtjad ei saa või soovi seda endale lubada. Autori hinnangul ei peaks praegu veel CSR aruannete koostamine ja esitamine olema Eestis kohustuslik.

Et ettevõtted pööraksid rohkem tähelepanu CSRi teemadele ja aruannetele, tuleks kasuks riigipoolne tugi. Küsitletud juhatajad väitsid, et oleksid motiveeritud rohkem tegutsema ja aruandeid koostama siis kui riik tunnustaks seda. Näiteks toimuks eelmise ja käesoleva aasta tulemuste võrdlemine ning parima tulemusega ettevõtte saaks tunnustusmärgi. Samuti võiks juhatajate arvamusel tegeleda riik klientide harimisega, sest vastutustundliku ettevõtte teenused ja tooted on keskmisest kallimad ja võimalikult laial tarbijaskonnal peab olema motivatsioon neid tarbida. Autor on täiesti nõus sellega, et riik võiks rohkem toetada CSRiga tegelevaid ettevõtteid, kuid mitte ilmingimata rahaliselt. Osaliselt on autor nõus, et riik peaks harima kliente. Riik peab olema eeskujuks nii ettevõtetele kui ka klientidele. Klientide harimist antul teemal ei pea autor riigi kohustuseks, vaid arvab, et CSRi arendamisega Eestis võiksid tegeleda rahvaalgatuse organisatsioonid. Üheks selliseks ühinguks on MTÜ Vastutustundliku Ettevõtluse Foorum.

Tabelis 2 on toodud autori koostatud lihtsustatud CSR aruande koostamise juhend Eestis tegutsevatele tootlustusettevõtetele. Autor tutvustas juhendi neljale intervjuus osalenud juhatajale. Esimene juhataja vastas, et kõik näeb välja loogiline ja täiendavaid küsimusi tutvumisel ei tekkinud. Kaks juhatajat nõustusid, et kõik punktid on esitatud arusaadavalt ja ei ole pikaks venitatud. Antud juhend oleks abiks CSR aruande koostamisel. Kui on olemas selline plaan, siis aruande koostamiseks läheb vähem aega. Neljas juhataja vastas, et on hea, kui on olemas juhend CSR aruande koostamiseks. Kuid aruande koostamisele kulub ikkagi palju aega ning selletõttu, vaatama juhendile, ei soovi juhendaja CSR aruannetega ise tegeleda.

Tabel 2. CSR aruande koostamise juhend

Sammud	Millest võib kirjutada
I samm - Alustamine	
Määrata aruande sisu ulatus ja aruande välimus	Millist infot edastate huvigruppidele? Lähtuge organisatsiooni eesmärgist ja huvigruppide ootustest. Märkige oluline ja usaldusväärne info. Tagage aruande läbipaistvus. Mõelge, kui tihti aruandeid esitate (1 kord aastas, iga kahe aasta järel jne) Mõelge aruande kujunduse peale.
II samm – Andmed ettevõtte kohta	
1. Ettevõtte lühitutvustus	Ettevõtte juhatuse avaldus jätkusuutlikkuse olulisusest. Jätkusuutlikkuse eesmärk. Strateegia, missioon ja visioon. Millised on Teie kohustused ühiskonna ees? Ettevõtte eesmärgid. Millised on Teie organisatsiooni mõjud jätkusuutlikkusele? Millised on jätkusuutlikkusest tulenevad riskid ja võimalused? Millised on Teie peamised tooted/teenused?
2. Aasta tähtsamad sündmused	Millega olete aruandeperioodil tegelenud? Heategevuskampaaniad, annetused, toetused, muud üritused. Kas olete saanud tunnustusmärke? Milliseid? Võib koostada ajajoone.
3. Majandustulemused	Kuidas panustate riigi majandussüsteemi? Kajastage tähtsamad majandustulemused – tulud, tegevuskulud, töötasud, maksud, annetused ja toetused jms.
4. Tootevastutus	Klientide tervis. Klientide andmekaitse. Kas avaldate info toidu koostisosadest? Tarnijad – kas on taustakontrollid? Kas on Veterinaar- ja Toiduameti nõuded täidetud?
5. Huvigrupid	Kes need on - töötajad, kliendid, tarnijad, partnerid, kodanikuühiskond, sponsorid jne? Mida väärtustate? Kuidas neid kaitsete? Koostöö? Mida neile pakute - tööhutus, koolitused, hüvitised, töötajate võrdne kohtlemine, keda toetate?
6. Keskkond	Kuidas Teie tegevus mõjutab keskkonda? Toiduained – kust sisse tuuakse? Kas on ökoloogiliselt puhas? Vesi – kui mõõdukas on vee tarbimine? Elekter – kui mõõdukas on elektri tarbimine? Milliseid töömasinaid kasutate? Jäätmed – kui palju jäätmeid tekib? Kas jäätmeid sorteeritakse?
II samm - Lõpetamine	
Korrektne aruanne	Vaadata üle, kas aruanne on selgelt mõistetav kõigile, sisaldab ainult õigeid andmeid, on usaldusväärne. Võimalusel kasutada välist kontrolli.

Allikas: autori koostatud juhend

Uuringu tulemustele toetudes toob autor välja kaks peamist probleemi. Esiteks on kliendid kursis CSRi terminiga ja enamus nõuab vastutustundliku käitumist toitlustusega tegelevatelt ettevõtetelt, kuid paljud kliendid ei ole ise valmis sellesse samavõrdselt panustama. Ja teiseks probleemiks on see, et toitlustusega tegelevad ettevõtjad on ühiskondlikult vastutuslikud, aga ei kajasta oma tulemusi, seega on raske hinnata selle mõju ettevõttele, ühiskonnale, avalikkusele ja keskkonnale. Esimene probleem laheneb autori arvates ajaga. Ühiskondlikult vastutustundlikku käitumist peetakse iga aastaga aina rohkem tähtsamaks. Sagedasemad kajastused meedias võivad tulevikus innustada inimesi rohkem sellesse panustama. Lähtudes intervjuu käigus saadud vastustest, pakub autor teise probleemi lahendamiseks järgmiseid võimalusi:

- Ettevõtjate teadlikkuse suurendamine CSR aruannete koostamise teemal pakkudes neile tasuta koolitusi riigi arvelt;
- Eestikeelsete vabas kasutuses olevate aruannete koostamise juhendite arendamine;
- Alustava CSR ettevõtte suunamine ja abistamine;
- Riigipoolne tugi ja tunnustamine CSRiga tegelevatele ettevõtetele.

Autori poolt pakutud lahenduste rakendamisel on suur tõenäosus, et CSRi suunad levivad Eestis ning ettevõtete juhatajad on pädevamad ja motiveeritud aruandeid koostama. Viimase 70 aasta jooksul on maailm rohkem arusaanud CSRi vajalikkusest ning on lootust, et huvi selle vastu tõuseb veelgi. Autor on kindel, et CSRil on head arenguvõimalused. Selle edukaks arenguks on vajalik koostöö riigi, ühiskonna ja ettevõtjate vahel. Asjaolu, et toitlustusettevõtete juhatajad on valmis vaatamata raskustele CSRi suunas tööd edasi tegema ja vajadusel ka aruandluse selgeks õppima, võib pidada positiivseks.

KOKKUVÕTE

Magistritöö eesmärk on teha kindlaks klientide huvi CSRi vastu toitlustusettevõtetes ja toitlustusega tegelevate ettevõtete juhatajate valmidust tegeleda CSRiga, antud teemal materjale koguda ja aruandeid koostada.

Magistritöö esimene peatükk koosneb neljast osast. Esimeses osas kirjeldab autor CSRi arengut maailmas läbi aegade. Esimesed tähtsamad arengusammud said alguse peaaegu 70 aastat tagasi ning CSRi areng kestab tänapäevani. CSRi tuleviku osas ei ole teadlased kindlad. Eeldatakse, et tulevikus CSRi areneb veelgi või vastupidiselt arvatakse, et tulevikus on CSRi mõju ettevõtete tegevusele väike. Teises osas toob autor välja teadlaste erinevaid CSRi tõlgendusi, millest selgub, et ühtset definitsiooni ei ole, aga arusaam CSRist on kõigil enamvähem sama. Kolmandas osas kirjeldab autor peamisi CSR aruannete koostamise jaoks loodud standardeid, milleks on ISO 26000, GRI, AA1000 ja SA8000. Viimases osas toob autor välja mõned näited CSRiga tegelevatest toitlustusettevõtetest maailmas. Mitmetes maailma riikides on CSRi praktika erinev, kuna ettevõtjad on kohustatud järgima riigipoolseid seadusi ja norme, mis mõnikord on vastuolus CSRi olemusega.

Töö teine peatükk jaguneb neljaks osaks. Esimeses osas tutvustab autor uuringu metoodikat. Esiteks viis autor läbi internetiküsitluse perioodil 05. märts kuni 19. märts 2018. Vastuseid tuli kokku 138. Teiseks intervjueris autor toitlustusega tegelevate ettevõtete juhatajaid. Kokku oli ühendust saadud 29 juhatajaga, kellest 8 olid nõus andma intervjuud ja 21 eelistasid saada intervjuu teemad paberil. 21 saadetud küsitlusest sai autor tagasi 8 vastust. Kokku sai autor 16 juhataja vastused. Teises ja kolmandas osas analüüsib autor uuringute tulemusi ja esitab need joonistel. Neljandas osas toob autor välja uuringu tulemused ning omapoolsed järeldused ja soovitusel ilmunud probleemide lahendamisele. Internetiküsitlusest sai autor teada, et kõik vastajad on huvitatud sellest, et toitlustusega tegelevad ettevõtted oleksid ühiskondlikult vastutustundlikud. Intervjuust juhatajatega sai autor teada, et kõik nad järgivad CSRi põhimõtteid, aga keegi nendest ei tegele CSR aruannete jaoks materjali kogumisega ega aruannete

koostamisega. Samas peatükis on toodud autori poolt koostatud lihtsustatud CSR aruande koostamise juhend Eestis tegutsevatele tootlustusettevõtetele.

Internetiküsimustiku vastuseid uurides selgus, et üle 90% vastajatest peavad tähtsaks CSR-i põhimõtete jälgimist tootlustusettevõtetes. Üle 95% vastajatest on arvamusel, et tootlustusettevõtted peavad olema huvitatud ühiskondliku heaolu tõstmisest.

Intervjuude analüüsimise käigus selgusid peamised põhjused, miks ei tegeleta intervjueritud ettevõtetes CSR aruannete koostamisega, milleks on teadmiste, vastavate eestikeelsete juhendite ja aja puudumine. Samuti ei soovinud juhatajad tekitada täiendkulusid aruannete koostamiseks, kuna CSR aruannete koostamine ei ole kohustuslik. Vaatamata nendele probleemidele olid juhatajad nõus edasi ühiskondlikku vastutusse panustama. Kõigi nende põhjustega on autor nõus ja just nende tõttu arvab, et selleks, et teha Eestis CSR aruannete esitamine kohustuslikuks, on vaja lahendada eelnevad probleemid. Selleks pakub autor välja koolitada ettevõtjaid CSR aruannete koostamise teemal riigi arvelt ja koostada eestikeelsed vabas kasutuses olevad aruannete koostamise juhendid.

Lisaks eelnevale olid intervjueritavad huvitatud riigipoolsest toest CSRiga tegelevatele ettevõtetele. Autor arvab, et riik võiks mingil määral edendada ja rõhutada Eestis ühiskondliku vastutustundliku käitumise tähtsust ning suunata ja abistada CSRiga alustavaid ettevõtteid. Riik võiks tunnistada ühiskondlikult vastutustundlikuid ettevõtteid näiteks meedias kajastamisega või aasta parima CSR ettevõtete premeerimisega. Juhatajad soovisid CSRiga tegelevatele ettevõtetele maksusoodustuste kehtestamist. Mõni vastajast oli kindel, et riik peaks harima tarbijaid CSR-i teemal. Tarbijate harimist peab autor ainult osaliselt riigi ülesandeks, kuid riik võiks olla oma käitumisega eeskujuks nii ettevõtetele kui ka ühiskonnale.

Kuna tootlustusega tegelevate ettevõtete kliendid peavad CSR-i põhimõtete jälgimist väga tähtsaks, peavad need ettevõtted käituma vastavalt. Mida rohkem on CSRiga tegelevaid ettevõtteid, seda parem maine on riigil. Seega võiks riik anda oma panuse motiveerides ja toetades ettevõtteid, kes käituvad ühiskondlikult vastutustundlikult. Asjaolu, et töö koostamise käigus küsitatud ettevõtete juhatajad on nõus CSRiga edasi jätkata, võib pidada positiivseks. Autor eeldab, et tulevikus CSR-i põhimõtete järgimine muutub vajalikumaks, inimeste teadlikkus sellest tõuseb ja valitsus pakub rohkem abi CSRiga tegelevatele ettevõtetele.

SUMMARY

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND REPORTING (USING TALLINN RESTAURANTS AS AN EXAMPLE)

Ksenia Gutnitšenko

The CSR practice has been integrated into everyday business activity for almost 70 years. Under the influence of society, a growing number of companies participate in CSR more actively, therefore, they are also expected to provide reports on their CSR actions. In experts' opinion the implementation of CSR also has a positive effect on financial indicators. In spite of the fact that nowadays CSR concept is well developed there are no specific requirements to the report-providing itself. Limited number of companies in Estonia prepare reports of such kind. As long as public catering facilities are directly related with society, public health, and environment it would make sense to prepare CSR reports and thereby set a positive example to other companies.

The aim of the present thesis is to explore customer awareness about CSR concept, its importance for public catering enterprises, and to present the results of this research to the management of public catering enterprises. To achieve the goal, the author conducted a survey among customers and had interviewed public top managers of catering enterprises.

Thesis consists of two chapters. The first chapter contains theory of the subject matter and is divided into four segments. In the first segment thesis the author describes development of CSR. In the second segment the author represents different definitions of CSR provided by credentialed experts in this field outlining various standards of preparing CSR reports. These standards are described in detail in the third segment of this paper. The final segment gives an overview of CSR practice in selected public catering facilities.

The second chapter of the paper also comprises four parts. In the first part the author gives an overview of methodology of the research. In the second part the results of the survey are analysed

and presented. In the third part the author analyses results of interview with the top management of public catering enterprises. In the last part the author summarizes the results of the research, draws conclusions and gives recommendations. Also, the author presents a brief guidance of preparing CSR reports for Estonian public catering enterprises, which was created by author herself.

The results indicate that customers highly appreciate companies that perform CSR activities and regard CSR an important criterion for public catering facilities. The interviews with top managers revealed that they do consider CSR important for companies, but do not find it necessary to make reports. The main reasons of non-preparing the reports turned out to be lack of experience and appropriate guidance in Estonian, lack of time and in the lack of money to hire an extra specialist in this field. To address these concerns the author offers using a system of partial financing by government as a support for companies to organize workshops and trainings on CSR reporting for both employees and top managers, or to provide additional training for accountants to be competent in CSR reporting.

As customers consider important for the companies to perform CSR activities, in the near future companies will be forced to make it a matter of high attention. The more CSR-oriented enterprises are based in the country, the more positively impact it has on the country image in general. The government could motivate and support companies in order to create more opportunities for constant growth of CSR-oriented enterprises in the country. Also, it would be helpful to raise the public awareness in this field. The fact that all interviewed managers had expressed their readiness to keep on performing CSR actions and as far as possible provide the reports on it, can be naturally estimated as a positive aspect. The author presupposes that with time it would become more and more important to follow the principles of CSR, public awareness will increase and government will provide more support to the CSR-oriented companies.

KASUTATUD ALLIKATE LOETELU

AccountAbility organisatsioon. Kättesaadav:

<http://www.accountability.org/about-us/about-accountability/>, 23.03.18

Ackerman, R.W. (1977). *How companies respond to social demands*. Boston: Little, Brown and Company.

Alpana. (2014). CSR standards and guidelines: An Analytical review. - *IOSR Journal of Economics and Finance*. Vol. 3, Issue 4.

Apprehensive millennials: seeking stability and opportunities in an uncertain world. Deloitte Millennial Survey 2017. Kättesaadav:

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-deloitte-millennial-survey-2017-executive-summary.pdf>, 05.03.18

Armstrong, J. S. (1977). Social irresponsibility in management. *Journal of Business Research*, Vol. 5.

Arthaud-Day, M.L. (2005). Transnational Corporate Social Responsibility: A Tri-Dimensional Approach to International CSR Research. - *Business Ethics Quarterly*. Vol. 15.

Bowen, H.R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. Iowa City: University of Iowa Press.

Carroll, A.B. (1979). Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. - *The Academy of Management Review*. Academy of Management. Vol. 4, No. 4.

Carroll, A.B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. – *Business & Society*. Sage Publications, Inc. Vol. 38, No. 3.

Carroll, A.B. (2008). A History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices Archie B Carroll. – *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. (Eds) A., Crane, A., McWilliams, D., Matten, J., Moon, D., Siegel. Oxford Univeristy Press, 19-46.

Committee for Economic Development (CED). (1971). *Social Responsibilities of Business Corporations*. New York: CED.

CSR Compass. Kättesaadav: <http://www.csrcompass.com/food-industry>, 20.03.18

Garriga, E., Mele, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. – *Journal of Business Ethics*. Vol. 53.

Globaalne Aruandlusalgatus. Kättesaadav:

<https://www.globalreporting.org/Information/about-gri/Pages/default.aspx>, 23.03.18

Hartmann, M. (2011). Corporate social responsibility in the food sector. - *European Review of Agricultural Economics*. Vol. 38, Issue 3.

Heald, M. (1957). Management's Responsibility to Society: The Growth of an Idea. - *Business History Review*. Vol. 31, Issue 4.

HyeWon, Y., Nan, H., SeoKi, L. (2015). Does size matter? Corporate social responsibility and firm performance in the restaurant industry. - *International Journal of Hospitality Management*. Vol. 51.

Islam, R., Tonmoy, S., Choudhury, T., Al Bashir, M. (2013) The development of Corporate Social Responsibility (CSR) and challenges of Environmental and Social Reporting in Bangladesh. – *European Journal of Business and Management*. Vol. 5, No. 3.

Johnson, H.L. (1971). *Business in Contemporary Society: Framework and Issues*. Belmont, California: Wadsworth Publishing Co., Inc.

Jones, B., Bowd, R., Tench, R. (2009). Corporate irresponsibility and corporate social responsibility: competing realities. - *Social Responsibility Journal*. Vol. 5, Issue 3.

Jones, T.M. (1980). Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined. – *California Management Review*. Springer International Publishing. Vol. 12, No. 2.

Kong, D. (2012). Does corporate social responsibility matter in the food industry? Evidence from a nature experiment in China. - *Food Policy*. Vol. 37.

Kotler, P., Lee, N. (2004). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Wiley: 1 edition.

Lydenberg, S.D. (2005). *Corporations and the Public Interest: Guiding the Invisible Hand*. Berrett-Koehler Publishers.

Majanduskoostöö ja Arengu Organisatsioon. Kättesaadav:

<http://www.oecd.org/about/>, 23.03.18

Maloni, M.J, Brown, M.E. (2015). Corporate Social Responsibility in the Supply Chain: An Application in the Food Industry. - *Journal of Business Ethics*. Vol. 68.

Marquez, A., Fombrun, C.J., (2005). Measuring Corporate Social Responsibility. - *Corporate Reputation Review*. Vol. 7, Issue 4.

Murphy, P.E. (1978). An Evolution: Corporate Social Responsiveness. - *University of Michigan Business Review*, Vol. 30.

Murphy, P.E., Schlegelmilch, B.B. (2013). Corporate social responsibility and corporate social irresponsibility: Introduction to a special topic section. - *Journal of Business Research*. Vol. 66, Issue 10.

- Nasrullah, N.M., Rahim, M.M. (2014). *CSR in Private Enterprises in Developing Countries*. Springer International Publishing.
- Nestra, C. (2017). Sotsiaalse auditi läbiviimist mõjutavad tegurid Eestis: magistritöö. Tallinna Tehnikaülikool, Tallinn.
- OECD Report. (2001). Kättesaadav: <https://www.oecd.org/ctp/harmful/2664450.pdf>, 19.03.18
- Ponomarenko, T.V., Wolnik R., Marinina O.A. (2016) Corporate Social Responsibility in coal industry (practices of Russian and European companies) - *Journal of Mining Institute*. Vol. 222.
- Piacentini, M., MacFadyen, L., Eadie, D. (2000). Corporate social responsibility in food retailing. - *International Journal of Retail & Distribution Management*. Vol. 28, Issue 11.
- Preston, L.E., Post, J.E. (1975). *Private Management and Public Policy: The Principle of Public Responsibility*. Stanford Business Classics.
- Rahvusvaheline Sotsiaalse Vastutus. Kättesaadav: <https://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.ViewPage&pageId=472>, 23.03.18
- Rahvusvaheline standardiseerimisorganisatsioon. Kättesaadav: <https://www.iso.org/about-us.html>, 23.03.18
- Reynolds, M., Yuthas, K. (2007). Moral Discourse and Corporate Social Responsibility Reporting. - *Journal of Business Ethics*. Vol. 78, Issue 1-2.
- Roylen, T. (2005). Realism or idealism? Corporate social responsibility and the employee stakeholder in the global fast-food industry. - *Business Ethics: A European Review*. Vol. 14, Issue 1.
- Sotsiaalse vastutuse ettevõtte. Kättesaadav: <https://www.bsr.org/en/about>, 14.03.18
- Steiner, G.A. (1971). *Business and Society*. New York: Random House.
- Thomas, T., Schermerhorn, J.R.Jr., Dienhart, J.W. (2004) Strategic leadership of ethical behavior in business. - *Academy of Management*. Vol. 18, No. 2.
- Votaw, D. (1973). *The corporate dilemma: Traditional values versus contemporary problems*. Prentice Hall.
- Ühinenud Rahvaste Organisatsiooni ülemaailmne kokkulepe. Kättesaadav: <https://www.unglobalcompact.org/about>, 23.03.18
- YongHee, K., MinChung, K., Mattila, A.S. (2016). Corporate social responsibility and shareholder value of restaurant firms. - *International Journal of Hospitality Management*. Vol. 40.

LISAD

Lisa 1. Internetiküsitluse küsimused

Lugupeetud vastaja,

Käesoleva uuringu eesmärk on Tallinna Tehnikaülikooli majandusteaduskonna magistritöö raames välja selgitada vastajate teadlikkust ettevõtte ühiskondliku vastutuse mõistest ning selle tähtsusest tootlustusega tegelevates ettevõtetes. Küsimustik on veebipõhine ja sellele vastamine võtab aega umbes 10 – 15 minutit. Teie vastused jäävad anonüümseks ja neid kasutatakse statistika jaoks. Uuringu tulemusi kasutatakse ainult magistritöö koostamiseks ning soovi korral on võimalik uuringu tulemustega tutvuda, andes sellest teada uuringu koostajale e-posti teel.

Täna Teid koostöö eest!

Lisainfo: Ksenia Gutnitsenko, ksgutn@ttu.ee

1. Teie vanus:

- Noorem kui 20.
- 21-30
- 31-40
- 41-50
- 51 ja vanem.
- Eelistan mitte vastata.

2. Perekonnaseis – kas olete abielus?

- Ei.
- Jah.

3. Kas Teil on lapsi?

- Ei.
- Jah, 1-2 last.
- Jah, 3 ja rohkem.

4. Haridus:

- Põhiharidus;
- Keskkharidus;
- Kõrgharidus (bakalaureus);
- Kõrgharidus (magister);
- Kõrgharidus (doktor).

Lisa 1 järg

5. Kas teate, mis on ettevõtte ühiskondlik vastutus?

- Ei.
- Jah.

6. Kas olete seda mõistet varem kuulnud?

- Ei.
- Jah.

Antud mõiste ei ole igapäevaselt kasutusel. Ettevõtte ühiskondlik vastutus on kontseptsioon ja juhtimisvahend, mille alusel ettevõtted integreerivad sotsiaalsed ja keskkonnanäesmärgid vabatahtlikult oma tegevusse ning suhetesse huvirühmadega. Ettevõtte edukuse hindamiseks ei vaadata ainult finantstulemusi, vaid ka seda, kuidas ettevõtte arvestab oma tegevuse sotsiaalset mõju ja ökoloogilist jalajälge.

7. Kes Teie arvates peaks sellega tegelema?

- Riik.
- Ettevõtte juhid.
- Heategevusorganisatsioonid.
- Iga inimene.
- Kõik eelnevad variandid.
- Keegi muu.

8. Kas peate tähtsaks, et ettevõtted osaleksid selles aktiivselt?

- Ei.
- Jah.

9. Kas Teile kui kliendile on oluline, et ettevõtte ei oleks huvitatud ainult kasumi teenimisest, vaid ka ühiskondliku heaolu tõstmisest?

- Ei.
- Jah.

10. Kuidas arvate, kas firmad, kes nimetavad ennast ühiskondlikult vastutavaks:

- käituvadki vastavalt;
- teevad seda ainult enda reklaami nimel;
- Ei oska vastata.

11. Kui tihti külastate toidlustusega tegelevaid ettevõtteid (kohvik, söökla, restoran jne)?

- Paar korda nädalas;
- Kord nädalas;
- Kord kuus;
- Väga harva.

12. Kui toidlustusega tegelev ettevõtte korraldab kampaaniat „10% päeva tulust – heategevusele“, kas oleksite nõus maksma 10-eurose roa eest rohkem

- +5% - 10,50€;
- +10% - 11,00€;

Lisa 1 järg

- +15% - 11,50€;
- rohkem;
- ei ole nõus rohkem maksma.

13. Palun hinnake viiepalliskaalal järgmisi väiteid

	Ei ole üldse nõus	Pigem ei ole nõus	Ei oska öelda	Pigem nõus	Täiesti nõus
Pean tähtsaks, et toitlustusega tegelevad ettevõtted oleksid ühiskondlikult vastutustundlikud.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Toitlustusega tegelev ettevõtte EI TOHI:

	Ei ole üldse nõus	Pigem ei ole nõus	Ei oska öelda	Pigem nõus	Täiesti nõus
valida töötajaid rassi alusel;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
valida töötajaid vanuse alusel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
valida töötajaid soo alusel;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
müüa meie tervisele kahjulikke toite;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
osta sisse ja valmistada toitu rohkem, kui tegelikult vaja on, et hiljem see ära visata.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Toitlustusega tegelev ettevõtte PEAB:

	Ei ole üldse nõus	Pigem ei ole nõus	Ei oska öelda	Pigem nõus	Täiesti nõus
hoolima inimeste ülekaaluprobleemidest, tervislikust toitumisest ja eluviisist;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
suhtuma austavalt oma töötajatesse;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pakkuma oma töötajatele kvalifikatsioonikoolitusi ettevõtte arvel;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pakkuma oma töötajatele hüvitisi (puhkus lapse sünni puhul, toetus mitme lapsega perele, tasuta toit tööl, pesemisvõimalus tööl);	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Lisa 1 järg

	Ei ole üldse nõus	Pigem ei ole nõus	Ei oska öelda	Pigem nõus	Täiesti nõus
korraldama kollektiivseid üritusi (aktiivsed tegevused, näiteks spordipäevade või kultuuriürituste külastamine ettevõtte arvel);	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
osalema heategevuskampaaniates (nagu näiteks Toidupank);	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
soetama toiduaineid FairTrade (ausa kaubanduse) märgiga;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
toetama kohalikke tootjaid, ostes nendelt kvaliteetseid toiduaineid õiglase hinna eest;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
püüdma vähendada jäätmete hulka, lisaks neid sorteerima;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
jälgima vee ja elektri tarbimist müüma odavamalt toitu, mille säilivusaeg lõpeb;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
päeva lõpus jagama mööduva säilivusajaga toidu tasuta vähekindlustatud inimestele.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Lisa 2. Intervjuu teemad

Lugupeetud vastaja,

Käesoleva uuringu eesmärk on Tallinna Tehnikaülikooli majandusteaduskonna magistr töö raames välja selgitada vastajate teadlikkust ettevõtte ühiskondliku vastutuse mõistest ning selle tähtsusest toitlustusega tegelevates ettevõtetes.

Lisainfo: Ksenia Gutnitšenko, ksgutn@ttu.ee

Palun Teil vastata järgmistele küsimustele vabas vormis.

Juhin tähelepanu, et Teie vastuseid ma oma töös eraldi ei avalda.

Teie vastused on pigem minu jaoks, et teaksin, kas ja kuidas Teie arvates oleks mõistlikum rakendada ettevõtte ühiskondlikku vastutust toitlustusvaldkonnas. Minu jaoks on see valdkond suhteliselt võõras.

Kui mõnele küsimusele on vastus liiga konfidentsiaalne, siis ei pea Te sellele vastama (võibki kirjutada, et seda infot ei avaldata)

Ettevõtte ühiskondlik vastutus on kontseptsioon ja juhtimisvahend, mille alusel ettevõtte integreerivad sotsiaalsed ja keskkonnaeesmärgid vabatahtlikult oma tegevusse ning suhetesse huvirühmadega. Ettevõtte edukuse hindamiseks ei vaadata ainult finantstulemusi, vaid ka seda, kuidas ettevõtte arvestab oma tegevuse sotsiaalset mõju ja ökoloogilist jalajälge.

Kui soovite selle teemaga enne rohkem tutvuda, siis võite sellest lugeda sellelt lingilt <http://www.csr.ee/vastutustundlik-ettevotlus/>

Küsimused:

- Kas olete varem seda mõistet kuulnud?
- Heategevuskampaaniad (Kas olete osalenud või kas sooviksite? Kui tihti? Kas olete saanud kutseid osalemiseks?)
- Töötajad (Kas on kindlad nõudmised, mille järgi valite töötaja (haridus, sugu jne)? Kas pakute oma töötajatele hüvitise? Kas toetate kaasava juhtimise põhimõtteid¹? Kas pakute firma arvel koolitusi oma töötajatele? Kollektiivsed üritused?)
- Kui tähtsaks peate, et inimesed toituksid tervislikult? Kas kontrollite tarnijate tausta (kust on pärit toiduained, kas on tervislikud jne)?
- Kas oleksite nõus:
 - pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides?
 - müüma odavamalt toitu, mille säilivusaeg lõpeb?
 - päeva lõpus jagama mööduva säilivusajaga toidu tasuta vähekindlustatud inimestele?
- Kas peate arvestust selle üle, kui palju viskate päeva lõpus toidu ära, et hiljem valmistada ainult kindel kogus? Või on see ettearvamatu?
- Keskkond (kas püüate vähendada jäätmete hulka? Kas sorteerite prügi? Kas jälgite vee ja elektri tarbimist?)

¹ Kaasava juhtimise näol on tegu juhtimispraktikaga, mille kaudu on ettevõtetel/organisatsioonidel võimalik ellu viia tähenduslikke muutusi ja luua ühist heaolu. Kaasamine aitab avada inimeste oskuste, teadmiste ja kogemuste parimat potentsiaali.

- Kas Teie arvates võiks riik toetada ühiskondlikult vastutustundlikuid ettevõtteid? (kajastused meedias, võimalus olla tulumaksusoodustusega ühingute nimekirjas, rahaline toetus, tunnustus jne)
- Teemaalased aruanded, nende koostamine. Lisamine nt majandusaasta aruandesse. Kes peaks sellega tegelema?

Et olla ühiskondlikult vastutustundlik, on vaja panustada rohkem finantse ja kindlasti rohkem enda aega. Arvestades kõike seda, siis kui mõistlik oleks Teie jaoks ühiskondliku vastutusega tegelemine? Kas praegune töökoormus võimaldaks koostama sel teemal aruandeid, uurida rohkem tarnijate tausta, osaleda erinevates heategevuskampaaniates jne?

Täna Teid vastuste eest!

Lisa 3. Internetiküsitluse vastused. Küsimused 1-8

1. Teie vanus:

Noorem kui 20 – 4 vastust

21-30 – 51 vastust

31-40 – 26 vastust

41-50 – 13 vastust

51 ja vanem – 42 vastust

Eelistan mitte vastata – 2 vastust

2. Perekonnaseis – kas olete abielus?

Ei – 72 vastust

Jah – 66 vastust

3. Kas Teil on lapsi?

Ei – 58 vastust

Jah, 1-2 last – 63 vastust

Jah, 3 ja rohkem – 17 vastust

4. Haridus:

Põhiharidus – 6 vastust

Keskharidus – 56 vastust

Kõrgharidus (bakalaureus) – 42 vastust

Kõrgharidus (magister) – 34 vastust

Kõrgharidus (doktor) – 0 vastust

5. Kas teate, mis on ettevõtte ühiskondlik vastutus?

Ei – 70 vastust

Jah – 68 vastust

6. Kas olete seda mõistet varem kuulnud?

Ei – 63 vastust

Jah – 75 vastust

7. Kes Teie arvates peaks sellega tegelema?

Riik – 16 vastust

Ettevõtte juhid – 44 vastust

Heategevusorganisatsioonid – 0 vastust

Iga inimene – 7 vastust

Kõik eelnevad variandid – 70 vastust

Keegi muu – 1 vastust

8. Kas peate tähtsaks, et ettevõtted osaleksid selles aktiivselt?

Ei – 8 vastust

Jah – 130 vastust

Lisa 4. Internetiküsitluse vastused. Küsimused 9-12

9. Kas Teile kui kliendile on oluline, et ettevõtte ei oleks huvitatud ainult kasumi teenimisest, vaid ka ühiskondliku heaolu tõstmisest?

Ei – 4 vastust

Jah – 133 vastust

Tühi – 1

10. Kuidas arvate, kas firmad, kes nimetavad ennast ühiskondlikult vastutavaks:

käituvadki vastavalt – 39 vastust

teevad seda ainult enda reklaami nimel – 44 vastust

Ei oska vastata – 55 vastust

11. Kui tihti külastate toitlustusega tegelevaid ettevõtteid (kohvik, söökla, restoran jne)?

Paar korda nädalas – 62 vastust

Kord nädalas – 25 vastust

Kord kuus – 35 vastust

Väga harva – 16 vastust

12. Kui toitlustusega tegelev ettevõtte korraldab kampaaniat „10% päeva tulust – heategevusele“, kas oleksite nõus maksma 10-eurose roa eest rohkem

+5% - 10,50€ - 41 vastust

+10% - 11,00€ - 41 vastust

+15% - 11,50€ - 12 vastust

Rohkem – 3 vastust

Ei ole nõus rohkem maksma – 40 vastust

Tühi - 1

Lisa 5. Internetiküsitluse vastused. Küsimus 13

13. Palun hinnake viiepalliskaalal järgmisi väiteid

Pean tähtsaks, et toitlustusega tegelevad ettevõtted oleksid ühiskondlikult vastutustundlikud.

Ei ole üldse nõus – 2 vastust

Pigem ei ole nõus – 6 vastust

Ei oska öelda – 18 vastust

Pigem nõus – 69 vastust

Täiesti nõus – 41 vastust

Tühi – 2

Toitlustusega tegelev ettevõtte EI TOHI:

- valida töötajaid rassi alusel;

Ei ole üldse nõus – 6 vastust

Pigem ei ole nõus – 4 vastust

Ei oska öelda – 9 vastust

Pigem nõus – 38 vastust

Täiesti nõus – 78 vastust

Tühi – 3 vastust

- valida töötajaid vanuse alusel;

Ei ole üldse nõus – 3 vastust

Pigem ei ole nõus – 13 vastust

Ei oska öelda – 19 vastust

Pigem nõus – 47 vastust

Täiesti nõus – 53 vastust

Tühi – 3 vastust

- valida töötajaid soo alusel;

Ei ole üldse nõus – 5 vastust

Pigem ei ole nõus – 5 vastust

Ei oska öelda – 8 vastust

Pigem nõus – 38 vastust

Täiesti nõus – 78 vastust

Tühi – 4 vastust

- müüa meie tervisele kahjulikke toite;

Ei ole üldse nõus – 6 vastust

Pigem ei ole nõus – 3 vastust

Ei oska öelda – 14 vastust

Pigem nõus – 26 vastust

Täiesti nõus – 89 vastust

- osta sisse ja valmistada toitu rohkem, kui tegelikult vaja on, et hiljem see ära visata.

Ei ole üldse nõus – 4 vastust

Pigem ei ole nõus – 5 vastust

Ei oska öelda – 7 vastust

Pigem nõus – 50 vastust

Täiesti nõus – 70 vastust

Lisa 5 järg

Tühi – 2 vastust

Toitlustusega tegelev ettevõtte PEAB:

- hoolima inimeste ülekaaluprobleemidest, tervislikust toitumisest ja eluviisist;

Ei ole üldse nõus – 5 vastust

Pigem ei ole nõus – 18 vastust

Ei oska öelda – 27 vastust

Pigem nõus – 57 vastust

Täiesti nõus – 31 vastust

- suhtuma austavalt oma töötajatesse;

Ei ole üldse nõus – 2 vastust

Pigem ei ole nõus – 0 vastust

Ei oska öelda – 1 vastust

Pigem nõus – 14 vastust

Täiesti nõus – 121 vastust

- pakkuma oma töötajatele kvalifikatsioonikoolitusi ettevõtte arvel;

Ei ole üldse nõus – 2 vastust

Pigem ei ole nõus – 1 vastust

Ei oska öelda – 5 vastust

Pigem nõus – 51 vastust

Täiesti nõus – 79 vastust

- pakkuma oma töötajatele hüvitisi (puhkus lapse sünni puhul, toetus mitme lapsega perele, tasuta toit tööl, pesemisvõimalus tööl);

Ei ole üldse nõus – 2 vastust

Pigem ei ole nõus – 1 vastust

Ei oska öelda – 10 vastust

Pigem nõus – 40 vastust

Täiesti nõus – 84 vastust

Tühi – 1 vastust

- korraldama kollektiivseid üritusi (aktiivsed tegevused, näiteks spordipäevade või kultuuriürituste külastamine ettevõtte arvel);

Ei ole üldse nõus – 4 vastust

Pigem ei ole nõus – 8 vastust

Ei oska öelda – 28 vastust

Pigem nõus – 62 vastust

Täiesti nõus – 36 vastust

- osalema heategevuskampaaniates (nagu näiteks Toidupank);

Ei ole üldse nõus – 2 vastust

Pigem ei ole nõus – 6 vastust

Ei oska öelda – 33 vastust

Pigem nõus – 63 vastust

Lisa 5 järg

Täiesti nõus – 33 vastust

Tühi – 1 vastus

- soetama toiduaineid FairTrade (ausa kaubanduse) märgiga;

Ei ole üldse nõus – 5 vastust

Pigem ei ole nõus – 10 vastust

Ei oska öelda – 55 vastust

Pigem nõus – 53 vastust

Täiesti nõus – 14 vastust

Tühi – 1 vastus

- toetama kohalikke tootjaid, ostes nendelt kvaliteetseid toiduaineid õiglase hinna eest;

Ei ole üldse nõus – 3 vastust

Pigem ei ole nõus – 7 vastust

Ei oska öelda – 27 vastust

Pigem nõus – 64 vastust

Täiesti nõus – 35 vastust

Tühi – 2 vastust

- pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides;

Ei ole üldse nõus – 4 vastust

Pigem ei ole nõus – 4 vastust

Ei oska öelda – 9 vastust

Pigem nõus – 56 vastust

Täiesti nõus – 64 vastust

Tühi – 1 vastus

- püüdma vähendada jäätmete hulka, lisaks neid sorteerima;

Ei ole üldse nõus – 2 vastust

Pigem ei ole nõus – 1 vastus

Ei oska öelda – 11 vastust

Pigem nõus – 36 vastust

Täiesti nõus – 86 vastust

Tühi – 2 vastust

- jälgima vee ja elektri tarbimist;

Ei ole üldse nõus – 2 vastust

Pigem ei ole nõus – 5 vastust

Ei oska öelda – 14 vastust

Pigem nõus – 47 vastust

Täiesti nõus – 69 vastust

Tühi – 1 vastus

- müüma odavamalt toitu, mille säilivusaeg lõpeb;

Ei ole üldse nõus – 2 vastust

Pigem ei ole nõus – 1 vastus

Ei oska öelda – 18 vastust

Pigem nõus – 52 vastust

Lisa 5 järg

Täiesti nõus – 64 vastust

Tühi – 1 vastus

- päeva lõpus jagama mööduva säilivusajaga toidu tasuta vähekindlustatud inimestele.

Ei ole üldse nõus – 3 vastust

Pigem ei ole nõus – 0 vastust

Ei oska öelda – 14 vastust

Pigem nõus – 45 vastust

Täiesti nõus – 76 vastust

Lisa 6 Ettevõtte A vastused küsimustikule

Kas olete varem seda mõistet kuulnud?

Jah.

Heategevuskampaaniad (Kas olete osalenud või kas sooviksite? Kui tihti? Kas olete saanud kutseid osalemiseks?)

Jah, oleme saanud kutseid ja oleme osalenud ka.

Töötajad (Kas on kindlad nõudmised, mille järgi valite töötaja (haridus, sugu jne)? Kas pakute oma töötajatele hüvitise? Kas toetate kaasava juhtimise põhimõtteid? Kas pakute firma arvel koolitusi oma töötajatele? Kollektiivsed üritused?)

Jah, pakume töötajatele hüvitisi! 100€ eest tasuta lõunat kuus. Huvi välja näitavatel töötajatel on alati võimalik osaleda juhtimisalastes otsustes või teha ettepanekuid töö parendusteks. Koolitused toimuvad meil firma arvel 2-3 korda aastas (rahvusköögid, pirukad, motivatsioon, ettevõtluse alane jms).

Kui tähtsaks peate, et inimesed toituksid tervislikult? Kas kontrollite tarnijate tausta (kust on pärit toiduained, kas on tervislikud jne)?

Inimeste tervislikku toitumist peame oluliseks, sellepärast pakume iseteenindust, kus iga inimene saab teha oma valiku. Tarnijaid eriti ei kontrolli.

Kas oleksite nõus:

- **pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides? Jah.**
- **müüma odavamalt toitu, mille säilivusaeg lõpeb? Jah.**
- **päeva lõpus jagama mööduva säilivusajaga toidu tasuta vähekindlustatud inimestele?**

Jah.

Kas peate arvestust selle üle, kui palju viskate päeva lõpus toidu ära, et hiljem valmistada ainult kindel kogus? Või on see ettearvamatu?

Jah, ikka peame väga täpset arvestust, mis toiduainet tuleb utiliseerida ja mida saab ümber töödelda. Selleks kasutame mahakandmise lehte.

Keskkond (kas püüate vähendada jäätmete hulka? Kas sorteerite prügi? Kas jälgite vee ja elektri tarbimist?)

Meil on sega, papi ja biojätmete prügikastid. Üritame vähem ära visata. Proovime olla keskkonna sõbralikud. Jälgime elektri ja vee tarbimist nii mõistlikult kui võimalik ehk tehnika soetamisel

proovisime leida madalaima elektri-vee kuluga tehnika, mis samal ajal on maksimaalselt vastav nõuetele.

Kas Teie arvates võiks riik toetada ühiskondlikult vastutustundlikuid ettevõtteid? (kajastused meedias, võimalus olla tulumaksusoodustusega ühingute nimekirjas, rahaline toetus, tunnustus jne)

Hetkel arvan, et riigi toetus on selline nice to have.

Teemaalased aruanded, nende koostamine. Lisamine nt majandusaasta aruandesse. Kes peaks sellega tegelema?

Mis puutub konkreetselt minusse, siis osaliselt kindlasti saaksin panustada. Samas hetkel oleme naisega vahetustega nii kodused lapsevanemad, kui ka ettevõtjad ja üleliia aega ei ole.

Et olla ühiskondlikult vastutustundlik, on vaja panustada rohkem finantse ja kindlasti rohkem enda aega. Arvestades kõike seda, siis kui mõistlik oleks Teie jaoks ühiskondliku vastutusega tegelemine? Kas praegune töökoormus võimaldaks koostama sel teemal aruandeid, uurida rohkem tarnijate tausta, osaleda erinevates heategevuskampaaniates jne? Näeme seda pidevalt, et paljud edukad ettevõtjad toetavad kultuuri jms valdkondi.

Lisa 7 Ettevõtte B vastused küsimustikule

Kas olete varem seda mõistet kuulnud?

Jah.

Heategevuskampaaniad (Kas olete osalenud või kas sooviksite? Kui tihti? Kas olete saanud kutseid osalemiseks?)

Jah, oleme saanud kutseid ja jah oleme osalenud. Oleme tasuta pudruhommiku teinud ja oleme toitulustanud noorte tudengite võttepäevi näiteks pudru või võileibadega.

Töötajad (Kas on kindlad nõudmised, mille järgi valite töötaja (haridus, sugu jne)? Kas pakute oma töötajatele hüvitise? Kas toetate kaasava juhtimise põhimõtteid? Kas pakute firma arvel koolitusi oma töötajatele? Kollektiivsed üritused?)

Jah, hüvitised on. Tasuta lõuna tööol. Premeerimiseks toimuvad üritused näiteks poolaasta eesmärkide täitmisel, lisaks jõulud.

Kui tähtsaks peate, et inimesed toituksid tervislikult? Kas kontrollite tarnijate tausta (kust on pärit toiduained, kas on tervislikud jne)?

Meil on iseteenindus, kus iga üks saab valida talle sobivat toitu. Ei kontrolli tarnijaid.

Kas oleksite nõus:

- **pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides?** Kliendid ise pigem ei tee seda ja kuna meil on iseteenindus, siis tavaliselt tõstetakse just sobiv portsjon.
- **müüma odavamalt toitu, mille säilivusaeg lõpeb?** Jah, miks mitte.
- **päeva lõpus jagama mööduva säilivusajaga toidu tasuta vähekindlustatud inimestele?**

Jah.

Kas peate arvestust selle üle, kui palju viskate päeva lõpus toidu ära, et hiljem valmistada ainult kindel kogus? Või on see ettearvamatut?

Meil iga päev kokkadele ette antud prognoosid, kui palju konkreetselt mingit toitu valmistada (näiteks 50tk lõhe, 7,5l suppi, 20 magustoitu jne). Info müükide kohta on meil kassasüsteemis ja seega oleme aastate jooksul päris täpselt toidukoguseid prognoosima hakanud.

Keskkond (kas püüate vähendada jäätmete hulka? Kas sorteerite prügi? Kas jälgite vee ja elektri tarbimist?)

Sorteerime ja jälgime mõõdukalt.

Kas Teie arvates võiks riik toetada ühiskondlikult vastutustundlikuid ettevõtteid? (kajastused meedias, võimalus olla tulumaksusoodustusega ühingute nimekirjas, rahaline toetus, tunnustus jne)

Riigi poolse toetuse tunnetus väike ja keskmistele ettevõtetele on olematu. Väga pooldaksin reforme, et seda tugevalt kallutada selles suunas, et alustavad ettevõtted ja toimivad ettevõtted saaksid tunduvalt enam tuge. Siin on väga lihtne loogika – mida enam riik toetab ettevõtlust ja ettevõtlikke inimesi, seda enam ettevõtteid ka luuakse, seda enam tekib töökohti ja täitub riigikassa.

Teemaalased aruanded, nende koostamine. Lisamine nt majandusaasta aruandesse. Kes peaks sellega tegelema?

Selle jaoks on aega veidi vähe.

Et olla ühiskondlikult vastutustundlik, on vaja panustada rohkem finantse ja kindlasti rohkem enda aega. Arvestades kõike seda, siis kui mõistlik oleks Teie jaoks ühiskondliku vastutusega tegelemine? Kas praegune töökoormus võimaldaks koostama sel teemal aruandeid, uurida rohkem tarnijate tausta, osaleda erinevates heategevuskampaaniates jne? Üldine arvamus on selline, et mida rohkem riik toetab ettevõtlust, seda enam panustavad ettevõtjad ühiskonda. Jätkame omalt poolt nagu ikka.

Lisa 8 Intervjuu ettevõttes C

Kas olete varem seda mõistet kuulnud?

Jah, olen kuulnud.

Kas olete osalenud heategevuskampaaniates ja kui tihti?

Üks meie kohvik annab toitu abivajajatele. Õigemini seal kohvikus käib inimene, kes ise viib toidu abivajajateni. Toit, mida pakume on samal päeval tehtud, kuid hügieeni nõuete kohaselt seda teisel päeval enam serveerida ei tohi. Kasutaksin antud skeemi igas kohvikus, kui leiduks inimesed, kes ise saavad tulla peale kohviku sulgemist 2-3 korda nädalas toidujääkidele järgi.

Kuidas suhtute oma töötajatesse – kas pakute hüvitisi?

Jah. Pakume näiteks tasuta lõunasööke. Siis meil on meil võimalus saata töötaja koolitusele. Proovime teha nii, et kõik töötajad saaksid kord aastas uued teadmised. Ja kindlasti on meil suvepäevad, mida korraldame kogu meeskonnale. Ja samuti ka jõuluüritused.

Kui tähtsaks peate, et inimesed toituisid tervislikult?

Väga, meil on lai valik toitu – gluteeni ja laktoosi vaba, vegan. Meie jaoks on tähtis, et inimene saaks valida endale seda, mis on tema jaoks tervislikum ja parem.

Kas kontrollite tarnijate tausta (kust on pärit toiduained, kas on tervislikud jne)?

Ei näe vajadust tarnijaid kontrollida, usaldame seda Veterinaar – ja Toiduametile.

Kas oleksite nõus pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides?

Pooldame seda.

Kas oleksite nõus müüma odavamalt toitu, mille säilivusaeg lõpeb? Jah, meil on kõik sama päeva toidud alates 15:30 -20%.

Aga kas jagaksite päeva lõpus mööduva säilivusajaga toidu tasuta vähekindlustatud inimestele?

Jah, kui leiduks inimesed, kes sellele järele tulevad. Endal pole kahjuks piisavalt aega.

Kas peate arvestust selle üle, kui palju viskate päeva lõpus toidu ära, et hiljem valmistada ainult kindel kogus?

Jah, meil on põhjalik arvestus.

Kas püüate vähendada jäätmete hulka. Näiteks sorteerite prügi?

Sorteerime. Proovime muidu jäätmete hulka vähendada.

Kas jälgite vee ja elektri tarbimist?)

Jah, jälgime ikka.

Kas Teie arvates võiks riik toetada ühiskondlikult vastutustundlikuid ettevõtteid?

Minu põhimõte on kindlasti see, et tähtsamad on inimesed, kes riigi moodustavad, mitte riik ise. Ja kui luua soodne pinnas, siis meie inimesed kipuvad tegema ka väga suuri asju, lisaks on meil geograafiliselt mitmeid võimalusi ning palju n.ö. tühja maad.

Teemaalased aruanded, nende koostamine. Lisamine nt majandusaasta aruandesse. Kes peaks sellega tegelema?

Kahjuks ei tea, kuidas neid koostada. Ja aega on selle jaoks vähe.

Kas praegune töökoormus võimaldaks jätkata samas vaimus – näiteks osaleda erinevates heategevuskampaaniates jne?

Jah, jätkame sellega.

Lisa 9 Intervjuu ettevõttes D

Kas olete varem seda mõistet kuulnud?

Olen kuulnud ja osalenud Rohelise võtme programmis Hotell Virus, kes oli selle programmi eestvedaja Eestis.

Kas saaksite palun täpsustada, mis programm see on?

Ikka. Lühidalt öeldes ongi see üks osa ettevõtte ühiskondlikust vastutusest ehk lubame olla keskkonnasõbralikumad. Kasutame säästlikult vett, elektrit jne.

Kas olete osalenud heategevuskampaaniates?

Viimastel aastatel osalenud ei ole, aga sooviksin vastavalt võimalustele.

Kas on kindlad nõudmised töötajatele?

Valin omale töötajaid kindlate nõudmiste järgi: haridus, eelnev töökogemus jms.

Kas pakute oma töötajatele hüvitise?

Jah, pakun hüvitise vastavalt kehtivatele seaduste paragraafidele ja ettevõtte sisekorraeeskirjadele.

Kas toetate kaasava juhtimise põhimõtteid? Igaks juhuks täpsustan üle – kas teada, mida see termin tähendab?

Jah, tean ikka. Ja toetan kaasava juhtimise põhimõtteid.

Kas pakute firma arvel koolitusi oma töötajatele?

Pakume koolitusi vastavalt jooksvale aasta tegevusplaanile ja eelarvele. Kokad külastavad toitlustusasutusi restorani nädala raames, koostööpartnerite poolt organiseeritud demopäevad, presentatsioonid, master klass koolitused, Food ja Gastro messid nii Eestis kui ka teistes riikides.

Kas toimuvad ka kollektiivsed üritused?

Loomulikult toimuvad kollektiivsed üritused. Näiteks suvepäevad, jõulupeod.

Kui tähtsaks peate, et inimesed toituksid tervislikult? Näiteks kontrollite tarnijate tausta?

Jah, peame tähtsaks. Aga tarnijate tausta otseselt ei kontrolli, selle paneb paika Veterinaar – ja Toiduamet, kes väljastab tegutsemiseks load ning teostab kontrolli korra aastas. Samuti ostame kaupu suurtelt tunnustatud partneritelt.

Kas oleksite nõus pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides?

Sellele küsimusele on mul raske vastata. Meie ettevõttes kehtivad reeglid, olen vastutav isik ja toidukäitleja. Ei ole nõus kandma vastutust antud toimingu üle, enesekontrolli süsteemis see ei kajastu.

Kas peate arvestust selle üle, kui palju viskate päeva lõpus toidu ära, et hiljem valmistada ainult kindel kogus?

Lõppenud realiseerimisajaga toit läheb mahakandmisele, selle kohta on igakuiselt koostatud mahakandmisakt, mis on edastatud raamatupidamisele. Maha kantud kaupa ei realiseeri.

Kas Teie arvates võiks riik toetada ühiskondlikult vastutustundlikuid ettevõtteid?

Kõik toetused on alati teretunud ja motiveerivad uusi liikmeid saama „Ühiskondlikult vastutustundlik ettevõtte“ auväärse tiitli. Rahaline toetus peab olema mõistlik ja seotud rahaliste trahvidega, mis on tehtud näiteks ettevõtetele, mis rikuvad ökoloogiat jne.

Teemaalased aruanded - kes peaks sellega tegelema?

Meie ettevõttes igakuise ja aastaaruannete koostamisega igas osakonnas tegelevad osakonnajuhid. Kokkuvõtte ja majandusaasta aruandega kogu ettevõttes tegeleb tegevdirektor.

Majandusaastaaruanne on veidi teine asi – see näitab majandustulemusi. CSR aruanne peegeldab seda, kuidas Teie ettevõtte olnud ühiskondlikult vastutustundlik.

Sel juhul eraldi CSR aruandeid meil ei ole.

Kas praegune töökoormus võimaldaks panustada rohkem CSRI?

Kahjuks, ajaliste ressursside puuduse tõttu enda ametikoha kõrval puudub võimalus võtta omale lisakoormust ja tegeleda ühiskondliku vastutuse ja selle aruandlusega. Aga jätkame sellega, mida juba teeme.

Lisa 10 Intervjuu ettevõttes E

Kas olete varem seda mõistet kuulnud?

Jah.

Kas olete osalenud heategevuskampaaniates või kas saanud kutseid?

Kutseid oleme saanud, aga oleme väga väike firma ja ei ole võimalik heategevuseks veel oma tulu ega tooteid annetada.

Kas on kindlad nõudmised, mille järgi valite töötaja (haridus, sugu jne)?

Seni ei ole töötajaid valinud, firmal on kaks osanikku ja jagame omavahel tööd. Seega ei oska sellele küsimusele praegu vastata.

Kui tähtsaks peate, et inimesed toituisid tervislikult?

Eelistan tervislikku toitumist ja pean seda tähtsaks menüüde koostamisel.

Kas kontrollite tarnijate tausta?

Tarnijate tausta kontrollime vastavalt kehtivale meie ettevõttes enesekontrolli plaanile. Kuna meil on premium klassi tooted, siis tooraine kvaliteeti kindlasti kontrollime.

Kas oleksite nõus pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides?

Sellele küsimusele ei oska vastata, kuna meie tooted säilivad kuni 1 aasta.

Kui tooted säilivad kuni 1 aasta, siis eeldan, et arvestust sisseostvate toiduainete üle ka pidada ei ole vaja?

Just nii.

Kas püüate vähendada jäätmete hulka ja kas sorteerite prügi?

Prügi sorteerime. Samas on meie tootmine selline, kus toidujäätke ei teki.

Kas jälgite vee ja elektri tarbimist?

Elektri ja vee kulule ei ole eraldi tähelepanu pööranud, kuna elektri ja vee kulu on meie tegevuses marginaalne.

Kas Teie arvates võiks riik toetada ühiskondlikult vastutustundlikuid ettevõtteid?

Võiks küll, et rohkem ettevõtteid oleks motiveeritud sellesse panustama. Samas on oluline roll riigil ka tarbijaid harida, sest vastutustundliku ettevõtte teenused ja tooted on keskmisest kallim ja võimalikult laial tarbijaskonnal peab olema motivatsioon neid tarbida.

Kes peaks koostama CSR aruandeid Teie arvates?

Süsteem ei peaks olema liialt bürokraatlik. Erinevate tegevuste kokkuleppimisel peaks lähtuma sellest, kas see täidab eesmärgi – ettevõtluskeskkond muutub paremaks, tarbijad saavad teadlikumaks.

Kuidas arvate, kas proovite tulevikus rohkem tegeleda ühiskondliku vastutustundlikkusega?

Eks me ikka proovime. Meil on veel vähe kogemust sellest osas. Oleks hea, kui saaksime alguses kellegi abil selle algatatud.

Lisa 11 Intervjuu ettevõttes F

Kas olete varem seda mõistet kuulnud?

Jah, olen kuulnud.

Kas olete osalenud heategevuskampaaniates ja as olete saanud kutseid osalemiseks?

Oleme osalenud heategevuskampaanias. Mitte küll tihti kuid kord või paar aastas. Kutseid osalemiseks oleme ka saanud.

Kas on kindlad nõudmised, mille järgi valite töötaja? Kollektiivsed üritused?)

Töötajaid valime tema hariduse ja varasema töökogemuse järgi, samas anname võimalusele ka koolipingist tulnutele.

Kas pakute oma töötajatele hüvitise?

Hüvitisi väga pakkuda ei saa.

Kas toetate kaasava juhtimise põhimõtteid?

Jah.

Kas pakute firma arvel koolitusi oma töötajatele?

Koolitusi soovitame ja huvi korral neid pakkumisi kasutatakse.

Aga kollektiivseid üritusi?

Oleme teinud kollektiivseid üritusi (nt. jõulud). Jäin mõtlema hüvitiste üle. Teate, kuna ettevõtte on alles lapsekingades ja kasvamas siis tulevikus on kindlasti plaanis töötajatele pakkuda erinevaid hüvitisi jne. Mida rohkem oma töötajatest hoolime, seda kindlam on nende panus meie ettevõttesse.

Kui tähtsaks peate, et inimesed toituksid tervislikult?

Tervislik toitumine on väga oluline. Eelistame kodumaist ja maalähedast toorainet. Õnneks on meil võimalik nt. lihatooted saada oma maakonna tootjatelt isegi.

Kas kontrollite tarnijate tausta?

Tarnijate tausta natuke ikka kontrollin, kuid ettevõtte asub väikeses külas, seega ei ole meil väga suuri valikuid oma tarnijaid valida. Üksikud sõidavad meile.

Kas oleksite nõus pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides?

Kuna tegeleme catering ettevõttega, siis anname oma klientidele selle võimaluse. Kui tegeleksin bistroo vms ettevõtmisega siis kindlasti.

Kas peate arvestust selle üle, kui palju viskate päeva lõpus toidu ära, et hiljem valmistada ainult kindel kogus? Või on see ettearvamatu?

Valmistame kindla kalkulatsiooni järgi, seega ei viska meie oma toitu ära.

Kas Teie ettevõttes sorteeritakse prügi? Ja kas jälgitakse vee ja elektri tarbimist?

Sorteerime oma prügi. Vee ja elektri tarbimist väga jälgida ei saa, sest kui on vaja töö ära teha siis on vaja ka tarbida vastavalt vajadusele.

Kas Teie arvates võiks riik toetada ühiskondlikult vastutustundlikuid ettevõtteid?

Minu arvates oleks see väga tänuväärne. Oma kahe aastase ettevõtmisega seoses võin öelda, et meie ettevõtte sai Aasta Tegija 2017 preemia oma omavalitsuselt ja see on tunnustus, mis annab sulle hoogu ja indu juurde, et oma asja veel paremini ajada jne. Igasugune toetus ja preemia on alati suureks abiks ja motiveeriv.

Kas oleksite valmis koostama CSR aruandeid?

See oleks äkki liiast – väikeettevõtjad on niigi bürokraatiaga üle kuhjatud ja neil pole alati ressursi palgata kedagi seda tegema.

Kas praegune töökoormus võimaldaks koostama sel teemal aruandeid, uurida rohkem tarnijate tausta, osaleda erinevates heategevuskampaaniates jne?

Sama vastus, mis eelmises punktis. Meil on tõesti liiga palju erinevaid pabereid, mille täitmine võtab liiga palju aega. Aga heategevusega jätkame loomulikult edasi kui kutseid saame.

Lisa 12 Ettevõtte G vastused küsimustikule

Kas olete varem seda mõistet kuulnud?

Jah, kuulnud olen.

Heategevuskampaaniad (Kas olete osalenud või kas sooviksite? Kui tihti? Kas olete saanud kutseid osalemiseks?)

Olen osalenud väikese mahus, kui on kutsutud osalema – nt mõne heategevusüritusele auhinnad andnud või tasuta teenuseid pakkuvat projekti koordineerinud EV100 raames.

Töötajad (Kas on kindlad nõudmised, mille järgi valite töötaja (haridus, sugu jne)? Kas pakute oma töötajatele hüvitise? Kas toetate kaasava juhtimise põhimõtteid? Kas pakute firma arvel koolitusi oma töötajatele? Kollektiivsed üritused?)

Haridus on oluline töötajate valimisel, Juhtimine on 100% kaasav – otsused võetakse vastu koos (tegemist on väikese kollektiiviga ja see on võimalik korralduslikult). Koolitusi on ka vahel võimalik pakkuda ja kollektiivsed üritused toimuvad regulaarselt.

Kui tähtsaks peate, et inimesed toituksid tervislikult? Kas kontrollite tarnijate tausta (kust on pärit toiduained, kas on tervislikud jne)?

Ikka on oluline, kuid väga põhjalikke taustakontrollide tegemine pole meie võimuses. Usaldan ka, et Eesti seadusandlus on piisav, et pakkuda inimestele piisavalt tervislikku toitu.

Kas oleksite nõus:

- **pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides?** Jah.
- **müüma odavamalt toitu, mille säilivusaeg lõpeb?** Jah.
- **päeva lõpus jagama mööduva säilivusajaga toidu tasuta vähekindlustatud inimestele?** Jah.

Kas peate arvestust selle üle, kui palju viskate päeva lõpus toidu ära, et hiljem valmistada ainult kindel kogus? Või on see ettearvamatu?

Meil läheb ülivähe raisku, sest kõik leiab lõpuks kasutuse (kasvõi koduloomade toidulaual).

Keskkond (kas püüate vähendada jäätmete hulka? Kas sorteerite prügi? Kas jälgite vee ja elektri tarbimist?)

Jah, sorteerin. Ja ikka jälgin mõõdukalt.

Kas Teie arvates võiks riik toetada ühiskondlikult vastutustundlikuid ettevõtteid? (kajastused meedias, võimalus olla tulumaksusoodustusega ühingute nimekirjas, rahaline toetus, tunnustus jne)

Jah.

Teemaalased aruanded, nende koostamine. Lisamine nt majandusaasta aruandesse. Kes peaks sellega tegelema?

Meie ettevõttes tegeleb raamatupidaja aruannete ja arvetega.

Et olla ühiskondlikult vastutustundlik, on vaja panustada rohkem finantse ja kindlasti rohkem enda aega. Arvestades kõike seda, siis kui mõistlik oleks Teie jaoks ühiskondliku vastutusega tegelemine? Kas praegune töökoormus võimaldaks koostama sel teemal aruandeid, uurida rohkem tarnijate tausta, osaleda erinevates heategevuskampaaniates jne? Töökoormus on päris suur ja ega ei jää aega tegeleda taustauuringute ja kõige muu sellisega. Meie ettevõtte on alles kasvamas ja seega kasutame väga väikest tööjõudu, siis tuleb endal tihtilugu panustada sellesse oma öötundide arvelt suisa.

Lisa 13 Ettevõtte H vastused küsimustikule

Kas olete varem seda mõistet kuulnud?

Jah.

Heategevuskampaaniad (Kas olete osalenud või kas sooviksite? Kui tihti? Kas olete saanud kutseid osalemiseks?)

Ei ole veel osalenud, aga teatud tingimustes oleksin nõus.

Töötajad (Kas on kindlad nõudmised, mille järgi valite töötaja (haridus, sugu jne)? Kas pakute oma töötajatele hüvitise? Kas toetate kaasava juhtimise põhimõtteid? Kas pakute firma arvel koolitusi oma töötajatele? Kollektiivsed üritused?)

Ettevõttel puuduvad töötajad peale kahe juhatuse liikme, ei tea, mida vastata.

Kui tähtsaks peate, et inimesed toituksid tervislikult? Kas kontrollite tarnijate tausta (kust on pärit toiduained, kas on tervislikud jne)?

Peaaegu tähtsaks, et inimesed toituksid tervislikult, kuid ei kontrolli tarnijate tausta tulenevalt ettevõtte väikusest.

Kas oleksite nõus:

- **pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides? Jah.**
- **müüma odavamalt toitu, mille säilivusaeg lõpeb? Jah.**
- **päeva lõpus jagama mööduva säilivusajaga toidu tasuta vähekindlustatud inimestele?**

Muidu olen nõus sellega, aga me valmistame toitu ettetellimisel, seega jääke ei ole.

Kas peate arvestust selle üle, kui palju viskate päeva lõpus toidu ära, et hiljem valmistada ainult kindel kogus? Või on see ettearvamatu?

Ei pea, see on ettearvamatu.

Keskkond (kas püüate vähendada jäätmete hulka? Kas sorteerite prügi? Kas jälgite vee ja elektri tarbimist?)

Jäätmete hulka vähendada ei püüa, kuid prügi sorteerime. Vee ja elektri tarbimist jälgime mõningal määral.

Kas Teie arvates võiks riik toetada ühiskondlikult vastutustundlikuid ettevõtteid? (kajastused meedias, võimalus olla tulumaksusoodustusega ühingute nimekirjas, rahaline toetus, tunnustus jne)

Kui see on riigile oluline, siis loomulikult.

Teemaalased aruanded, nende koostamine. Lisamine nt majandusaasta aruandesse. Kes peaks sellega tegelema?

Kui riik nõuab ettevõttelt ülevaadet vastutustundliku ettevõtluse kohta, siis peab mõistagi ettevõtte ise sellega tegelema. Sama kehtib ka siis, kui ettevõtte ise otsustab ühiskondlikust vastutusest majandusaasta aruandesse kirjutada.

Et olla ühiskondlikult vastutustundlik, on vaja panustada rohkem finantse ja kindlasti rohkem enda aega. Arvestades kõike seda, siis kui mõistlik oleks Teie jaoks ühiskondliku vastutusega tegelemine? Kas praegune töökoormus võimaldaks koostama sel teemal aruandeid, uurida rohkem tarnijate tausta, osaleda erinevates heategevuskampaaniates jne? Ühiskondlik vastutus ei ole ettevõtte tänases faasis kuigi oluline teema.

Lisa 14 Intervjuu ettevõttes I

Kas olete varem seda mõistet kuulnud?

Jah.

Kui tihti ja kas olete osalenud heategevuskampaaniates?

Jah, saame kutseid pidevalt ja osaleme hea meelega. Me hiljuti korraldasime ürituse, kus tunnustasime vabatahtlikuid. See oli puhtalt meie algatus ja meile pakkus rõõmu seda teha. Meil on hea meel tunnustada neid, kes teevad palju meie ühiskonna jaoks omal tahtmisel, ehk vabatahtlikult.

Kas Teie ettevõttes on kindlad nõudmised, mille järgi valite töötajad?

Minu arvates on kõige tähtsam see, kuidas inimene töösse suhtub. Selgitan – ma võin võtta kõrge haridusega inimese, kellel on olemas kõik oskused, aga ta ei taha teha tööd. Siis ei ole mul sellisest töötajast ju kasu. Seega otsin sellist, kellel nii öelda silmad säravad.

Kas pakute oma töötajatele hüvitise ja koolitusi?

Oma töötajatele on hüvitised ja koolitused on ka vastavalt vajadustele.

Kas toetate kaasava juhtimise põhimõtteid?

Kaasav juhtimine on igati toetatud.

Kui tähtsaks peate, et inimesed toituisid tervislikult?

Kuna meie restoran omab väga kõrget mainet ja me hoolime oma klientidest väga, siis on meie jaoks väga oluline kvaliteetne ja tervislik toit.

Kas oleksite nõus pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides?

Jah, ikka.

Kas oleksite nõus müüma odavamalt toitu, mille säilivusaeg lõpeb?

Jah.

Kas oleksite nõus päeva lõpus jagama mööduva säilivusajaga toidu tasuta vähekindlustatud inimestele?

Jah.

Kas peate arvestust selle üle, kui palju viskate päeva lõpus toidu ära, et hiljem valmistada ainult kindel kogus?

Jah, on olemas prognoos ja pidev arvestus.

Kas sorteerite prügi ja jälgite vee ja elektri tarbimist?

Majaomanik ei võimalda põhjalikult sorteerida, seega omalt poolt üritame ikka jääke miinimumi peale viia. Teeme kõike mõõdukalt.

Kas Teie arvates võiks riik toetada ühiskondlikult vastutustundlikuid ettevõtteid?

Jah, oleks hea, kui meie tegevusi märgataks.

Kes peaks Teie arvates koostama ettevõttes CSR aruandeid?

Ei teagi, millised need välja näevad. Üks asi on kindel – see inimene, kes neid koostab, peab kindlasti olema firmasisesne. Ainult firmasisesne inimene teab, mis firmas toimub ja oskab kõike õigesti kirja panna.

Kas jätkate ühiskondlikult vastutustundliku käitumist?

Jätkame heameelega, vaatamata raskustele. Meie jaoks on hea, kui me saame toetada kedagi teist. Vahel ikka mõtled, et miks ma näen nii palju vaeva selle korda saamiseks. Aga kui jõuab see päev ja sa näed neid inimesi, kes on nii õnnelikud, et sa korraldasid nende jaoks väikse ürituse. See teeb südame soojaks. Seega jah, absoluutselt, jätkame.

Lisa 15 Ettevõtte J vastused küsimustikule

Kas olete varem seda mõistet kuulnud?

Kuulnud olen, aga tähendust ei mäleta.

Heategevuskampaaniad (Kas olete osalenud või kas sooviksite? Kui tihti? Kas olete saanud kutseid osalemiseks?)

Kahjuks ei oska küll midagi erilist välja tuua. Mina isiklikult pole oma ettevõtte kaudu kusagil osalenud.

Töötajad (Kas on kindlad nõudmised, mille järgi valite töötaja (haridus, sugu jne)? Kas pakute oma töötajatele hüvitise? Kas toetate kaasava juhtimise põhimõtteid? Kas pakute firma arvel koolitusi oma töötajatele? Kollektiivsed üritused?)

Meie ettevõttes on oskused väga nõutud.

Kui tähtsaks peate, et inimesed toituksid tervislikult? Kas kontrollite tarnijate tausta (kust on pärit toiduained, kas on tervislikud jne)?

Ei vaata eriti selle tervislikkust. Kui keegi küsib, siis meil on ikka mida pakkuda. Aga tavaliselt soovivad meie kliendid saada toit kiiremini kätte. Ja sellesse me panustamegi. Tarnijate kontrolliga ei tegele.

Kas oleksite nõus:

- **pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides? Jah.**
- **müüma odavamalt toitu, mille säilivusaeg lõpeb? jah.**
- **päeva lõpus jagama mööduva säilivusajaga toidu tasuta vähekindlustatud inimestele? Jah.**

Kas peate arvestust selle üle, kui palju viskate päeva lõpus toidu ära, et hiljem valmistada ainult kindel kogus? Või on see ettearvamatu?

Alati ei saa õigesti prognoosida, kui üritatakse. Ei taha olla olukorras, et klient on aga toitu ei ole.

Keskkond (kas püüate vähendada jäätmete hulka? Kas sorteerite prügi? Kas jälgite vee ja elektri tarbimist?)

Jah, prügi sorteerime ja püüame jäätmete hulka vähendada. Vett ja elektrit tarbime mõõdukalt.

Kas Teie arvates võiks riik toetada ühiskondlikult vastutustundlikuid ettevõtteid? (kajastused meedias, võimalus olla tulumaksusoodustusega ühingute nimekirjas, rahaline toetus, tunnustus jne)

Jah.

Teemaalased aruanded, nende koostamine. Lisamine nt majandusaasta aruandesse. Kes peaks sellega tegelema?

Meil on hetkel niigi palju tegemisi, selle jaoks ei oleks aega.

Et olla ühiskondlikult vastutustundlik, on vaja panustada rohkem finantse ja kindlasti rohkem enda aega. Arvestades kõike seda, siis kui mõistlik oleks Teie jaoks ühiskondliku vastutusega tegelemine? Kas praegune töökoormus võimaldaks koostama sel teemal aruandeid, uurida rohkem tarnijate tausta, osaleda erinevates heategevuskampaaniates jne? Jätkame.

Lisa 16 Ettevõtte K vastused küsimustikule

Kas olete varem seda mõistet kuulnud?

Jah, olen kuulnud.

Heategevuskampaaniad (Kas olete osalenud või kas sooviksite? Kui tihti? Kas olete saanud kutseid osalemiseks?)

Jah, osaleme. Meil on töötajad, kes kunagi olid laste psühholoogid, seega hea meelega korraldame üritusi lasteaedadele ja puuetega lastele.

Töötajad (Kas on kindlad nõudmised, mille järgi valite töötaja (haridus, sugu jne)? Kas pakute oma töötajatele hüvitise? Kas toetate kaasava juhtimise põhimõtteid? Kas pakute firma arvel koolitusi oma töötajatele? Kollektiivsed üritused?)

Eks seda ametit ei ole raske selgeks õppida, põhiline on, et inimene seda tahaks. Korraldame oma töötajatele erinevaid üritusi ja koolitusi sagedalt.

Kui tähtsaks peate, et inimesed toituksid tervislikult? Kas kontrollite tarnijate tausta (kust on pärit toiduained, kas on tervislikud jne)?

Jah, meil on ainult kvaliteetne kaup ja kindlat tarnijad, kes on ühtlasi ka meie partnerid.

Kas oleksite nõus:

- pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides? Jah.
- müüma odavamalt toitu, mille säilivusaeg lõpeb? Jah.
- päeva lõpus jagama mööduva säilivusajaga toidu tasuta vähekindlustatud inimestele? Jah.

Kas peate arvestust selle üle, kui palju viskate päeva lõpus toidu ära, et hiljem valmistada ainult kindel kogus? Või on see ettearvamatu?

Ei pea arvestust, kuna jääke ei ole.

Keskkond (kas püüate vähendada jäätmete hulka? Kas sorteerite prügi? Kas jälgite vee ja elektri tarbimist?)

Prügi sorteerime. Vesi ja elekter, no seda üritame ka mõõdukalt tarbida ikka.

Kas Teie arvates võiks riik toetada ühiskondlikult vastutustundlikuid ettevõtteid? (kajastused meedias, võimalus olla tulumaksusoodustusega ühingute nimekirjas, rahaline toetus, tunnustus jne)

Jah, see motiveeriks meid väga.

Teemaalased aruanded, nende koostamine. Lisamine nt majandusaasta aruandesse. Kes peaks sellega tegelema?

Puuduvad teadmised.

Et olla ühiskondlikult vastutustundlik, on vaja panustada rohkem finantse ja kindlasti rohkem enda aega. Arvestades kõike seda, siis kui mõistlik oleks Teie jaoks ühiskondliku vastutusega tegelemine? Kas praegune töökoormus võimaldaks koostama sel teemal aruandeid, uurida rohkem tarnijate tausta, osaleda erinevates heategevuskampaaniates jne? Eks ikka jätkame.

Lisa 17 Intervjuu ettevõttes L

Kas olete varem seda mõistet kuulnud?

Jah.

Kas osalete heategevuskampaaniates?

Jah. Meie põhimõte on see, et me panustame oma aega ja tööd, mitte raha. Igaüks saab küsida kontonumbri ja saata siis mingi raha summa. Meie jaoks on oluline näha, et see raha oleks otstarbekalt kasutatud, seega eelistame siis see „vahend“ ise osta ja kohale tuua. Seal saame ka tunda, kui kasulik see asi oli, kui õnnelikuks see kedagi tegi.

Mille järgi valite töötajad – kas hindate oskusi või tahet tööd teha? Ja mida pakute oma töötajatele?

Jah, me vaatame oskusi küll. Aga vaatame ka seda, kuidas inimene tööd teeb. Kui inimene tuleb meie juurde oma ideedega, siis me loomulikult kuulame ära, mis tal pakkuda on. Karjäärivõimalused on. Üritused, koolitused ja hüvitised samuti on.

Kui tähtsaks peate, et inimesed toituksid tervislikult?

Loomulikult! Kvaliteetne toit ja tervislik toitumine on ju väga tähtis! Seega on meil ka kindlad ja kontrollitud tarnijad.

Kas oleksite nõus pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides?

Meil valmistatakse toitu ettetellimisel.

Kas peate arvestust selle üle, kui palju viskate päeva lõpus toidu ära, et hiljem valmistada ainult kindel kogus?

Me proovime valmistada kõike ainult ettetellimisel, aga see kaup, mida ostame varem, ostame suures koguses ja see säilib kaua sügavkülmas.

Kas sorteerite prügi ja kas jälgite vee ja elektri tarbimist?

Meist see ei sõltu, meil ei ole eraldi prügikaste. Paber, pudelid on eraldi küll. Eks me proovime jäätmeid vähemaks teha. Vee- ja elektritarbimine on mõõdukas.

Kas Teie arvates võiks riik toetada ühiskondlikult vastutustundlikuid ettevõtteid?

Jah, võiks küll rohkem tähelepanu pöörata, sest muidu väikestel firmadel on raske üksinda hakkama saada.

Kas olete valmis koostama CSR aruandeid?

Kui keegi teeks seda meie jaoks tasuta, siis oleks suurepärane. Või siis saaks vähemalt koolituse tasuta. Sest tegelikult ma ei teadnudki, et on olemas CSR aruanded. Ma ei kujuta ette, kui palju

oleks vaja siis eeltööd teha. Ma mõtlen seda, et on vaja ju koguda kõik materjalid, fikseerida ära millal ja mis üritus toimus, millega me seal tegelesime. Mina ise sellese praegu panustada küll ei saaks. See on suur töö. Kas juhendeid ka on selle koostamiseks? Tean, et majandusaastaruande näidised on.

Konkreetset juhendit kahjuks ei ole. Neid on palju erinevaid. Aga seda teenust on võimalik ka sisseosta.

Raha selle peale eraldi kulutada küll ei sooviks.

Kas tegelete ka edasi CSRiga?

Sooviks rohkem tuge, aga jah, ikka jätkame.

Lisa 18 Ettevõtte M vastused küsimustikule

Kas olete varem seda mõistet kuulnud?

Jah.

Heategevuskampaaniad (Kas olete osalenud või kas sooviksite? Kui tihti? Kas olete saanud kutseid osalemiseks?)

Jah, meil on pidevalt olnud tasuta hommikusöögid. Tudengitele ja pensionäridele on allahindluseid. Varem said jäägid veetud söödaks loomadele, kuid see muutus juhatuse vahetusega.

Töötajad (Kas on kindlad nõudmised, mille järgi valite töötaja (haridus, sugu jne)? Kas pakute oma töötajatele hüvitise? Kas toetate kaasava juhtimise põhimõtteid? Kas pakute firma arvel koolitusi oma töötajatele? Kollektiivsed üritused?)

Me vaatame seda, kuidas inimene tööd teeb. Kas ta teeb seda hästi ja hea meelega ja kuivõrd panustab ettevõtte arengusse. Omalt poolt pakume koolitusi ja erinevaid hüvitisi.

Kui tähtsaks peate, et inimesed toituksid tervislikult? Kas kontrollite tarnijate tausta (kust on pärit toiduained, kas on tervislikud jne)?

Me peame tähtsaks tervisliku toitumist. Meil saab inimene ise valida, mida ta süüa soovib. Meil on gluteenfree, vegan jms valikud. Tarnijate osas oleme veidi leebemad, kuid püüame kontrollida, ja kindlad partnerid on meil ka.

Kas oleksite nõus:

- **pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides? Jah.**
- **müüma odavamalt toitu, mille säilivusaeg lõpeb? Jah.**
- **päeva lõpus jagama mööduva säilivusajaga toidu tasuta vähekindlustatud inimestele?**

Jah.

Kas peate arvestust selle üle, kui palju viskate päeva lõpus toidu ära, et hiljem valmistada ainult kindel kogus? Või on see ettearvamatu?

Meil ei ole jääke, seega ei tegele prognoosimisega.

Keskkond (kas püüate vähendada jäätmete hulka? Kas sorteerite prügi? Kas jälgite vee ja elektri tarbimist?)

Majal ei ole võimalust prügi sorteerida, omalt poolt teeme vähese ära. Proovime jäätmete hulka vähendada. Vett ja elektrit kasutame nii palju kui vaja, ehk mõõdukalt.

Kas Teie arvates võiks riik toetada ühiskondlikult vastutustundlikuid ettevõtteid? (kajastused meedias, võimalus olla tulumaksusoodustusega ühingute nimekirjas, rahaline toetus, tunnustus jne)

Jah.

Teemaalased aruanded, nende koostamine. Lisamine nt majandusaasta aruandesse. Kes peaks sellega tegelema?

Meil puuduvad vastavad teadmised, kuidas neid aruandeid koostata. Kui oskaks ja kui oleks aega, siis tegeleks sellega.

Et olla ühiskondlikult vastutustundlik, on vaja panustada rohkem finantse ja kindlasti rohkem enda aega. Arvestades kõike seda, siis kui mõistlik oleks Teie jaoks ühiskondliku vastutusega tegelemine? Kas praegune töökoormus võimaldaks koostama sel teemal aruandeid, uurida rohkem tarnijate tausta, osaleda erinevates heategevuskampaaniates jne?

Jätkame.

Lisa 19 Intervjuu ettevõttes N

Kas olete varem seda mõistet kuulnud?

Jah, olen.

Kas olete osalenud heategevuskampaniates?

Jah, näiteks tegeleme sponsordlusega. Samuti oli meil pikalt tähistatud 1. juuni ehk lastepäev, siis pakkusime lastele tasuta magustoite. Veel oleme korraldanud kampaniad - osta üks saad teise poole hinnaga. Ja oleme koostööd teinud ka Toidupangaga.

Mille järgi valite töötajaid, kas on olemas kindlad kriteeriumid?

Me võtame inimesi tööle alguses madalale positsioonile. Edasine areng on inimese enda soovil alati võimalik ja teretulnud. Ja mainin, et meil seda võimalust ka kasutakse. Ise tulin samamoodi koolist siia tööle nii et midagi ei osanud. Aga meil siin hinnatakse inimese tahet tööd teha ja kui juba jääb silma, siis saad kõrgemale positsioonile ka. Loomulikult suureneb ka palk, tekib võimalus käia koolitustel jne.

Kas kontrollite tarnijate tausta?

Ostame ainult kindlatest kohtadest, mis on spetsiaalselt meie ettevõtte jaoks asutatud ja kus protsess on meie ettevõtte kontrolli all. Näiteks on meie kasutused põllumaad. Seal jälgitakse kõike vajalike nõudeid, mis on Veterinaar- ja Toiduameti poolt kehtestatud. Meil on väga kindel kontroll toidu üle.

Kas oleksite nõus pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides?

Jah, kaasa saavad alati võtta, kui soovivad.

Kas oleksite nõus müüma odavamalt toitu, mille säilivusaeg lõpeb? Ma tohi seda teha, kuna ettevõttes on ranged reeglid.

Sama kehtiks siis ka päeva lõpus mööduva säilivusajaga toidu tasuta jagamisega? Jah, kuigi isiklikult saan aru, et see kõlab hästi ja on neid, kes seda vajaksid. Aga oma reegleid me muuta ei tohi. Meil on rõhk just sellel, et meie toit oleks kvaliteetne. Seega ei taha me pakkuda ka tasuta seda inimestele, kui me ei ole kindlad, et toit on värske.

Kas peate arvestust selle üle, kui palju viskate päeva lõpus toidu ära, et hiljem valmistada ainult kindel kogus?

Jah, meil on olemas kindel programm, mis sai meie jaoks tehtud. See programm arvutab kuude alusel iga kindla päeva jaoks õige koguse tooteid. Vajadusel on küll võimalik seda kogust käsitsi korrigeerida.

Kas sorteerite prügi ja kas jälgite vee ja elektri tarbimist?

Sorteerime ja jälgime vee ja elektri tarbimist. Meil on igal pool juhendid, mis on abiks ka uutele töötajatele, sest meil on ikka väga põhjalik prügisorteerimine. Tingitud on see sellest, et meil oli avariijuhtum selletõttu, et keegi valas õli kraanikaussi. Me ei pannud seda alguses tähele. Siis ühel hetkel tekkis suur ummistus torudes, mille tõttu vesi ei tulnud ka kõrvalolevatesse majadesse. Saime selle eest ka suure trahvi. Seega nüüd sunnime töötajaid juhendeid jälgida.

Kas Teie arvates võiks riik toetada ühiskondlikult vastutustundlikuid ettevõtteid?

Jah, meie pooldaksime näiteks erisoodustusmaks kaotamise CSRiga tegelevale firmale, siis saaksime omatöötajatele rohkem pakkuda. Ma isiklikult ei saagi aru, miks, kui ma tahan oma töötajat premeerida, pean ma selle eest veel makse maksma. See pigem demotiveerib mind. Ja mida peaksid tegema ettevõtted, millel on palju töötajaid? Kulud oleksid liiga suured.

Kes peaks Teie arvates koostama CSR aruandeid?

Minu arvates võiks siin samuti riik panustada. Saata spetsialist näiteks. Riik peaks olema sellistest aruannetest huvitatud.

Kuidas arvate, kas olete ka edasi ühiskondlikult vastutustundlikud.

Jaa! Meil on tegelikult juba päris palju uusi projekte plaanis. Loodan, et need õnnestuvad.

Lisa 20 Intervjuu ettevõttes O

Kas olete varem seda mõistet kuulnud?

Jah.

Kas tegelete heategevusega?

Jah, meil on mitu erinevat projekte. Samuti oleme sponsorid loomaaias.

Mille järgi valitakse Teil töötajaid?

Kogu meie meeskond koosneb loovatest inimestest. Kindlasti me otsisime neid eelkõige oskuste järgi, aga hindasime ka teisi aspekte.

Kas pakute oma töötajatele hüvitise, koolitusi, kollektiivsed üritused?

Hüvitised, koolitused ja üritused on meie kollektiivis loomulikud asjad.

Kui tähtis on Teie ettevõttes tarnijate kontroll?

Väga tähtis. Ostame ainult sertifitseeritud ja kõrgelt hinnatud tarnijatelt.

Kas oleksite nõus pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides?

Jah.

Kas oleksite nõus müüma odavamalt toitu, mille säilivusaeg lõpeb?

Jah.

Kas oleksite nõus päeva lõpus jagama mööduva säilivusajaga toidu tasuta vähekindlustatud inimestele?

Jah, aga parem müüme odavamalt, et mingi osa kasumit saada.

Kas peate arvestust selle üle, kui palju viskate päeva lõpus toidu ära, et hiljem valmistada ainult kindel kogus?

Meil tavaliselt ei olegi jääke. Üritame kõik ära kasutada.

Kas sorteerite prügi ja kas jälgite vee ja elektri tarbimist

Ikka sorteerime. Ja ikka jälgime tarbimist ka.

Kas Teie arvates võiks riik toetada ühiskondlikult vastutustundlikuid ettevõtteid?

Jah. Riik võiks vaadata üle mõned seadused, et me omakorda saaksime lihtsamalt panustada CSRI. Praegu iga toiminguga jaoks kuulub liiga palju aega erinevatele kontrollidele, mis tegelikult ei ole seda väärt.

Kas oleksite nõus koostama CSR aruandeid?

Aruanded? Kas selle kohta peab veel eraldi aruandeid koostama?

Kohustust ei ole, aga oleks ju hea näha, kui palju head Te teete.

Jah, selles suhtes küll. Enda reklaami mõttes oleks see hea. Aga meil niigi vähe aega. Ja uue inimese palkamine ei kõla tegelikult ka hästi. Kui oleks keegi, kes teeks seda tasuta, siis meeldiv. See on üheks variandiks, kuidas võiks riik meid toetada.

Kas tegelete ka edasi CSRiga?

No aruandeid küll täita ei jõua aga heategevuskampaaniate osas vaataks iga kampaania eraldi ja ilmselt oleks võimalik mõnega leida ühisosa. Sellega eraldi tegeleda on ju tore.

Lisa 21 Ettevõtte P vastused küsimustikule

Kas olete varem seda mõistet kuulnud?

Jah.

Heategevuskampaaniad (Kas olete osalenud või kas sooviksite? Kui tihti? Kas olete saanud kutseid osalemiseks?)

Jah, mee teeme pidevalt koostööd ühe lastekoduga. Pakume neile võimalust pidada oma sünnipäevi meie restoranis. Samuti toetame neid võimaluselt rahaliselt.

Töötajad (Kas on kindlad nõudmised, mille järgi valite töötaja (haridus, sugu jne)? Kas pakute oma töötajatele hüvitise? Kas toetate kaasava juhtimise põhimõtteid? Kas pakute firma arvel koolitusi oma töötajatele? Kollektiivsed üritused?)

Vaatame ikka oskusi. Aga samas, minu arvates on tahe tööd teha ikkagi olulisem. Mina teen oma valiku mitte oskuste järgi, vaid pigem peale seda, kui näen, kuidas inimene on töötanud. Jah, meil on erinevad hüvitised, koolitused. Üritustest on meil suvepäevad ja jõulude ajal mõtleme ka tavaliselt midagi toredat välja.

Kui tähtsaks peate, et inimesed toituksid tervislikult? Kas kontrollite tarnijate tausta (kust on pärit toiduained, kas on tervislikud jne)?

Tervisliku toitumist me eriti ei vaata, me lähtume sellest, mida kliendid soovivad. Me küll oleme üritanud midagi tervisliku promoda, aga kahjuks pidime suurema osa sellest lihtsalt ära viskama. Selletõttu ei tegele ka tarnijate kontrolliga.

Kas oleksite nõus:

- **pakkuma võimalust võtta taldrikule jäänud toit kaasa tasuta karpides?** Meil on ettetellimine.
- **müüma odavamalt toitu, mille säilivusaeg lõpeb?** Meil on ettetellimine.
- **päeva lõpus jagama mööduva säilivusajaga toidu tasuta vähekindlustatud inimestele?** Meil on ettetellimine.

Kas peate arvestust selle üle, kui palju viskate päeva lõpus toidu ära, et hiljem valmistada ainult kindel kogus? Või on see ettearvamatu?

Valmistame toidu tellimuste alusel.

Keskkond (kas püüate vähendada jäätmete hulka? Kas sorteerite prügi? Kas jälgite vee ja elektri tarbimist?)

Sorteeriks hea meelega põhjalikumalt, aga sellist võimalust ei ole. Vesi ja elektri osas piiranguid küll ei ole, aga üritame jälgida.

Kas Teie arvates võiks riik toetada ühiskondlikult vastutustundlikuid ettevõtteid? (kajastused meedias, võimalus olla tulumaksusoodustusega ühingute nimekirjas, rahaline toetus, tunnustus jne)

Jah, vähemalt riigipoolne reklaam oleks juba asi

Teemaalased aruanded, nende koostamine. Lisamine nt majandusaasta aruandesse. Kes peaks sellega tegelema?

Oleks hea, kui oleks keegi ettevõttes, kes sellega tegeleks.

Et olla ühiskondlikult vastutustundlik, on vaja panustada rohkem finantse ja kindlasti rohkem enda aega. Arvestades kõike seda, siis kui mõistlik oleks Teie jaoks ühiskondliku vastutusega tegelemine? Kas praegune töökoormus võimaldaks koostama sel teemal aruandeid, uurida rohkem tarnijate tausta, osaleda erinevates heategevuskampaaniates jne?

Oleks hea, kui oleks abi kelleltki saada, aga heategevusega jätkame.