

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Majandusarvestuse instituut

Finantsarvestuse õppetool

Jekaterina Lissejenko

**ETTEVÕTTE SOTSIAALNE VASTUTUS EESTI VÄIKESE
SUURUSEGA ETTEVÕTETES**

Magistritöö

Juhendaja: dotsent Natalja Gurvitš

Tallinn 2015

SISUKORD

ABSTRAKT	5
SISSEJUHATUS	6
1. ETTEVÖTTE SOTSIAALSE VASTUTUSE TEOREETILISED KÄSITLUSED	9
1.1. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse olemus	9
1.1.1. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse definitsioonid ja klassifikatsioonid	9
1.1.2. Muutused ettevõtte sotsiaalse vastutuse kontseptsiooni tähenduses	12
1.1.3. Üleminek sotsiaalselt vastutuselt kui kohustuselt ettevõtte juhtimisstrateegiale	15
1.1.4. Probleemid ja võimalik kasu ettevõtte sotsiaalse vastutuse kontseptsiooni kasutuselevõtmisest.....	19
1.2. Sotsiaalse vastutuse aruandlus ettevõtte kommunikatsioonistrateegiana	23
1.2.1. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandluse areng	23
1.2.2. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandluse puudused ja selle kvaliteedi parendamise võimalused	25
1.2.3. Standarditele põhinev ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandlus.....	27
2. ETTEVÖTTE SOTSIAALNE VASTUTUS EESTIS	31
2.1. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse uurimine Eestis, selle arengule suunatud tegevused ja uued väljakutsed	31
2.2. Väikese suurusega ettevõtete eripära	39
2.3. Uuring Eesti väikese suurusega ettevõtete ESV-alase teadlikkuse ja tegevuse kohta....	41
3. UURINGU TULEMUSED	43

3.1. Üldised järeldused.....	43
3.2. Eesti väikese suurusega ettevõtete hinnangud ESV küsimustes.....	55
3.3. Tulemuste arutelu	58
KOKKUVÕTE	61
VIIDATUD ALLIKAD	64
SUMMARY	68
LISAD	71
Lisa 1. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse teooriate klassifikatsioon.....	71
Lisa 2. Huvigruppidest koosnev struktuur	72
Lisa 3. Põhjused ESV vabatahtlikule avalikustamisele või mitteavalikustamise	73
Lisa 4. Eesti ettevõtete arvamus ESV tegevuse sisemiste eeliste kohta	74
Lisa 5. Eesti ettevõtete arvamus ESV tegevuse väliste eeliste kohta	75
Lisa 6. Eestis aastast 2005 toimunud olulised ESV-alased arendus- ja kommunikatsioonitegevused	76
Lisa 7. Vastutustundlikku ettevõtluse indeks	77
Lisa 8. "Vastutustundlik ettevõtte 2011" märgis	78
Lisa 9. Eesti vastutustundliku ettevõtluse tegevuskava strateegilised eesmärgid ja tegevused	79
Lisa 10. Eesti vastutustundliku ettevõtluse tegevuskava indikaatorid.....	82
Lisa 11. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustik	83
Lisa 12. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustikule vastanud ettevõtete arv tegevusalade lõikes	92
Lisa 13. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustikule vastanud ettevõtete arv asukohtade lõikes.....	93
Lisa 14. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustikule vastanud ettevõtete ESV-le suunatud toetustegevuste jaotus valdkonniti.....	94

Lisa 15. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustikule vastanud ettevõtete ESV raames plaanitavate toetustegevuste jaotus valdkonniti	95
Lisa 16. Eesti väikese suurusega ettevõtete küsitlusele vastanud ettevõtete motiveerivate faktorite järjestused ESV tegevustes.....	96
Lisa 17. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustikule vastanud ettevõtete barjäärid sotsiaalse vastutuse alases tegevuses ja/või sotsiaalse vastutuse kontseptsiooni elluviimisel.....	97
Lisa 18. Eesti väikese suurusega ettevõtete küsitlusele vastanud ettevõtete olemasolevate või eeldatavate ESV aruannete eesmärkide järjestused	98

ABSTRAKT

Töö pealkiri on: Ettevõtte sotsiaalne vastutus Eesti väikese suurusega ettevõtete näitel

Väikese suurusega ettevõtetel on Eesti majandusprotsessides oluline roll, mõjutades paljusid majandusnäitajaid. Seepärast on nende jätkusuutlik areng tänu ettevõtte sotsiaalse vastutuse alale sisenemisele riigi kiirema arengu ja ühiskonna parema heaolu tagamises ülioluline. Oma olemuselt erinevad nad oluliselt suurtest ettevõtetest. Sellised ettevõtted on seotud hulga barjääride ja eelarvamustega. Probleem on keskendumine pigem ellujäämise küsimusele, konkurentsivõimele. Takistusteks on ressurside nappus, motivatsioonipuudus ja väliste toetuste vähesus, üleüldine vähene teadlikkus sotsiaalse vastutuse kontseptsioonist. Viimasest asjaolust lähtudes seadis autor endale eesmärgiks küsimustiku abil hinnata väikese suurusega ettevõtete teadlikkust sotsiaalse vastutuse küsimustest ja pakkuda lahendusi selle tõstmiseks. Oluline oli tunnistada probleemi olemasolu väikese suurusega ettevõtetes, näidata selle probleemi lahendamise tulenevaid kasusid, vaadelda sotsiaalse vastutuse toimimist ettevõtetes ja näidata võimalusi seostada kontseptsiooni ettevõtte strateegiaga. Uuringu käigus selgus, milliste probleemidega puutuvad väikese suurusega ettevõtted kokku sotsiaalsektoris sisenemisel, kuidas nad hindavad oma teadmisi ja arvamusi sotsiaalsest vastutusest, mis motiveerib neid tegutsema vastutustundlikumalt. Teostatud uuring näitas, et olukorra parandamiseks on vajalik riiklik ja Euroopa Liidu (EL) strateegiline tegevus, nii rahaline kui ka informatiivne toetus väikese suurusega ettevõtetele väljastpoolt (erinevate fondide, foorumite ja võrgustike loomine), täiendavate majandusuuringute läbiviimine ja üleüldise teadlikkuse suurendamine sotsiaalse vastutuse küsimustes.

Võtmesõnad: ettevõtte sotsiaalne vastutus, vabatahtlik initsiatiiv, ettevõtte sotsiaalne aruanne, rahvusvahelised standardid, jätkusuutlikkus, väikese suurusega ettevõtted

SISSEJUHATUS

Tänapäevased turundus- ja majandusuuringud näitavad, et ettevõtte sotsiaalse vastutuse (ESV) alane tegevus, selle hindamine, analüüsimine ja aruandlus on kasutusel üle maailma. Alguse sai ESV kontseptsioon Ameerika Ühendriikidest (USA-st) ning Euroopas hakati seda kasutama 1990. aastate alguses. Kesk- ja Ida-Euroopas hakkas see muutuma populaarseks alles alates 2000. aastatest. Ka astumine Euroopa Liitu (EL-i) aitas kaasa ESV levikule uutes liikmesriikides. Viimase 40 aasta jooksul on ettevõtte sotsiaalsest vastutusest kujunenud terve ärimudeli liik, mille kaudu ettevõtte jälgib, toetab ja tagab ettevõtte juhtimise vastavust õigusaktidele, eetikastandarditele ning rahvusvahelistele normidele.

2008. aastal alanud finantskriis mõjutas erinevate ettevõtete suhtumist ESV-sse erinevalt. Ühed ettevõtted võtsid ESV põhimõtted omaks. Nende ettevõtete sooviks oli teistest eristuda ja näidata end pikaajalises perspektiivis heade tulemuste saavutamisele orienteeritud ettevõttena. Teised aga, vastupidi, loobusid ESV süsteemsest rakendusest, kuna see osutas liiga kulukaks.

Loobumistendents väljendub ka ühtse ESV-alase tegevuse ja vastava aruandluse kasutuselevõtmisega seotud probleemides. ESV-ga kaasnevad kulutused, mis peavad olema regulaarsed, kuna just regulaarsus loob lisaväärtust. Selliste kulutuste tasuvust on raske hinnata. Pidev panustamine ESV-sse pikaajaliste eesmärkide nimel ei sobi aga igale ettevõttele, eriti väikese suurusega ettevõtetele.

Enamasti seostatakse ESV tegevust ja selle aruandlust suurte ettevõtetega, sest oma mastaapsuse tõttu on neil rohkem võimalusi, ressursse ja ka suurem mõju keskkonnale, majandusele. Nende tegevust jälgitakse ja seepärast esitatakse neile ka palju rangemaid nõudeid. Enamik suurtest ettevõtetest koostab eraldi aruandlust oma ESV tegevuse kohta või esitab vastavat informatsiooni majandusaasta aruandes. Tähtsad huvigrupid, näiteks tarbijad, investorid ja partnerid, mõjutavad omakorda oluliselt ESV aruannetes esitatud informatsiooni rahvusvahelist levikut.

Tegelikult mõjutavad ka väkese suurusega ettevõtted oma tegevusega oluliselt riigi majandust ja seda eriti oma suure hulga tõttu. Nende panus tootmisse ja tööhõivesse on oluline. Nad mängivad tähtsat rolli majanduskasvu, ettevõtlusoskuste, uuenduste ning majandusliku ja sotsiaalse sidususe osas. Suure konkurentsivõime säilitamiseks on väkese suurusega ettevõtetele iseloomulik hea organiseeritus, ettevõtjalik vaim, innovaativsus ja efektiivsus, mis on tugevad ESV rakendamise eeldused. Oma olemuselt nad on kohalike kogukondadele palju lähemad kui suured ettevõtted, mis on samuti ESV levikus väga oluline.

Probleem on selles, et enamik ESV tegevusi on välja mõeldud just lähtudes suurte ettevõtete huvidest ja vajadustest, kus erinevate spetsialistide abil on võimalik rakendada vastavaid juhtimispraktikaid. Kahjuks isegi need väkese suurusega ettevõtted, kes on oma olemuselt tihedalt seotud ESV tegevusega, ei mõista ESV eeliseid positiivsete aspektidena. Kui inim-, raha- ja ajaressursside nappuse tingimustes keskendutakse ellujäämisele, jääb ESV tegevus neis ettevõtetes tagaplaanile.

Väikeste suurusega ettevõtetes on ESV kindlasti omapärane nähtus. Siiani pole uuritud, millist otsest ja kaudset kasu toob ESV just väkese suurusega ettevõtetele, kuivõrd efektiivne on see ühiskonna probleemide lahendamisel ning mis võiks olla sellise tegevuse tulevikuprognos. Seepärast on oluline eristada ESV tegevust väikestes ettevõtetes sellisest tegevusest teistes ettevõtete gruppides ja välja selgitada selle protsessi eripärad.

Selle teema aktuaalsus Eestis on praegu kasvamas, kuna järjest rohkem tuntakse vajadust tõsta teadlikkust sotsiaalsest vastutusest. Kõik eeltoodu näitab, et ESV ja selle aruandlus on tähtis ja keeruline ühiskondlik ja majanduslik mõjutegur, mis väärib uurimist. Eriti seetõttu, et nagu kriitika näitab, pole ühemõtteliselt selge, kas ESV toob ettevõttele pigem kasu või kahju.

Käesoleva töö uurimisobjektideks on Eesti väkese suurusega ettevõtete ESV-alane tegevus, selle aruandlus ning teadlikkuse määr nendes aspektides.

Töö eesmärgiks on Eesti väikeste ettevõtete sotsiaalse vastutuse teadlikkuse hindamine ja erinevate lahenduste pakkumine selle tõstmiseks.

Autor püstitab järgmised hüpoteesid: 1) Eesti väkese suurusega ettevõtete teadlikkus sotsiaalse vastutuse küsimustes on vähene ja 2) eksisteerib teatud hulk barjääre, mille tõttu Eesti väkese suurusega ettevõtted loobuvad ESV kontseptsiooni rakendamisest.

Eesmärgi saavutamiseks ning hüpoteeside kontrollimiseks seab autor endale järgmised ülesanded:

- 1) Läbi töötada vastav erialane kirjandus ning välja selgitada ESV ja vastava aruandluse olemus, teoreetiline ja ajalooline taust.
- 2) Välja selgitada ESV mõjud ärile, majandusele ja ühiskonnale tervikuna ning kaardistada üldised rakendamist takistavaid asjaolusid.
- 3) Anda ülevaade ESV kujundamisest Eestis, selle hetkeolukorrast ja arengule suunatud tegevustest.
- 4) Läbi kvalitatiivse uuringu välja selgitada Eesti väikese suurusega ettevõtete teadlikkus ESV-alastes küsimustes.
- 5) Küsimustiku abil saadud tulemuste põhjal teha järeldusi ja esitada soovitusi ESV võimaliku arenguperspektiivi kohta Eesti väikese suurusega ettevõtete seas.

Ülesannete ja töö eesmärgist lähtudes koosneb töö kolmest osast. Esimene osa on teoreetiline ja käsitleb ESV teoreetilisi aspekte. Kirjeldatakse ESV kontseptsiooni ja olemust läbi definitsioonide, vaadeldakse ESV-d ettevõtte juhtimissüsteemi osana. Analüüsitakse ESV rakendamise ja avalikustamise kasusid ja kahjusid nii ettevõtete kui ka ühiskonna jaoks. Seejärel antakse ülevaade ESV aruandlusest, selle kujunemisest ja arengust. Tehakse selgeks standardite SA 8000, AA1000 ja ISO 26000 ning globaalse aruandlusalgatuse GRI eesmärgid ja roll ESV tegevuses.

Teises osas antakse ülevaade ESV arengust Eestis ja selle kohta tehtud varasematest uuringutest. Käsitletakse ESV aruandluse seisukohti EL-is ja Eestis. Tuuakse esile väikese suurusega ettevõtete erilisus ESV protsessis. Kirjeldatakse uuringu metodoloogiat.

Kolmandas peatükis kirjeldab autor küsimustiku abil läbi viidud uuringu tulemusi. Uuringu eesmärgiks oli hinnata teadlikkust sotsiaalse vastutuse küsimustest Eesti väikese suurusega ettevõtetes. Uuringu tulemused aitavad kontrollida töö alguses autori poolt püstitatud hüpoteeside paikapidavust.

Käesoleva töö koostamiseks on kasutatud eelkõige ingliskeelseid artikleid ja uurimistöid erinevatest teadusajakirjadest. Samuti on kasutatud erinevaid ESV raamistikke, Euroopa Komisjoni ja ISO veebipõhiseid publikatsioone.

Töö on läbinud keelekorrektuuri ettevõtte Baltic Media Ltd poolt.

1. ETTEVÕTTE SOTSIAALSE VASTUTUSE TEOREETILISED KÄSITLUSED

1.1. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse olemus

„Demokraatlikus ühiskonnas peavad iga subjekti võimalused olema tasakaalus kohustustega ja vabadus tasakaalus tema vastutuse määraga. Kui demokraatlik õigusriik loob ettevõttele soodsa ja turvalise tegutsemiskeskonna ning tagab ärihuvide realiseerimise vabaduse, on igati loogiline oodata ettevõtelt kaasvastutust ühiskonna arengu põhieesmärkide saavutamise eest“ (Kaasa *et al* 2006, 161).

1.1.1. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse definitsioonid ja klassifikatsioonid

Ettevõtte sotsiaalsel vastutusel on eesti keeles mitmeid sünonüümtermineid: vastutustundlik ettevõtlus, ettevõtte ühiskondlik vastutus, vastutustundlik äritegevus, ettevõtte ühiskondlik osalus, jätkusuutlik ettevõtlus. Inglise keeles on vastutustundliku ettevõtluse tähistamiseks kasutusel mõisted *corporate responsibility* ehk CR, *corporate social responsibility* ehk CSR ja *corporate sustainability and responsibility* ehk CSR, *responsible business, creating shared value*. (Vastutustundlik ettevõtlus ... 2012)

Akadeemilisest kirjandusest lähtudes võib majandusteadlane ESV-teemalist uuringut tehes kokku puutuda rohkem kui 25 erineva ESV definitsiooniga (Melé 2008, 47). Ka autor leidis neid mitu, kuid kõige hõlmavamaks ja kokkuvõtlikumaks peab ta majandusteadlase Reede'i definitsiooni: „ESV on ettevõtete poolt vabatahtlikult omaks võetud kontseptsioon, kus päevast päeva järgitakse oma tegevuses ühiskondliku ja keskkonnaalase vastutuse põhimõtteid“ (2005, 5).

Samuti peab autor väga oluliseks järgmist definitsiooni: „Ettevõtte sotsiaalne vastutus on mõiste, mis iseloomustab majanduslike, sotsiaalsete ja keskkondlike mõjude arvestamist äritegevuses. Sotsiaalne vastutus on ettevõtte eesmärgipärane, järjepidev ja vabatahtlik, seaduse nõudmistest kaugemale ulatuv panus ühiskonna huvide täideviimiseks“ (Sotsiaalne vastutus. Eetikaveeb ...).

Mitmed ESV definitsioonid, millega autor kokku puutus, olid antud nn vastutustundliku ettevõtte eesmärkide kirjelduse kaudu. Näiteks, Tóthi järgi on selliseks eesmärgiks „saada kohaliku majanduse kasulikuks liikmeks, omada häid välismõjusid nii asukohas, piirkonnas kui ka riigis, kus ettevõtte opereerib“ (2009, 53). Samasugusel viisil – tegevuste kaudu – defineerivad ESV-d Kotler ja Lee, kellel on ühine seisukoht: „vastutustundlikku ettevõtet iseloomustavad sotsiaalseid üritusi toetavad tegevused ja ESV kohustuste täitmine“ (2005, 3).

Euroopa Komisjoni seisukohalt tähendab ESV seda, et ettevõtted tegutsevad oma igapäevases äritegevuses vabatahtlikult ja ilma seadusest tuleneva kohustuseta sotsiaalsete ja keskkonnaalaste eesmärkide saavutamise nimel. See tegevus hõlmab järgmisi valdkondi (Ettevõtete sotsiaalne ...):

- Euroopa 2020. aasta strateegia (eelkõige uued oskused ja töökohad, noored, kohalik areng);
- ettevõtlus ja inimõigused;
- ettevõtte ühiskondlikku vastutust käsitlev aruandlus;
- ühiskondlikult vastutustundlikud riigihanked.

Euroopa 2020. aasta strateegia on mõeldud toetama tarka, jätkusuutlikku ja kõikehõlmavat kasvu, eesmärgiks on propageerida ESV-d kui võtmeelementi, mis peab tagama töötajate ja tarbijate usalduse pikaajalises perspektiivis. (Lungu *et al* 2011, 463)

Euroopa Komisjon vaatleb ESV-d kui osa Euroopa sotsiaalmudelist, mis aitab kaasa jätkusuutliku majanduse arengule, suurendades samas Euroopa uuendusvõimalusi ning konkurentsivõimet, toetades tööhõivet ja töökohtade loomist. (Ettevõtja sotsiaalne vastutus ...)

Ülaltoodud definitsioonidest selgub, et ESV-l on kaks poolt. Ühelt poolt see on tegevus. Teiselt poolt kohustus. Palju selgub, kui esile tuua asjaolu, et ESV ideoloogia arenes märkamatuult välja ärieetika ideoloogiast. Majandusteadlane Tóth näeb sellest selget märki ärieetika eestkõneleja K. Goodpasteri ja ettevõtete juhtimise eksperdi J. B. Matthews'i ühises artiklis, mis

avaldati 1982. aastal, kus artikli autorid rõhutasid, et ettevõttel saab olla ja peab olema südametunnistus (2009, 9).

Sotsiaalne vastutus puudutab paljusid ärieetika valdkondi ja nimelt (Sotsiaalne vastutus. Eetikaveeb ...): töötajaid ning nende töö- ja elutingimusi nii kodu- kui ka välismaal; vastutustundlikkust investeringute tegemisel ja tootmise planeerimisel; kogukonna vajaduste arvessevõtmist ja koostööd; keskkonna säästmist; sotsiaalset õiglust ja heaolu edendamist.

Laiemas tähenduses on sotsiaalne vastutus mis tahes eetiline piirang kasumi taotlemises. Kitsamas mõttes on see ettevõtte võetud kohustus edendada sotsiaalseid hüvesid, sõltumata kasumitaotlusest. (*Ibid.*)

Sotsiaalset vastutust võib käsitleda ka ettevõtte sisevaatena, kus ESV võib olla mitte ainult plaanitud heategevus, vaid ka osa kvaliteedijuhtimisest, inimressursside juhtimisest. Ettevõtte jaoks võib sotsiaalse vastutuse tagajärjeks olla näiteks tootmise ümberkorraldamine, töötajate suurenev lojaalsus. ESV tegevusest võib välja kasvada terve ettevõtte strateegia.

Ettevõtja seisukohalt on ESV lüli ärisektori ja ühiskonna ülejäänud osa vahel. ESV kui tegevus saavutab oma eesmärgi, rahuldades või isegi ületades ühiskonna eetilisi, õiguslikke, kaubanduslikke ja avalikke ootusi äritegevuse suhtes. (Ettevõtja sotsiaalne vastutus ...)

Kindlasti ja eelkõige on ettevõtte sotsiaalne vastutus vaadeldav tavainimese seisukohast. Tema jaoks on sotsiaalselt vastutav ettevõtte hooliv ja inimeste heaolu suurendav. Huvigruppides olevad inimesed mängivadki ESV küsimustes keskset rolli. Tänu nende väärtustele, ootustele, südametunnistusele ja õigele käitumisele saab ESV liikumine oma toetuse ja levib üle maailma.

Kuna ettevõtte sotsiaalset vastutust käsitletakse erinevatest vaatenurkadest ja teooriate arv on suur, tekib dilemma, kuidas olemasolevaid käsitlusi ühtlustada ja samas ka gruppidesse jagada. Autor leidis Melé avaldatud artikli „*Corporate Social Responsibility Theories*“, kus majandusteadlane liidab kolme eraldiseisva uurimuse andmed (2008, 48). Selle artikli põhjal kirjeldatakse ESV teooriate klassifitseerimist lähemalt (vt lisa 1). Melé leiab, et tänapäevases akadeemilises kirjanduses seavadki ainult kolm uurimust endale eesmärgi klassifitseerida ESV teooriaid. Need on Klonoski (1991), Garriga ja Melé (2004) ning Winsdori (2006) uurimused. Melé leiab, et teooriate paljususest hoolimata võib kõigis neis märgata sarnasusi – suuremal või

väiksemal määral esineb neis kõigis inimeste ja ühiskonna ühtsuse nägemist sotsiaalpsühholoogia¹ raames (*Ibid.*).

Kokkuvõtvalt võib öelda, et olulisteks märksõnadeks ESV küsimustes on vabatahtlikkus ja järjepidevus. ESV on vabatahtlikult omaks võetav päevast päeva järgitav kontseptsioon, vabatahtlikult võetav vastutus ühiskonna edendamise eest, vabatahtlik oma huvigruppidega arvestamist eeldav kohustus, vabatahtlik eetiline käitumine.

1.1.2. Muutused ettevõtte sotsiaalse vastutuse kontseptsiooni tähenduses

Tänapäeval ei ole riik üksi võimeline globaalse turumajanduse mõjude reguleerimisega toime tulema. Seda tõestavad nii teooria kui ka praktika. Seetõttu mängib kaasaegne ettevõtte ühiskonnas spetsiifilist rolli. Ta esineb oma õiguste ja kohustustega subjektina, mille tegevus on suunatud ka ühiskonnaelu edendamisele. (Kaasa *et al* 2006, 161)

Ettevõtete vastutus ja roll ühiskonnas on omavahel tihedalt seotud ning nende olemuse ja ulatuse üle on erinevatel tasanditel palju vaieldud. ESV kontseptsiooni käsitletakse kahest vastandlikust teoreetilist lähenemisest lähtudes. Üks käsitus tugineb eetika ja moraali seisukohtadele: kuna riik üksi ei jõua ühiskonna igakülgse arengu eest hoolt kanda, oodatakse tuge ettevõtetest. Teine lähenemine põhineb neoklassikalise suuna ühe tähtsama esindaja, Nobeli preemia laureaadi, USA majandusteadlase M. Friedmani seisukohal, et ühiskonna arengusse panustamine on riikide ja valitsuste kohustus, mitte ettevõtluse ülesanne. (Kaasa *et al* 2006, 22; Tóth 2009, 8)

Raske on vastata küsimusele, millal ja kuidas täpselt ettevõtte sotsiaalne vastutus kui kontseptsioon võis tekkida. Majandusteadlased rõhutavad asjaolu, et juba XIX ja XX sajandi algul oli nn sotsiaalselt valgustatud ettevõtteid, mille omanikud ehitasid oma töötajatele maju, rajasid lasteaedu ja vanadekodusid ning olid mõnikord isegi oma töötajate laste ristivanemad. Sellistele ettevõtetele oli iseloomulik perekondlik suhtumine, mis tänapäeval esineb multinatsionaalsetes ettevõtetes. (Tóth 2009, 8)

¹ Sotsiaalpsühholoogia on psühholoogia haru, mille raames uuritakse kõiki käitumisi, mis seostuvad inimese ja tema suhetega teiste inimeste, gruppide, sotsiaalsete institutsioonide ja ühiskonnaga. (Reber 1995)

Majandusteadlane Tóth väidab, et sotsiaalsest vastutusest kõneldi juba 1950. aastate alguses, näiteks H. Browni 1953. aastal kirjutatud raamatus „Ärimehe kohustused“ (*Ibid.*).

USA-s tekkis ESV idee üheksateistkümnenda-kahekümnenda sajandi vahetuse paiku. Tollaegseid suuri ja võimukaid ettevõtteid süüdistati antisotsiaalses ja konkurentsi kahjustavas tegevuses. Kohates sotsiaalset protesti sellise tegevuse vastu, asusid need ettevõtted oma võimu ja mõju kasutades vabatahtlikult arvestama oma tegevuses sotsiaalseid eesmärke. (Post *et al* 1996, 37)

Ka Tóth on arvamusel, et ESV mõiste USA-s pärineb suurettevõtete skandaalidest (2009, 8). Samuti on tema arvates poliitilised skandaalid, näiteks Watergate'i afäär², mänginud ESV arengus suurt rolli. (*Ibid.*)

President Reagani ajal (1981–1989) oli sotsiaalse partnerluse idee erasektori algatuste (Private Sector Initiatives) teemaks (Hay *et al* 1989, 557). Seega võib USA-d julgelt nimetada riigiks, kust kaasaegne ESV on oma alguse saanud. Järgnevalt vaatleb autor ESV kontseptsiooni arenguetappe lähemalt.

Arvatakse, et see tänapäevani kestev vaidlus ESV teemal pärinebki 1970. aastatest, mil M. Freidman oli ühiskonnas tähtsal positsioonil. Ta väitis, et iga ettevõtte peaks hoiduma tegevustest, mis ei ole otseselt seotud tema põhimissiooniga ehk kasumi ja ettevõtte väärtuse tõstmisega omanike jaoks. (Tóth 2009, 8)

M. Freidmani järgi kujutavad kõik ettevõtte ressursid, mis paigutatakse sotsiaalsete programmide arendamisse, heategevusse või muudesse kasumit mittetootvatesse ettevõtmistesse, endast maksu tarbijate ja investorite jaoks, mis omakorda vähendab ühiskonna rikkust ja ühiskonnaliikmete rahulolu. (Kaasa *et al* 2006, 22)

M. Friedmani arvamusel oli palju poolehoidjaid. Näiteks J. Ladd, kelle 1970. aastal ilmunud artiklis on öeldud, et inimeste moraalsed ootused ettevõtete suhtes on sobimatud ja pole ettevõtte kultuuri osa, nende kirjeldamiseks puudub isegi sõnavara. (Tóth 2009, 8)

Autor on arvamusel, et arusaam ESV-st muutus aja jooksul inimeste ja huvigruppide ootuste järgi. Sest juba 1996. aastal mõisteti ESV all järgmist: „Ettevõtte peab olema vastutav iga oma tegevuse eest, mis mõjutab inimesi, kogukonda ja keskkonda“ (Post *et al* 1996, 37). Tol ajal

² 1973. aastal FBI juhi kohast ilmajäänud FBI asedirektor Mark Felti organiseeris infolekke Washingtoni Posti ajalehte, president Richard Nixon poolt heakskiidetud sissevõtmistest ja andmetekogumisest vastaskandidaadi valimisstaabist, mille tagajärjeks oli presidendi tagasiastumine ametikohalt. (Psühholoogiline ...)

tähendas see, et iga inimesi ja ühiskonda negatiivselt mõjutatava ettevõtte tegevus peab olema avalikustatud ja võimalusel muudetud.

Aastatel 1995–2005 tähistasid ESV arengu suurenenud aktiivsust ja suundi järgmised ettevõtete tegevused: heategevus, ettevõtete kasvav aruandlus sotsiaalse vastutuse algatustest, sotsiaalse normi (ingl – *norm to do good*) kehtestamine ja otsene üleminek annetamise kohustusest annetamisele kui strateegiale. Ka ESV definitsioon on saanud uue varjundi: rõhk on nüüd rohkem sõnal „kohustus“ (ingl – *commitment*), mitte vabatahtlikul südametunnistusel. ESV-d defineeritakse nüüd kui kohustust parandada ühiskonna heaolu äripraktikate valiku ja ettevõtte ressursside sellesuunalise panustamise kaudu. (Kotler, Lee 2005, 3–4)

Tänapäeval käsitletakse ESV-d kui kontseptsiooni ettevõtte ärieesmärkide saavutamiseks, kus õigusjärgsete kohustuste täitmise kõrval võtab ettevõtte vabatahtlikult õigusjärgseid nõudmisi ületavaid kohustusi kõigi oma huvigruppide ees ning lõimib vastutustundliku tegevuse põhimõtteid igapäevasesse äritegevusesse. (Reede 2005, 6)

Teoreetiliselt on ettevõtte sotsiaalne kohustus ühiskonna suhtes liigitatud kolmeks (Meel 2003,103–104): filantroopilised kohustused, eetilised kohustused ning õigusjärgsed ja majanduslikud kohustused.

Filantroopilised kohustused tulenevad ühiskonna soovidest ettevõtte suhtes. Need on ettevõtete vabatahtlikud tegevused: sponsorlus, heategevusfondides osalemine jms (Meel 2003, 103–104). Sellise tegevuse kaudu elukvaliteet pareneb, ettevõtte käitub kui hea kodanik oma riigi suhtes (Lii, Lee 2011, 71). ESV kui ühemõtteline heategevus on problemaatiline. Liialt väike annetus võib olla naeruväärne, kuid samas suured annetused võivad ohustada annetava ettevõtte kasumit. Tóth soovib sellises küsimuses valida skeemid, mis toovad kasu nii majanduslikult kui ka ühiskondlikult. (Tóth 2009, 50)

Eetilised kohustused on ühiskonna ootused ettevõttele, need ei mahu seadusega määratud piiridesse ning on vastavuses ühiskonnas valitsevate eetiliste veendumuste ja tavadega (Meel 2003, 103–104). Eetiliste kohustuste täitmine nõuab ettevõtelt kinnipidamist üldtunnustatud sotsiaalsetest väärtustest ja normidest ning käitumist nendega kooskõlas (Lii, Lee 2011).

Õigusjärgsed ja majanduslikud kohustused, mille täitmist ühiskond ootab ja nõuab ettevõtelt, on kohustused kinni pidada seadusest ja seadusega kooskõlas olevatest lepingutest. Õigusjärgselt tegutsemine tähendab käitumist seaduste järgi. Majanduslikud kohustused on

majandusliku efektiivsuse taotlemine. Näiteks tuleb vältida hoolimatutest või kuritahtlusest põhjustatud pankrotte ehk tegutseda produktiivselt, kasumit taotlevalt ja majanduslikult otstarbekalt. (Meel 2003, 103–104; Lii, Lee 2011, 71)

Hoolimata sellest, et teoorias on sotsiaalsel vastutusel kolm liiki, esinevad praktikas ja eriti suurtes ettevõtetes tihtipeale kõik kolm kohustust siiski koos kui üks terviklik süsteem (Reede 2005, 6).

Ülaltoodust selgub, et ESV on oluline ärietika nähtus. ESV põhineb kultuuriliselt juba muistsel südametunnistuse mõistel, see on äritegevuses tähtsustunud koos äri ühiskondliku olulisuse kasvuga ning arenenud iseseisvaks terviklikuks kontseptsiooniks. Tänapäeval väljendub ESV ettevõtete poolt vabatahtlikult kasutusele võetavas strateegias, mis on kõikehõlmav, järjepidev, ühiskondlikku heaolu suurendav, sotsiaalset õiglust taotlev, kaubanduslikke ja avalikke ootusi rahuldav, töösuhteid parendav, huvigruppidega arvestav ja põhimõtteliselt hooliv. See hõlmab sotsiaalseid, majanduslikke, poliitilisi, õiguslikke ja eetilisi aspekte ning seob neid. Ettevõtete erinevad suhtumised ja rõhuasetused ESV tegevuses ongi autori arvates lisaks praktilistele võimalustele ja vajadustele paljuski seotud sellega, kuidas on arusaam ESV-st ajas muutunud.

1.1.3. Üleminek sotsiaalselt vastutuselt kui kohustuselt ettevõtte juhtimisstrateegiale

Tekkinud arvamus, et ettevõtetel on ühiskonna ees suurem vastutus kui majandussüsteemi käigushoidmine läbi põlvkondade ja tulu teenimine, survestas ettevõtteid integreerima sotsiaalseid ja keskkondlikke kaalutlusi oma ärimudelitesse. Vaatamata sellele, et ESV areng on tingitud enamasti välismõjudest, on ka mõjuvaid seesmisi põhjusi, mille tõttu ettevõtted hakkavadki tegutsema sotsiaalselt vastutustundlikumalt. Charlas ja Noorunnisha väidavad, et need põhjused tulenevad huvigruppidest (vt lisa 2), kelle tegevus võib mõjutada ettevõtete tulemuslikkust (2012, 38).

ESV tegevuses on huvigruppidel tõepoolest väga oluline roll, sest ESV toetubki kahele funktsioonile, mis on muu hulgas kaasaegne organisatsiooni tunnused. Need funktsioonid on mitmekesiste huvigruppide vajaduste rahuldamine ja huvigruppide heaolule avaldatav mõju. (Post *et al* 1996, 37)

Vaadeldes ESV arengut ja nimelt seda, kuidas kohustusest on saanud terve ettevõtte strateegia, viitavad Kotler ja Lee oma raamatus majandusteadlase C. Smithi artiklile, mis ilmus 1994. aastal väljaandes *Harvard Business Review*. Smith proovis tutvustada „uut ettevõtte filantroopiat (ingl – *The New Corporate Philanthropy*)“ (Kotler, Lee 2005, 7), kus “uut filantroopiat“ käsitleti kui üleminekut tavapäraselt rahaliselt annetamiselt spetsiifiliste sotsiaalsete teemadega seotud algatustele. Ta oli arvamusel, et saab teha midagi enam kui ainult rahaline annetamine. Tema arvates oli see võimalik pikaajalisi kohustusi seostades, filantroopia eelarvele äritegevusest rahastamisvõimalusi otsides, strateegilisi gruppe koostades, tehes samal ajal kõik, et soodustada äriliste eesmärkide saavutamist. (*Ibid.*)

C. Smith väitis, et ESV strateegiaks muutmisel on kaks olulist põhjust. Esimeseks pidas ta otsust, mida võib nimetada ESV arengus murdeliseks. 1950. aastatel tühistas USA ülemkohus seaduslikud piirangud ja loobus kirjutamata normidest, mis senini olid keelanud või vähemalt piiranud ettevõtte panustamist sotsiaalsesse aspektidesse. Pärast sellise otsuse tegemist muutus ESV roll väga oluliselt. Järgnevalt, juba 1960. aastatel, hakkas enamik USA ettevõtteid tundma survet väljastpoolt. Nõudmisteks oli sotsiaalse tegevuste avalikustamine ning nii oma töötajatele suunatud kui ka ühiskondlike heategevusprogrammide kehtestamine. (*Ibid.*)

Teiseks pöördeliseks sündmuseks ESV arengus nimetab C. Smith 1989. aastal toimunud tankeri Exxon Valdez naftaleket. See pani ettevõtete 1970. ja 1980. aastate filantroopilise tegevuse küsimärgi alla. Edaspidi püüdsid ettevõtted toetada eelkõige neid sotsiaalseid tegevusi, mis olid seotud nende äri ja äritegevusest tulenevate tagantjäredega, andes heategevuse juhtimise üle eraldiseisvatele asutustele. (*Ibid.*)

Kotler ja Lee nimetavad ESV tegevuse mõjutajaks ka teisi seisukohti. Nad toovad esile hoopis teistsuguse aspekti – „moraalse turu teguri (ingl – *moral marketplace factor*)“ (Kotler, Lee 2005, 8). See tegur muudab tähtsamaks ettevõtte moraalsuse märkamise ja tajumise läbi ostjate, investorite ja töötajate poolt tehtavate valikute. (*Ibid.*)

Ülaltoodud sündmuste mõjul on väline kohustus asendunud strateegilise lähenemisega. Järgmisena vaatame traditsioonilist lähtumist, mille põhimõte seisneb kohustuste täitmisel. Kuni 1990. aastateni peegeldasid kõik tegevused, mis olid suunatud sotsiaalsete teemade toetamisele, tekkivat vajadust „teha head, et näha ka hea välja (ingl – *doing good to look good*)“ (Kotler, Lee 2005, 8). Tavaliselt planeeriti, esitatati ja järgiti ettevõttes heategevuse jaoks fikseeritud

aastaeelarvet, sageli kasumi või maksustamata tulu vähendamise eesmärgiga. Vahendid jagati erinevate ettevõtmiste vahel nii laiali kui võimalik. See võimaldas rahuldada enamiku gruppide huvisid ja teha filatroopiakatsed rohkem nähtavaks. (*Ibid.*)

Kohustused olid enamasti lühiajalised ning võimaldasid ettevõtetel kaasa aidata jõukuse jaotamisele paljudele teistele ettevõtmistele kui ka sotsiaalsetele tegevustele aastate kaupa. Varem olid otsused toetada sotsiaalseid teemasid ja sponseerida suuresti mõjutatud juhatuse ja omanike eelistustest, siis nüüd lähtutakse vajadustest toetada ettevõtte strateegiliste eesmärkide saavutamist. (*Ibid.*)

Spetsiifiliste algatuste arendamine ja rakendamine põhines teatud reeglile, mida võib kirjeldada kui ütlusega „tee head nii lihtsalt kui võimalik (ingl – *do good as easily as possible*)“ (Kotler, Lee 2005, 9), ning tulemuseks oli lihtsalt tšeki välja kirjutamine. Paljud ettevõtted olid rahul sellega, et võisid esineda teiste organisatsioonide sponsorina. Eesmärgiks polnud siin oma heategevuse näitamise kaudu nähtavaks saada (ingl – *visibility for effort*). Samuti oleks see nõudnud ka rohkem pingutusi, et integreerida ja koordineerida heategevusprogramme teiste ettevõtte strateegiate ja äriliste ülesannetega. (*Ibid.*)

1990. aastate alguses sai uueks lähenemiseks ettevõtte eesmärkide toetamise põhimõte. Paljud ettevõtted võtsid kasutusele uue käitumismudeli heategevuse suhtes, mida võis juba nimetada uueks strateegiliseks põhimõtteks. Selle järgi oli võimalik otsustada, milliseid küsimusi ettevõtte toetab, kuidas ta kujundab ja rakendab oma programme ja kavasid ning kuidas ta neid hindab. (*Ibid.*)

Otsuste tegemine põhines nüüd soovil „teha hästi ja teha head (ingl – *doing well and doing good*)“ (Kotler, Lee 2005, 9). Palju rohkem ettevõtteid keskendus heategevuses sellistele strateegilistele valdkondadele, mis olid kooskõlas ettevõtte väärtustega. Algatused toetasid ettevõtte eesmärkide saavutamist. Eelistatud oli seotus oma toodete ja turgudega. Lähtuti turuosa, turule tungimise ja brändi identiteedi loomise küsimustest. Valikute tegemise protsessi olid kaastatud ettevõtte erinevad osakonnad. Märgati ESV potentsiaalset positiivset tuge ettevõtte kriisi ajal või sisepoliitika läbiviimise protsessis. Keskenduti rohkem ühiskonna, klientide ja töötajate heaolule. (*Ibid.*)

Programmide ja kavade arendamine ning rakendamine selle uue mudeli raames oli maksimalistlikuma suunitlusega: „teha kõikvõimalik, et teha palju head, mitte lihtsalt midagi

head (ingl – *doing all we can to do the most good, not just some good*)“ (Kotler, Lee 2005, 9). Tavapäraseks muutus pikaajaliste eesmärkide seadmine. Ja valdav polnud mitte annetamine rahalisel kujul: jagati kogemusi, tehnoloogiat, annetati vananenud varustust, võimaldati teenustele ligipääsu. Prooviti jagada oma põhipartneritega turunduskanaleid. Töötajatele pakuti võimalust tegutseda töö ajal vabatahtlikuna. (*Ibid.*)

Uues mudelis proovitakse ESV integreerida ka turunduse, ettevõtte kommunikatsiooni, inimressursi valdkondadesse, suhetesse ühiskonnaga ning siduda seda ettevõtte ülesannetega. Ühinetakse ühe või mitme välispartneriga, kas era-, avaliku sektori või hoopis kasumit mittetaotleva ettevõttega. (Kotler, Lee 2005, 9–10)

Tegevuse hindamine muutub tähtsaks, oluliseks saab püüe konkreetsetl vastata küsimusele „Mida head me tegime? (ingl – *What good did we do?*)“ (Kotler, Lee 2005, 9–10). Ainult usaldusest enam ei piisa. Tähtis on tagasiside toimunud tegevuste kohta, mida kasutatakse suuna korrigeerimiseks ja usutava aruandluse avalikustamiseks. Selle etapi tulemuseks võib pidada suurendatud survet ettevõtetele oma ESV eesmärkide püstitamises, lõpptulemuste mõõtmises ja mõjuvate põhjuste määramises. (Kotler, Lee 2005, 10)

Kaasaegne vastutustundlik ettevõtlus toimib aga läbi järgmiste strateegiliste sammude (Vastutustundlik ettevõtlus ... 2012; Ettevõtja sotsiaalne vastutus ...):

- vastutustundlikkuse kajastamine strateegias (eraldi põhimõtted ja fookused, asjakohase organisatsioonifilosoofia väljatöötamine, selle sidumine ettevõtja missiooni ja visiooniga ning kajastamine väärtuste sõnastuses);
- eetika- või käitumiskoodeksi loomine, mida järjekindlalt järgitakse;
- töösuhete strateegia ülevaatamine;
- strateegilise heategevuse toimimine;
- töötajate omaalgatusliku tegevuse toetamine;
- haridus- ja mentoriprogrammide edendamine;
- ühiskonna ja ettevõtja partnerluse arendamine;
- oma tegevuse mõju analüüsimine ning ka sidusrühmade kaardistamine ja kaasamine (sh nende teadlikkuse suurendamine oma vastutustundliku ettevõtluse põhimõtete osas);
- eesmärkide seadmine, mõõtmine, protsesside analüüs ja tõhustamine;

- juhtimisstandardite rakendamine;
- valdkonnapoliitikate loomine (nt keskkonna- ja tööhutuspoliitika);
- põhimõtetest ja fookusest lähtuvad eesmärgistatud tegevused;
- tarneahela juhtimine;
- teemakohane kommunikatsioon sisse- ja väljapoole.

Ülaltoodu kokkuvõtteks, et välja tuua põhimõttelised erinevused varase perioodi ja tänapäevase lähenemise vahel, esitab autor põhiküsimuse kaudu omavahel seotud, kuid lahendusena „erisuunalised“ märksõnad paaridena, vastavalt „varane – tänapäevane“: rahaline – mitterahaline tegevus (nii materiaalne kui ka mittemateriaalne), soovikohane heategevus – strateegiline eesmärk, lühiajalisus – pikaajalisus, kasumlik ettevõttele – kasulik ühiskonnale, individuaalne tegevus – koostöö, usaldus – hinnang. Sellisel moel kasvasid ESV tegevusest välja terve strateegia suund ning selle kajastamiseks läbimõeldatud aruandlus.

1.1.4. Probleemid ja võimalik kasu ettevõtte sotsiaalse vastutuse kontseptsiooni kasutuselevõtmisest

Oma olemuselt ESV on kasumit mittetaotlev, kuid kasutoov vastutustundlik käitumine. Olulisim on jätkusuutlikkust tagavate põhimõtete järgimine ning pikaajalise perspektiiviga arvestamine. On problemaatiline, kui ESV-d peetakse ainult heaks äriks. Kui ESV-d tehakse ainult raha pärast, muutub see lihtsalt üheks moodsaks juhtimissuundmuseks ja asendub mõne aja pärast uute suundumustega. Sellepärast on oluline ESV põhjendamisel asetada rõhk vastutustundele. Ainult kasumipõhisusel ja suurkorparatsioonidel põhineva kapitalismi õigustatuses on hakatud kahtlema. (Tóth 2009, 50)

ESV rakendamine nõuab ka kasumi vaatlemist pikaajalisemas perspektiivis, mitte kiire tulu saamisele orienteerumist. See nõuab omakorda optimaalse kasumi teenimist maksimaalse asemel. Kui seda teha, võib dividendide suurus osutada oodatust palju väiksemaks ja aktsiate väärtus ei pruugi tõusta nii kiiresti, kui tahetakse. (Post *et al* 1996, 55)

Iga sotsiaalne tegevus nõuab teatud kulusid, mis selle asemel võiksid olla kas aktsionäridele dividendidena välja makstud või töötajate palkade tõstmiseks kasutatud või hoopis võimaldaksid pakkuda oma klientidele odavamat kaupa. Teatavasti võivad ESV-ga seotud kulud

potentsiaalselt vähendada ettevõtte efektiivsust ja mõjutada tema konkurentsivõimet turul. (Post *et al* 1996, 48)

Autor nõustub mõttega, et „tegutsemine ühiskonna üldistes huvides ei pruugi kahjustada ettevõtte ärilise eesmärkide saavutamist” (Kaasa 2006, 162). See ei pruugi tähendada, et sotsiaalselt vastutustundlikud ettevõtted taotleavad vähem kasumit kui teised. Sotsiaalne vastutus nõuab tõepoolest ettevõtetelt teenitavate tulude tasakaalustamist kuludega, mis on seotud nende tulude teenimisega. Väga palju oleneb ka sellest, kuidas ettevõtte oskab väärtustada ühiskonna ja huvigruppide soove. (Reede 2005, 7; Ettevõtete sotsiaalne ... , 7; Post *et al* 1996, 37)

Kuid on ka olukordi, kus mõningad ettevõtted loobuvad sotsiaalselt vastutustundlikust käitumisest, kuna huvigruppide rahuldamine osutub neile liiga kulukaks. Ka finantskriis püstitas küsimuse, kas ESV ohustab ettevõtete ellujäämist oma algatuste kõrge maksumuse tõttu. (Giannarakis, Theotokas 2011, 6)

Tuleb Lotilaga nõustuda, et ainult kasumit toov ettevõtlus võimaldab ettevõtetel ka sotsiaalselt aktiivselt tegutseda (2004, 45). Tóth on arvamusel, et kasumi teenimise ühendamine sotsiaalsete eesmärkide täitmisega on niivõrd raske, et seda püütakse – ja on hea, kui ka suudetakse – saavutada ainult majanduslikult parematel aegadel (2009, 9). Halvematel aegadel aga tuuakse sotsiaalsest tegevusest loobumise põhjuseks omanike huvide kahjustamine ja eeldatakse, et heategevus on võimalik siis, kui see ei toimu ettevõtte omanike kulul. (*Ibid.*)

EL-i seisukohalt on paljudel sotsiaallettevõtetel probleeme juurdepääsuga tegevuse laiendamiseks vajalikule rahale ning seetõttu vajavad sellised ettevõtted, eelkõige väikese ja keskmise suurusega ettevõtted ja eriti mikroettevõtted spetsiaalset neile kohandatud toetust näiteks sotsiaalpanganduse, riskijagamismehhanismide, heategevusfondide või (mikro)laenude kaudu. EL tunneb vajadust toetada sotsiaallettevõtteid piisavate rahaliste vahenditega kohalikul, piirkondlikul, riiklikul ja EL-i tasandil. (Euroopa Parlamendi 20. novembri ... 2012)

EL on veendunud, et sotsiaallettevõtete finantsturgudele juurdepääsu hõlbustamiseks on vaja erinevaid finantsinstrumente, näiteks Euroopa sotsiaallettevõtlusfonde, Euroopa riskikapitalifonde ja Euroopa investorite võrgustike fonde. Seda asjaolu arvestades on EL-i struktuurifondidel ja programmidel sotsiaallettevõtete rahastamisele juurdepääsu hõlbustamises tähtis roll. (*Ibid.*)

Kindlasti peab arvestama ka sellega, et mõningad sotsiaalsed probleemid on lihtsalt liiga mahukad, liiga keerulised ja liiga sügavalt juurdunud, et neid saaks lahendada ka sotsiaalselt kõige aktiivsem ettevõtte või isegi kõik ettevõtted koos. Näiteks on mõningad keskkonna- või tervishoiuprobleemid (kliima soojenemine, AIDS) nii kompleksed, et vähimagi paranemise saavutamiseks on vaja lisaks ettevõtetele kindlasti ka valitsuste ja üksikisikute pingutusi. On ka sotsiaalseid probleeme, näiteks etnilise vaenu ilmingud, mis on väga püsivad, sest need on pika aja jooksul ühiskonnas juurdunud ja neist on veelgi raskem vabaneda. (Post *et al* 1996, 48)

Üldisemalt vaadates tähendabki eetiline käitumine oma mõjujõu ja vastutuse tundmaõppimist ning ümbritsevast maailmast hoolimist, mis peakski olema tavapärane suhtumine. Mõlema lähenemise puhul suurendavad ESV tegevused nii ettevõtte kui ka ühiskonna heaolu tervikuna. Raske on neid käsitleda eraldi, need on ühe süsteemi omavahel seotud osad. Eesmärkidest lähtudes tugevdavad ettevõtted ESV rakendamise kaudu oma positsiooni. Samas suudavad ettevõtted parandada ka ümbritsevat olukorda, võimaldades endal olla tasakaalus väliste süsteemidega, mis omakorda jällegi mõjutavad ettevõtet ennast.

Tõepoolest, vastutustundlikult tegutsevad ettevõtted loovad oma eksisteerimisega heaolu ja sotsiaalseid garantiisid kogu ühiskonnale, näiteks mittediskrimineeriv tööhõive, keskkonda säästev tootmine, head töötingimused; oma olemuse ja tööpõhimõtetega aitavad nad luua sidusamat, demokraatlikumat ja aktiivsemat ühiskonda (Reede 2005, 11; Euroopa Parlamendi 20. novembri ... 2012). Vabatahtlike tegevus sotsiaallettevõtluse sektoris aitab oluliselt kaasa majanduskasvule, samuti solidaarsuse ja sotsiaalse sidususe parandamisele ning annab paljudele inimestele elumõtte (Euroopa Parlamendi 20. novembri ... 2012). Muidugi on siin palju ka ettevõtete eripärast, geograafilisest asukohast, tüübist ja suuruselt (Lotila 2004, 23).

Ettevõtte enda seisukohalt vaadates parandab ESV majandustulemusi ja pikemas perspektiivis vähendab kulusid (vähenenud kaadrivoolavus, stabiilne püsiklientuur, vähenenud jooksevkulutused jne). See suurendab müüki ja parandab brändi mainet. See aitab ligi meelitada ja hoida kvaliteetset tööjõudu ning suurendab ettevõtte atraktiivsust tööandjana. See parandab otsuste tegemist kriitilistes küsimustes, juhivad tõhusamalt riske, meelitab investoreid ja kapitali, suurendab usaldusväarsust. Lisaks eelnevale võib ESV juhtida tähelepanu kõrvale muudelt valdkondadelt, kus esineb puudujääke. See võib muuta ettevõtte tegevuse õigustatumaks. (Reede 2005, 12–13)

ESV-d võib vaadelda ka kui infoallikat, mis on ülitähtis siseotsuste tegemisel, võimaldades ettevõtetel identifitseerida ettevõtte vastutustundlikkuse spektri tugevusi ja nõrkusi, mis omakorda mõjutavad pikaajaliste suhete ja vara väärtust. Vurro ja Perrini arvates aitab ESV aruandlus ettevõtetel mõjutada ka väliseid suhteid, meelitades huvigruppe, kes soosivad sotsiaalselt vastutustundlikku äri ja omavad jõudu seda väärtustada. (Vurro, Perrini 2011, 460)

Enamik sotsiaallettevõtteid edendab poliitika reformimist, soodustades töötajaid, kliente ja sidusrühmi kaasates head valitsemistava ning toetades vastastikust õpet ja sotsiaalset innovatsiooni, reageerides nii kodanike järjest kasvavale nõudmisele ettevõtete eetilise, sotsiaalse ja keskkonnahoidliku käitumise järele. (Euroopa Parlamendi 20. novembri ... 2012)

Seega võimaldavad ESV algatused teadlikul tarbijal väärtustada ja eelistada selliseid ettevõtteid, kes neid algatusi läbi viivad (Tóth 2009, 57). ESV algatused aitavad ettevõtetel täita oma sotsiaalseid kohustusi. Sponsorlust võib vaadelda kui strateegilist investeringut (raha, inimkapital, varustus), mis tänu oma esinduslikkusele teenib ettevõttele raha. Filantroopiale on omane puhas altruism – tegutsemine ilma kasu saamise eesmärgita, pakkudes abi seal, kus seda vajatakse. Vaatamata sellele, et tegelikkuses ei otsi filantroopia kasu, võib ka selline tegevus potentsiaalselt tõsta ettevõtte mainet, mõjutada tarbijate suhtumist. (Lii, Lee 2011, 71)

ESV-d rakendavad ettevõtted on juba oma loomult uuenduslikumad. Selliseid ettevõtteid iseloomustab paindlikkus – suutlikkus reageerida huvigruppide ootustele, avastades uusi turge ja arendades äritegevust. (Reede 2005, 12)

2008. aastal alanud majanduskriis andis ettevõtetele võimaluse muuta ESV ohust võimaluseks. Autor pooldab veendunult Giannarakise ja Theotokase järeldust, et kasud, mis võivad tulla ESV strateegia ja algatuste kasutamisest ettevõtete ellujäämise huvides, on kriisi ajal muutunud palju tähtsamaks. (Giannarakis, Theotokas 2011, 6)

Finantskriis ja vaidlused juhtide ebaetilise käitumise üle soodustavad rangemate reeglite rakendamist ning esitavad suuremaid nõudmisi nii ESV-le kui ka ettevõtete juhtimisele. See peab esile kutsuma ESV ja ettevõtte juhtimise parema integreerimisprotsessi, mis on juba alanud. (Kolk, Pinkse 2010, 25)

Seda enam, et nüüd eksisteerib integreeritud aruandluse põhimõte, mille eemärk on kutsuda ettevõtteid koostama kirjalikku aruandlust oma strateegiast, valitsemisest ja juhtimisest selge, kokkuvõtliku ja võrreldava informatsiooni kujul, et investoritel ja teistel huvigruppidel

oleks lihtsam mõista, milline organisatsiooni tulemuslikkus tegelikult on. (Integrated Reporting. The IIRC ...)

Integreeritud aruandlus peab igati toetama ja kiirendama ESV aruandluse arendamist, kajastades finants-, valitsemis- ja juhtimisaruannetes ning jätkusuutlikkuse aruandluses toimuvat arengut. Raamistik peab võimaldama teadlikku otsustusprotsessi, mille tulemuseks on efektiivsem kapitalijaotus ja väärtuse loomine ning selle säilitamine. (Integrated reporting ...)

Üldisemalt ja kokkuvõtlikult öeldes võib ESV kasutuselevõtmisest oodata ettevõtja ja toodangu maine paranemist, vähenevaid äri- ja finantsriske, klientide ja tarnijate lojaalsuse suurenemist, tööle värbamise ja tööhõives püsimise mehhanismi tõhustumist, uute ärisidemete loomist, välise regulatiivse sekkumise vähenemist, usalduse ja sotsiaalse teadlikkuse suurenemist, kulude vähenemist. (Ettevõtja sotsiaalne vastutus ...)

Ülaltoodust võib järeldada, et ESV integreerimisel on oluline järjestada prioriteedid ning leida tasakaal tulude ja kulude, väärtuste ja kapitali, lühiajaliste ja pikaajaliste huvide vahel. ESV kasutuselevõtmine on tõsine otsus ning eetika normidest lähtudes on sellest hiljem loobumine raskendatud. Äärmiselt oluline on erinevate võrgustike, assotsioonide ja fondide toetus nii rahalise kui ka informatiivse toetuse mõttes.

1.2. Sotsiaalse vastutuse aruandlus ettevõtte kommunikatsioonistrateegiana

1.2.1. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandluse areng

Küsimus, kas vabatahtlikult avalikustada informatsiooni ESV kohta või mitte, on olnud aktuaalne ja selle üle vaieldakse tänaseni (Lotila 2004, 23). ESV avalikustamise ja mitteavalikustamise põhjused on toodud lisas 3.

Mittefinantsaruandlus on läbinud hüppelise kasvu etapi. Nimelt kasvas aastatel 1992–2008 selliste aruannete arv ligi 100 korda. Muutus ka aruannete sisu. Kui varem, 1990. aastatel, oli põhiline tähelepanu pööratud keskkonna aspektidele, siis hiljem muutus see laiaulatuslikumaks. Kaasaegsed mittefinantsaruanded on suunatud suures osas juba ettevõtte vastutuse ja jätkusuutlikkuse teemadele. (Ditlev-Simonsen, Wenstøp 2011, 67)

ESV aruandlusega tegeldi juba aastatel 1976–1978 ja 1981–1983. Neil aastatel USA-s tegutsenud ettevõtete majandusaruannetes ja nende lisades leidub tekstilist ESV avalikustamist, mis on kinnitatud ka lisatud fotodega ESV tegevuse kohta. Nende aruannete sisust on võimalik välja tuua üheksat teemat, mis peegeldavad ESV aktiivsust ka tänapäeval: keskkonnaalased teemad, efektiivne ressursside kasutamine ja jäätmekäitlus, töötajatele võrdsete võimaluste tagamine (vähemused ja naistöajad), töötajate tervis ja ohutus, töötajate motivatsioon ja areng, arengutegevused mittetöötajatest vähemusele, ettevõtte filantroopia, linna uuendamine ning ESV-d toetav ja arendav tegevus nagu ESV poliitika ja ESV programmide kirjeldamine. (Hay *et al* 1989, 559–560)

Autor leiab, et ESV aruandluse arengus on kolm etappi. Esimesel arenguetapil, alates 1970. aastate algusest, tegelesid ettevõtted eelkõige keskkonnaalaste eesmärkidega ja vastavate andmete esitamisega. Umbes samal ajal tutvustati ka ESV terminit. (Tschopp *et al* 2011, 3)

Gray nimetab seda perioodi märkimisväärse eksperimenteerimise perioodiks (2001, lk 9). Need katsed ebaõnnestusid ühiste standardite ebatäiuslikkusele tõttu nii sisu, mõõtmise kui ka esitamise osas. Periood 1970–1980 esindab esimest ESV aruandluse arengufaasi, mis on tähistatud mõistega *greenwash*-aruanded. Nn „ökoturustamise“ (ingl – *eco-marketing*) kampaaniad olid petlikud turundusvahendid, mis sisaldasid endas ainult veidi sisu. (Tschopp *et al* 2011, 3)

1980. aastate lõpus muutus tähtsamaks aktsionäride mõjutamine ja tutvustati ka uut ning hiljem oluliseks saanud terminit „huvigrupid“ (*Ibid.*). 1980. aastatel langes ESV aruandlus järsult avalikust päevakorrast maha. ESV kontseptsiooni suhtes oli tunda vaenulikkust 1980. aastatel ja hiljemgi. (Gray 2001, lk 9)

Teine arenguetapp algas 1990. aastate alguses, kui ESV aruandlus ilmus uuesti avalike teemade hulka. Aastaruannetes esitatav informatsioon sotsiaalsete ja keskkonnateemade kohta muutus mõõdetavamaks ja tõendatavamaks. Eesmärgiks oli mõjutada ühiskonna arvamust ja rahustada aktsionäre. Iseloomulik on paljude sisuliste ja tähtsate aruannete esitamine nt ettevõtete Body Shop, Shell Canada ja Ben & Jerry's poolt. (Tschopp *et al* 2011, 3–4)

1990. aastate keskpaigaks oli sotsiaalne arvestus oma positsiooni avalikkuse ees oluliselt taastanud (Gray 2001, lk 9).

ESV aruandluse kolmas arenguetapp on „huvigruppide paljususel põhinev lähenemine (ingl – *multistakeholder approach*)“ (Tschopp *et al* 2011, 3–4). Investorite ja keskkonnaaktivistide huvi on suur. ESV aruanded on kinnituseks organisatsiooni usaldusväärsele. Üheks ESV liikumise aktualiseerumise põhjuseks 1990. aastatel oli sotsiaalselt vastutustundlike investeeringute kasv. Huvigrupid avaldasid oma teadliku suhtumisega sotsiaalsetesse ja keskkonnaalastesse probleemidesse tugevaid nõudmisi. (*Ibid.*)

Alates XIX ja XX sajandi vahetusest on sotsiaalne arvestus juurutatud organisatsiooni korraldusse, tavadesse ja seadustesse (Gray 2001, lk 9). Tóthi sõnul erineb praegune arusaam ESV-st suuresti sellest, kuidas mõisteti ettevõtete kohustusi ja keskkonnateadlikkust aastaid tagasi (2009, 17). Tóth arvab, et ka aruannete erinevus on pigem kvaliteedis kui kvantiteedis. Ta väidab, et lisaks asjatundjatele on ESV-d nüüd ka tavainimesel lihtne mõista. (*Ibid.*)

Vurro ja Perrini järgi on tänapäevane ESV avalikustamine aruandluse kaudu muutunud loomulikuks osaks ESV protsessis (2011, 460). See, kuidas ja kas ESV aruandlus mõjutab „ettevõtte sotsiaalset võimekust (ingl – *Corporate Social Performance*)“ (Vurro, Perrini 2011, 460), on veel arutlemisel. Ning juhul, kui ESV aruandlus täiustab huvigruppide murede ja nõudmiste juhtimist, on sellest tuleneva tulemuslikkuse edasine uuring ülioluline. (*Ibid.*)

Kahjuks on tänapäeva ESV aruandlus kaugel finantsaruandluse tasemest ning selleni on veel pikk tee. (Tschopp *et al* 2011, 1)

Kokkuvõtvalt öeldes on XIX ja XX sajandi vahetus ja sellega kaasnenud väärtuste muutumine viinud majandustegevuse kaks olulist aspekti – tegutsemise ja selle eest vastutamise – suhteliselt terviklikku ESV väärtussüsteemi. ESV tegevuse rõhud ja aruandlus ettevõtete vahel võivad samal ajal paljuski erineda.

1.2.2. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandluse puudused ja selle kvaliteedi parendamise võimalused

ESV üheks eesmärgiks on laiendada ettevõtete tavapärast käsitlust aruandlusest, mis keskendub peamiselt kasumi teenimisele (Reede 2005, 5).

ESV aruanded on kohustusliku finantsaruandluse vastanditena vabatahtlikud ja neil puudub kindlaksmääratud raamistik. (Ditlev-Simonsen, Wenstøp 2011, 66)

Autor leiab, et ESV aruandluse kindlaksmääratud raamistiku puudumine võib ESV aruandluse algatustele kaasa aidata. Samas tekitab see ka segadust: mida avalikustada, missuguses vormis, kuivõrd detailselt, kelle ja mille jaoks (Chaarlas, Noorunnisha 2012, 38).

Väikestele ettevõtetele võib see vabatahtlikkus teha teadliku ESV alale sisenemise lihtsmaks, kuid konkreetsete otsuste vastuvõtmise ja süsteemse lähenemise keerulisemaks.

Probleem on selles, et mõnikord ei lähtu ESV aruandlus lugeja infovajadustest, vaid põhineb pigem koostaja vajadusel õigustada oma äri. ESV aruannete kaudu edastatavad sõnumid on ühesuunalised ja umbisikulised. Piisavalt ei arvestata huvigruppide tagasisidega. Probleemiks on ka lugejat koormav mahukus. (Lotila 2004, 45–46)

Samas ei pruugi liiga napid aruanded sisaldada huvigruppidele vajaliku informatsiooni (Lungu *et al* 2011, 461–462). Oma ESV algatuste avalikustamine peab tuginema reaalsele faktidele, mitte olema eelkõige enesereklaam (Reede 2005,14–15). Mõningad aruanded kirjeldavad rohkem ettevõtte printsiipe kui praktilist tegevust ja plaane. Kohati on vähe arvulisi andmeid ja liigselt arutelusid. Ka tunduvad formaat ja visuaalne mõju kohati olevat koostajale tähtsamad kui tegelik sisu. Sellised aruanded ei täida oma eesmärki: nad ei vasta kasutajate infovajadusele. Isegi kui ettevõtted mõistavad ESV olemust, puudub ühine mõõtmisüsteem tulemuste hindamiseks. (Lotila 2004, 45)

Esinevad probleemid ka aruandluse metodoloogiates ja ajastuses, samuti on vajalik aruannete parem keskendumine huvigruppidele. (Lungu *et al* 2011, 462–463)

Käesoleva töö autor näeb kõigis neis puudustes tõsist probleemi, kuna sellisel moel on raske jõuda ESV-alaste lubaduste täitmise sisulise kontrollini. ESV aruandluse spetsiifika seisnebki selles, et panna mõtlema ning ka kahtlema ettevõtte tegevuse ja käitumise eetilises ja vastutustundlikkuses.

Viimasel ajal on ettevõtted keskendunud rohkem ESV kommunikatsioonile, aruannete arv on kasvanud, kvaliteet on paranenud. (Lungu *et al* 2011, 462–463; Lotila 2004, 46)

Chaarlasi ja Noorunnisha sõnul on efektiivse ja kasuliku ESV aruandluseni jõudmiseks mitmeid võimalusi. Näiteks kujundades infosüsteeme, mis on kättesaadavad, arusaadavad, kasulikud ja kõrvalekaldumatud. (Chaarlas, Noorunnisha 2012, 48)

Positiivseks võib pidada praeguseks tekkinud olukorda, kus mitmed vabatahtlikud algatused, seadusandlus ja standardid võtavad endale eesmärgi parendada ESV juhtimise ja

aruandluse kvaliteeti (Lotila 2004, 28). Kuid ikka säilib adekvaatse standardisatsiooni puudulikkus. Niisama oluline on ka peamiste raamatupidamisfirmade püüd olla kaasatud sotsiaalse aruandluse, selle standardide ja auditi ning kinnitamise (ingl – *verification*) arendamise protsessi. (Lungu *et al* 2011, 464–465)

Viimase paari aasta jooksul puhkenud skandaalid finants- ja raamatupidamismaailmas tõstsid esiplaanile ettevõtete tegevuse läbipaistvuse küsimuse (Wensen *et al* 2011, 20). Ka Chaarlas ja Noorunnisha on arvamusel, et ESV aruandlus peab olema selgem ja läbipaistvam, ning annavad selle saavutamiseks järgmised juhised (2012, 44–47): kasutusele võtta avalikustamise strateegiad; esitada ainult asjakohaseid võtmeküsimusi; määratleda täpselt need, kellele aruanne esitatakse; kasutada standardnäitajaid; kasutada jätkuva parandamise mehhanisme ja „turustada aruandeid“.

Hea ESV aruanne esitatakse regulaarsete intervallidega lihtsas keeles ja on lihtsasti kättesaadav. Heade ESV aruannete andmed on võrreldavad asukohtade, ettevõtete ja toodete, mitte ainult ettevõtte enda minevikutulemuste ja tulevikuplaanide osas. Hea ESV aruanne on kaubeldav ehk on objekt mida on vaja turul pakkuda. (Chaarlas, Noorunnisha 2012, 44–47; Lotila 2004, 28)

Autori arvates peavad moraalsed kohustused ja südametunnistus olema ESV lähtealuseks, kuna on raske kontrollida ESV aruannetes sisalduva informatsiooni õigsust ja vastata küsimustele „mis moel?“, „mille järgi?“, „millega võrreldes?“, „mida ja millega mõõtes?“. Samas on vastused neile küsimustele kahtlemata aktuaalsed ka eetilise seisukohast.

XXI sajandi ESV aruanded peavad näitama seoseid organisatsiooni sotsiaalsete ja muude aspektide – majanduslike, juhtimise, strateegiliste eesmärkide – vahel. ESV tegevus peab olema orienteeritud jätkusuutlikule kasvule. Kui kvaliteetsed ESV aruanded aitavad neid eesmärke saavutada, on need elutähtsad ka väikestele ettevõtetele.

1.2.3. Standarditele põhinev ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandlus

ESV aruandluse kasvu tähtis põhjus oli võimu üleminek valitsustelt valitsuste võrgustikele. Mitmete väliste institutsioonide kaasatus võimaldas pakkuda selliseid teenuseid,

mida valitsus ei olnud suuteline pakkuma: rahvusvahelist institutsionaalset konteksti globaalsete standardite kujul. (Tschopp *et al* 2011, 1–2)

Tänapäeva kohustuslik aruandlus sisaldab järjest rohkem teemasid, mis mahuvad vabatahtlikesse sotsiaalsetesse ja keskkonnaalastesse standarditesse. Lisaks olemasolevale standardile *International Financial Reporting Standard* (IFRS) ja aruandlusele sotsiaalsetel ja keskkonnaalastel teemadel avaldas *International Accounting Standards Board* (IASB) mittekohustusliku ettepanekute raamistiku eesmärgiga aidata koostada ja esitada jutustavat aruandlust. See publikatsioon aitab muuhulgas aastaaruannete kasutajatel aru saada, kuidas mittefinantsilised faktorid suudavad mõjutada finantsaruannetes kajastatavat informatsiooni. (Lungu *et al* 2011, 463)

Rahvusvahelises praktikas kasutatakse ettevõtete sotsiaalarvestuses 26 standardit. Igaühel on oma lühend: AA 1000, APEC, Amnesty, ASPI, BBS, Caux, DJSGI, EFQM, Bench Marks, EMAS, ETI, Eco-label, FSC, FTSE4Good, GRI, IFOAM, ISO 9000, ISO 14001, ISO 26000, OECD, SA 8000, SIGMA, Sullivan, TNS, UN GC, WHO/UNICEF. Kõige levinumad on neist kolm: sotsiaalse vastutuse standard SA 8000 (*Social Accountability 8000*) ning aruandlusstandardid AA1000 (*AccountAbility1000*) ja Globaalne Aruandlusalgatus (*Global Reporting Initiative*, GRI). (Gurvitš 2010, 39)

„Paljude ettevõtete osalemine sertifitseerimisprotsessis on tingitud eesmärgist omada rohkem eeliseid ja võimalusi. ... Sotsiaalse aruandluse standardid ja printsiibid aitavad tõsta sotsiaalset vastutust ja suurendada sotsiaalse kultuuri kvaliteeti nii organisatsiooni kui ka ühiskonna tasemel“ (Gurvitš 2010, 41–43). Vabatahtliku initsiatiivina on ESV kasutusele võetud paljude suurte ettevõtete poolt üle maailma. (Chen, Bouvain 2009, 299)

Allpool autori poolt tutvustatavad enimlevinud ESV aruandluse standardid haakuvad organisatsioonide strateegilise juhtimise süsteemidega erineval määral. Näiteks AA1000 ongi sisuliselt teatud teemade terviklik juhtimissüsteem, aga veelgi laialdasemat kasutamist leidev GRI sisaldab pigem juhtimissüsteemi elemente (tegevusmõõdikuid). Nii või teisiti, kuigi erineval määral, on ESV aruandlus ja tema standardid oma olemuselt, toimimisloogikalt ja ka terminoloogiliselt juhtimismõtlemisega tihedalt seotud.

Sotsiaalse vastutuse standard (*Social Accountability 8000*, SA 8000) on töötajate õigusi käsitlev vabatahtlik rahvusvaheline standard, mis määratleb tööandja kohustusi töötingimuste

suhtes üheksal teemal, olles suunatud ettevõtete töötajate töötingimuste ja elukvaliteediga seotud probleemide lahendamisele. SA 8000 sobib iga suurusega organisatsioonile, olenemata majandusharust. Ettevõtetal, kes vastavad standardi SA 8000 tingimustele, on üldjuhul kõrgelt motiveeritud personal. (Gurviš 2010, 41; Sotsiaalse vastutuse standard SA8000 ...)

Aruandlusstandard (*AccountAbility1000*, AA1000) on standardite seeria, mis aitab organisatsioonidel parandada oma jätkusuutlikkust. Standardi eesmärk on tegevuse sotsiaalse ja eetilise mõju kohta peetav arvepidamine, selle auditeerimine ja aruandlus. Standard põhineb finantsilise, ökoloogilise ja kvaliteedialase arvestuse verifikatsiooni üldtunnustatud alustel. See seob teooria jätkusuutliku organisatsiooni praktilise juhtimisega. (Gurviš 2010, 41; Aruandlusstandardid ...)

Standardi kriteeriumide oluline põhimõte on huvirühmade kaasamine. Standardi puuduseks on selle koostamisprotsessi aja- ja finantskulu ning see nõuab mahukat eeltööd personali ja huvirühmedega, samuti tasuliste konsultantide ja audiitorite kaasamist. Ülaltoodud puuduse tõttu oletab autor, et see standard ei sobi väikestele ettevõtetele. (Gurviš 2010, 41)

GRI aruandlusraamistiku eesmärk on olla üldsobiv aruandlusraamistik tegevuse kajastamiseks organisatsiooni majandus-, keskkonna ja sotsiaalvaldkonnas. (Jätkusuutlikkuse ...)

GRI määratleb jätkusuutliku aruande koostamis- (nt olulisus, huvigruppide osalus, ammendavus) ja avalikustamisprintsipi (nt võrreldavus, õigeaegsus, usaldusväarsus). GRI-l põhinevates aruannetes avaldatakse aruandlusperioodi tulemused organisatsiooni võetud kohustuste, strateegia ja juhtimise kontekstis. (Lungu *et al* 2011, 464; Jätkusuutlikkuse ...)

Kõik GRI aruandlusraamistiku dokumendid on välja töötatud protsessis, mille käigus püütakse leida konsensus dialoogis ärivaldkonna, investorite, töötajate, kodanikuühiskonna, majandusaruandluse koostajate, teadlaste ja teistega. Kõiki aruandlusraamistiku dokumente hinnatakse ja parandatakse pidevalt. (Jätkusuutlikkuse ...)

ISO 26000, mida nimetatakse ka standardiks ISO26000:2010, on juhendite kogum igat tüüpi ettevõtetele, olenemata nende suurusest ja asukohast, ning puudutab järgmisi teemasid (ISO 26000:2010 ...): sotsiaalse vastutuse teooria; sotsiaalse vastutuse integreerimine; rakendamist ja edendamist toetav käitumine; huvigruppide määramine ja kaasamine; kommunikatsiooni kohustused, tulemuslikkus ja muu informatsioon, mis on seotud sotsiaalse vastutusega. ISO 26000 on kavandatud juhendama organisatsioone sotsiaalse vastutustundlikkuse

küsimustes, kaasa aitama organisatsioonide jätkusuutlikule arengule ja edendama ühist arusaama sotsiaalse vastutuse alal. (*Ibid.*)

ISO 26000 määrab sotsiaalse vastutustundlikkuse 7 subjekti (ISO 26000 – Social ...): 1) organisatsioonid, 2) inimõigused, 3) töökeskkond, 4) keskkond, 5) õiglase tegevuse tava, 6) tarbijad ning 7) ühiskonna kaasatus ja areng.

Ülaltoodud standarditest kaks on ülemaailmselt kõige levinumad: protsessipõhine ja kvaliteedile keskenduv AA1000 ning mõõdikupõhine GRI. GRI-d valitakse rohkem, kuna see võimaldab ettevõtetel valida neile paremini sobivad mõõdikud. Sealt võidakse jõuda mõõdikute lisamiseni, liikudes tervikliku kvaliteedisüsteemi juurutamise suunas AA1000 järgi. (Vastutustundliku Ettevõtluse Foorum ...)

Nii standardid AA1000 kui ka GRI peavad aruandlust eelkõige dialoogiks kõigi huvirühmadega. GRI võimaldab juurutada organisatsiooni soovitusi etapiviisiliselt ja aruandluse esmarakendusel kasutada neid vaid mõne konkreetse tegevussfääri puhul. (Gurvitš 2010, 42)

Ka enamik Euroopa ettevõtteid kasutab oma tegevuse majandus-, sotsiaalsete ja keskkonnaalaste teemade aruannete koostamiseks ja kajastamiseks just GRI raamistiku. GRI on mõeldud iga suurusega, mis tahes sektori ja mis tahes asukohaga organisatsioonile. (GRI Reporting ... ; Lungu *et al* 2011, 464)

Selge on aga see, et „sotsiaalse aruandluse standardite ja printsiipide kasutamine aitab kaasa sotsiaalse kultuuri kvaliteedi ja sotsiaalse vastutuse parendamisele nii organisatsiooni tasandil kui ka kogu ühiskonna jaoks tervikuna“ (Gurvitš 2010, 43). Tulemuseks on normtingimused, poliitilised tõekspidamised ja protseduurid, mis tagavad organisatsiooni sotsiaalarvestuse ning suurendavad järjest oma tähtsust mitmes riigis. (Gurvitš 2010, 39–41)

Tänapäeval on ESV aruandlus nagu ühiskonna uus visioon: me analüüsime ja jälgime pidevalt, kuhu me tahame jõuda ning kaugel me juba oleme. Autor arvab, et lähiajal muutub organisatsioonide ESV standardiseeritud aruandlus ühiskonna toimimiseks niisama hädavajalikuks, nagu on ettevõtete toimimiseks vajaliku raamatupidamise aruandlus. Käesoleva töö kontekstis on oluline, et paljud levinud aruandlusvormid on paindlikud ning sobivad erineva valdkonna, suuruse ja asukohaga ettevõtetele, sealhulgas ka väikestele ettevõtetele. Väikeettevõttele võib erispetsialistide puudumisel olla oluline, et mitmed standardid on varustatud põhjalike rakendamishenditega.

2. ETTEVÖTTE SOTSIAALNE VASTUTUS EESTIS

2.1. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse uurimine Eestis, selle arengule suunatud tegevused ja uued väljakutsed

EL on kõige aktiivsem regioon ESV tegevuste ja sellekohase aruandluse osas. ESV tegevus ja selle aruandlus erineb suuresti liikmesriikide vahel. Mõnes riigis on aruandlus arenenud rohkem kui teistes olenevalt vabatahtliku või kohustusliku aruandluse osakaalust (kohata võib ka nende kombinatsioone). Suuremas arengus mängib olulist rolli ka ESV efektiivsete ja innovatiivsete tavade aktiivne kujundamine. (Wensen 2011, 14)

EL-i astumine ja selle üldeesmärkide ülevõtmine tähendas Eesti ESV arengule ja aruandlusele palju. Esiteks oleme seotud EL-is toimuvaga. Teiseks on laienenud ja tähtsustunud ettevõtete koostöövõrgustik, mis omakorda mõjutab Eesti ettevõtete käitumist investorite ootuste täitmiseks, teatud standarditele ning tarbijate kõrgemale teadlikkusele vastamist. (Ettevõtte ühiskondlik vastutus – kontseptsioon ...)

On arusaadav, et ettevõtted pole ühtne homogeenne grupp ja nad erinevad üksteisest suuruse, ärisectori ja asukoha järgi, mis omakorda tekitab ja võimendab ESV ja selle aruandluse problemaatikat. Ettevõtete suurus osutub tõsiseks võtmeküsimuseks, millest suuresti sõltub ka nende aruandlus ja sellega seotud dilemmade lahendus (Wensen *et al* 2011, 22).

Eestis nagu ka mujal maailmas on just suured ettevõtted edukalt keskendunud ESV-le ja selle aruandlusele. Mikro- ja väikeettevõtetes eelistatakse pigem traditsioonilist aruandlust. Kusjuures Eesti raamatupidajad suhtuvad ettevõtte sotsiaalselt vastutustundlikku tegevusse pigem positiivselt. (Sotsiaalselt vastutustundlik ... 2011)

Üldise ESV aruandluseni jõudmises on oluliseks probleemiks Eesti ettevõtete väiksus. Neile on suureks probleemiks rahaliste ressursside puudumine ESV rakendamise jaoks. Euroopa ettevõtetega võrreldes on investeringud Eesti väikeettevõtetesse väikesed ja seetõttu on need suuresti keskendunud ellujäämisele. Vajalik oleks abi väljastpoolt ettevõtteid, ka riigilt. Eestis on palju sotsiaalseid väljakutseid, mille lahenduseks on oodata uusi ja innovaatilisi lähenemisi. Ning just ESV aitab kaasa vastava keskkonna loomisele. (*Ibid.*)

Oluliseks takistuseks Eestis ESV liikumise edastamisel on siiani vähene avalik teadlikkus, ja tunnustus inimeste poolt. Eestis on vähe teemakohast eestikeelset ja Eesti oludele vastavat kirjandust, juhendeid, uurimistöid ja praktilist kogemust. (*Ibid.*)

„Sotsiaalset ettevõtlust on ajakirjanduses kajastatud peamiselt läbi konkreetsete sotsiaalsete ettevõtete tegevuse, sealjuures pigem olemusloo või reportaaži kui uudisena. Väga palju oleneb meediakajastuse saamisel sotsiaalse ettevõtte enda aktiivsusest meediasuhtluse korraldamisel. Veel on sotsiaalset ettevõtlust kajastatud tänu temaatilistele seminaridele või koolitustele ning ilmunud on ka mõningad arvamuskirjutused. Mõnes meedialoos on taustinformatsioonina lahti seletatud ka sotsiaalse ettevõtluse olemust“ (Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik. Strateegia ... 2013).

Tõepoolest, Eestis pole siiani tehtud selliseid tõsisemaid uuringuid, mis tooksid välja sotsiaalsete ettevõtete³ rolli ühiskondlike/kogukondlike vajaduste rahuldajana (sh rahalises vääringus) ja majandusarengusse panustajana. Seda paljuski seepärast, et sotsiaalsetel ettevõtetel ei ole eraldi juriidilist vormi, ametlike statistiliste ülevaadete tegemine on ülikeeruline. (*Ibid.*)

Ülaltoodust selgub, et Eestis on ESV valdkonna potentsiaali ebapiisavate argumentide ja toetusmaterjalide tõttu raske mõõta. See takistab valdkonna arendamist. Seetõttu on senistes ESV alaste küsimuste tutvustamisel ja lahendamisel oli lähtutud üksikutest kodumaisetest edulugudest ja rahvusvahelistest praktikast, mis ei ole olnud piisavad läbimurrete saavutamiseks. (Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik. Strateegia ... 2013)

Peamiseks probleemiks on ikkagi see, et nagu EAS-i juht H. Tomberg oma hiljutises intervjuus rääkis: „Paljud ettevõtted ei tea, mis on nende roll

³ Sotsiaalne ettevõtte on organisatsioon, mis tahab lahendada mõnda ühiskonna kitsaskohta. Seda teeb sotsiaalne ettevõtte oma toodete-teenuste müügi abil. Ehk siis – sotsiaalne ettevõtte tegutseb mingi konkreetse ühiskondliku eesmärgi saavutamise nimel, kasutades selleks ettevõtlusega teenitud tulu. (Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku ...)

ühiskonnas ...“ (Tomberg: paljud... 2014). Ta nentis, et „ ... ei piisa sellest, kui ettevõtted vahel toetusi jagavad. Mis loeb, on see, mida ettevõtted teevad oma igapäevatoos ... Eestis tegutsevad ettevõtted peaksid sotsiaalse vastutustunde ohjad enda kätte haarama ning ei tohiks seda ainult poliitikute pärusmaaks jätta. Vastutustundlikud ettevõtted aitavad kaasa tuua positiivseid muutusi ühiskonnas isegi juhul, kui see ei too neile kohest rahalist kasu. ... “ (Tomberg: paljud ... 2014).

Seega, on oluline toetada Eesti ettevõtete ESV algatusi, luua nende jaoks usaldusväärse informatsiooni allikaid, selgitada selle tegevuse positiivseid külgi ja igati aidata kõikides seonduvates küsimustes.

Eesti perioodikast leidis autor huvitava selgituse sellele, miks Eesti ettevõtete teadlikkus sotsiaalsest vastutusest on alles kujunemas. Majandusteadlane Crump kirjutab, et keskendumine kiirele majandusarengule pärast turumajandusele üleminekut jäi sotsiaalne pool Eestis tagaplaanile (2011). Võib öelda, et majandusareng Eestis toimus sotsiaalse ja keskkondliku arengu arvelt.

Kahjuks ei leidnud autor Eesti majandusteadlaste poolt läbi viidud teaduslikke uurimusi Eestis alles kujuneva ESV ja selle avalikustamise kohta. Eesti ESV-d aga on uuritud väljastpoolt Eestit aastatel 2004–2005 maailmapanga korraldatud projekti *Enabling a Better Environment for CSR in CEE (Central and Eastern Europe) Countries Project* raames (What Do Businesses ... 2004–2005). Projekti olid kaasatud 80 Eesti ettevõtet 300-st suurimast. Järgnevalt tutvustab autor lühidalt uurimuse tulemusi.

Eesti ettevõtted loodavad saada ESV kasutamisest eeliseid ettevõtte sees, kuid ei välista asjaolu, et ESV-alase tegevuse kõige suurem väline eelis mõjutab ettevõtte mainet. Uuringu toimumisajal panustasid Eesti ettevõtted kõikidest sotsiaalsetest algatustest kõige rohkem haridusalastesse projektidesse. Samas oli märgata, et Eesti ettevõtted kahtlevad uute sotsiaalsete programmide käivitamises 5 järgneva aasta jooksul. Selgus, et Eesti ettevõtete roll ühiskonnas on seotud rohkem kasumi teenimise, maksude maksmise, eeskirjade täitmise ja tööohutuse tagamisega. (*Ibid.*)

Samuti selgus uuringu käigus tehtud küsitlusest, et 78% vastanud ettevõtetest peab oma peamiseks huvigrupiks tarbijaid, 53% töötajaid, 39% aktsionäre ja ainult 4% respondentidest mainis kohalikke omavalitsusi. (*Ibid.*)

Antud uuringu käigus paluti vastajatel kirjeldada oma arusaama sotsiaalse vastutustundlikkusega seotud tegevustest. Kolm ettevõtet neljast seostasid seda eetikaga. Rohkem kui pooled vastasid, et need on keskkonnasõbralikud tegevused. Oma huvigruppide vajaduste rahuldamist ESV tegevusena pooldas 43% vastanud ettevõtetest. Läbipaistvuse olulisust nimetas 35% küsitletud ettevõtetest ja sotsiaalse ebavõrdsuse teemat 17% ettevõtetest. Ainult 3% oli nõus nimetama ESV rakendamist avalike suhete (ingl – *public relations*) huvides. (*Ibid.*)

Eesti ettevõtetel on sissepoole, oma töötajatele suunatud sotsiaalseid projekte: töökeskkonna standardid, ebavõrdsuste kõrvaldamise poliitika, töötajate tervishoid, väljaõpe ja arendamine. Töötajate tervishoiu alane tegevus on Eesti ettevõtete jaoks muutunud normiks. (*Ibid.*)

Uuringus osalenud ettevõtete arvamus ESV tegevuse sisemiste ja väliste eeliste kohta on toodud lisades 4 ja 5. Selgub, et sisemiste eelistuste hulgas on esikohal (28% vastustest) töötajate lojaalsus ja väliste eelistuste hulgas (44% vastustest) ettevõtte maine. (*Ibid.*)

Uuringu käigus selgus, et Eesti ettevõtetel on kolm barjääri, mis takistavad ESV rakendamist. Kõige olulisem probleem on finantsiline: kulutused ESV projektile, väike mõju finantstulemustele, nähtavate tulemuste vähesus, rõhutatud keskendumine lühiajalistele eesmärkidele. Järgmisena nimetavad Eesti ettevõtted valitsusest ja riiklikest institutsioonidest tulenevaid takistusi: valitsuse vähene kaasatus, valitsuse poliitika, sobivate legaalsete raamistikute vähesus, sobivate institutsioonide vähesus, valitsuse arusaam oma poliitika muutmise vajadusest. Kolmandaks barjääriks on inimressursid, juhtimise ja töötajate vastuseis ning kultuurilised erinevused. Samuti ütlesid uuringus osalevad ettevõtted, et neil lihtsalt puudub aeg, informatsioon ja maksudest tulenev stiimul. (*Ibid.*)

Ülaltoodud uuringus esitatud informatsiooni kokku võttes selgub, et Eesti ettevõtted olid aastatel 2004–2005 ESV osas veel väga tagasihoidlikud, eriti selle mastaapse plaani ehk ühiskonna üldise heaolu suurendamise osas. Nad pigem arvestasid huvirühmade ootusi ja keskendusid oma sisemiste protseduuride ja eeskirjade loomisele ning organisatsiooni ehitamisele.

Autori arvates oli selline käitumine iseloomulik tolle ajahetke arengufaasile, kus ettevõtted alles kogusid kapitali ja teadmisi. ESV kiire arengu oluliseks piduriks oli sel perioodil tõepoolest tugeva organisatsioonivälise mõju, valitsuse toetuse ja inimeste teadlikkuse vähesus

ühiskonnas. Teisisõnu polnud neid ettevõtteid ümbritsenud süsteem veel piisavalt küps selleks, et omaks võtta ESV liikumist. Tol hetkel polnud selleks hädavajadust, samuti ei teadvustatud selle ühiskondlikku tähtsust.

Aastaks 2005 aga on ESV-sse panustajate arv üha suurenenud. On tekkinud terve nimekiri ESV teadvustamisele ja levikule kaasa aitavaid organisatsioone: Eesti Kaubandus-Tööstuskoda, Eesti Väike- ja Keskmiste Ettevõtjate Assotsiatsioon, Geomedia Konsultatsiooni ja Koolituskeskus, AIESEC Eesti, Eesti Mittetulundusühenduste ja Sihtasutuste Liit, EBSi Eetikakeskus, Heateo Sihtasutus ja Euroopa Ärietiika Keskus. Tänu sellistele organisatsioonidele ja eelkõige Heateo SA-le, kes igati toetasid sotsiaalse ettevõtluse valdkonda Eestis, on toimunud mitmed arendus- ja kommunikatsioonitegevused (vt lisa 6). (Ettevõtte ühiskondlik vastutus – Kontseptsioon ...)

Nii muutus alates 2005. aastast Eestis inimeste huvi vabatahtliku ESV-teemalise tegutsemise vastu juba märgatavaks. Seda tunnistab ka samal aastal loodud Vastutustundliku Ettevõtluse Foorum (VEF), mis kujutas endast omapärast kompetentsikeskust, kuhu olid koondunud ESV teemast huvitatud ja valdkonda tundvad spetsialistid. VEF-i laiemaks eesmärgiks oli ettevõtete ja organisatsioonide ühiskondliku vastutuse ulatuslikum teadvustamine Eesti ühiskonnas. Võib veel lisada, et peale erinevate algatuste toetamise ja nõustamise on sellel foorumil tänaseks kogutud hulk kasulikku ESV-teemalist informatsiooni eesti lugeja jaoks ning asjahuviliste jaoks ka palju viiteid muukeelsetele allikatele. (VEF ...)

Kui tagasi pöörduda Eesti perioodika juurde, selgub ajakirjast Director, et 2006. aastaks on Eesti ettevõtetes „jõutud arusaamani abistamise ja toetamise vajadusest, kuid eesrindlikust „sotsiaalsest vastutajast” rääkida oli sel hetkel veel vara“ (Tafel 2006). Autori arvates oli selline temaatika perioodikas edusamm, mis tähendas Eesti ESV arengule palju.

Nii on Eestis hakatud alates aastatest 2005–2006 ESV-le järjest rohkem tähelepanu pöörama ja seda väärtustama. Järgmise olulise sammuna saab nimetada Eestis 2008. aastal läbi viidud sotsiaalse vastutustundlikkuse teemalist noortekonverentsi „Kõik on enda teha“ (Sotsiaalne vastutustunne ...). ESV hakkas Eestis muutuma märgatavaks ja tähtsaks järjest suuremale inimeste hulgale. Ükskõikne suhtumine vähenes ning võib tõdeda, et nõudlus ESV järele kasvas jätkuvalt.

Loomulikul teel hakkas oluliseks muutuma ka hinnangu andmine neile ettevõtetele, kes tegutsevad ESV alal. Sellest kasvas 2007. aastaks välja Äripäeva ja VEF-i poolt Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi toetusel korraldatav konkurss ettevõtete jaoks. Konkurss kujutas endast ettevõtete ESV tegevuste hindamist indeksi abil (indeksimetoodikaga võib tutvuda lisas 7). Need ettevõtted, kes saavutavad vastutustundliku ettevõtluse indeksis koondtulemuseks vähemalt 70 punkti (maksimaalne võimalik punktide arv on 100), saavad endale ühtlasi õiguse kasutada oma kommunikatsioonis aasta jooksul ametlikku vastutustundliku ettevõtte kvaliteedimärgist koos vastava aastaarvuga (2011. aasta märgise näidis on toodud lisas 8). (VEF ...)

Igal aastal kutsutakse Eesti ettevõtteid osalema vastutustundliku ettevõtluse indeksi konkursil. Konkursi eesmärk on aidata ettevõtetel analüüsida, kuidas tegutseda sotsiaal- ja looduskeskkonna suhtes vastutustundlikult, kujundada seeläbi jätkusuutlikku ärimudelit ja olla majanduslikult edukam. See on võimalus näidata oma väärtusi klientidele, investoritele ja partneritele, hinnata ennast, võrrelda end teistega, saada uusi ideid, vahetada kogemusi ja saada tagasisidet. (*Ibid.*)

Praeguseks on Eesti ESV tegevuses jõutud arusaamani, et vajatakse tervet programmi, kus on tähtis järjestada ESV prioriteete, tegevusi suunavaid strateegilisi eesmärke, mida seostatakse ka teatud numbriliste eesmärkidega ning tuleb otsustada, kes vastutab. Sellisel moel on perioodiks 2012–2014 välja töötatud „Eesti vastutustundliku ettevõtluse tegevuskava“, mille väljatöötamisele pandi alus Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi, Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse (EAS), Kaubandus- ja Tööstuskoja ja ettevõtete eestvedamisel ning Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumi ja *Estonian Business Schooli* kaasabil (vt lisad 9 ja 10). (Eesti vastutustundliku ettevõtluse tegevuskava...)

Selle tegevuskava eesmärk ei ole mitte kohustada, vaid vastupidi, anda arenguimpulsse. Sooviks on jõuda ESV tegevuses senisest kõrgemale tasemele. Riik on arengukavast huvitatud, kuna näeb selles ettevõtete ja vabasektori kasvanud teadlikkust ning tunnetab oma rolli teema edasises eestvedamises ja ülalhoidmises. Riik mõistab vastutustundlikku ettevõtlust soodustava poliitika väljatöötamisest saadavat põhilist kasu järgmises: rahvusliku konkurentsivõime tõus, uue kodanikualgatusliku valitsemise (ingl – *new civil governance*) edenemine, täiendus avaliku

sektori sotsiaal- ja keskkonnapoliitikale, kasu ettevõtetele (ühelt poolt paremad ärisuhted tänu heale reputatsioonile, paremad töötajad, teiselt poolt ressursside kokkuhoid). (*Ibid.*)

Üheks väga oluliseks sündmuseks ESV valdkonnas saab pidada Eestis 2011. aasta septembrist 2012. aasta aprillini toimunud projekt „Sotsiaalse ettevõtluse eestkostevõrgustiku loomine”, mida rahastas Kodanikuühiskonna Sihtkapital poolt ja millega pandi alus Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustikule (SEV). Projekti eestvedajate sõnul oli see väga raske, kuna Eestis ei olnud selleks hetkeks sotsiaalse ettevõtte mõiste veel laialdast kasutamist leidnud. Sellest hoolimata alustas SEV 2012. aasta aprillis oma tegevust mittetulundusühinguna. Võrgustikuga liitus koheselt 19 sotsiaalset ettevõtet ning aastaks 2013 tõusis selliste liitunud ettevõtete arv 24-ni. (Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku ...)

SEV on avalikes huvides tegutsev organisatsioon, mille eesmärgiks on sotsiaalsete ettevõtete arvu, suutlikkuse ja mõju suurendamine Eestis ning sotsiaalse ettevõtluse väärtustamine tegevusvaldkonnana meie ühiskonnas. Oma eesmärgi saavutamiseks tegutseb SEV kolmes üksteist täiendavas ja toetavas suunas (Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku ...):

- liikmesorganisatsioonina: informeerides ja inspireerides liikmeid, luues ja vahendades koostööd, pakkudes koolitusi ja konsultatsioone, nõustades sotsiaalse mõju hindamise teemadel;
- eestkosteorganisatsioonina: esindades liikmete ühishuve, tehes koostööd rahalise ja mitterahalise toe korraldamisel;
- valdkonna arendaja ja kõneisikuna: toetades haridustegevust ja uuringuid, osaledes rahvusvahelises koostöös, informeerides avalikkust sotsiaalsest ettevõtlusest.

SEV on võtnud endale tõsise ülesande ja on tõepoolest hakanud aktiivselt tegutsema, olles sotsiaalse ettevõtluse valdkonnas käivitava jõu rollis. SEV hiljutiseks saavutuseks võib nimetada vabaühenduste liitu EMSL-i Statistikaametiga koostöös teostatud uurimisprojekti „Sotsiaalse ettevõtluse statistilise ülevaate loomine” raames, mida rahastas Euroopa Komisjon. Uuringu tulemused avaldati 2014. aasta juunis. Uuring näitas sotsiaalse ettevõtluse hetkeseisu ja edasise tegevuste suundi (Uuringu ... 2014):

- Eestis on sotsiaalseid ettevõtteid majandusaasta aruande alusel keeruline teistest organisatsioonidest eristada;
- Eestis puudub sotsiaalsete ettevõtete jaoks eraldi juriidiline vorm;

- enamik sotsiaalsetest ettevõtetest tegutseb mittetulundusühinguna (MTÜ, 84%), sihtasutusena (SA, 9%) ja kasumijaotusest loobunud osäühinguna (OÜ, 7%), leidub ka vabaühenduse-äriühingu koostöövorme (MTÜ või SA + OÜ);
- sotsiaalsed ettevõtted paiknevad üle Eesti, kuid kõige rohkem on neid Tallinnas ja Harjumaal ning Tartus ja Tartumaal;
- sotsiaalsed ettevõtted on peamiselt mikroorganisatsioonid ehk 1–4 töötajaga ettevõtted;
- suur osa (66%) sotsiaalsete ettevõtete tuludest teenitakse ettevõtlustegevusega;
- ligi kolmandik sotsiaalsetest ettevõtetest ei kaasa oma rahastamise üldse annetusi ja toetusi.

Erilist tähelepanu väärib 22. septembril 2014 Tallinnas toimunud rahvusvaheline vastutustundliku ettevõtluse konverents teemal „*Boost your business with Corporate Social Responsibility*”. Eesti jaoks tähendas see väga palju ESV valdkonna arendamise suhtes. Tähtis oli juba fakt, et selline konverents üldse toimus. See näitab, et ESV on Eestis väga oluline nähtus, mis väärib vastavat tähelepanu. Konverentsi käigus näitasid teiste riikide praktilise kogemusega spetsialistid, kuidas vastutustundlik ettevõtlus aitab kaasa innovatsioonile, kasvatab brändi väärtust ning panustab eduka suhte loomisesse oluliste huvigruppidega. (Vastutustundliku ettevõtluse foorum ...)

Kokkuvõtlikult öeldes takistavad paljud asjaolud Eestis ESV kõikehõlmavat rakendamist, eelkõige üldine vähene teadlikkus ESV-st ja probleemide vähene uuritus. Sotsiaalse vastutuse kontseptsioon on Eestis tundmaõppimise ja tunnustamise järgus ning jääb kindlasti edaspidigi Eesti majandusteadlastele huvitavaks uurimisobjektiks. Täna, eriti viimastel aastatel, on Eesti astunud suure sammu eduka ESV tegevuse suunas ning EL on selles tähtis abiline ja eeskuju.

Autor arvab, et süsteemse ESV tegevuse arendamise jaoks on Eestis loodud platvorm nii ühiskondliku nõudluse kui ka euroopaliku mentaliteedi levimise ning ESV alal eesrindlike ettevõtete näol. Takistuseks on mõne ettevõtte enda suhtumine, ka koormatus ellujäämise probleemidega, erialateadmiste nappus ning riigipoolse toetuse ja surve vähesus. Viimast on eriti märgata väikeste ettevõtete puhul.

2.2. Väikese suurusega ettevõtete eripära

Käesoleva töö uurimisobjektiks on Eesti väikese suurusega ettevõtted. Koos mikro- ja keskmise suuruse ettevõtetega kuuluvad need väikeste ja keskmiste ettevõtete kategooriasse, mille lühend on VKE. Eestis kasutatakse Euroopa Komisjoni poolt välja töötatud VKE määratlust, mille kohaselt VKE-ks loetakse ettevõtteid, kus on vähem kui 250 töötajat ja/või mille aastakäive ei ületa 50 mln eurot või bilnasi maht ei ületa 43 mln eurot (VKE definitsioon ...).

Väikese suurusega ettevõtete kategoorias on sellised ettevõtted, mis vastavad järgmistele kriteeriumitele: töötajate arv on vahemikus 10–49 ning ettevõtte aastabilanss ja aastakäive on alates 2 mln eurost, kuid mitte üle 10 mln euro. Ning mikroettevõtete kategooriasse kuuluvad ettevõtted, mis annavad tööd vähem kui 10 inimesele ja mille aastakäive ja/või aastabilansi kogumaht ei ületa 2 mln eurot. (*Ibid.*)

Eesti majanduse eripäraks on VKE-de rohkus. Kõigist Eestis tegutsevatest ettevõtetest 99,9% ongi VKE-d, millest 70% tegutseb teenindussektoris (Väikese ja keskmise ... 2012). Sama seis on ka EL-is, mille statistika näitab, et 2013. aasta seisuga oli 28 EL-i liikmesriigis 99% ettevõttest VKE, kaks kolmandikku töötajaist olid VKE töötajad, VKE panus iga euro väärtusse oli 58 senti. (Annual Report ... 2014)

VKE-d on äärmiselt olulised uue tööhõive loomisel. Euroopas loovad sellised ettevõtted igal aastal rohkem kui 4 mln uut töökohta (Communication ... 2013). Alanud globaalse majanduskriisi tingimustes esinesid VKE-d kaitsevallina selle kriisi laastava mõju ees. Nad silusid 2009. aasta majandusliku surutist palju tõhusamalt kui suured ettevõtted (kus olid toimunud suured koondamised), suutes leevendada tööhõive langust. (Annual Report ... 2014)

Majanduskriisist väljumise periood osutus VKE-dele palju pikemaks võrreldes suurte ettevõtetega ning viimase kolme aastaga langes selle kiirus märgatavalt (*Ibid.*). Ka Euroopa Komisjon kinnitab et, VKE-d ei ole siiani tagasi jõudnud kriisieelse tasemele, neis ettevõtetes ei ole märgata sellist kasvu, nagu seda täheldati enne 2008. aastal alanud kriisiaega. Euroopa Komisjoni sõnul on VKE-de olukord praegu kehv ning selleks, et tagada VKE-de jätkusuutlikku arengut, on vaja neid toetada. (Communication ... 2013)

Lisaks finantsprobleemidele on teisigi probleeme, mis takistavad VKE-de sisenemist ESV sektorisse. Kõige olulisemaks neist võib lugeda eelarvamusi, mille kohaselt VKE-d ise peavad ESV tegevust enda jaoks sobimatuks. Nad põhjendavad seda sellega, et nad ei ole võimelised piisaval määral jätkusuutlikkuse probleeme lahendama. Keskendudes igapäevastele tegevustele, ei näe VKE-d ESV tegevusest tulenevat kasu. VKE-d võivad isegi teatud sotsiaalsete probleemide olemasolu eirata, mis suuresti oleneb juhatuse otsustest. (Nagypál 2014, 330)

Teiseks probleemiks on ESV-alase tegevuse nn „väljund” (ingl – *output*). Kohustustes ja strateegias on raske muudatusi teha, sest tihtipeale pole VKE-del mingit üldist strateegiat. See käib eelkõige mikro- ja väikese suurusega ettevõtete kohta. Ja isegi kui ettevõtte tegutseb sotsiaalselt vastutustundlikult, pole need tegevused kahjuks regulaarsed ja ettevõtte strateegiaga seotud. (*Ibid.*)

Kolmandaks probleemiks on asjaolu, et ESV-alaseid instrumente töötatakse tavaliselt välja suurte ettevõtete jaoks. Lõpuks on ESV mõjude hindamine väljastpoolt VKE-sid raskendatud, kuna VKE-d on suurte ettevõtetega võrreldes väiksem kohustatud sotsiaalseid mõjusid jälgima ja neist aru andma. (*Ibid.*)

Sellegipoolest on ESV-d võimalik rakendada ka VKE-des, kuid nagu ülaltoodu näitab, tuleb siin arvestada VKE-de spetsiifika ja raskustega. Järjest rohkem VKE-sid, eriti Kesk- ja Ida-Euroopa VKE-sid vastab väljakutsetele ESV tegevuse rakendamise ja oma sotsiaalse esitluse parandamise osas. Et aidata VKE-del kasutada nende suure paindlikkuse ja innovatiivsuse eripära tugevusi ESV alal, on tähtis nende suhtumisi ja tegevusi lähemalt uurida. (Nagypál 2014, 331)

VKE-d mängivad olulist rolli nii EL-i kui ka Eesti majandusarengus ja tööhõive loomises, samuti ühiskondliku heaolu tagamises. Tänapäeval on VKE-de olukord kehv ning ESV tegevus võib aidata VKE-del kriisi tagajärgedest tingitud probleemidest välja pääseda. Seepärast on oluline hinnata VKE-de üleüldist teadlikkuse määra ESV-alaste tegevuste suhtes ning võimalikult täpselt määratleda neid probleeme ja barjääre, mis takistavad sisenemist sotsiaallettevõtluse sektorisse, püüda leida neile õiged vastused ja võimalikud lahendused.

2.3. Uuring Eesti väikese suurusega ettevõtete ESV-alase teadlikkuse ja tegevuse kohta

Käesoleva uurimuse metodoloogia lähtub osaliselt varasemast uurimisest „*Corporate social responsibility of Hungarian SMEs with good environmental practices*“, mille eesmärgiks oli küsitluse läbiviimine VKE-des, et analüüsida selliste ettevõtete suhtumist ESV-alastesse tegevustesse ja välja selgitada potentsiaalsed barjäärid ja arenguvõimalused. Lähtudes küsitluse põhimõttest kui olulisest usaldusväärse informatsiooni hankimise meetmest koostas ka käesoleva töö autor küsimustiku Eesti väikese suurusega ettevõtete uurimiseks, võttes selle aluseks mitmed üldmainitud uuringu küsimused. Samuti lähtus autor küsimustiku koostamisel uurimuse „*What Do Businesses Think About Corporate Social Responsibility?*“ kokkuvõttest ja VEF-i indeksi küsimustikust.

Autori koostatud küsimustik, mis on toodud lisas 11, koosneb 24 küsimusest, sh valikvastustega küsimustest (lubatud kas üks või mitu vastust), ühest hierarhilisest küsimusest ning Likerti hinnanguskaala küsimustest. Küsimustik oli koostatud elektrooniliselt *SurveyMonkey* online-uurimistarkvara abil (veebiaadress www.surveymonkey.ee), mille elektrooniline link oli laiali saadetud ettevõtetele nende e-maili aadressidele 2014. aasta novembris-detsembris.

Autori koostatud küsimustik oli suunatud eelkõige ettevõtete esindajate teadlikkuse hindamisele ja selle suurendamisele sotsiaalse vastutuse küsimustes. Selleks oli erineva eesmärgiga küsimusi. Näiteks oli nende hulgas konkreetseid küsimusi üldiste teadlikkuse hindamiseks, näiteks küsimus, kas nad on varem kuulnud midagi sotsiaalsest vastutusest; kas nad on kuulnud midagi ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandluse rahvusvahelistest standartidest ja millistest; kas nad on kuulnud midagi Eesti jätkusuutliku ettevõtluse indeksist.

Samuti oli vihjavaid küsimusi selle kohta, kuidas leida ettevõtte tegevuses sotsiaalset vastutust ja/või kuidas ühendada sotsiaalset vastutust ettevõtte strateegiaga: kas Teie ettevõtte visiooni, missiooni ja/või väärtuste sõnastuses kajastub ettevõtte soov tegutseda sotsiaalselt vastutustundlikult (nt märksõnadeks on „vastutustundlik“, „jätkusuutlik“, „hooliv“, „arendav“, „sõbralik“, „toetav“, „aidata“, „luua“ jne)? Kas vastutustundliku ettevõtluse põhimõtted ja/või mõni selle valdkonnaga seotud küsimus on olnud arutlusel Teie ettevõtte juhatuse, nõukogu ja/või aktsionäride/omanike koosolekul? Kas Teie ettevõttes hinnatakse vastutustundliku

ettevõtlusega seotud tegevuste tulemusi ja mõju? Kas Teie ettevõtte töötajatelt küsitakse tagasisidet Teie ettevõtte vastutustundliku ettevõtluse põhimõtete järgimise kohta (nt mõningate rahuloluküsimustiku küsimuste põhjal)? Kas peate võimalikuks, et Teie ettevõtte osaleb jätkusuutliku ettevõtluse indeksis järgmistel aastatel?

Samuti oli küsimusi, kus ettevõtete esindajatel oli võimalus anda oma hinnang sotsiaalse vastutuse kasudele, kontseptsiooni kui juhtimisstrateegia efektiivsusele, äritegevusele avaldavatele mõjudele, ettevõttevälise toetuse vajadusele, seotusele ühiskonna heaolu parendamisega. Olulised olid ka ettevõtete hetkeolukorda kaardistavad küsimused: milliseid valdkondi ettevõtted toetavad (kavatsevad toetama hakata) sotsiaalselt aktiivse ettevõttega? Millised tegurid motiveerivad (võiksid lähitulevikus motiveerida) sotsiaalse vastutusega tegelema? Milliste takistustega on ettevõtted sotsiaalse vastutuse kontseptsiooni elluviimisel kokku puutunud?

Andmete kogumiseks proovis käesoleva töö autor kõigepealt internetist leida neid ettevõtteid, mis võiksid kuuluda väikese suurusega ettevõtete kategooriasse. Autor vaatas üle kõik ettevõtted, millega on oma isiklikus ja tööelus kokku puutunud, proovis ükshaaval internetiotsingusüsteemi abil leida andmeid muude juhuslike ettevõtete kohta, kuid ei leidnud ühtegi, mis vastaks väikese suurusega ettevõtte kriteeriumidele. Probleemiks oli kas liiga väike või liiga suur töötajate arv ja/või aastakäive.

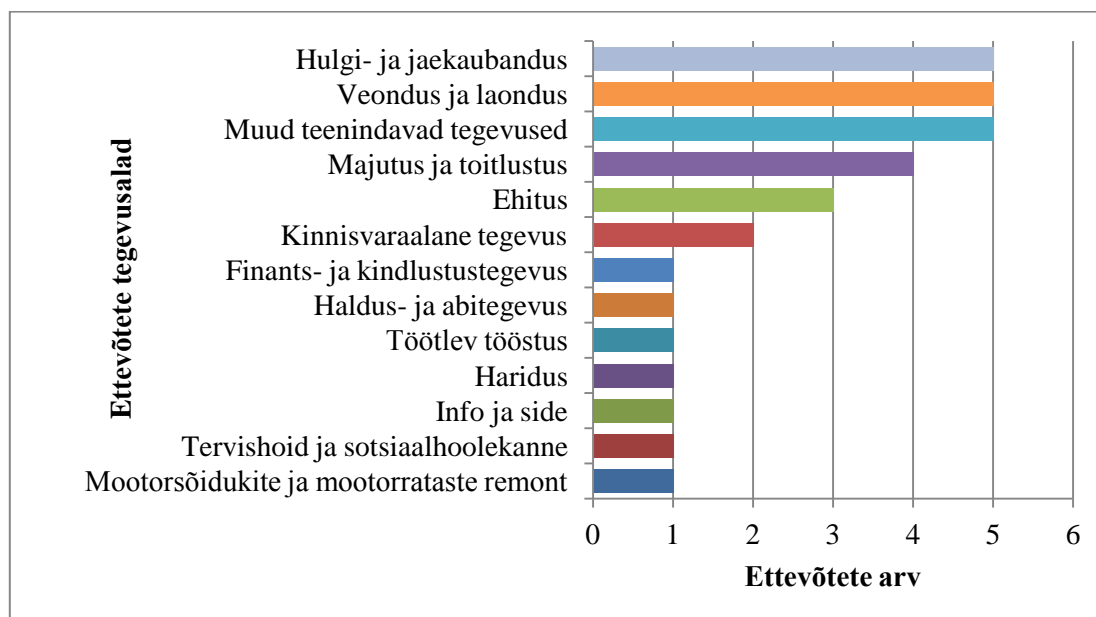
Tulemuste puudumine tekitas vajaduse muuta andmete kogumise strateegiat. Nii tekkis käesoleva töö autoril mõtte otsida abi andmeid kogumatelt organisatsioonidelt, näiteks Eesti Statistikaametilt. Selgus, et organisatsioonil oli vajalik informatsioon ettevõtete käivate ja töötajate arvu kohta kenasti olemas. Selgus, et 2013. aastal oli Eestis 5003 väikese suurusega ettevõtet, lisaks oli 715 sellist 10–49 töötajaga ettevõtet, mille aasta müügitulu oli teadmata (müügitulu andmed on esitatud 2013. majandusaasta aruande põhjal). Autor tellis Eesti Statistikaametilt informatsiooni 100 juhusliku ettevõtte kohta ning saatis neile e-postiga küsimustiku. Samuti kasutas käesoleva töö autor võimalust uurida oma tuttavatelt, kas nad töötavad mingis väikese suurusega ettevõttes või on sellise ettevõttega seotud. Positiivse vastuse korral palusin neil küsimustiku juhtkonnale edastada. Küsimustikule vastati anonüümselt.

Autori arvates on küsimustiku abil saadud andmed piisavalt usaldusväärsed ja kajastavad kõikehõlmavalt väikese suurusega ettevõtete olukorda ESV alal.

3. UURINGU TULEMUSED

3.1. Üldised järeldused

Autoril polnud võimalik välja tuua, kui suur osa küsitluskutse saanutest küsitlusele vastas, sest polnud teada, kui mitme ettevõtte kutse jõudis. Statistilise usaldusväarsuse alampiiri (30 vastust) ületamisel sulges töö autor küsimustiku elektroonilise lingi. Kokku osales uuringus 31 Eesti väikese suurusega ettevõtet 13 tegevusvaldkonnast (vt joonis 1).

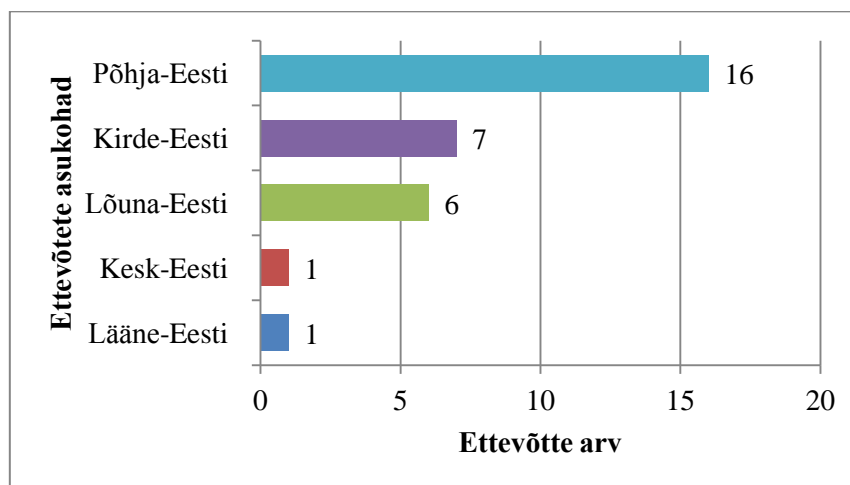


Joonis 1. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustikule vastanud ettevõtete arv tegevusalade lõikes

Allikas: (Lisa 12)

Kõige aktiivsemalt vastasid ettevõtted hulgi- ja jaekaubanduse, veonduse ja laonduse ja muude teenindavate tegevuste valdkonnast. Ilmselt on see põhjendatud sellega, et kaubandus- ja teenindustettevõtteid ongi väikese suurusega ettevõtete hulgas kõige rohkem. Uuringus osales nende valdkondade ettevõtetest kokku 48% ehk igast valdkonnast 16%. Majutus- ja toidlustusvaldkonnast osales uuringus 4 ettevõtet (13%), ehitusvaldkonnast 3 (10%), kinnisvaraalasest tegevusest 2 (6%). Küsimustikule vastas 1 ettevõtte igast järgmisest tegevusvaldkonnast: mootorsõidukite ja mootorrataste remont (3%), tervishoiu ja sotsiaalhoolekanne (3%), info ja side (3%), haridus (3%), töötlev tööstus (3%), finants- ja kindlustustegevus (3%), haldus- ja abitegevus (3%).

Küsimustikule vastanutest ettevõtetest suurim osa – 52% ehk 16 ettevõtet tegutses Põhja-Eestis (vt joonis 2), 23% ehk seitse ettevõtet Kirde-Eestis, 19% ehk kuus ettevõtet Lõuna-Eestis, üks ettevõtte vastavalt Lääne-Eestis (3%) ja Kesk-Eestis (3%). Seega väiksemal või suuremal määral vastasid küsimustikule ettevõtted üle terve Eesti.



Joonis 2. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustikule vastanud ettevõtete arv asukohtade lõikes

Allikas: (Lisa 13)

Uuringus osalenud kuues ettevõttes (19% kõigist vastanutest) oli töötajate arv vahemikus 20–29. Need olid ehituse, veonduse ja laonduse, kinnisvaraalasest tegevuse, hulgi- ja

jaekaubandusega seotud ettevõtted. Ülejäänud 25 ettevõttes (81%) töötas 10–19 inimest. Seega jäid vastanud ettevõtted valdavalt väikese suurusega ettevõtete määratluse väiksemale poolele.

Küsimusele, kas olete varem midagi kuulnud ettevõtte sotsiaalsest vastutusest, vastas üle poole, 18 ehk 58% uuringus osalenud ettevõtete esindajatest jaatavalt. Eitavalt vastas 13 esindajat ehk 42%. Ainult positiivselt vastasid hariduse, mootorsõidukite ja mootorrataste, info ja side, halduse ja abitegevuse, tervishoiu ja sotsiaalhoolekandega seotud ettevõtted. Ehitus-, finants- ja kindlustustegevuse ning kinnisvaraalse tegevusega seotud ettevõtted polnud sotsiaalsest vastutusest üldse midagi kuulnud. Teiste valdkondade ettevõtted vastasid nii eitavalt kui ka jaatavalt. Siin võib eeldada, et ettevõtte eripärast ja tegevusest võib oleneda, kui teadlik ollakse sotsiaalsest vastutusest ja kuidas osaletakse sotsiaalse vastutusega seotud tegevustes, kuidas arvestatakse huvigruppide vajadustega ja kui huvitatud ollakse nendega kontakti hoidmisest.

Vaadates vastuseid samale küsimusele ettevõtete töötajate arvu lõikes selgub, et kuues suurema töötajate arvuga (20–29) ettevõttes jagunesid vastused pooleks: kolm ettevõtet (50%) olid sotsiaalse vastutusest kuulnud, kolm (50%) mitte. Väiksema töötajate arvuga (10–19) ettevõtetest 15 (60%) olid kuulnud sotsiaalsest vastutusest ja 10 (40%) ei olnud. Järelikult pole ESV-d puudutavate teadmiste ja ettevõtte töötajate arvu vahel kindlat seost.

ESV teadlikkuse hindamiseks uuris autor nõustumisi väitega „Hindan oma teadmisi ettevõtte sotsiaalse vastutuse küsimustes kõrgelt“. Selgus, et neid ettevõtteid, kes vastasid sellele ESV-alaseid teadmisi puudutavale väitele „pigem ei ole nõus“ (29% vastanutest), oli poole võrra rohkem kui neid, kes vastasid „olen pigem nõus“ (19% vastanutest). Viis ettevõtet (16% vastanutest) hindasid oma teadmisi täiesti puuduolevaks, vastates „ei ole üldse nõus“. Kaks (7%) vastanut hindasid oma teadmisi ESV küsimustes kõrgelt. Need on haridus- ja keskkonnakonsultatsioonide valdkonnas tegutsevad ettevõtted. Käesoleva töö autor näeb siin tugevat seost teadmiste kõrge taseme ja ettevõtte tegevusvaldkonna vahel. Kuid teiste hinnangute juures ei näinud autor sama tugevat seost teadlikkuse ja tegevusvaldkonna vahel.

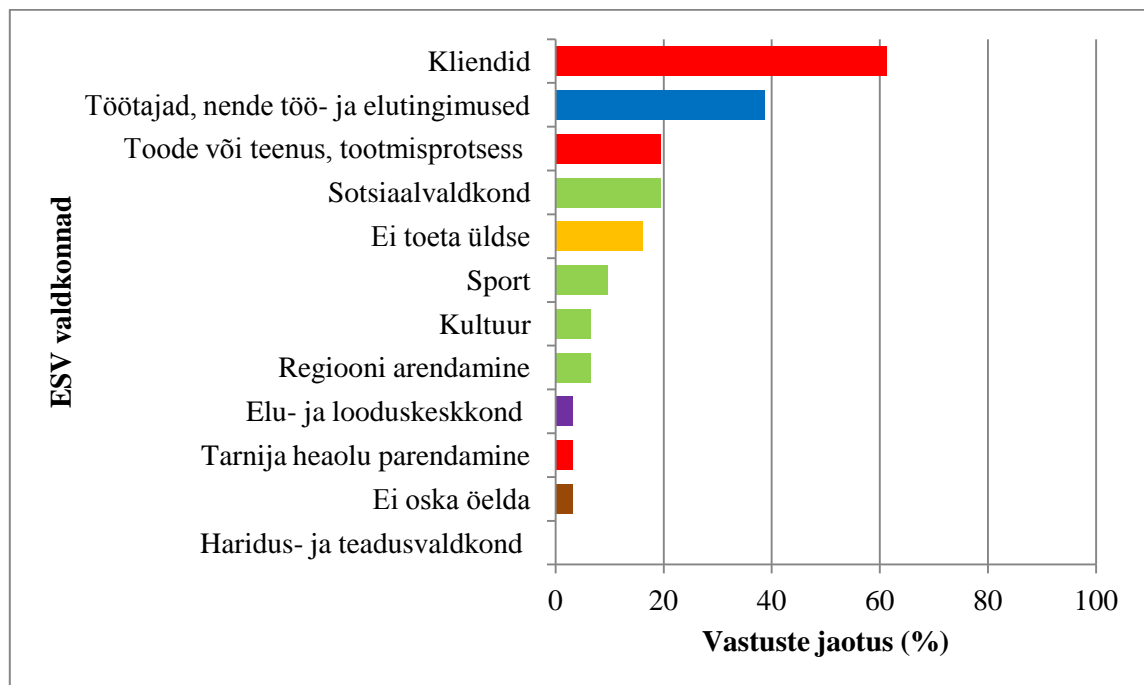
Raske oli oma teadmisi hinnata üheksal ettevõttel, mis moodustasid küllalt suure osa vastanutest (29%). Autor arvab, et ka see vastusevalik oli ilmselt seotud piisavate teadmiste vähesusega. Sellisel moel selgub, et suurem osa vastanutest hindas oma teadmisi ESV-st pigem nõrgaks või puuduvaks. Kui täiesti puuduvaks pidas oma teadmisi 74% ettevõtetest, siis kõrgeks

hindas oma teadmisi märgatavalt vähem ettevõtteid – 26%. Kokkuvõttes võib eeldada, et teadmised ESV-st on väikese suurusega ettevõtetes madalal tasemel.

Uuringu käigus selgus, et 45% vastanute ehk 14 ettevõtte visiooni, missiooni ja/või väärtuste sõnastuses kajastus ettevõtte soov tegutseda sotsiaalselt vastutustundlikult, 32%-s ehk 10 ettevõttes see ei kajastunud. Ülejäänud 23% ehk 7 ettevõtet ei osanud küsimusele vastata. Järelikult suurem osa küsimustikule vastanutest ettevõtetest kas teadlikult või mitteteadlikult ikkagi tegutses sotsiaalselt, vähemalt deklareerivad oma seotust ESV kontseptsiooniga ettevõtte visiooni, missiooni ja/või väärtuste sõnastuses.

Peaaegu võrdselt jagunesid vastused küsimusele, millega püüti välja selgitada ettevõtete kuuluvust sotsiaalsete ettevõtete kategooriasse. Selgus, et 39% vastanutest ehk 12 ettevõtet on kindlalt ühiskondlikult vastutustundlikud, 36% ettevõtetest ehk 11 ettevõtet vastasid, et nad ei tegutses sotsiaalselt aktiivse ettevõtena, ja 26% ehk 8 ettevõtet ei osanud vastust valida. Järelikult on sotsiaalvaldkonnas aktiivselt tegutsesvaid ettevõtteid natuke rohkem kui neid, kes ei panusta ühiskonna heaolu parendamisse. Murelikuks teeb asjaolu, et neid ettevõtteid, kes ei osanud sellele küsimusele vastata, oli küllalki palju, mis näitab vajadust tõsta teadlikkust ESV-st väikese suurusega ettevõtetes.

Joonis 3 näitab, milliseid valdkondi toetasid küsitluses osalenud ettevõtted sotsiaalselt aktiivse ettevõtena neljas suunas: turukeskkond (punased sambad joonisel), töökeskkond (sinised) ja kogukond (roheline), looduskeskkond (lillad). Selgus, et toetamisega tegeles 81% vastanutest. Sellistel ettevõtetel, kes üldse ei tegelnud sotsiaalse toetamisega, oli võimalik valida vastusevariant „ei toeta üldse”. Kokku oli selliseid ettevõtteid viis ja need moodustasid 16% kõigist vastanutest. Ainult üks ettevõtte valis oma toetustegevuse valdkonda valikul vastusevariandi „ei oska öelda”. Eelnevates küsimustes sama vastusevariandi valinud ettevõtete arvuga võrreldes on see hea tulemus. Autori arvates aitas varasem küsimustele vastamine ja ESV tegevusvaldkondade kaardistamine ettevõtetel paremini aru saada ESV kontseptsioonist ja leida oma tegevuses ESV momente. Need ettevõtted, kes vastasid küsimusele teadmiste olemasolu kohta alguses eitavalt või pigem eitavalt ning hindasid oma teadmisi ESV küsimustes nõrgaks, said teada, et tegelikult on nad ESV-ga igapäevaselt kokku puutunud. Näiteks on paljud sellistest ettevõtetest tegutsenud lähtuvalt klientide vajadustest ja/või loonud oma töötajatele paremaid tingimusi.



Joonis 3. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustikule vastanud ettevõtete ESV-le suunatud toetustegevuste jaotus valdkonniti

Allikas: (Lisa 14)

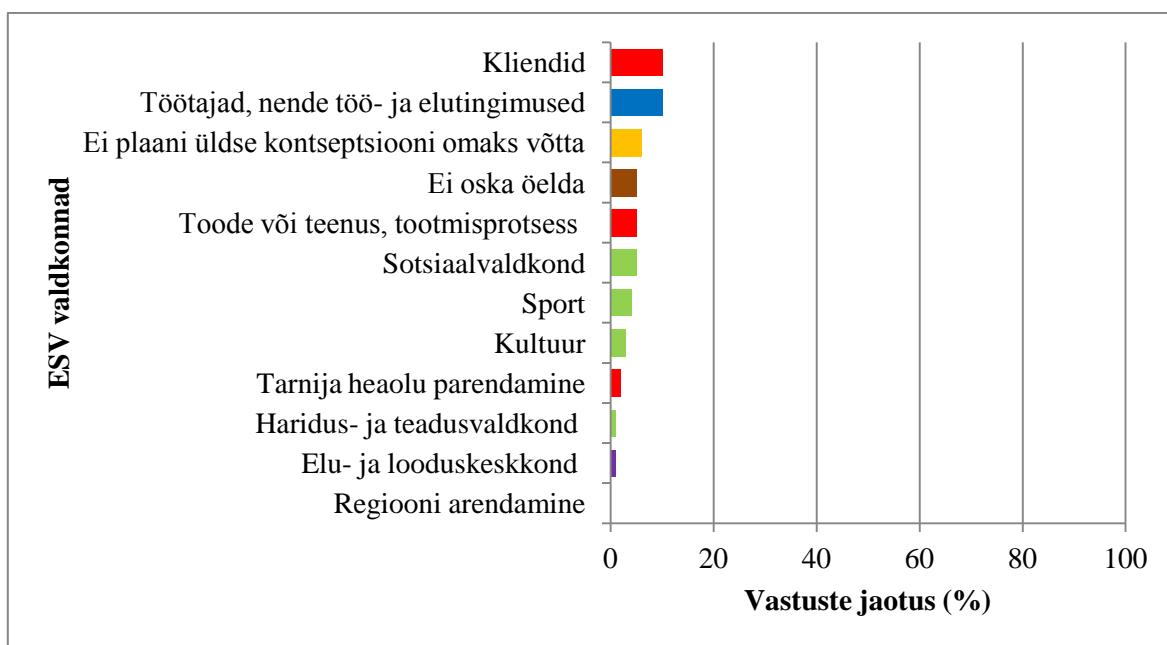
Joonis 3 näitab selgelt, et küsitluses osalenud ettevõtete ESV prioriteetseks valdkondadeks suure ülekaaluga teiste valdkondade ees olid kliendid, nende vajaduste mõistmine ja rahuldamine ning heaolu. Selle valiku tegi 61% ehk kõigist uuringus osalenud ettevõtetest 19, mida võib pidada oluliseks ja mõjuvaks näitajaks. Sageduselt järgmine vastusvariant oli töökeskkond. Töötajate, nende töö- ja elutingimuste eest hoolitses 39% vastanutest ehk 12 ettevõtet. Kolmandat kohta jagasid sotsiaalvaldkond ja toodete/teenuste, tootmisprotsessi valdkond. Mõlemad valdkonnad said märkimisväärse toetuse 19% ehk 6 ettevõtte poolt.

Järgmised (kahanevas järjestuses) olid kolm kogukonna toetamise aspekti: spordi toetamise oli valinud enda ühiskondlikuks vastutuseks 10% ehk kolm ettevõtet, kultuuri toetas 6% ehk kaks ettevõtet ning selle regiooni arendamisse, kus ettevõtte tegutses, panustas samuti 6% ehk kaks ettevõtet. Tarnija heaolu parendamist toetati kõige vähem, haridus- ja teadusvaldkonda ei panustanud keegi. Järelikult kõige olulisemaks ESV suunaks, millele ettevõtted juba pööravad suurt tähelepanu, on turukeskkond – eelkõige kliendid, tooted ja teenused. Tähtsuselt järgmine

toetamise suund on töökeskkond – töötajad ja nende heaolu. Väikestele ettevõtetele suhteliselt vähetähtis toetussuund on praegu kogukond – sotsiaalvaldkond, sport, kultuur, regiooni areng.

Eelmise kolme küsimuse (ESV kajastumine visioonis, missioonis jne, enda määratlemine sotsiaalse ettevõttena, reaalne toetustegevus) vastuste põhjal võib järeldada, et kuigi ettevõtted ei määratle end teadlikult sotsiaalse ettevõttena, on vastavad seisukohad deklareeritud nende ideoloogias (visioon, missioon jne) ning nad panustavad ühiskonda ka reaalse tegevusega – toetamisega.

Küsimusele „Kui alles plaanitakse omaks võtta sotsiaalse vastutuse kontseptsiooni, siis millistes valdkondades?“ vastati sarnaselt eelmistele küsimustele. Ettevõtete prioriteetidid ESV valdkondade osas osutusid praktiliselt ühesuguseks praeguste toetusvaldkondadega. Erinevusi oli ainult vähem tähtsate valdkondade hulgas (vt joonis 4).



Joonis 4. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustikule vastanud ettevõtete ESV raames plaanitavate toetustegevuste jaotus valdkonniti

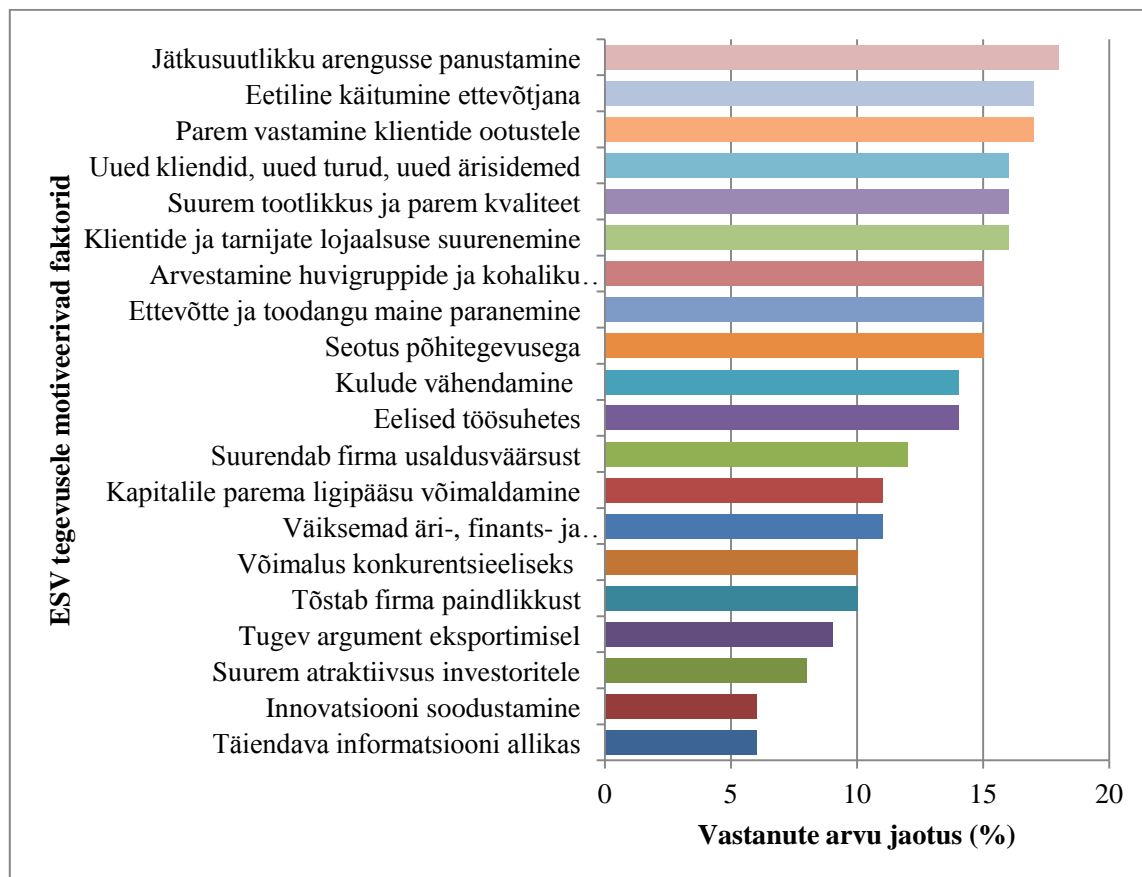
Allikas: (Lisa 15)

Jooniselt 4 on näha, et sarnaselt eelmisele küsimusele antud vastustele valivad ettevõtted oma tulevikku suunatud initsiatiivid ESV suhtes järgmiselt: eespool on klientide vajaduste valdkond (32% ehk 10 ettevõtet); töötajate heaolu (samuti 32% ehk 10 ettevõtet), toote ja teenuse

valdkond (19% ehk 6 ettevõtet); kogukonnaga seotud valdkonnad: sotsiaalvaldkond (16% ehk 5 ettevõtet), sport (13% ehk 4 ettevõtet), kultuur (10% ehk 3 ettevõtet); neile järgnevad tarnija heaolu parendamine (7% ehk 2 ettevõtet), haridus- ja teadusvaldkond (3% ehk 1 ettevõtte), elu- ja looduskeskkond (3% ehk 1 ettevõtte). Nii et tulevikus eelistaksid ettevõtted oma ESV kontseptsioonis mitte nii palju turu- ja töökeskkonda, vaid suunaksid oma tegevuse ka muudele kogukonna valdkondadele.

Kui eelmisest küsimusest selgus, et viis ettevõtet (16%) ei toetanud ühtegi valdkonda, siis ESV kontseptsiooni ei plaaninud omaks võtta kuus ettevõtet (19% vastanutest). Ning kui eelmisele küsimusele toetustegevuste kohta ei osanud vastata ainult üks ettevõtte, siis viis ettevõtet vahest ei osanud vastata küsimusele ettevõtte sotsiaalse vastutuse kontseptsiooni omaksvõtmise kohta. Autori arvates võib olla selliste erinevuste põhjuseks see, et kuigi erinevaid valdkondi toetatakse, ei plaanita seda teha teadlikult, süsteemselt ja tulevikku vaatava vastutustundega ehk siis kontseptsiooni omaks võttes. Ka võib erinevuste põhjuseks olla motivatsioonipuudus ja/või erinevate barjääride olemasolu.

Küsitluse tulemustest selgus, et ettevõtteid motiveerivad ESV kontseptsiooni järgi tegutsema erinevad asjaolud (vt joonis 5). Jooniselt 5 on näha, et ESV alal tegutsemiseks motiveerib ettevõtteid kõige rohkem jätkusuutlikku arengusse panustamine – 18% vastanutest. Kuid peaaegu niisama olulisused on motivatsioon käituda ettevõtjana eetilisel ja motivatsioon paremini vastata kliendi ootustele – 17% vastanutest; samuti uute klientide meelitamine, uutele turgudele sisenemine ja uute ärisidemete loomine; suurem tootlikkus ja parem kvaliteet, klientide ja tarnijate lojaalsuse suurenemine – 16% vastanutest; aga ka arvestamine huvigruppide ja kohaliku kogukonnaga, ettevõtte ja toodangu maine paranemine ning seotus põhitegevusega – 15% vastanutest; kulude vähendamine, saadavad eelised töötajate värbamisel ja pikaajaliste töösuhete saavutamisel – 14% vastanutest.

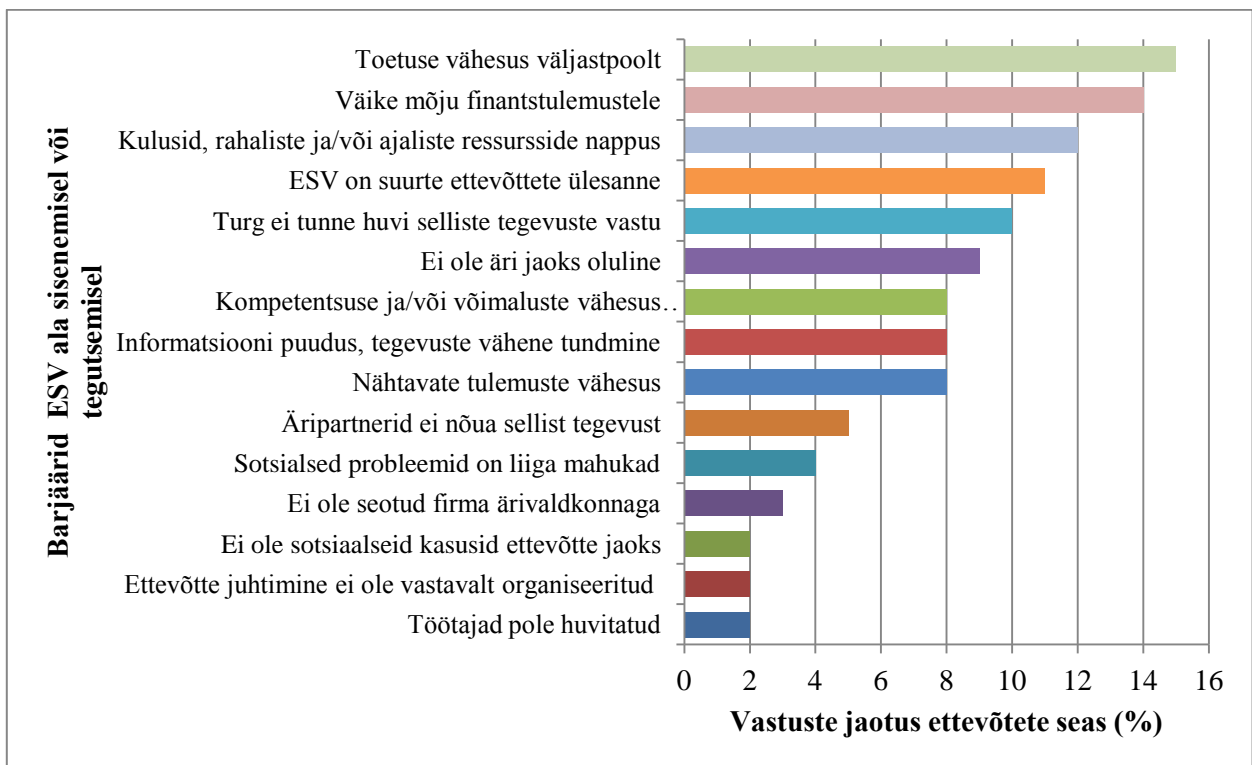


Joonis 5. Eesti väikese suurusega ettevõtete küsitlusele vastanud ettevõtete motiveerivate faktorite järjestused ESV tegevustes

Allikas: (Lisa 16)

Joonisel 5 näidatud peaaegu võrdselt tähtsate aspektide iseloomu järgi võib teha järelduse, et Eesti väikese suurusega ettevõtted lähtuvad oma ESV algatustes suuresti kasumi teenimise eesmärkidest, kuid mitte ainult neist. Ettevõtted on huvitatud ka eetiliste aspektide järgimisest ja jätkusuutliku arengu saavutamisest. Kuni kõige vähem tähtsate motivaatoriteni on kõikumine +/- 5%. Autori arvates viitab suure hulga peaaegu võrdselt tähtsate motivaatorite olemasolu sellele, et ESV motivaatorid ja prioriteedid pole väikestel ettevõtetel piisava põhjalikkusega läbi mõeldud.

Uuringu tulemused näitavad, et väikese suurusega ettevõtted puutuvad ESV sektorisse sisenemisel või seal tegutsemisel kokku hulga takistustega (vt joonis 6).



Joonis 6. Eesti väikese suurusega ettevõtete küsitlusele vastanud ettevõtete barjäärid sotsiaalse vastutuse alases tegevuses ja/või sotsiaalse vastutuse kontseptsiooni elluviimisel

Allikas: (Lisa 17)

Jooniselt 6 selgub, et barjääride järjestuses on kolm kõige tähtsamat ettevõtete finantsiliste aspektidega seotud probleemid: välise toetuse vähesust mainis 15%, väikest mõju finantstulemustele 14% ning kulude tekkimist, rahaliste ja/või ajaliste ressursside nappust 12% vastanutest. Lisaks finantsilist poolt kajastavatele takistustele peetakse tähtsaks teatud eelarvamuste olemasolu, mille tõttu 11% ettevõtetest on kindlal arvamusel, et ESV pole enamasti mitte väikeste, vaid suurte ettevõtete ülesanne. Veel 10% vastanud ettevõtetest on arvamusel, et turg ei tunne selliste tegevuste vastu huvi. Väidet, et ESV ei ole äri jaoks oluline, toetas 9% vastanutest ettevõtetest.

Suhteliselt vähetähtsad barjäärid on infopuudus, tegevuste vähene tundmine, kompetentsuse ja/või võimaluste vähesuse ettevõttes ning nähtavate tulemuste vähesusega seotud probleemid, mille olemasolu kinnitas 8% vastanutest. Autori arvates on need teadliku ja jätkusuutliku ESV puhul primaarsed barjäärid, millest tulenevad paljud teised probleemid ja

eelarvamused, mis on ülaltoodud joonisel toodud barjääride loendis nimetatutest ülal- ja allpool. Näiteks kui ressursside nappus ei võimalda ettevõtetel teha täiendavaid kulutusi, vajabki ettevõtte toetust väljastpoolt. Tegevuste vähene tundmine ja kompetentsuse vähesus ei võimaldagi väikese suurusega ettevõtetel täies mahus hinnata ESV tegevustest tulenevaid kasusid nii ettevõtte enda kui ka ühiskonna jaoks tervikuna, mistõttu ettevõtetes tekivadki eksitavad eelarvamused ESV kohta.

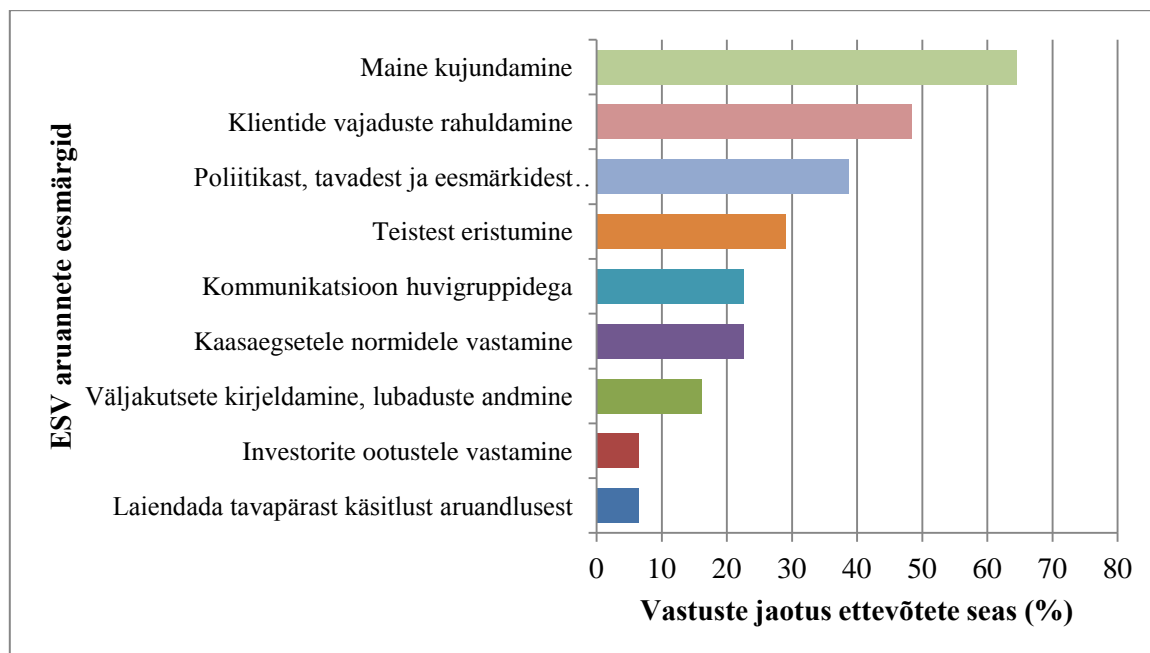
Mis puutub joonisel 6 toodud loendis allpool olevatesse takistustesse, mida vastajad pidasid vähem tähtsaks, siis autor on veendunud, et need on varasematest aegadest pärit eelarvamused, harjumused ja mõtteviisid, mis kokkuvõtvalt kõnelevad üldisest vähesest ESV teadlikkusest. Autor loodab, et ilmne ESV mõtteviisi leviku tendents ühiskonnas, uued arusaamad ettevõtte jätkusuutlikust, eetilisest käitumisest ja vastutusest ning inimeste kõrgem teadlikkus ESV kontseptsioonist aitavad neid suhtumisprobleeme leevendada.

Küsimusele, kas ettevõtte avaldab mingit infot oma ESV-alase tegevuse kohta ja kus ta seda teeb, vastas 55%, et ei avalda üldse. Ülejäänud vastanutest avaldavad informatsiooni järgmises allikates: 23% internetis (nt firma kodulehekülg, sotsiaalne võrk, e-ajalehed, e-ajakirjad); 23% avaldab ainult firmasiseseks kasutamiseks; 13% on kajastanud oma ESV tegevust reklaamis (nt töökuulutused, oma toodete/teenuste reklaam); üks ettevõtte ehk 3% vastanutest on avaldanud informatsiooni massimeedias (nt televisioon, raadio) ja 1 ettevõtte kajastas oma ESV-alast tegevust isegi firma finantsaruannetes, mis on väga positiivne.

Küsimusele, kas ettevõtte avaldab sotsiaalse vastutuse aruandlust, vastas eitavalt 84% vastanuist ehk 26 ettevõtet. Ülejäänud 16% vastanute ehk 5 ettevõtte vastus oli jaatav. Olemasoleva või plaanitava sotsiaalse vastutuse aruandluse eesmärkide loeteluga populaarsuse järjekorras on võimalik tutvuda joonisel 7.

Joonisel 7 on näha väikese suurusega ettevõtete eelistuste järjestus ESV aruannete eesmärkide järgi. Kõige levinumaks uuringus osalenud ettevõtete vastuseks oli maine kujundamine – 65% vastanutest, järgnes klientide vajaduste rahuldamine – 48%, seejärel ettevõtte poliitikast, tavadest ja eesmärkidest informeerimine – 39%, seejärel teistest eristumine – 29%, kommunikatsioon huvigruppidega ja nendelt tagasiside saamine ning kaasaegsetele normidele vastamine – mõlemad 23%, väljakutsete kirjeldamine, lubaduste andmine – 16%,

investorite ootustele vastamine ja ettevõtete aruandluse tavapärase käsitluse laiendamine – mõlemad 7%.



Joonis 7. Eesti väikese suurusega ettevõtete küsitlusele vastanud ettevõtete olemasolevate või eeldatavate ESV aruannete eesmärkide järjestused

Allikas: (Lisa 18)

Autori arvates on piisavate teadmiste olemasolust ühiskonnas ja ESV kontseptsiooni tegelikust mõistmisest võimalik rääkida alles siis, kui ülaltoodud joonise aspektid esitatakse pigem vastupidises järjekorras. Samuti peab autor tähtsaks seda, et kuigi teadlikkus ESV kontseptsioonist on pigem madal ja ka vastav tegevus pole eriti järjekindel, peetakse sellega seotud maine kujundamist väga oluliseks. Võib järeldada, et ühiskondlikku survet ESV rakendamiseks tunnetatakse selgelt.

Küsimusele, kas olete varem midagi kuulnud ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandluse rahvusvahelistest standarditest, vastas 81% ehk 25 ettevõtet eitavalt. See kinnitab, et inimeste teadmised ESV-alastes küsimustes on napid. Ning tõepoolest, uuringu tulemused näitavad, et standardist ISO 26000 oli teadlik ainult 10% vastanutest ehk kolm ettevõtet, GRI raamistikust teadis 7% vastanutest ehk kaks ettevõtet, standarditest SA 8000 ja AA 1000 teadis 3%

ehk üks ettevõtte. Üks vastanu lisas küsimusele kommentaari, kus kirjutas, et on kõigist vastavatest standartidest midagi kuulnud, kuid tegelikult ei tee neile vahet ega tunne neid. Sellest näitest võib järeldada, et teadmine standardite olemasolust ei kinnita veel nende mõistmist. Täiendavate küsimuste ja edasiste uuringute vajadus on ilmne.

Järgmisele küsimusele, mis puudutas ESV seotavust ettevõtte strateegiaga, anti jällegi rohkem eitavaid vastuseid. Rohkem kui pooled vastanuist (58%, 18 ettevõtet) märkisid, et ESV põhimõtted ja/või mõni selle valdkonnaga seotud küsimus pole olnud nende ettevõtte juhatuse, nõukogu ja/või aktsionäride/omanike koosolekutel arutlusel. Uuringus osalenud ettevõtetest 29% (9 ettevõtet) kinnitas, et ESV teema on olnud juhtkonnas arutlusel. Ning 13% (4 ettevõtet) ei osanud sellele küsimusele vastata. Järelikult pole ESV tänapäeval väikeste ettevõtete hulgas ilmselt oluline ega levinud strateegiline juhtimiskomponent.

Vastused küsimusele, kas ettevõtte töötajatelt küsitakse tagasisidet ESV põhimõtete järgimise kohta (nt mõningate rahuloluküsimustiku küsimuste põhjal), näitavad, et 71% vastanutest ehk 22 ettevõtet seda ei tee, 19% vastanutest ehk 6 ettevõtet ei osanud sellele küsimusele vastata ning 10% ettevõtetest ehk 3 ettevõtet vastas küsimusele jaatavalt. Negatiivne tulemus antud küsimuses on muret tekitav, sest tegelikkuses tegutsetakse, olles aga suhtelises teadmatuses tegevuse mõjust. Oluliseks võib pidada uuringu käigus kinnitust leidnud asjaolu, et mõni ettevõtte ikkagi suhtleb ka oma töötajatega ESV teemadel.

Küsitluse tulemuste põhjal selgus, et ainult 16% vastanute hulgas ehk 5 ettevõttes on hinnatud ESV-ga seotud tegevuste tulemusi ja mõju. Eeldatavasti ESV tulemuste ja mõju hindamise protsessi mittetundmisest tingituna ei osanud 26% ehk 8 ettevõtet küsimusele vastata. Suurem osa – 58% vastanutest ehk 18 ettevõtet kinnitasid, et nemad kõnealuseid hinnanguid ei anna. Nii on leidnud kinnitust tõsiasi, et väikese suurusega ettevõtetes jälgitakse ESV tegevuste mõju suhteliselt vähe.

23% uuringus osalenud ettevõtetest oli teadlik Eestis toimuvast vastutustundliku ettevõtte kvaliteedimärgisest ning 16% koguni eeldas, et nad osalevad lähitulevikus vastavas konkursis. Isegi sellist väikest tulemust võib pidada saavutuseks, sest kvaliteedimärgise konkurss aitab ettevõtetel teostada tõsist jätkusuutliku ettevõtluse alast eneseanalüüsi, mis peab ettevõttes suurenema nii teoreetilisi teadmisi ja ka tõhustama praktilist tegevust ESV alal.

3.2. Eesti väikese suurusega ettevõtete hinnangud ESV küsimustes

Küsitluse ülejäänud seitse Likerti skaala küsimust puudutasid teadmiste määra ja arusaamist ESV küsimustest ettevõtete endi hinnangul. Likerti hinnanguskaala küsimuste puhul pidid uuringus osalenud ettevõtete esindajad hindama oma nõustumise või mittenõustumise määra küsimustikus toodud väidetega 5-pallisel skaalal, kus 1 – „Ei ole üldse nõus“, 2 – „Pigem ei ole nõus“, 3 – „Ei oska öelda“, 4 – „Olen pigem nõus“ ja 5 – „Olen täiesti nõus“. Tulemused on koondatud tabelisse 1.

Tabel 1. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustikule vastanud ettevõtete hinnangud erinevatele väidetele ESV teemal (vastanute arvu ja hinnangute osakaalu (%) järgi)

ESV-alased väited	Ettevõtete hinnangute jaotus ESV-alastele väidetele Likert 5-pallisel skaalal					Hinnangute kaalutud keskmine
	1 - Ei ole üldse nõus	2 - Pigem ei ole nõus	3 - Ei oska öelda	4 - Olen pigem nõus	5 - Olen täiesti nõus	
ESV kontseptsiooni rakendamise ja ettevõtte äritegevuse edukuse vahel on tugev seos	0 (0%)	4 (13%)	14 (45%)	12 (39%)	1 (3%)	3,32
Ainult suurtel ja/või aktsiabörsil kauplevatel ettevõtetel on võimalik käituda vastavalt ESV kontseptsioonile	3 (10%)	5 (16%)	9 (29%)	11 (35%)	3 (10%)	3,19
Juhul, kui ESV kasutusele võtmine oleks riigi poolt toetatud, tunneksid ka väikesed ettevõtted selle kontseptsiooni vastu rohkem huvi	0 (0%)	1 (3%)	5 (16%)	17 (55%)	8 (26%)	4,03
Ainult kohustuslik ESV aruandmine viib situatsioonile, mille juures ettevõtted hakkavad tõsiselt vastutama sotsiaalselt	2 (7%)	10 (32%)	15 (48%)	4 (13%)	0 (0%)	2,68
ESV ja selle avalik aruandlus toob ettevõttele pigem kasu kui kahju	0 (0%)	2 (6%)	13 (42%)	12 (39%)	4 (13%)	3,58
ESV ja selle avalik aruandlus aitab lahendada ühiskonna probleeme	0 (0%)	4 (13%)	14 (45%)	12 (39%)	1 (3%)	3,32
ESV on eduka organisatsiooni juhtimisstrateegia lahutamatu osa	0 (0%)	1 (3%)	19 (61%)	8 (26%)	3 (10%)	3,42

Allikas: (autori poolt läbiviidud uuring, autori arvutused)

ESV küsimustes piisavate teadmiste ja kindla arusaama vajalikkusele viitavad ka ettevõtete hinnangud ESV kontseptsiooni rakendamise ja ettevõtte äritegevuse edukuse seose tugevuse kohta, mille kaalutud keskmine on 3,32. Tabel 1 näitab, et läbiviidud küsitluse tulemuste kohaselt oli peaaegu pooltel uuringus osalenud ettevõtetest, täpsemalt 45%-l on raske küsimusele vastata, mistõttu valiti vastusevariant „ei oska öelda“. Autor eeldab, et lisaks teoreetilistele aspektidele võis tulemust mõjutada kas vastava praktilise kogemuse puudumine või ESV-alaste tegevuste hindamisest loobumine, vastavate meetodite mittekasutamine. Küsitluse tulemused näitavad, et ESV rakendamise ja äri edukuse seoste kohta käivatele küsimustele vastas „ei oska öelda“ enamik nende ettevõtete esindajatest, kes olid vastanud „ei“ varasematele küsimusele varasematest teadmistest ESV kohta või kes hindas oma teadmisi ESV küsimustes keskmisest madalamaks või ei osanud küsimusele vastata ning kes ei plaaninud lähitulevikus ESV kontseptsiooni kasutusele võtta.

Tabel 1 näitab, et küsimusele ESV kontseptsiooni rakendamise ja ettevõtte äritegevuse edukuse seose kohta valis 39% vastajatest vastusevariandi „olen pigem nõus“. Uuringu tulemuste kohaselt olid need enamasti ettevõtted, kes olid varem kuulnud ESV kontseptsioonist ja hindasid oma teadmisi kõrgemalt, kelle missioonis, visioonis ja põhiväärtustes kajastusid ESV põhimõtted ja kes juba praegu tegutsevad sotsiaalselt vastutustundliku ettevõttena. Ainult ühe uuringus osalenud ettevõtte esindaja vastas „olen täiesti nõus“, et ESV ja äritegevuse edukuse vahel on tugev seos. Kusjuures selle ettevõtte esindaja hindas oma teadmisi madalalt, ettevõtte ise ei tegutsenud sotsiaalse ettevõttena ega plaaninud tulevikus selleks hakata kolmel põhjusel: informatsiooni puudumise ja tegevuste vähene tundmine, vähene mõju finantstulemustele ja arvamus, et need on suurte ettevõtete ülesanded. Ta hindas kõrgelt ESV kontseptsiooni tugevust strateegia osana, samuti nõustus täielikult, et ESV on eduka organisatsiooni juhtimisstrateegia lahutamatu osa. Autori arvamusel on see hea näide sellest, kuidas vähesed teadmised ESV-st ei võimalda antud ettevõttel olla sotsiaalselt vastutustundlik, kuigi ettevõtte esindaja ise hindab kõrgelt ESV-d kui strateegiat ja selle osa ettevõtte edukuses.

Tabel 1 näitab, et ESV kontseptsiooni rakendamise ja ettevõtte äritegevuse edukuse seose tugevusele andis „pigem ei ole nõus“ hinnangu neli ettevõtet ehk 13% kõigist vastanutest. Kolm neist ettevõtetest polnud ESV-alasest tegevusest kuulnud, ei tegelnud sellega ega pidanud oma sellealaseid teadmisi suureks, kuid kõik tõstsid esikohale suurema tootlikkuse ja parema

kvaliteedi motivatsiooni. Kõigile neljale olid ühtviisi olulised ainult ettevõttesisesed eesmärgid – kliendid, tooted ja töötajad. Vastusevarianti „ei ole üldse nõus” ei valinud keegi ning variandi „ei oska öelda” valis 45% vastanutest. Autor loodab, et on oma küsimustiku abil saanud näidata sellistele ettevõttele ka muid ettevõtte edukust mõjutavaid ja tänapäeval olulist rolli omavaid ESV aspekte.

Käesoleva töö teoreetilises osas märkis autor, et väikese suurusega ettevõtetel on raskem alustada ESV kontseptsiooni rakendamist. Selle üheks põhjuseks on tekkinud eelarvamus, et ainult suurtel ja/või aktsiabörsil kauplevatel ettevõtetel on võimalik käituda sotsiaalse vastutuse kontseptsiooni järgi. Küsimustikus palus autor Eesti väikese suurusega ettevõtetel anda oma hinnang antud probleemile, mille kaalutud keskmine on 3,19. Tabelist 1 selgub, et 35% vastanutest oli väitega tõepoolest „pigem nõus“ ning 10% „täiesti nõus“. Need olid enamasti sellised ettevõtted, kelle teadmised ESV küsimustest olid väikesed või puudulikud, kes polnud sotsiaalse tegevusega otseselt seotud ega olnud plaaninud ESV kontseptsiooni üldse omaks võtta. Vastupidist arvamust avaldanud ettevõtete eripäraks olid kõrged teadmised ESV küsimustes, aktiivne ESV-alane tegevus nii ettevõtte kui ka ühiskonna eesmärkidest lähtudes. Nende strateegia arvestas ESV kontseptsiooniga ESV andmete avaldamisest kuni ESV mõjude hindamiseni. Neist 16% pigem ei nõustunud väitega (vastuseks oli „pigem ei ole nõus“) ja 10% ei nõustunud üldse vastates „ei ole üldse nõus“. 26% ettevõtetest ei osanud vastata. Ülaltoodu põhjal võime tunda heameelt, et tänapäeva Eesti väikeettevõtted siiski (kohati ise seda teadvustamata) pühenduvad ESV aspektidele, tehes seda laialt levinud pidurdavatest eelarvamustest hoolimata. Autor on veendunud, et kui eelarvamusi oleks vähem, oleks vastav tegevus süsteemsem ja tulemuslikum.

Tabeli 1 kolmanda väite hindamisel selgus, et kui ettevõtte sotsiaalse vastutuse rakendamine oleks riigi poolt toetatud, tunneks 81% vastanud ettevõtetest suuremal (26% küsitletutest) ja väiksemal (55% küsitletutest) määral ESV kontseptsiooni vastu rohkem huvi. See kinnitab, et ettevõtted tunnevad hästi oma nõrkusi ja on veendunud, et toetus väljastpoolt aitaks takistavaid probleeme lahendada. Antud väitele hinnangute kaalutud keskmine on 4,03.

Kõigi ülejäänud nelja väite juures oli märgatav ühine tendents – kõigile väidetele vastati valdavalt variandiga „ei oska öelda“. Tabel 1 näitab, et 48% vastanutest ei osanud öelda, kas kohustuslik aruandmine mõjutab ettevõtete suhtumist ESV-sse, ja üldine hinnang oli lähedane

arvamusele, et ei mõjuta (hinnangute kaalutud keskmine on 2,68). Samuti ei osanud 42% uuringus osalenud ettevõtetest hinnata sotsiaalse vastutuse ja selle avaliku aruandluse kasusid, kuid üldine hinnang oli siin pigem positiivne (hinnangute kaalutud keskmine on 3,58). Peaaegu samamoodi jagunesid hinnangud ka järgmises väites, kus 45%-l ettevõtetest oli raske hinnata sotsiaalse vastutuse ja selle avaliku aruandluse mõju ühiskonna probleemide lahendamisele, kuid üldine hinnang oli siingi positiivne (hinnangute kaalutud keskmine on 3,32). Viimasele väitele, et ettevõtte sotsiaalne vastutus on eduka organisatsiooni juhtimisstrateegia lahutamatu osa, ei osanud vastata 61% ettevõtetest. Suurem osa ülejäänutest vastanutest oli selle väitega üldiselt nõus (hinnangute kaalutud keskmine on 3,42).

Võrreldes tabelis 1 toodud väidetele antud hinnanguid omavahel nende kaalutud keskmiste näitajate järgi selgub, et kõiki neid hinnanguid iseloomustab üks eripära. Kõik nad on suuremal või väiksemal määral jaotatud Likert skaala kolmanda neutraalse „Ei oska öelda“ vastusevariandi ümber, kerge kaldega „Olen pigem nõus“ vastusevariandile. Erandiks on hinnangud kolmandale väitele, mis ongi täpselt „Olen pigem nõus“ ning hinnangud neljandale väitele, kus võib näha kallet „Pigem ei ole nõus“ vastusevariandi suunas.

Ettevõtete ESV hinnangute teema kokkuvõtteks võiks öelda, et kui teadmatust ja oskamatus vastata esines umbes pooltel juhtudel, siis ülejäänud vastustes domineerisid positiivsed hinnangud ESV tähtsusele ja võimalustele, mida kinnitavad ka hinnangute kaalutud keskmised näitajad.

3.3. Tulemuste arutelu

Uuring näitas, et ESV ja ettevõtte tegevusala vahel on pigem tugev seos. Selgus, et mida suuremad teadmised ESV-st ettevõttes on, seda suurem on tõenäosus, et ettevõtte tegutseb sotsiaalselt vastutustundlikult. Seega on väikese suurusega ettevõtetes sotsiaalse vastutustundlikkuse oluliseks ergutavaks teguriks ettevõtete ja ühiskonna teadlikkuse suurendamine ESV teemadel. Samuti selgus, et kõrge ESV teadlikkus võib olla seotud ettevõtte tegevusalaga.

Uuringus osalenud ettevõtted kinnitasid fakti, et tänapäeval tegutsevad väikese suurusega ettevõtted ESV alal oma põhieesmärkide saavutamiseks: klientide vajaduste rahuldamiseks, töötajatele paremate elu- ja töötingimuste loomiseks ning toodete ja/või teenuste kvaliteedi parandamiseks. Enamik ettevõtteid ei pruukinud enne uuringule vastamist teadagi, et need aspektid kuuluvad ESV valdkonda, isegi kui nad olid varem avalikult neid väärtusi oma ideoloogias deklareerinud. Järelikult tegutseb enamik väikese suurusega ettevõtteid sotsiaalselt vastutustundlikult, teadlikult või mitte.

Uuring näitas, et väikese suurusega ettevõtteid motiveerib kõige enam ESV alal tegutsema jätkusuutlik areng, mida kinnitas ka töös eespool mainitud Giannarakise ja Theotokase teooriat, mille kohaselt sellist tüüpi ettevõtteid hindavad ESV algatustes eelkõige ellujäämisega seotud kasusid. Sellisel moel leidis uuringu käigus kinnitust kõige mõjuvam eeldus ESV kontseptsiooni rakendamiseks väikese suurusega ettevõtetes: just jätkusuutlikkus on sellise suurusega ettevõtetes esmane küsimus.

Uuringu tulemustest selgus, et väikese suurusega ettevõtete ressursid on tõepoolest piiratud. Sellest tulenevad peamised probleemid, mis ulatuvad ESV kontseptsiooni mittetundmisest kuni selle rakendamiseni strateegia osana.

Uuring kinnitas majandusteadlase Nagypáli arvamust, mille kohaselt väikese suurusega ettevõtetel on olemasolevate eelarvamuste tõttu probleeme ESV alale sisenemisega. Uuringu tulemuste põhjal väidab autor, et Eesti väikese suurusega ettevõtetes eksisteerib tõepoolest terve hulk eelarvamusi ESV suhtes (nt ESV mõju finantstulemustele on väike, ESV on suurte ettevõtete ülesanne, turg ei tunne huvi selliste tegevuste vastu, ESV ei ole äri jaoks oluline või ESV nähtavad tulemused on tühised).

On üks huvitav vastuolu: kuigi väidetakse, et turg ei tunne ESV vastu huvi, peab valdav enamik ettevõtteid ESV aruannete avaldamist oluliseks mainekujunduseks. Ilmselt tajutakse ühiskonna ootusi ja hoiakuid selles suhtes, mis annab lootust, et tulevikus kasvavad nii ESV teadlikkus kui ka tegevuse ja kommunikatsiooni süsteemsus.

Uuring näitas, et ESV-alase teabe vähesuse ja eksisteerivate eelarvamuste tõttu on väikese suurusega ettevõtetel raske iseseisvalt jõuda ESV-st tuleneva kasu täieliku mõistmiseni, mis kinnitab töös mainitud Nagypáli vastavat arvamust. Järelikult on toetus väljastpoolt ettevõtet

väga vajalik ja, nagu uuringu tulemused näitavad, isegi väga oodatud, kuna uuringu tulemuste kohaselt on ettevõttevälise toetuse puudumine esmaseks takistuseks ESV rakendamises.

Nagu uuringu käigus selgus, on arusaam ESV kui ettevõtte strateegia osa tugevustest väikese suurusega ettevõtetes veel kujunemas. Seda kinnitab asjaolu, et 45% uuringus osalenud ettevõtetest ei osanud vastata küsimusele ESV kontseptsiooni rakendamise ja ettevõtte äritegevuse edukuse seose kohta. Samas peab autor oluliseks järgmist asjaolu: uuringu kinnitas, et olulised elemendid – reaalne tegevus, töötajate tagasiside, tulemuste hindamine, info avaldamine – ESV juurutamiseks ettevõtte strateegiasse on väikestes ettevõtetes juba praegu mingil määral olemas.

Nagu autor eeldas, oli uuringu küsimustiku levinuim vastusevariant „ei oska öelda”, mis kinnitas veel kord, et Eesti väikese suurusega ettevõtted ei ole piisavalt teadlikud ESV-st.

Ülaltoodust selgub, et Eesti väikese suurusega ettevõtete üldine ESV-st teadlikkus on madal ning tähtis on soodustada selle suurenemist erinevate ettevõtteväliste meetmetega. Autori arvamusel võiksid sellisteks meetmeteks olla:

- ESV-alase teabe levitamine erinevates infokanalites;
- konkursid ja tunnustuskeemid (nt jätkusuutliku ettevõtluse indeks ja märgis, standardite märgis), mis arvestaksid väikese suurusega ettevõtete eripäraga;
- konverentsid, seminarid, ESV-alased üritused;
- koolitused, nõustamised, täiendused õppesüsteemides;
- teadustöö, -uuringud ja -artiklid (ESV mõjude selgitamiseks ja kasude hindamiseks).

Autori arvates soodustab ülaltoodud meetmete rakendamine ESV-alase teabe jõudmist sihtgruppideni, motiveerib ettevõtteid tegutsema ESV põhimõtete järgi, loob selleks vastavaid võimalusi, ergutab huvigruppide nõudlikkust ja kinnistab ESV-d tugeva ettevõtte strateegia osana.

KOKKUVÕTE

Tänapäeval mõeldakse ESV all majanduslikke, sotsiaalseid ja keskkondlikke mõjusid vabatahtlikult arvestavat järjepidevat äritegevust, mis tuleneb ettevõtete kohustusest ärieetika ideoloogia raames. Oma olemuselt on see eetiline piirang kohese maksimaalse kasumi taotlemises.

ESV teooria aluseks olev eetiline, vastastikku kasulik ja tulevikku suunatud käitumine on kaasaegse ettevõtluse võtmeküsimus, seda nii huvigruppide ootustele vastamise, ausa konkurentsi kui ka jätkusuutlikkuse seisukohalt. Üheks väga huvitavaks võimaluseks vastata kõige kaasaegsematele ootustele, leida motiive arenguks ja eristuda võibki pidada just ESV-alast tegevust ja vähemalt sama olulisel määral selle aruandlust.

ESV aruandluse abiga on võimalik saada tagasisidet ESV tegevusest, tänu millele selgub vajadus vastavate põhimõtete täiendamise ning ka ESV aruandluse nõudmiste ja kvaliteedi parendamise järele. ESV aruandluse olulisus ja võimalused on leidnud veenvat tõestust ning kujundatud on ka uus viis lähenemiseks sellist tüüpi aruandlusele (nt aruannete esitamine standardite SA 8000, AA1000, ISO 26000 või GRI raamistiku järgi).

ESV-alane tegevus avaldab äri- ja majandusele, ühiskonnale positiivset mõju. See tugevdab ettevõtte positsiooni, võimaldab teha koostööd teiste organisatsioonidega, parandab ettevõtte mainet ja usaldusväarsust ning tegevuse läbipaistvust, meelitab ligi kapitali ja investoreid, tugevdab sotsiaalseid garantiisid, parandab ühiskonna heaolu. Edukalt läbiviidav ESV tegevus aitab kaasa ettevõtte põhieesmärkide saavutamisele. Vaatamata kõigile nendele eelistele ja võimalikele kasudele, eksisteerib terve hulk barjääre, mis tänapäeva Eestis takistavad ESV kontseptsiooni laialdast rakendust väikese suurusega ettevõtetes.

Autori korraldatud uuringu käigus selgus, et olulisteks takistusteks on tõepoolest selliste ettevõtete vähene või hoopis puuduv teadlikkus ESV-st, tekkinud eelarvamused, puudulik motivatsioon tegutsemiseks ESV põhimõtete järgi, rahaliste, inim- ja ajaressursside nappus,

välise toetuse vähesus. See probleem võimendub, kuna viimase nelja aastaga on just väikese suurusega ettevõtete olukord majanduskriisi tagajärjel raskenenud ning nende kasvutempo on olnud suurte ettevõtetega võrreldes kordades väiksem. Nii leidsid kinnitust töö alguses püstitatud hüpoteesid Eesti väikese suurusega ettevõtete vähese teadlikkusest ESV küsimustes ning teatud barjääride olemasolust, mille tõttu väikese suurusega ettevõtted on loobunud ESV kontseptsiooni rakendamisest.

Autori arvates tuli ta töö alguses püstitatud ülesannetega toime. Seda kinnitavad nii ülesannetest lähtuv töö ülesehitus, kui ka läbiviidud uuringu tulemused. Käesoleva töö eesmärgiks oli Eesti väikeste ettevõtete teadlikkuse hindamine sotsiaalse vastutuse osas ja erinevate lahenduste pakkumine selle tõstmiseks. Autori arvates on ta oma eesmärgi saavutanud. Teostatud uuring näitas, et Eesti väikese suurusega ettevõtete teadlikkus ESV osas on madal ning selle tõstmiseks soovib autor soodustada ESV-alase info liikumist, propageerides ESV-d kui efektiivse ettevõtte strateegiat ja eelkõige iga ettevõtte eetilise käitumise normi, samas ka selgitades ESV võimaluste mitmekesisust. Selleks pakub autor välja järgmisi meetmeid:

- levitada ESV-alast teavet erinevate infokanalite kaudu;
- läbi viia erinevaid konkursse ja juurutada tunnustusskeeme, mis peaksid kindlasti arvestama ka väikese suurusega ettevõtete eripära;
- korraldada temaatilisi konverentse, seminare, ESV-alaseid üritusi eraldi väikese suurusega ettevõtetele;
- pakkuda koolitus- ja nõustamisteenuseid;
- teha vastavaid muudatusi õppesüsteemis;
- koguda kõikvõimalikku infot ESV mõjudest vastavate teaduslike uuringute abil.

Ülaltoodu peab soodustama huvigruppide ESV-alaste teadmiste suurenemist ja motiveerima neid teadlike valikute tegemiseks.

Vaatamata sellele, et EL ja Eesti ning Eestis vabatahtlike poolt loodud organisatsioonid (VEF) ja võrgustikud (SEV) on selle kõigega juba tegelnud, võib täheldada ka Eesti ettevõtete endi huvi osaleda vastavates tegevustes, kuid täiendav abitegevus on tähtis just väikese suurusega ettevõtetele. Info ESV eelistest ja võimalustest ei kipu nendeni jõudma. Olukord võib muutuda, kui selliseid tegevusi hakatakse ühiskonnas kõrgelt hindama, aktiivselt nõudma ja pakkuma.

Autor on veendunud, et tulevikuproгноos Eesti väikese suurusega ettevõtete ESV-alase teadlikkuse kohta on positiivne. Nimelt on Eesti EL-i liikmesriigina võtnud endale tõsiseid kohustusi, sidudes end strateegilisi eesmärke ja tegevusi hõlmava vastutustundliku ettevõtluse tegevuskavaga. See kava arvestab ka väikeste ettevõtete eripära. Samuti tõestas käesolev uuring, et paljud väikesega suurusega ettevõtted juba tegusevad sotsiaalselt vastutustundlikult, et saavutada oma põhieesmärk, rahuldades klientide vajadusi, luues töötajatele paremaid elu- ja töötingimusi ning parandades toodete ja/või teenuste kvaliteeti. Probleemiks aga on asjaolu, et ettevõtted ise sellist tegevust eriti ESV teooriaga ei seostata, mis on tingitud vähesest teadlikkusest neis aspektides. Samuti on autor veendunud, et aja jooksul tugevdab ESV kontseptsioon jätkuvalt oma positsiooni, nagu see on seda teinud viimase 40 aasta jooksul.

Väikese suurusega ettevõtete eripära seisneb selles, et uue tööhõive looja rollis olles nad mõjutavad märgatavalt majanduse arengut ja ühiskonna heaolu. Koos mikro- ja keskmise suurusega ettevõtetega moodustavad nad eraldi nn keskmise ja väikese suurusega ettevõtete grupi – VKE. Võttes arvesse asjaolu, et Eesti majandusele on iseloomulik VKE-de rohkus ja 99,9% kõigist Eestis tegusevatest ettevõtetest ongi VKE-d, võib järeldada, et selliste ettevõtete ühises kooskõlastatud tegevuses peitub kõige suurem potentsiaal ja võime muuta ühiskonna elu paremaks.

Autor on veendunud, et suuremate ESV-alaste teadmiste omamine võimaldaks väikese suurusega ettevõtetel paremini järjestada oma prioriteete, aitaks paremini integreerida ESV kontseptsiooni väikese suurusega ettevõtete strateegiatesse, luua usaldusväärse, läbipaistva ja eelkõige eetilistest eesmärkidest lähtuva aruandluse, seega tegutseda jätkusuutlikumalt. Järgmisena omab tähtsust juba selliste tegevuste analüüs ning vajadus ESV mõjude ja tulemuste edasiseks uurimiseks suureneb.

Kokkuvõtteks soovib autor öelda, et majandusteadlastel, ajakirjanikel ja eestvedajatel on tähtis ülesanne tõsta esile ettevõtete enda rolli ühiskonna heaolu parandamises ja ESV kontseptsiooni rolli juhtimisstrateegias, seda eriti väikeste ettevõtete puhul, keda on Eestis valdav enamik ja kelle teadlikkus selles valdkonnas on veel väga madal.

VIIDATUD ALLIKAD

- Annual Report on European SMEs 2013/2014 – A Partial and Fragile Recovery. Final Report July 2014. SME Performance Review 2013/2014. (2014).
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2014/annual-report-smes-2014_en.pdf (19.11.2014).
- Aruandlusstandardid AccountAbility 1000.
http://et.wikipedia.org/wiki/Aruandlusstandardid_AccountAbility_1000 (31.03.2013).
- Chaarlas, L. J., Noorunnisha. (2012). Utilitarianism in CSR Reporting: The Maximum Good for Stakeholders. - *Journal of Economic Development, Management, IT, Finance and Marketing*, no. 4(1), pp. 38–48.
- Chen, S., Bouvain. P. (2009). Is Corporate Responsibility Converging? A Comparison of Corporate Responsibility Reporting in the USA, UK, Australia, and Germany. – *Journal of Business Ethics*, no. 87, pp 299–317.
- Communication from the commission to the European parliament, the committee of the regions. Entrepreneurship 2020 action plan. Reigniting the entrepreneurial spirit in Europe. (2013).
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2012:0795:FIN:en:PDF> (19.11.2014).
- Crump, R. (2011). Getting the message across. – *Financial Director*,
<http://www.financialdirector.co.uk/financial-director/analysis/2112402/getting-message> (30.03.2012).
- Ditlev-Simonsen, C. D., Wenstøp, S. (2011). Companies' Ethical Commitment – An Analysis Of The Rhetoric In CSR Reports. – *Issues in Social and Environmental Accounting*, Vol. 5, no. 1/2 (December).
- Eesti vastutustundliku ettevõtlike tegevuskava 2012–2014.
<http://www.csr.ee/Uudised-page-55/Riiklikule-vastutustundliku-ettevotluse-tegevuskavale-oodatakse-viimast-tagasisidet-id-195/q-tegevuskava/> (30.03.2013).
- Ettevõtete sotsiaalne vastutus. Tööhõive, sotsiaalküsimused ja sotsiaalne kaasatus – Euroopa Komisjoni poolt haldav veebilehekülj.
<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=331&langId=et> (2.04.2012).

- Ettevõtja sotsiaalne vastutus. <http://www.sm.ee/sinule/tooandjale/tooelu-kvaliteet/ettevotja-sotsiaalne-vastutus.html> (19.03.2013).
- Ettevõtte ühiskondlik vastutus – kontseptsioon ja hetkeolukord Eestis. / Koostajad: T. Noorkõiv, K. Tamm. Tartu: Tartu Ülikool
http://www.emselts.ee/konverentsid/EMS2006/4_Ettevotlus/Katrin_Tamm.pdf
(3.04.2013).
- Euroopa Parlamendi 20. novembri 2012. aasta resolutsioon sotsialettevõtluse algatuse ning sotsiaalmajanduse ja sotsiaalse innovatsiooni keskmes olevate sotsialettevõtete edendamisele suunatud majanduskeskkonna loomise kohta. (2012).
<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P7-TA-2012-0429+0+DOC+XML+V0//ET> (19.11.2014).
- Fortanier, F., Kolk, A., Pinkse, J. (2011). Harmonisation in CSR Reporting MNEs and Global CSR Standards. – *Management International Review*, no. 51, pp 665–696.
- Giannarakis, G., Theotokas, I. (2011). The Effect of Financial Crisis in Corporate Social Responsibility Performance. – *International Journal of Marketing Studies*, Vol 3, no1 (February), pp 2–11.
- Gray, R. (2001). Thirty years of social accounting, reporting and auditing: what (if anything) have we learnt? – *Business Ethics: A European Review*, no. 10 (1), pp 9–15.
- GRI Reporting Framework.
<http://globalreporting.org/ReportingFramework/> (5.03.2012).
- Gurvitš, N. (2010). Ettevõtte sotsiaalse vastutuse arvestus ja hindamine. – *Raamatupidamiselt majandusarvestusele III*. (Toim.) J. Alver. Tallinn: Tallinna Tehnikaülikool, lk 39–43.
- Hay, R.D., Gray, E.R., Smith, P.H. (1989). Business & society: perspectives on ethics & social responsibility. 3rd ed. USA: South-Western Publishing CO.
http://sev.ee/wp-content/uploads/2012/06/SEV-strateegia-2013-16_v2.5.pdf (10.11.2014).
- Integrated reporting. http://en.wikipedia.org/wiki/Integrated_reporting (5.12.2013).
- Integrated Reporting. The IIRC website. <http://www.theiirc.org/> (22.04.2012).
- ISO 26000 – Social responsibility . Discovering ISO 26000.
http://www.iso.org/iso/iso_catalogue/management_and_leadership_standards/social_responsibility/sr_discovering_iso26000.htm (26.04.2012).
- ISO 26000:2010. Guidance on social responsibility
http://www.iso.org/iso/catalogue_detail?csnumber=42546 (26.03.2013).
- Jätkusuutlikkuse aruandluse juhend. http://www.csr.ee/upload/fck/GRI_G3_1_Jatksuutlikkuse-aruandluse-juhend.pdf (31.03.2013)

- Kaasa, A., Kaldaru, H., Nettan, A., Noorkõiv, T., Parts, E., Roolah, T., Tamm, K. (2006). Sotsiaalkapital, majandusareng ja ühiskondlik vastutus. Tartu Ülikool. Rahvamajanduse instituut. Tartu : Tartu Ülikooli Kirjastuse trükikoda.
- Kolk, A., Pinkse, J. (2010). The Integration of Corporate Governance in Corporate Social Responsibility Disclosures. – *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, no. 17, pp 15–26.
- Kotler, P., Lee, N. (2005). Corporate Social Responsibility: Doing The Most Good for Your Company and Your Cause. USA: Wiley.
- Lii, Y-S., Lee, M. (2011). Doing Right Leads to Doing Well: When the Type of CSR and Reputation Interact to Affect Consumer Evaluations of the Firm. – *J Bus Ethics*, no. 105, pp. 69–81.
- Lotila, P. (2004). Communicating Corporate Social Responsibility. Reporting Practice in Retailing. – *Publications of Turku School of Economics and Business Administration*.
- Lungu, C. I., Caraiani, C., Dascălu, C., Gușe, R. G. (2011). Exploratory Study on Social and Environmental Reporting of European Companies in Crises Period. – *Accounting and Management Information Systems*, Vol. 10, no. 4, pp 459–478.
- Meel, M. (2003). Ärietiika. 2.täiend tr. Tallinn: Külim.
- Melé, D. (2008). Corporate Social Responsibility Theories. – *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, Chapter 3. pp 47–82.
- Nagyapál, N.C. (2014). Corporate social responsibility of Hungarian SMEs with good environmental practices. – *JEEMS*. Vol.19, No 3, pp. 327–347.
- Post, J.E., Frederick, W.C., Lawrence, A.T., Weber, J. (1996). Business and Society. Corporate Strategy, Public Policy, Ethics. 8th ed. New York [etc.]:McGraw-Hill, Inc.
- Psühholoogiline sõda. http://et.wikipedia.org/wiki/Ps%C3%BChholoogiline_s%C3%B5da (4.01.2015).
- Reber, A.S. (1995). The Penguin dictionary of psychology. London: Penguin Books Ltd.
- Reede, T. (2005). Ettevõtte sotsiaalne vastutus. Õppematerjal. Tallinn: TTÜ Kirjastus.
- Sotsiaalne vastutus. Eetikaveeb. <http://www.eetika.ee/arieetika/sotsiaalnevastutus> (20.03.2013).
- Sotsiaalne vastutustunne (noortekonverents „Kõik on enda teha“)
http://www.sm.ee/index.php?id=661&tx_ttnews%5Btt_news%5D=113&cHash=5e5322ddb5 (03.12.2013).
- Sotsiaalse vastutuse standard SA8000.
http://et.wikipedia.org/wiki/Sotsiaalse_vastutuse_standard_SA8000 (31.03.2013).

- Sotsiaalselt vastutustundlik ettevõtlus ja aruandlus.
[http://www.ngo.ee/ngo/8/article/1515\(3.04.2013\)](http://www.ngo.ee/ngo/8/article/1515(3.04.2013)).
- Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik. Strateegia 2013–2016. (2013).
http://sev.ee/wp-content/uploads/2012/06/SEV-strateegia-2013-16_v2.5.pdf (11.11.2014).
- Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku koduleht. <http://sev.ee/esileht/mis-on-sev/> (10.11.2014).
- Tafel, K. (2006). Sotsiaalne vastutus – kuidas sellest aru saadakse? – *Director*.
<http://www.director.ee/sotsiaalne-vastutus-est-moodi-firma-maksab-omanik-vtab-aupaiste/> (22.04.2012).
- Tomberg: paljud ettevõtted ei tea, mis on nende roll ühiskonnas. E-ajalehe „Postimees“ artikkel.
 (22.09.2014). / Toimetaja: A. Johanson. <http://majandus24.postimees.ee/2928377/tomberg-paljud-ettevotted-ei-tea-mis-on-nende-roll-uhiskonnas> (6.11.2014).
- Tóth, G. (2009). Tõeliselt vastutustundlik ettevõtlus. Tallinn: AS Ecoprint.
- Tschopp, D., Wells, S., Barney, D. (2011). The Institutional Promotion of Corporate Social Responsibility Reporting. – *Journal of Academic and Business Ethics*, pp 1–18.
- Uuringu “Sotsiaalne ettevõtlus Eestis” tulemused. (2014).
http://sev.ee/wp-content/uploads/2014/06/statistika_kokkuvote.pdf (6.11.2014).
- Vastutustundlik ettevõtlus Eestis. Näidete kogumik. (2012). / Toimetajad T.-K. Kaber, R. Lepp.
 Tallinn: AS Ecoprint.
- VEF. Vastutustundliku ettevõtluse foorum. <http://www.csr.ee/> (23.03.2013).
- VKE definitsioon. <http://www.evea.ee/index.php/vaikeettevotlusest-2/vke-definitsioon>
 (19.11.2014).
- Vurro, C., Perrini, F. (2011). Making the most corporate social responsibility reporting: disclosure and its impact on performance. – *Corporate Governance*, Vol. 11 Iss: 4, pp 459–474.
- Väikese ja keskmise suurusega ettevõtete arengusuundumused. (2012).
http://www.arengufond.ee/upload/Editor/ettevotlus/VKE_arengusuundumused_uuring_2012%20praxis.PDF (23.11.2014).
- Wensen, K., Broer, W., Klein, J., Knopf, J. (2011). The State of Play in Sustainability Reporting in the European Union 2010. <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&caTid=331&newsId=1013&furtherNews=yes> (3.04.2012).
- What Do Businesses Think About Corporate Social Responsibility? Part I. attitudes and practices in estonia, latvia and lithuania. enabling a better environment for csr in cee countries project.
http://www.lm.gov.lv/upload/darba_devejiem/csr_060220_estonia_latvia_lithuania.pdf (23.04.2012).

SUMMARY

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN ESTONIAN SMALL ENTERPRISES

Jekaterina Lissejenko

Corporate social responsibility (CSR) is a voluntarily accepted concept for developing businesses with a positive relationship with the society in which they operate. From another point of view, it is the idea that companies act more ethically day by day in their main business activities, being less focused on maximizing their profits.

Over the last 40 years the development of CSR has resulted in effective management and reporting strategies. Several initiatives (GRI guidelines) and standards (SA 8000, AA1000, ISO 26000) aim to improve the quality of CSR management and reporting.

Advantages for socially responsible entrepreneurship are relevant. CSR activities strengthen the positions of enterprises on the business market, enhance the reputation and increase faithfulness of the business and the transparency of their activities, attract capital and investors, allow for better relationships with other organisations, and improve social security and welfare as a whole. Effective CSR policy in enterprises also promotes achievements towards the main business objectives.

At the present moment the CSR concept has been accepted by the biggest international enterprises. It is the strict requirements and monitoring by other organisations and the influence of stakeholders (investors, partners and consumers) that force big enterprises to be more transparent in their business activities. From the small and medium-sized enterprises' (SMEs) viewpoint, CSR is a critical factor for competitive advantage, the ability to operate effectively

and sustainable development. Nevertheless, several barriers prevent small enterprises from starting CSR activities. Therefore, CSR performance in small and in big enterprises varies. In the author's opinion, the features of this situation are relevant to research.

Thereby the author defined the objectives of the current research. They are CSR activities and their reporting and the level of awareness of these issues for small enterprises. The aim of this research was to assess the level of awareness of CSR issues in Estonian small enterprises and provide solutions for their increase. The author has set up two hypotheses to control: 1) the awareness of CSR issues among Estonian small enterprises is insufficient and 2) due to the existence of several barriers, Estonian small enterprises refuse to apply CSR in their activities. To investigate the aim of the current research and verify the validity of the hypotheses, a questionnaire among Estonian small enterprises was provided as a method of research.

The questionnaire results confirmed both hypotheses and helped to achieve the aim of the current research. The results of the questionnaire showed that the level of awareness of CSR issues in Estonian small enterprises is low. The results of the questionnaire also showed that Estonian small enterprises in truth do not widely apply CSR to their activities. The reason for this behaviour is the existence of real barriers, such as low awareness of the CSR concept and its performance; preconceptions of CSR; lack of motivation; lack of financial, human and time resources; and lack of outside support.

To improve the situation of CSR conceptualization in Estonian small enterprises, the author suggests a range of activities that would promote an increase of awareness of CSR issues and motivate these businesses to be more active in this area:

- propagation of CSR through different information channels;
- carrying out of competitions on CSR themes and the development of acknowledgement schemes, taking into account the specialities of small enterprises;
- organisation of conferences, seminars and other initiatives in the CSR field aimed at the small enterprises audience;
- providing training and consulting services;
- changing performance in the learning system;

- conducting further research and studies of CSR influences on small enterprises and their benefits and publishing information on CSR in the area of small enterprises in science articles.

The author of the current research sees in small enterprises a strong potential influence on the development of the CSR concept, and as a result, the welfare of society, because the role of small enterprises in society, considering the multiplicity of this group, is very important, especially for the issue of employment. In the author's opinion, being more aware of CSR advantages helps small enterprises to exceed their knowledge and find opportunities to accept the CSR idea as an effective strategy and a way to ensure sustainable development.

The author of the current research is convinced that it is important to investigate further information on CSR issues related to small enterprises. The role of economists, journalists and ringleaders is very important in the propagation of CSR in small enterprises.

LISAD

Lisa 1. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse teooriate klassifikatsioon

Ettevõtte sotsiaalse vastutuse teooriate klassifikatsioon Melé järgi (Melé 2008, 48):

- I. Klonoski jagab kõik ESV-alaseid teooriad kolmeks:
 - 1) „fundamentaalsed teooriad”, kus ettevõtte ainus vastutus on kasumi suurendamine;
 - 2) teooriad, mis kaitsevad ettevõtte moraalset individuaalsust;
 - 3) teooriad, mis põhinevad poliitilistel ja eetilistel teooriatel ning kus peetakse oluliseks ettevõtte sotsiaalsed dimensioonid.
- II. Garriga ja Melé eristavad 4 gruppi ESV teooriaid, mis lähtuvad sotsiaalse tegelikkuse erinevatest aspektidest:
 - 1) *majanduslik* – hõlmab teooriaid, kus ettevõtte on vaadeldav ainult väärtuse loomise instrumendina;
 - 2) *poliitiline* – teooriad keskenduvad ettevõtte võimule ja vastutusele sotsiaalses sfääris;
 - 3) *sotsiaalne integratsioon* – põhineb teooriatel, mille kohaselt äri peab oluliseks sotsiaalsete nõudmistega integreerimist;
 - 4) *eetika* – sisaldab teooriaid, mis lähtuvad põhimõttest, et suhe äri ja ühiskonna vahel põhineb eetilistel väärtustel.
- III. Winsdor arvab, et ESV teooriad jagunevad järgmiselt:
 - 1) *eetilise vastutuse teooria* - ettevõtte tugev enesepiiramine (*self-restraint*), altruistlikud kohustused, ekspansiivsed avalikud poliitikad huvigruppide õiguste toetamiseks;
 - 2) *majandusliku vastutuse teooria* – toetab turuväärtuse loomist ainult minimalistliku avaliku korra juures, harilik ärireeetika;
 - 3) *ettevõtte käitumine* – õige vahepealne positsioneerimine ja teoreetiline süntees.

Lisa 2. Huvigruppidest koosnev struktuur

Eristatakse neli dimensiooni huvigruppidest: otsesed ja kaudsed, sotsiaalsed ja mittesotsiaalsed. Otseste huvigruppide puhul suhe ettevõttega on vahetu. Need on töötajad, kliendid, osanikud, kes vahetavad omavahel teatud hüvesid ja saavad sellest oma kasu. Ühiskond tervikuna ja meedia on kaudsete huvigruppide näideks. Nende mõju on teada, kuid on ebaselge. Mõlemad, otsesed ja kaudsed huvigrupid jagunevad valdkonniti – sotsiaalseteks (sotsiaalsed ja majanduslikud) ja mittesotsiaalseteks (looduskeskkond) huvigruppideks. Selline jagunemine sõltub olukorrast ja seetõttu pole võimalik seda ühiselt määrata. (Reede 2005, 9; Lotila 2004, 15)

	Otsesed	Kaudsed
Sotsiaalsed	Osanikud ja investorid, töötajad ja juhtkond, tarbijad, kohalik kogukond, äripartnerid	Valitsus jt regulaatorid, tsiviilinstitutsioonid, konkurendid
Mittesotsiaalsed	Looduskeskkond – floora ja fauna	Maa looduskeskkond ja ressursid, keskkonnakaitseorganisatsioonid

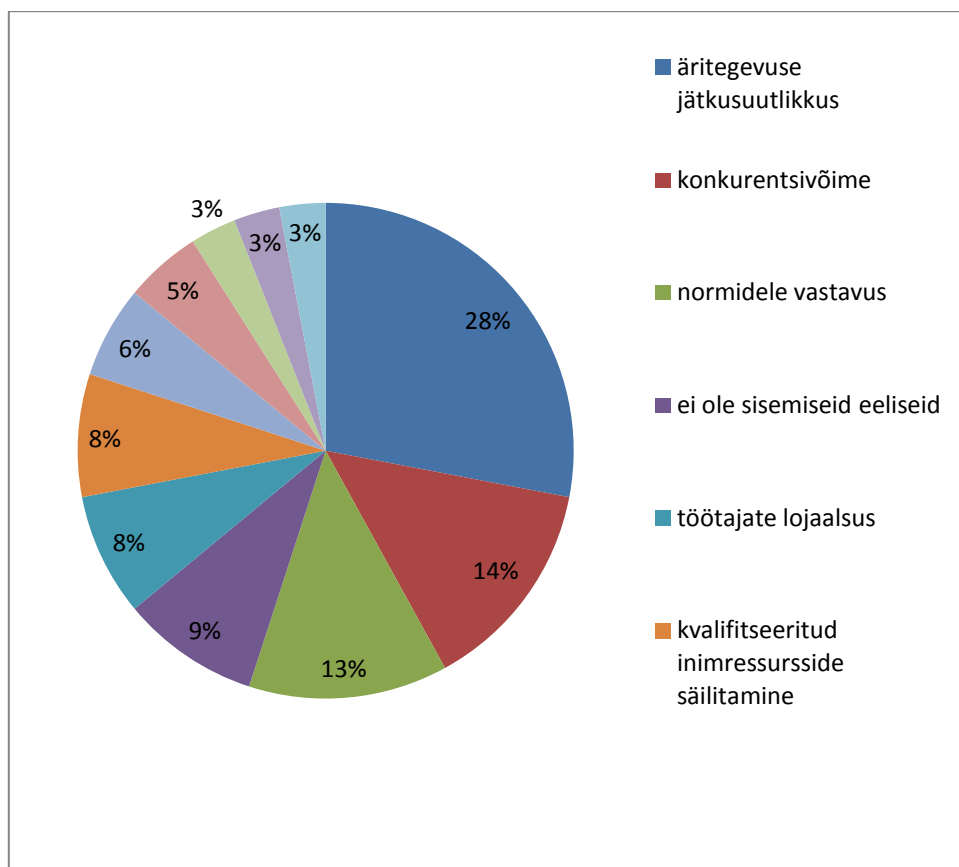
Allikas: (Reede 2005, 9; Lotila 2004, 15)

Lisa 3. Põhjused ESV vabatahtlikule avalikustamisele või mitteavalikustamisele

Põhjused ESV vabatahtlikule avalikustamisele	Põhjused ESV mitteavalikustamisele
<ul style="list-style-type: none"> • kui pole tehtud vabatahtlikult praegu, kunagi hakkab see olema kohustuslik • jooksvate tegevuste põhjendamiseks, kinnitamiseks • tähelepanu teistest aspektidest kõrvale juhtimiseks • ettevõtte maine kujundamiseks • koguda kogemust regulatsioonide täiustamisel • positiivne mõju aktsia hinnale • tajutud ettevõtte riski ja informatsiooni riski vähendamiseks • konkurentsivõime • aktsionäride ja huvigruppide õigus teada • selgitada kulude mudelit • öelda inimestele, mida ettevõtte on teinud, mida on saavutanud • ennetada avalikustamist teiste poolt 	<ul style="list-style-type: none"> • vajadus leida põhjusi avalikustamiseks • motivatsiooni puudus • ootame ja vaatame • seotud kulud • andmete kättesaadavus (ja sellega kaasnevad kulused) • salastatus • nõudluse puudus sellist tüüpi informatsioonile • õigusliku nõude puudus • pole kunagi mõelnud sellele • teiste avalikustamise prioriteetide olemasolu

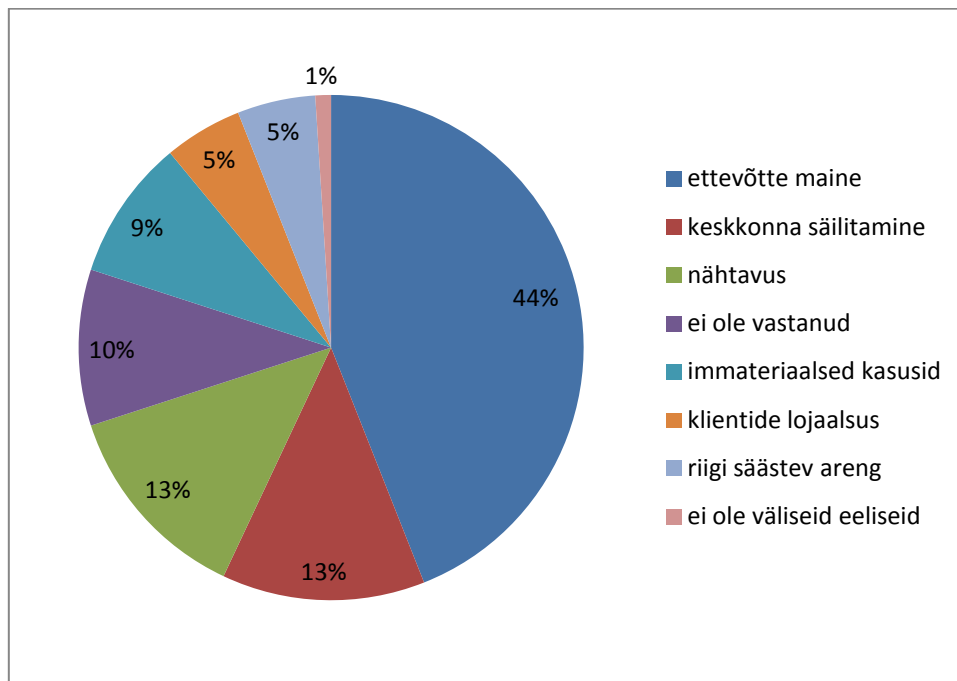
Allikas: (Lotila 2004, 23)

Lisa 4. Eesti ettevõtete arvamus ESV tegevuse sisemiste eeliste kohta



Allikas: (What Do Businesses ... 2004–2005, 45)

Lisa 5. Eesti ettevõtete arvamus ESV tegevuse väliste eeliste kohta



Allikas: (What Do Businesses ... 2004–2005, 45)

Lisa 6. Eestis aastast 2005 toimunud olulised ESV-alased arendus- ja kommunikatsioonitegevused

- 2005. aastal kuulutas Heateo SA välja esimese sotsiaalse ettevõtja konkursi. Selle võitja Terve Eesti SA tegutseb tööandjaid tervise edendamisse kaasates siiani edukalt.
- 2005. aastal ilmus ka Heateo SA ja Fontese kirjastuse koostöös raamat „Kuidas muuta maailma? Sotsiaalsed ettevõtjad ja uute ideede jõud“. Samal aastal esines Pärnu Juhtimiskonverentsil maailmakuulus sotsiaalne ettevõtja M. Young (uuenduslikud algatused kodutute toetuseks).
- 2006. aasta EMSL-i suvekooli teemaks oli omatulu teenimine.
- Aastatel 2009–2011 viis Kodanikuühiskonna Sihtkapital ellu sotsiaalse ettevõtluse toetusprogrammi, mis hõlmas lisaks projektitaotluste rahastamisele ka mitmeid üritusi ja õppereise.
- 2009. aasta sügisel alustas Heateo SA sotsiaalse ettevõtluse koolituste pakkumist. Muuhulgas koolitati 2010. aasta suvel kõiki Maakondlike Arenduskeskuste ettevõtlus- ja MTÜ-de nõustajaid.
- Aastatel 2009–2010 viis Heateo Sihtasutus Balti-Ameerika Partnerlusprogrammi toel ellu sotsiaalse ettevõtluse huviliste motivatsiooni- ja koolitusprogrammi.
- 2010. aasta kevadel anti ettevõtluskonkursil Ajujaht esimest korda välja sotsiaalse ettevõtluse eriauhind. Selle võitis MTÜ Abikäsi, mis on tänaseks loonud stabiilsed töökohad mõnekümnele erivajadusega inimesele.
- 2010. aasta sügisel käivitus Spiriti ettevõtlusteadlikkuse programmi raames Heateo SA projekt „Üliõpilasest sotsiaalseks ettevõtjaks“.

Allikas: (Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku ...)

Lisa 7. Vastutustundlikku ettevõtluse indeks

Vastutustundliku ettevõtluse indeks põhineb neljaosalisel küsimustikul: ettevõtte strateegia (20% koondhindest), põhimõtete integreerimine (20%), tegevusvaldkondade juhtimine (40%) ning tulemuste hindamine, aruandlus ja kommunikatsioon (20%) (Vastutustundliku ettevõtluse foorum ...):

- Ettevõtte strateegia osa keskendub vastutustundliku ettevõtluse kajastamisele ettevõtte visioonis, missioonis ja väärtustes, vastutustundliku ettevõtluse põhimõtetele ning ettevõtte panusele teema arendamisse.
- Põhimõtete integreerimise osa vaatleb, kas vastutustundliku ettevõtluse põhimõtted on kommuniqueeritud ning kas kõik sidusrühmad mõistavad seda ühtmoodi.
- Valdkondade juhtimise osa analüüsib konkreetseid tegevusi kogukonna, looduskeskkonna, töökeskkonna ja turukeskkonna valdkondades.
- Tulemuste hindamise, aruandluse ja kommunikatsiooni osa lähtub põhimõttest, et hinnata tegevuste tulemuslikkust.

Allikas: (Vastutustundliku ettevõtluse foorum ...)

Lisa 8. "Vastutustundlik ettevõte 2011" märgis



Allikas: (Vastutustundliku ettevõtluse foorum ...)

Lisa 9. Eesti vastutustundliku ettevõtluse tegevuskava strateegilised eesmärgid ja tegevused

1. Strateegiline eesmärk (Eesti vastutustundliku ettevõtluse tegevuskava ...): Riigi poolt on välja töötatud ettevõtete tunnustamise ja sertifitseerimise süsteem ning analüüsitud võimalusi vastutustundliku tegutsemise laiendamiseks

Tegevused:

- a. Edukate ettevõtete tunnustamiseks tunnustuspõhimõtete arendamine,
 - i. Tunnustuskeemi uuendamine ja laiendamine (nt indeksi põhjal; ettevõtlusauhinna, sertifikaadi vms tunnustusena).

Vastutaja: Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium koos Sotsiaal- ja Keskkonnaministeeriumiga

- b. Eesti oma vastutustundliku ettevõtluse märgiste süsteemi analüüs ja vajadusel edasine arendamine (sertifikaat, märgis, järk vms tunnustus⁴),
 - i. Süsteemi ühtlustamine teiste seotud märgiste ja sertifikaatidega Eestis ja rahvusvahelisel tasandil,
 - ii. Süsteemi loomisel ettevõtte suuruse ja tegevusvaldkonna eripäradega arvestamine,
 - iii. Ettevõtete informeerimine ja koolitamine sertifikaadi / tunnustuse pälvimiseks vajalikest sammudest / arengutest ettevõttes,
 - iv. Avalikkuse teadlikkuse tõstmine sertifikaadi vms tunnustuse olemusest,
 - v. Kontrollmehhanismi sisseseadmine.

Vastutaja: Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium koos Keskkonna- ja Sotsiaalministeeriumiga

- c. Analüüsida võimalusi VE arvestamiseks riigihangete korraldamisel.

Koostöös Rahandusministeeriumiga analüüsitakse VE-ga arvestamise põhjendatust ja võimalusi riigihangete läbiviimisel, sh võimaliku lisanduva halduskoormuse kontekstis.

Vastutaja: Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium koos Rahandusministeeriumiga

Allikas: (Eesti vastutustundliku ettevõtluse tegevuskava ...)

⁴ Märk „Vastutustundlik ettevõtte 20xx“ saab olema riiklikult ja võimalusel ka Euroopa tasandil tunnustatud. Rahvusvaheliselt tunnustatud märk (ka ainult kohalikul tasandil välja antav) aitab tõsta nii riigi üldist kui ka märgi saanud ettevõtja mainet ja reitingut rahvusvahelisel turul. Märkil võib olla erinevad tasandeid ja kategooriaid, eesmärgiga tõsta VE alast teadlikkust erinevates sidusgruppides ja võimaldades ühtsemat ja laiemat arusaama märgi eesmärgist. Märkis peab täiendama ja konsolideerima, mitte dubleerima seniseid tunnustuskeeme, mida haldavad näiteks Keskkonna- ja Sotsiaalministeerium (nt auhind Keskkonnategu ja Keskkonnategija; Keskkonnajuhtimissüsteemi rakendamine, Vaba tahte lepingud; EL ökomärgise skeem, Roheline võti jms). (Eesti vastutustundliku ettevõtluse tegevuskava...)

Lisa 9 jätk. Eesti vastutustundliku ettevõtluse tegevuskava strateegilised eesmärgid ja tegevused

Vastutaja: Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium koos Keskkonna- ja Sotsiaalministeeriumiga

c. Analüüsida võimalusi VE arvestamiseks riigihangete korraldamisel.

Koostöös Rahandusministeeriumiga analüüsitakse VE-ga arvestamise põhjendatust ja võimalusi riigihangete läbiviimisel, sh võimaliku lisanduva halduskoormuse kontekstis.

Vastutaja: Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium koos Rahandusministeeriumiga

2. Strateegiline eesmärk: Ettevõtjate, (välis)investorite, tarbijate, ametnike, ettevõtluskonsultantide, erialaliitude, meedia, arvamusekujundajate ning teiste sidusgruppide teadlikkus vastutustundlikust ettevõtlusest on kasvanud.

Tegevused:

a. Kampaniate, seminaride, ürituste läbiviimine

- i. Vastutustundliku ettevõtluse põhimõtete tutvustamine riigi- ja riigiosalusega organisatsioonides,
- ii. Eesti ettevõtlust välisüritustel tutvustades Eesti ettevõtete vastutustundliku ettevõtluse alase tegevuse ning Eesti kui vastutustundliku ettevõtluse eeskuju tutvustamine,
- iii. Tarbijate teadlikkuse tõstmine vastutustundlikust ettevõtlusest ning selle seostest toote ja teenuste hindadega,
- iv. Kodanikeühenduste, ettevõtlusorganisatsioonide ja kõneisikute kaasamine ja koolitamine ning nende võrgustikupõhise tegevuse soodustamine, võimendamaks VE teema käsitlemist avalikkuses,
- v. Tervikliku teadlikkuse tõstmise kontseptsiooni väljatöötamine.

Vastutaja: Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium koos Vastutustundliku

Ettevõtluse Foorumiga

b. Ettevõtete heade näidete kogumine ja levitamine sidusrühmadele eri kanalites (internet, trükitud kogumik, kampaniad, üritused vms)

- i. Regulaarne heade näidete panga täiendamine erialaliitude ja katuseorganisatsioonide toel,
- ii. Heade näidete esitlemiseks vastava veebikeskkonna loomine või sidumine mõne olemasoleva riigi poolt hallatava keskkonnaga nt EASi veebilehel,
- iii. Regulaarne heade näidete kogumiku väljaandmine ning levitamine koostöös erialaliitude ning ettevõtlus- ja katuseorganisatsioonidega.

Vastutaja: Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium koos Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumiga

Allikas: (Eesti vastutustundliku ettevõtluse tegevuskava ...)

Lisa 9 jätk. Eesti vastutustundliku ettevõtluse tegevuskava strateegilised eesmärgid ja tegevused

- c. Vastutustundliku ettevõtluse teema lülitamine üld-, kutse- ja kõrghariduse ettevõtlusõppesse
 - i. Ettevõtlusõppes VE teema kajastamine,
 - ii. Ülikoolide ja kõrgkoolide ettevõtluse ja majanduse õppekavadesse lülitatakse VE õppeaine. Õppeainet analüüsitakse ja arendatakse koostöös VE eriala asjatundjatega.

Vastutaja: Haridus- ja Teadusministeerium koos Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumiga

- d. Koolituste pakkumine ettevõtjatele ja sidusrühmadele
 - i. Iseseisvaks kasutamiseks mõeldud tööriistade/õppematerjalide loomine ja levitamine (nt veebipõhised juhised, harjutused, sammud organisatsioonis rakendamiseks vms)
 - ii. Koolituste ja nõustamise pakkumine ettevõtetele
 - iii. Vastutustundlike ettevõtete võrgustiku arendamine
 - iv. Süsteemselt koolituste pakkumine EASi ettevõtluskonsultantidele

Vastutaja: Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium koos Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumiga

Allikas: (Eesti vastutustundliku ettevõtluse tegevuskava ...)

Lisa 10. Eesti vastutustundliku ettevõtluse tegevuskava indikaatorid

Indikaatorid

Indikaator	Baastase 2012	Sihttase 2014
Vastutustundliku ettevõtluse võrgustikus osalevate ettevõtete arv	25	100
Vastutustundliku ettevõtluse märgist omavate ettevõtete arv	30	50
Vastutustundliku ettevõtluse teemalistel koolitustel ja seminaridel osalenud ettevõtete koondarv	150	1000
Vastutustundliku ettevõtluse alaste tegevustega alustanud ettevõtete osakaal koolituse läbinutest	puudub	30%
Õpilaste arv, kes on õpingutes kokku puutunud vastutustundliku ettevõtluse teemaga*	puudub	Selgub 2014

*Vastutustundlik ettevõtlus on eraldi teemana käsitletud gümnaasiumi majandusõppe õppekavas ja õpikus.

Allikas: (Eesti vastutustundliku ettevõtluse tegevuskava ...)

Lisa 11. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustik

1. Ettevõtte tegevusvaldkond:

Muu (palun täpsustada)

2. Ettevõtte asukoht:

3. Töötajate arv ettevõttes:

4. Kas olete varem midagi kuulnud ettevõtte sotsiaalsest vastutusest? Palun valige Teile sobiv vastusevariant.

- Jah
 Ei

Juhul, kui Teie vastus antud küsimusele on eitav, soovitan kindlasti jätkata järgmistele küsimustele vastamisega. Sest lisaks käesoleva küsimustiku infokogumise ülesandele, küsimustik on mõeldud ka selleks, et aidata Teid ettevõtte sotsiaalse vastutuse kontseptsiooni paremini mõista, välja selgitada selle eeliseid ja võimalusi just Teie ettevõtte jaoks. Kui soovite täiendada oma "jah"/ "ei" vastust kommentaaridega, siis saate seda teha siin

5. Kuidas Te hindate oma teadmisi ettevõtte sotsiaalse vastutuse küsimustes? Küsimuse vastused on antud 5-punktilisel skaalal, kus "1" tähendab "ei ole üldse nõus" ja "5" tähendab "olen täiesti nõus". Palun valige Teile sobiv vastusevariant.

	Ei ole üldse nõus	Pigem ei ole nõus	Ei oska öelda	Olen pigem nõus	Olen täiesti nõus
Hindan oma teadmisi ettevõtte sotsiaalse vastutuse küsimustes kõrgelt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Lisa 11 jätk. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustik

6. Kas Teie ettevõtte visiooni, missiooni ja/või väärtuste sõnastuses on kajastatud ettevõtte soov tegutseda sotsiaalselt vastutustundlikult (nt märksõnadeks on „vastutustundlik“, „jätkusuutlik“, „hooliv“, „arendav“, „sõbralik“, „toetav“, „aidata“, „luua“ jms, mis tähendaks lisaks majandustulemustele arvestamist ka sotsiaalse arenguga ning erinevate sidusgruppide ootuste ja vajadustega nii kohalikul kui ka globaalsel tasandil). Palun valige Teile sobiv vastusevariant.

- Jah
- Ei
- Ei oska öelda

7. Kas Teie ettevõtte on sotsiaalselt vastutustundlik ehk kas Teie ettevõtte panustab eesmärgipäraselt, järjepidevalt ja vabatahtlikult ühiskonna heaolu parendamisse?

Palun valige Teile sobiv vastusevariant.

- Jah
- Ei
- Ei oska öelda

8. Missuguseid järgmistest valdkondadest Teie ettevõtte toetab sotsiaalselt aktiivse ettevõttena?

Palun valige Teile sobiv vastusevariant. Mitmete valikute tegemine korraga on võimalik.

- Haridus- ja teadusvaldkond (nt stipendiumid õpilastele, õppeasutuste ja teaduskeskuste toamine)
- Kultuur
- Sport
- Sotsiaalvaldkond (mitmekülgset abi ja tuge vähemate võimalustega ühiskonnaliikmetele pakkumine)
- Regiooni arendamine, kus ettevõtte tegutseb
- Elu- ja looduskeskkond (nii elus kui eluta loodus, sh vee, välisõhu, pinnase ning taimestiku ja loomastiku elemente kaitsmine nt loomaaia, loomade hoiupaikade tegevuse toetamine)
- Töötajad, nende töö- ja elutingimused (sh sotsiaalpoliitika, tervisepoliitika, tunnustuspoliitika, koolituspoliitika, töökaitse ja -turvalisuse loomine, tööohutus, erineva puudega inimeste tööhõive)
- Kliendid, nende vajaduste mõistmine, rahuldamine ning heaolu
- Toode või teenus, tootmisprotsess (toote/teenuse keskkonnasõbralikkus, eetilisus)
- Tarnija heaolu parendamine
- Ei toeta üldse
- Ei oska öelda

Muu (palun täpsustage)

Lisa 11 jätk. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustik

9. Juhul, kui Teie ettevõtte alles plaanib lähitulevikus võtta vastu sotsiaalse vastutuse kontseptsiooni, siis mis valdkondades alljärgnevast loetelust? Palun valige Teile sobiv variant. Mitmete valikute tegemine korraga on võimalik.

- Haridus- ja teadusvaldkond (nt stipendiumid õpilastele, õppeasutuste ja teaduskeskuste toamine)
- Kultuur
- Sport
- Sotsiaalvaldkond (mitmekülgsel abi ja tuge vähemate võimalustega ühiskonnaliikmetele pakkumine)
- Regiooni arendamine, kus ettevõtte tegutseb
- Elu- ja looduskeskkond (nii elus kui eluta loodus, sh vee, välisõhu, pinnase ning taimestiku ja loomastiku elemente kaitsmine nt loomaaiad, loomade hoiupaikade tegevuse toetamine)
- Töötajad, nende töö- ja elutingimused (sh sotsiaalpoliitika, tervisepoliitika, tunnustuspoliitika, koolituspoliitika, töökaits ja -turvalisuse loomine, tööohutus, erineva puudega inimeste tööhõive)
- Kliendid, nende vajaduste mõistmine, rahuldamine ning heaolu
- Toode või teenus, tootmisprotsess (toote/teenuse keskkonnasõbralikkus, eetilisus)
- Tarnija heaolu parendamine
- Ei plaani üldse kontseptsiooni vastu võtma
- Ei oska öelda

Muu (palun täpsustage)

10. Palun, nimetage need faktorid, mis on Teid motiveerinud (võiksid motiveerida lähitulevikus) sotsiaalse vastutusega tegelema. Palun valige alljärgnevast loetelust vähemalt 5 sellist faktorit ja järjestage need olulisuse järjekorras nii, et esimene valik "1" on kõige olulisem, järgnevad vastavalt kaheneva olulisusega. Soovitan kõigepealt need faktorid, mis ei ole olulised Teie ettevõttele kohe eemaldada järjestusest, märkides linnukese "Pole oluline" lahtrisse faktori taha. Nii jäävadki Teil listi ainult olulised faktorid ning Teil on lihtne neid järjestada.

- Pole oluline Jätkusuutlikku arengusse panustamine
- Pole oluline Eetiline käitumine ettevõtjana
- Pole oluline Sotsiaalne käitumine ettevõtte põhiväärtustest lähtudes/ seotus põhitegevusega
- Pole oluline Arvestamine huvigruppide ja kohaliku kogukonnaga
- Pole oluline Eelised töötajate värbamisel ja pikaajaliste töösuhete saavutamisel

Lisa 11 jätk. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustik

- Pole oluline Suurem tootlikkus ja parem kvaliteet (hea tervisega, paremate oskustega, motiveeritud ja omanikutundega töötajad ning väiksem tööjõuoolavus tagavad kõrgema tööviljakuse ja kvaliteedi)
- Pole oluline Parema vastamine klientide ootustele
- Pole oluline Klientide ja tarnijate lojaalsuse suurenemine
- Pole oluline Uute klientide meelitamine, uutele turgudele sisenemine, uute ärisidemete loomine
- Pole oluline Ettevõtte ja toodangu maine paranemine
- Pole oluline Kapitalile parema ligipääsu võimaldamine
- Pole oluline Väiksemad äri-, finants- ja reputatsiooniriskid
- Pole oluline Kulude vähendamine (nt. vähenenud kaadrivoolavus, stabiilne püsiklientuur, vähenenud jooksevkulutused)
- Pole oluline Tugev argument eksportimisel
- Pole oluline Suurem atraktiivsus investoritele
- Pole oluline Suurendab ettevõtte usaldusväärsust
- Pole oluline Tõstab ettevõtte paindlikkust
- Pole oluline Täiendava informatsiooni allikas – hinnang oma tegevusele, nõrkuste ja tugevuste analüüs ja uute eesmärkide püstitamine
- Pole oluline Innovatsiooni soodustamine (tihedam koostöö laia hulga sidusrühmadega ning tarbijate ootuste jälgimine on hea innovaatiliste ideede, uute ärimudelite ja turgude leidmise allikas)
- Pole oluline Võimalus konkurentsieeliseks (olukorras, kus sellised aspektid nagu toote hind, kvaliteet ja tarne kiirus ei võimalda konkurentsieelist luua, annab vastutustundlik ettevõtlus lisavõimaluse parema maine näol)

Lisa 11 jätk. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustik

11. Kuidas Teie hindate ettevõtte sotsiaalse vastutuse kontseptsiooni rakendamist ja ettevõtte äritegevuse edukuse seost 5 punktilisel skaalal, kus "1" tähendab "Ei ole üldse nõus" ja "5" tähendab "Olen täiesti nõus"? Palun valige Teile sobiv vastusevariant.

	Ei ole üldse nõus	Pigem ei ole nõus	Ei oska öelda	Olen pigem nõus	Olen täiesti nõus
Ettevõtte sotsiaalse vastutuse kontseptsiooni rakendamise ja ettevõtte äritegevuse edukuse vahel on tugev seos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Missugused barjäärid on Teie ettevõttes olnud sotsiaalse vastutuse alases tegevuses ja/või sotsiaalse vastutuse kontseptsiooni elluviimisel. Mis, Teie arvamusel, takistab Teie ettevõtet hakata tegutsema sotsiaalse vastutuse suunas? Palun, valige alltoodud listist kõige sobivamad variandid.

- Informatsiooni puudus või selliste tegevuste vähene tundmine
- Turg ei tunne huvi selliste tegevuste vastu
- Ei ole sotsiaalseid kasusid ettevõtte jaoks
- Ei ole äri jaoks oluline
- Ei ole seotud ettevõtte ärivaldkonnaga
- Tegevused sotsiaalsele vastutusele tekitavad kulusid ning ettevõttel ei ole selleks rahalisi ja/või ajalisi ressursse
- Väike mõju finantstulemustele
- Nähtavate tulemuste vähesus
- Kompetentsuse ja/või võimaluste vähesus ettevõttes
- Toetuse vähesus väljastpoolt (nt riigilt, ühingutelt)
- Ettevõtte juhtimine ei ole vastavalt organiseeritud või juhtkond ei ole sellele pühendunud
- Töötajad pole huvitatud
- Äripartnerid ei nõua sellist tegevust
- Sotsiaalsed probleemid on liiga mahukad
- Sotsiaalse vastutuse tegevus on enamasti mitte väikeste, vaid suurte ettevõtete ülesanne

Muu (palun täpsustage)

Lisa 11 jätk. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustik

13. Mil määral nõustute järgmiste väidetega. Palun valige üks variant 5-punktilisel skaalal, kus "1" tähendab "Ei ole üldse nõus" ja "5" tähendab "Olen täiesti nõus".

	Ei ole üldse nõus	Pigem ei ole nõus	Ei oska öelda	Olen pigem nõus	Olen täiesti nõus
Ainult suurtel ja/või aktsiabörsil kauplevatel ettevõtetel on võimalik käituda sotsiaalse vastutuse kontseptsiooni järgi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Juhul, kui ettevõtte sotsiaalne vastutuse rakendamine oleks riigi poolt toetatud, tunneksid ka väikesed ettevõtted selle kontseptsiooni vastu rohkem huvi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ainult kohustuslik aruandmine ettevõtte sotsiaalsel vastutusel viib situatsioonile, mille juures ettevõtted hakkavad tõsiselt vastutama sotsiaalselt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Kas ja kus Teie ettevõtte avaldab mingit infot oma sotsiaalse vastutuse tegevusest? Palun valige Teile sobiva vastusevariant. Võimalik on valida mitmeid variante korraga.

- Jah, perioodikas (nt ajalehed, ajakirjad)
- Jah, massimeedias (nt televisioon, raadio)
- Jah, internetis (nt ettevõtte kodulehekülg, sotsiaalne võrk, e-ajalehed, e-ajakirjad)
- Jah, reklaamis (nt töö kulutused, oma toode(te)/teenus(t)e reklaamis)
- Jah, ettevõtte finantsaruannetes
- Jah, kuid ainult ettevõtte siseseks kasutamiseks
- Ei avalda üldse

Muu (palun täpsustage)

15. Kas Teie ettevõtte peab sotsiaalse vastutuse aruandlust? Palun valige Teile sobiv vastusevariant.

- Jah
- Ei
- Ei oska öelda

Teie kommentaar küsimusele

Lisa 11 jätk. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustik

16. Mis on Teie ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandluse eesmärk (eesmärgid)? Või mis võiksid olla Teie ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandluse eesmärk (eesmärgid) juhul, kui Te alles plaanite aruandlusega alustada? Palun valige vastavalt oma olukorrale õige eesmärk (eesmärgid) alltoodud loetelust, mitme valiku tegemine korraga on võimalik.

- poliitikast, tavadest ja eesmärkidest informeerimine
- väljakutsete kirjeldamine, lubaduste andmine
- investorite ootustele vastamine
- klientide vajaduste rahuldamine
- kommunikatsioon huvigruppidega ja nendelt tagasiside saamine
- laiendada tavapärast käsitlust ettevõtete aruandlusest
- kaasaegsetele normidele vastamine
- teistest eristumine
- maine kujundamine

Muu (palun täpsustage)

17. Kas olete midagi varem kuulnud ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandluse rahvusvahelistest standartidest? Millistest? Palun valige alljärgnevast loetelust Teile sobiv vastusevariant.

- SA 8000
- AA1000
- GRI raamistik
- ISO 26000
- Ei ole midagi kuulnud

Juhul kui Teie ettevõtte rakendab mingi ülaltoodud standartidest, palun kirjutage millist standarti rakendate.

Lisa 11 jätk. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustik

18. Mil määral nõustute järgmiste väidetega. Palun valige üks variant 5-punktilisel skaalal, kus "1" tähendab "Ei ole üldse nõus" ja "5" tähendab "Olen täiesti nõus".

	Ei ole üldse nõus	Pigem ei ole nõus	Ei oska öelda	Olen pigem nõus	Olen täiesti nõus
Sotsiaalne vastutus ja selle avalik aruandlus toob ettevõttele pigem kasu kui kahju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sotsiaalne vastutus ja selle avalik aruandlus aitab lahendada ühiskonna probleeme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ettevõtte sotsiaalne vastutus on eduka organisatsiooni juhtimisstrateegia lahutamatu osa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Kas vastutustundliku ettevõtluse põhimõtteid ja/või mõni selle valdkonnaga seotud küsimus on olnud arutlusel Teie ettevõtte juhatuse, nõukogu ja/või aktsionäride/omanike koosolekutel? Palun valige Teile sobiv vastusevariant.

- Jah
- Ei
- Ei oska öelda

Teie kommentaar küsimusele

20. Kas Teie ettevõtte töötajatelt küsitakse tagasisidet Teie ettevõtte vastutustundliku ettevõtluse põhimõtete järgimise kohta (nt. mõnede rahuloluküsimustiku küsimuste põhjal)? Palun valige Teile sobiv vastusevariant.

- Jah
- Ei
- Ei oska öelda

Teie kommentaar küsimusele

21. Kas Teie ettevõttes hinnatakse vastutustundliku ettevõtlusega seotud tegevuste tulemusi ja mõju? Palun valige Teile sobiv vastusevariant.

- Jah
- Ei
- Ei oska öelda

Teie kommentaar küsimusele

Lisa 11 jätk. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustik

22. Alates 2007. aastast Eestis igal aastal viiakse läbi jätkusuutliku ettevõtluse indeksi konkurs. Eesmärgiks on aidata ettevõtetel küsimustiku abil teostada jätkusuutliku ettevõtluse alast eneseanalüüsi. Heade tulemuste korral ettevõtteid premeeritakse kvaliteedimärgisega. Kas olete midagi varem sellest kuulnud? Palun valige Teile sobiv vastusevariant.

- Jah
- Ei
- Ei oska öelda

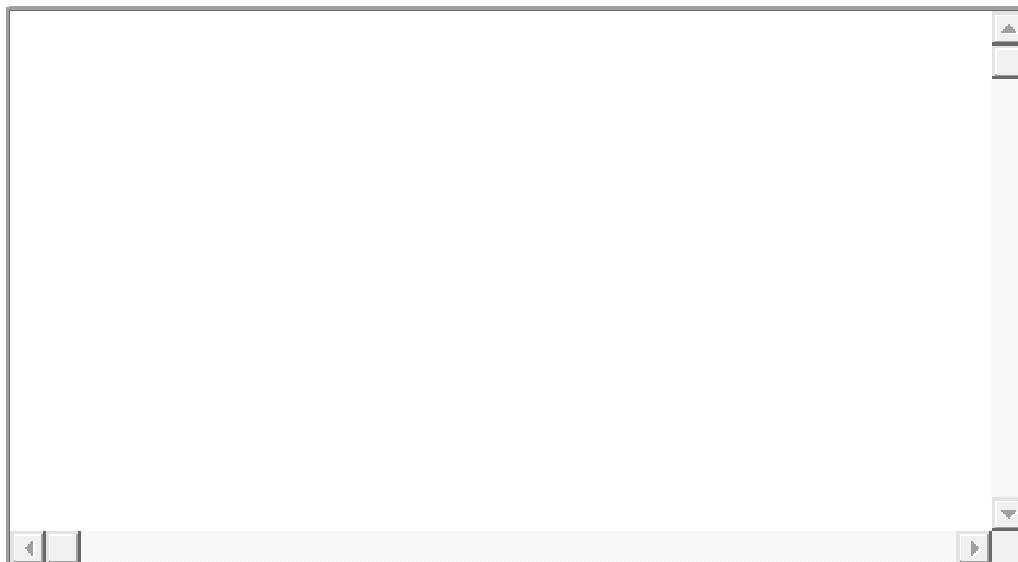
Teie kommentaar küsimusele

23. Kas Teie peate võimalikuks, et Teie ettevõtte osaleks jätkusuutliku ettevõtluse indeksis järgmistel aastatel? Palun valige Teile sobiv vastusevariant.

- Jah
- Ei
- Ei oska öelda

Teie kommentaar küsimusele

24. Kui seoses küsitlusega tekkis Teil mõtteid või soovite midagi kommenteerida, palun kirjutage oma arvamus allolevasse kasti. Aitäh vastuste eest!



Lisa 12. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustikule vastanud ettevõtete arv tegevusalade lõikes

Nr.	Ettevõtte tegevusala:	Vastanud ettevõtete arv	Vastanud ettevõtete arv(%)
1	Hulgi- ja jaekaubandus	5	16
2	Veondus ja laondus	5	16
3	Muud teenindavad tegevused	5	16
4	Majutus ja toitlustus	4	13
5	Ehitus	3	10
6	Kinnisvaraalane tegevus	2	6
7	Mootorsõidukite ja mootorrataste remont	1	3
8	Tervishoid ja sotsiaaltoetused	1	3
9	Info ja side	1	3
10	Haridus	1	3
11	Töötlev tööstus	1	3
12	Haldus- ja abitegevus	1	3
13	Finants- ja kindlustustegevus	1	3
Kokku:		31	100

Allikas: (autori poolt läbiviidud uuring)

Lisa 13. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustikule vastanud ettevõtete arv asukohtade lõikes

Ettevõtte asukoht	Ettevõtete arv	Ettevõtete arv (%)
Põhja-Eesti (Harjumaa)	16	52
Kirde-Eesti (Ida-Virumaa)	7	23
Lõuna-Eesti (Jõgevamaa, Põlvamaa, Tartumaa, Valgamaa, Viljandimaa ja Võrumaa)	6	19
Kesk-Eesti (Järvamaa, Lääne-Virumaa ja Raplamaa)	1	3
Lääne-Eesti (Hiiumaa, Läänemaa, Pärnumaa ja Saaremaa)	1	3
Kokku:	31	100

Allikas: (autori poolt läbiviidud uuring)

Lisa 14. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustikule vastanud ettevõtete ESV-le suunatud toetustegevuste jaotus valdkonniti

Ettevõtte sotsiaalse vastutuse valdkonnad	Vastuste jaotus ettevõtete seas	Vastuste jaotus ettevõtete seas (%)
Kliendid, nende vajaduste mõistmine, rahuldamine ning heaolu	19	61
Töötajad, nende töö- ja elutingimused	12	39
Sotsiaalvaldkond	6	19
Toode või teenus, tootmisprotsess	6	19
Ei toeta üldse	5	16
Sport	3	10
Regiooni arendamine, kus firma tegutseb	2	6
Kultuur	2	6
Ei oska öelda	1	3
Tarnija heaolu parendamine	1	3
Elu- ja looduskeskkond	1	3
Haridus- ja teadusvaldkond	0	0

Allikas: (autori poolt läbiviidud uuring)

Lisa 15. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustikule vastanud ettevõtete ESV raames plaanitavate toetustegevuste jaotus valdkonniti

Ettevõtte sotsiaalse vastutuse valdkonnad	Vastuste jaotus ettevõtete seas	Vastuste jaotus ettevõtete seas (%)
Kliendid	10	32
Töötajad, nende töö- ja elutingimused	10	32
Ei plaani üldse kontseptsiooni omaks võtta	6	19
Sotsiaalvaldkond	5	16
Toode või teenus, tootmisprotsess	5	16
Ei oska öelda	5	16
Sport	4	13
Kultuur	3	10
Tarnija heaolu parendamine	2	6
Elu- ja looduskeskkond	1	3
Haridus- ja teadusvaldkond	1	3
Regiooni arendamine	0	0

Allikas: (autori poolt läbiviidud uuring)

Lisa 16. Eesti väikese suurusega ettevõtete küsitlusele vastanud ettevõtete motiveerivate faktorite järjestused ESV tegevustes

Faktorid, mis on motiveerinud (võiksid motiveerida lähitulevikus) ettevõtteid sotsiaalse vastutusega tegelema	Vastuste jaotus ettevõtete seas (%)
Jätkusuutlikku arengusse panustamine	18
Parem vastamine klientide ootustele	17
Eetiline käitumine ettevõtjana	17
Klientide ja tarnijate lojaalsuse suurenemine	16
Suurem tootlikkus ja parem kvaliteet	16
Uute klientide meelitamine, uutele turgudele sisenemine, uute ärisidemete loomine	16
Sotsiaalne käitumine ettevõtte põhiväärtustest lähtudes/seotus põhitegevusega	15
Ettevõtte ja toodangu maine paranemine	15
Arvestamine huvigruppide ja kohaliku kogukonnaga	15
Eelised töötajate värbamisel ja pikaajaliste töösuhete saavutamisel	14
Kulude vähendamine	14
Suurendab firma usaldusväarsust	12
Väiksemad äri-, finants- ja reputatsiooniriskid	11
Kapitalile parema ligipääsu võimaldamine	11
Tõstab firma paindlikkust	10
Võimalus konkurentsieeliseks	10
Tugev argument eksportimisel	9
Suurem atraktiivsus investoritele	8
Täiendava informatsiooni allikas	6
Innovatsiooni soodustamine	6

Allikas: (autori poolt läbiviidud uuring)

Lisa 17. Eesti väikese suurusega ettevõtete uuringu küsimustikule vastanud ettevõtete barjäärid sotsiaalse vastutuse alases tegevuses ja/või sotsiaalse vastutuse kontseptsiooni elluviimisel

Barjäärid sotsiaalse vastutuse alases tegevuses ja/või sotsiaalse vastutuse kontseptsiooni elluviimisel	Vastuste jaotus ettevõtete seas (%)
Toetuse vähesus väljastpoolt (nt riigilt, ühingutelt)	48
Väike mõju finantstulemustele	45
Tegevused sotsiaalsele vastutusele tekitavad kulusid ning ettevõttel ei ole selleks rahalisi ja/või ajalisi ressursse	39
Sotsiaalse vastutuse tegevus on enamasti mitte väikeste, vaid suurte ettevõtete ülesanne	35
Turg ei tunne huvi selliste tegevuste vastu	32
Ei ole äri jaoks oluline	29
Kompetentsuse ja/või võimaluste vähesus ettevõttes	26
Informatsiooni puudus või selliste tegevuste vähene tundmine	26
Nähtavate tulemuste vähesus	26
Äripartnerid ei nõua sellist tegevust	16
Sotsiaalsed probleemid on liiga mahukad	13
Ei ole seotud firma ärivaldkonnaga	10
Ei ole sotsiaalseid kasusid ettevõtte jaoks	6
Ettevõtte juhtimine ei ole vastavalt organiseeritud või juhtkond ei ole sellele pühendunud	6
Töötajad pole huvitatud	6

Allikas: (autori poolt läbiviidud uuring)

Lisa 18. Eesti väikese suurusega ettevõtete küsitlusele vastanud ettevõtete olemasolevate või eeldatavate ESV aruannete eesmärkide järjestused

Olemasolevate või eeldatavate ESV aruannete eesmärkide järjestused	Vastuste jaotus ettevõtete seas (%)
maine kujundamine	65
klientide vajaduste rahuldamine	48
poliitikast, tavadest ja eesmärkidest informeerimine	39
teistest eristumine	29
kommunikatsioon huvigruppidega ja nendelt tagasiside saamine	23
kaasaegsetele normidele vastamine	23
väljakutsete kirjeldamine, lubaduste andmine	16
investorite ootustele vastamine	6
laiendada tavapärasest käsitlemist ettevõtete aruandlusest	6

Allikas: (autori poolt läbiviidud uuring)