

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Ärikorralduse instituut

Helina Tammeleht

**MAJANDUSÜLIÕPILASTE TEADLIKKUS JA HOIAKUD
SEoses VASTUTUSTUNDLIKU ETTEVÕTLUSEGA**

Magistritöö

Õppekava TARM, peeriala Majandusarvestus

Juhendaja: Natalja Gurvitš, PhD

Tallinn 2018

Deklareerin, et olen koostanud töö iseseisvalt ja olen viidanud kõikidele töö koostamisel kasutatud teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele, ning ei ole esitanud sama tööd varasemalt ainepunktide saamiseks. Töö pikkuseks on 10145 sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Helina Tammeleht

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 163419TARM

Üliõpilase e-posti aadress: helina.tammeleht@gmail.com

Juhendaja: Natalja Gurvitš, PhD:

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

SISUKORD

LÜHIKOKKUVÕTE	4
SISSEJUHATUS	5
1. VASTUTUSTUNDLIKU ETTEVÕTLUSE ARENG JA KÄSITLEMINE MAJANDUSHARIDUSES	7
1.1. Vastutustundliku ettevõtluse olemus	7
1.2. Ettevõtte kohustused Carrolli püramiidi kohaselt	9
1.3. Säästva arengu eesmärgid ning vastutustundliku ettevõtluse edendamine	11
1.4. Vastutustundliku ettevõtluse käsitlemise vajalikkus majandushariduses.....	13
1.5. Vastutustundliku ettevõtluse õpetamine	14
1.6. Vastutustundlik ettevõtlus majandushariduses 21. sajandil	16
1.7. Uuringud majandusüliõpilaste hoiakutest vastutustundliku ettevõtluse suhtes ning ülikoolide rollist nende kujundamisel	19
2. MAJANDUSÜLIÕPILASTE TEADLIKKUS JA HOIAKUD SEOS VASTUTUSTUNDLIKU ETTEVÕTLUSEGA.....	23
2.1. Uuringu meetodika ja valimi kirjeldus	23
2.2. Tulemused	26
2.3. Arutelu, järeldused ja ettepanekud	38
KOKKUVÕTE	44
SUMMARY	47
KASUTATUD ALLIKATE LOETELU	51
LISAD	56
Lisa 1. Küsimustik.....	56
Lisa 2. Tulemused. Küsimused 1–6.....	62
Lisa 3. Tulemused. Küsimused 7–8.....	63
Lisa 4. Tulemused. Küsimus 9	64
Lisa 5. Tulemused. Küsimus 10	67
Lisa 6. Tulemused. Küsimus 11	69
Lisa 7. Tulemused. Küsimused 12–13.....	70
Lisa 8. Tulemused. Küsimus 14	72
Lisa 9. Tulemused. Küsimus 15	75
Lisa 10. Tulemused. Küsimused 16–17	77
Lisa 11. Tulemused. Küsimused 18–19	79

LÜHIKOKKUVÕTE

Töö pealkiri on „Majandusüliõpilaste teadlikkus ja hoiakud seoses vastutustundliku ettevõtlusega“.

Vastutustundlik ettevõtlus kujutab endast käitumispraktikat, mille kohaselt ettevõtted panustavad vabatahtlikult jätkusuutliku ühiskonna ja elukeskkonna loomisesse. Tänu tõestatud seostele vastutustundliku äritegevuse ja ettevõtte edukuse vahel, tuntakse seda käitumispraktikat mitmel pool maailmas jätkusuutliku äritegevuse olulise komponendina.

2000-ndate aastate alguses leidsid maailmas aset mitmed suurettevõtetega seotud skandaalid, mis olid põhjustatud juhtkonna ebaeetilisest käitumisest. Kriitikute arvates peitus skandaalide juurpõhjus majandushariduse iseloomus. Sellest ajendatult oli magistritöö eesmärgiks selgitada välja majandusüliõpilaste teadlikkus ja hoiakud seoses vastutustundliku ettevõtluse ning selle käsitlemisega majandushariduses. Uurida, milliseks hindavad majandusüliõpilased ülikooli rolli enda hoiakute kujundamisel ning milliseid õppemeetodeid nad vastutustundliku ettevõtluse õpetamiseks kõige tõhusamateks peavad. Samuti selgitada välja, kas vastutustundliku ettevõtluse teemasid käsitletakse majandushariduses üliõpilaste arvates piisavalt. Töö autor viis läbi kvantitatiivse uuringu, mille uurimisobjektiks olid Tallinna Tehnikaülikooli (TTÜ), Tartu Ülikooli (TÜ) ja Estonian Business Schooli (EBS-i) majandusüliõpilased.

Uuringu tulemused näitasid, et majandusüliõpilased on vastutustundliku ettevõtluse suhtes pigem positiivselt meelestatud. Küll aga peegeldus saadud vastustest kohati ka üliõpilaste teadmatust ja kindlate seisukohtade puudumist. Uuringus osalenud üliõpilased arvasid küllaltki üksmeelselt, et vastutustundliku ettevõtluse teemasid võiks ülikoolides rohkem käsitleda. Oma õppekavaga selles osas kõige rahulolevamad olid EBS-i üliõpilased. Vastutustundliku ettevõtluse õpetamiseks pidasid majandusüliõpilased kõige tõhusamaks aktiivõppemeetodite kasutamist. Ülikooli rolli enda hoiakute kujundamisel hinnati viiepalliskaalal 3,5 palli vääriliselt.

Võtmesõnad: vastutustundlik ettevõtlus, majandusüliõpilased, hoiakud, õpetamismeetodid

SISSEJUHATUS

Vastutustundliku ettevõtluse (CSR – *Corporate Social Responsibility*) näol on tegemist kontseptsiooniga, mille kohaselt ettevõtte käitub eetilisel ja läbipaistval, integreerides sotsiaalsed ja keskkonnanäesmärgid vabatahtlikult oma tegevusse. Selle rakendamise kasuks rääkivad argumendid on tugevad, olles seotud ettevõtte, aga ka ühiskonna ja planeedi jätkusuutlikkusega. Ettevõtte ühiskonnaliikmena mõjutab oma tegevusega ümbritsevat keskkonda ning vastupidi. Ühiskond ei oota enam ettevõtetelt pelgalt kasumlikku tegutsemist ja seadusandluse järgimist, vaid ka sellistest eetilistest normidest kinnipidamist, mida seadustes sätestatud ei ole.

2015. aastal püstitas ÜRO 17 ülemaailmset säästva arengu eesmärki aastaks 2030. Eesmärkide seas on muuhulgas vaesuse ja nälja kaotamine, soolise võrdõiguslikkuse tagamine ning planeedi ja loodusressursside kaitsmine. Kõik selleks, et tagada planeedi ja selle elanike jätkusuutlikkus. Selliste suurejooneliste eesmärkide saavutamiseks on vajalik eranditult kõikide riikide koostöö. Tähtis on ka iga ettevõtte panus, sõltumata suurusest või tegevusvaldkonnast. Euroopa Liidus püüab vastutustundlikku ettevõtlust edendada Euroopa Komisjon ning Eestis võeti selle tarbeks koostatud tegevuskava vastu 2012. aastal.

Vastutustundliku ettevõtluse edendamise strateegiad näevad ühe meetmena ette sellega seotud teemade täiendavat integreerimist haridusse. Vaatamata sellele, et sobivaima õpetamismeetodi väljaselgitamiseks on läbi viidud hulganisti uuringuid ja arutelusid, ei ole veel tänaseks päevaks olemas üht üldtunnustatud meetodit vastutustundliku juhtimise õpetamiseks. Heade meetodite väljatöötamiseks on vaja arvestada üliõpilaste arvamusega ning Eestis ei ole autorile teadaolevalt varasemalt selleteemalist uuringut läbi viidud. Lisaks on teema valiku taga ka autori isiklik huvi – soov saada teada, millised on majandusüliõpilaste hoiakud vastutustundliku ettevõtluse suhtes ning sellest lähtuvalt hinnata ühiskonna ja looduskeskkonna tuleviku väljavaateid.

Magistritöö eesmärk on selgitada välja majandusüliõpilaste teadlikkus ja hoiakud seoses vastutustundliku ettevõtluse ning selle käsitlemisega majandushariduses. Uurida, milliseks

hindavad majandusüliõpilased ülikooli rolli enda hoiakute kujundamisel ning milliseid õppemeetodeid nad vastutustundliku ettevõtluse õpetamiseks kõige tõhusamateks peavad. Samuti selgitada välja, kas vastutustundliku ettevõtluse teemasid käsitletakse majandushariduses üliõpilaste arvates piisavalt. Töö eesmärkide saavutamiseks on püstitatud uurimisülesanded:

- anda ülevaade vastutustundliku ettevõtluse olemusest;
- uurida kirjandusest, miks vastutustundliku ettevõtluse edendamine vajalik on;
- uurida vastutustundliku ettevõtluse õpetamiseks kasutatavaid meetodeid;
- tuua välja mujal maailmas läbiviidud teemakohased uuringud ja nende tulemused;
- viia läbi ankeetküsitlus majandusüliõpilaste seas;
- hinnata uuringu tulemusi ja teha nende põhjal järeldused.

Uurimisobjektiks on ühe eraülikooli – Estonian Business Schooli – ning kahe avalik-õigusliku kõrgkooli – Tallinna Tehnikaülikooli ning Tartu Ülikooli – bakalaureuse- ja magistriõppe majandusüliõpilased.

Magistritöö koosneb kahest peatükist. Esimeses peatükis käsitleb autor vastutustundliku ettevõtluse arengut ja õpetamist majandusvaldkonda kuuluvatel erialadel. Esimeses alapeatükis selgitab autor vastutustundliku ettevõtluse kontseptsiooni. Teises alapeatükis kirjutatakse ettevõtte kohustustest Carrolli püramiidi alusel ning kolmandas vastutustundliku ettevõtluse printsiipide rakendamise vajalikkusest. Neljandas alapeatükis on käsitletud kirjandust teemal, miks vastutustundliku ettevõtluse õpetamine majandusüliõpilastele vajalik on. Töö viies alapeatükk kirjeldab, milliseid õpetamismeetodeid on võimalik kasutada. Kuues alapeatükk annab ülevaate majandusvaldkonna erialade õppekavade vastutustundliku ettevõtlusega seotud teemade sisaldusest ja kasutatavatest õppemeetoditest mujal maailmas. Seitsmendas alapeatükis käsitleb autor uuringuid majandusüliõpilaste hoiakutest vastutustundliku ettevõtluse suhtes ning ülikooli rollist hoiakute kujundajana. Magistritöö teine peatükk koosneb kolmest osast, millest esimeses kirjeldab autor uuringu läbiviimist ja selleks kasutatud kvantitatiivset uurimismeetodit. Teises alapeatükis esitab autor uuringu tulemused ning kolmandas teeb tulemuste põhjal järeldused ja omapoolsed ettepanekud edaspidiseks.

1. VASTUTUSTUNDLIKU ETTEVÕTLUSE ARENG JA KÄSITLEMINE MAJANDUSHARIDUSES

1.1. Vastutustundliku ettevõtluse olemus

1970. aastal pälvis Nobeli preemia Ameerika majandusteadlane Milton Friedman. Ta väitis, et ettevõtte põhiülesanne on kasumi teenimine ja enda väärtuse tõstmine ning et hoiduda tuleks kõikidest tegevustest, mis sellega otseselt seotud ei ole. Samuti arvas John Ladd (Ladd 1970), kelle samal aastal kirjutatud artiklist ilmnis, et inimeste moraalsed ootused ettevõtete suhtes on sobimatud. Friedmani ja Laddi seisukohatadele pakkusid vastukaalu ärietika eestkõneleja Kenneth E. Goodpaster ja ettevõtte juhtimise ekspert John B. Matthews, väites 1982. aastal avaldatud artiklis (Goodpaster, Matthews 1982), et ka ettevõtetel peab olema südametunnistus. (Toth 2009, 8–9) Ettevõtte sotsiaalne vastutustundlikkus, *corporate citizenship*, ettevõtte vastutustundlikkus ja jätkusuutlikkus on mõisted, mis 1990. ja 2000. aastatel laialdaselt kõlama hakkasid. Nendega kirjeldati ettevõtete sotsiaalselt ja keskkonnaalasel vastutustundlikku käitumist. (Lindgreen, Swaen 2010; Zadek 2007; Matten, Crane 2005; Carroll 1991).

Meedia teavitab inimesi maakera keskkonnaseisundi halvenemisest pea iga päev. Inimkonna ökoloogilise jalajälje pideva suurenemise tõttu leiavad aset kliimamuutused, liikide hävinemine ja suureneb sotsiaalne ebavõrdsus. Rahvusvaheline kaubandus on 20. sajandil oluliselt kasvanud. Ka globaliseerumine on ettevõtete vastutustundliku käitumise vajalikkust tõestanud (Blowfield, Murray 2008). Ettevõtted, kes on otsustanud viia enda tootmine Lääne-Ameerikasse ja Kagu-Aasiasse, on nendes piirkondades põhjustanud tõsiseid tagajärgi nii keskkonnale kui ka inimestele. Selline teguviis seab nende ettevõtete vastutustundlikkuse kahtluse alla. (Götherström 2012, 1)

Liberaalne turumajandusele keskendunud filosoofia näeb parima lahendusena, kui kasumi teenimist suudetakse ühendada sotsiaalsete ja keskkondlike eesmärkidega. Vastasel juhul peetakse ühiskondliku vastutuse põhimõtete rakendamist luksuseks, mida saab ettevõtte lubada endale vaid majanduslikult parematel aegadel. Halvematel aegadel kahjustataks sellise

tegevusega omanike huve. Teisalt on tänapäeval levinud arvamus, et CSR on vajalik kõikidele ettevõtetele, kes tahavad pikaajaliselt edukad olla (Nasieku 2014, 106). Küll aga ei ole vastutustundlikkust ja kasumi teenimist võimalik täielikult harmoneerida, sest need on võrreldamatud. Ettevõtte vastutus sotsiaal- ja keskkonnaküsimuste eest saab alguse sealt, kus algavad uued väljakutsed ning lõpevad omanike stereotüüpsed huvid. (Toth 2009, 9–10) 2012. aastal, ühenduse *The Principles for Responsible Management Education (PRME)* kohtumisel ÜRO Jätkusuutliku Arengu konverentsil, sõnas üks eestkõnelejatest, et enam ei piisa olemast maailma parim – nüüd on aeg olla parim maailma jaoks. (Haski-Leventhal 2013)

Tänaseks pole olemas üht õiget vastutustundliku ettevõtluse definitsiooni. Mitmed organisatsioonid on mõiste tähendust omal viisil kujundanud. Näiteks Euroopa Komisjoni veebilehel on selgitatud CSR-i kui ettevõtte vastutust mõju eest, mida ta oma tegevusega ühiskonnale avaldab (Corporate ... 2018). Eesti 2012-2014 aastate vastutustundliku ettevõtluse tegevuskavas kirjapandu kohaselt on vastutustundlik ettevõtlus hästi juhitud ettevõtte kvaliteedimärk, mille olemasolu on tihtipeale rahvusvahelistes majanduslikes suhetes osalemise eelduseks (Eesti ... 2012). See tähendab, et organisatsioon on vastutav nii ühiskonnale kui ka keskkonnale avaldatava mõju eest. Eesti Rahandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi poolt läbiviidud uuringus aga seisneb ettevõtete poolne vastutuse võtmine läbipaistvas ja eetilises käitumises, mis (The ... 2016, 5–6):

- aitab kaasa keskkonna jätkusuutlikkuse edendamisele, mille juurde kuulub ka ühiskonna tervis ja heaolu;
- võtab arvesse huvigruppide ootusi;
- vastab asjakohastele õigusaktidele ja rahvusvahelistele käitumisreeglitele;
- on ettevõtte igapäevaelu tegevuste osa ja avaldub tema suhetes kõikide äripartnerite ja huvigruppidega.

Euroopa Komisjon rõhutab, et ettevõtete ühiskondlikult vastutustundlik käitumine on kasulik nii ettevõtetele endale, Euroopa Liidu majandusele kui ka ühiskonnale laiemalt. Ettevõtete jaoks pakub CSR hüvesid parema riskijuhtimise, kulude kokkuhoidmise ning kapitalile juurdepääsetavuse näol. Samuti tugevamate kliendisuhete, parema personalijuhtimise ja kõrgema innovaatilisuse näol. Jätkusuutlikkuse, vastutustundliku ettevõtluspraktika ja eduka äritegevuse vahel on otsene seos (The ... 2016, 4). Vastutustundlik käitumine muudab ettevõtted jätkusuutlikumaks ja innovatiivsemaks, aidates sellega kaasa Euroopa majanduse

jätksuutlikumaks muutumisele ja ühtsema ühiskonna loomisele. Niisiis on ettevõtetal ühiskonna ees peale kasumi maksimeerimise teisigi kohustusi. Nendest on kirjutatud alapeatükis 1.2.

1.2. Ettevõtte kohustused Carrolli püramiidi kohaselt

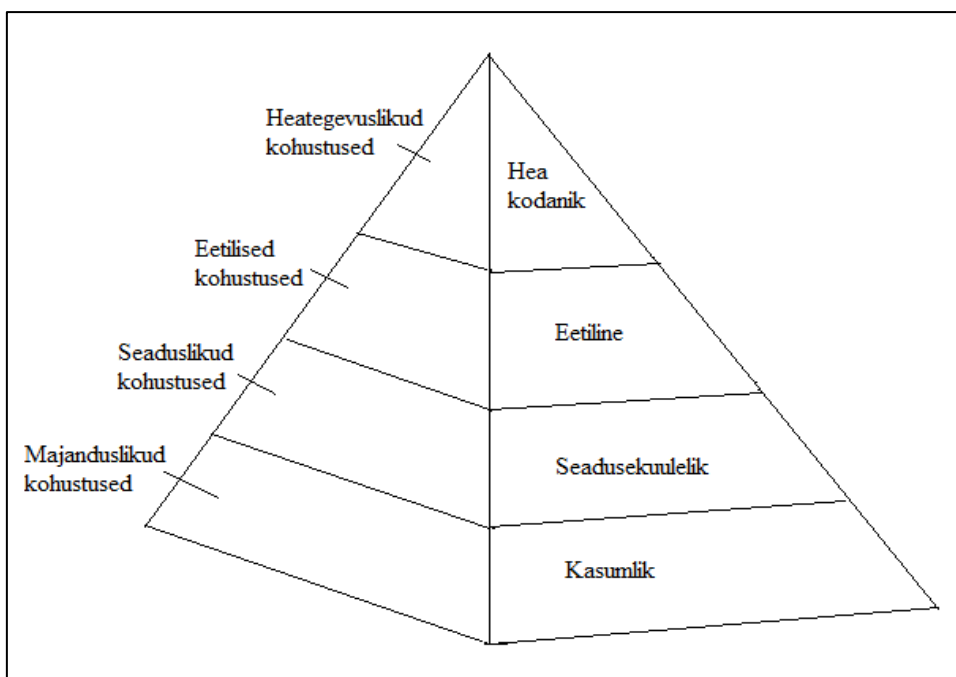
Gruusia ülikooli emeriitprofessori Archie B. Carrolli poolt välja töötatud ettevõtte kohustuste või teisisõnu ühiskondliku vastutuse püramiidi tutvustati esimest korda 1979. aastal. 1991. aastal avaldatud artiklis väitis Carroll, et püramiid hõlmab endas terviklikku vaadet, mida ühiskond ettevõtelt ootab – nii majanduslikus kui ka ühiskondlikus mõttes (Carroll 1991). Carrolli ettevõtte kohustuste püramiid koosneb neljast tasandist: majanduslikest, õiguslikest, eetilistest ja filantroopilistest ehk heategevuslikest kohustustest. Tähtsaimad on majanduslikud kohustused, olles püramiidi vundamendiks. Nendele järgnevad õiguslikud kohustused. Tähtsuselt kolmandal kohal on eetilised ning viimasel heategevuslikud kohustused. (Carroll 1979, 500)

Ajalooliselt on ettevõtte olnud ühiskonnas lihtsalt majanduslik üksus. Ettevõtte loodi selleks, et pakkuda ühiskonnaliikmetele vajalikke tooteid ja teenuseid ning seeläbi endale kasumit teenida. Kasumi teenimise võimalust nähti ettevõtjaks olemise põhilise stiimulina. Mingil hetkel sai aga kasumi teenimise ideest hoopis kasumi maksimeerimise idee ning viimane on sellest ajast peale püsivalt tähtsust kogunud. (Carroll 1991, 4)

Tänapäeval ei oota ühiskond ettevõtelt pelgalt kasumlikku tegutsemist, vaid ka kohaliku ja rahvusvahelise seadusandluse ning kehtestatud reeglite järgimist. Majanduslikud ja õiguslikud kohustused sisaldavad seadustes kirjapandud eetilisi norme aususest ja õiglusest. Eetilised kohustused hõlmavad endas aga ka selliseid põhimõtteid, mida seadusandluses sätestatud ei ole, kuid mille järgimist ühiskonnaliikmed sellegipoolest ootavad. Niisiis on eetilised kohustused sellised standardid ja normid, mida tarbijad, töötajad, osanikud ja kogukond peab õigluse ning huvigruppide moraalsete õiguste tagamiseks vajalikuks. Need võivad puudutada näiteks inimõigusi aga ka taaskäitlemist. Eetiliste kohustuste täitmine võib ettevõtete jaoks keeruliseks osutada, sest ühiskonna ootused on ajas muutuvad ning nõudmised võivad olla kõrgemad kui seadusandlus parajasti ette näeb. (Carroll 1991, 6)

Carroll näeb filantroopilise kohustuse täitjana ettevõtet hea ühiskonnaliikmena. Ühiskond ootab, et ettevõtte kasutaks raha ja inimressursse ka selleks, et parandada kogukonna elukvaliteeti.

Selleks võib organisatsioon annetada näiteks kogukonnale, kunsti või haridusse. Erinevalt eetilistest kohustustest on heategevuslike kohustuste täitmine rohkem vabatahtlik. Inimesed hindavad kõrgelt, kui ettevõtte läbi heategevuse ühiskonda panustab, kuid ei pea eba-etiiliseks, kui ta seda ei tee. (*Ibid.*, 7) Niisiis on kasumi maksimeerimine, seadustele vastamine, eetiline ja aus käitumine, õiglus ning erapooletus ja heategevuslik panus kogukonda Carrolli püramiidi kohaselt kohustused, mis igal ettevõttel ühiskonna ees on (vt Joonis 1.1.). Oluline on teada saada, kas tänased ettevõtjad ja majandusüliõpilased nõustuvad Carrolli püramiidi ülesehitusega ning kui mitte, siis kuidas nemad ettevõtte kohustusi järjestaksid. (Haski-Leventhal 2013, 7)



Joonis 1.1. Carrolli püramiid
Allikas: Carroll (1979, 1971), autori koostatud

CSR kontseptsiooni pooldajad leiavad, et kui ühiskond nõuab ettevõtetepoolset vastutuse võtmist ning eelistab enda ootustele vastavate ettevõtete tooteid, on vastutustundlikud ettevõtted teistest edukamad. Vastutustundetu käitumise poolt põhjustatud kulud on kõrged nii organisatsiooni kui ka ühiskonna jaoks. Ettevõtted, kes soovivad pikaajaliselt edukad olla, peavad enda väärtussüsteeme vastavalt kohandama, et need vastaksid pikas perspektiivis ühiskonna vajadustele ja soovidele. (Götherström 2012, 4)

Tänapäeval on ühiskonna jaoks oluline, mil viisil ettevõtte kasumit teenib. Ettevõtted kasutavad oma tegevusega kõiki ressursse, mida ühiskond ja looduskeskkond pakub ning seetõttu

oodatakse ka ettevõtetele ümbritsevale tagasi andmist. Vastutustundlik käitumine ei peaks olema sunniviisiline, vaid põhinema inimeste endi initsiatiivil. Vastutustundlike ettevõtete edukus sõltub ühiskonnaliikmete teadlikkusest ja hoiakutest. Inimeste teadmiste ja hoiakute kujundamisel on aga suur roll haridusel ja haridusasutustena ülikoolidel. Alapeatükis 1.3. on kirjutatud vastutustundliku ettevõtluse edendamise vajalikkusest ning sellega seonduvatest ootustest haridusasutustele.

1.3. Säästva arengu eesmärgid ning vastutustundliku ettevõtluse edendamine

2015. aasta sügisel avalikustas ÜRO ülemaailmsed säästva arengu eesmärgid 2030. aastaks. Tegevuskava laiahaardelisust tõestavad säästva arengu 17 eesmärki ning nendeni jõudmise hõlbustamiseks püstitatud 169 alaeesmärki. Pingutatakse selle nimel, et 2030. aastaks kaotada vaesus ja nälg kõikjalt maailmast, tagada inimõigused kõigile, suurendada soolist võrdõiguslikkust, kaitsta planeeti ja loodusressursse ning kindlustada kõikide Maa elanike heaolu. Soovitakse suurendada ühiskonna ja planeedi terviklikku jätkusuutlikkust. Selliste suurejoonelist eesmärkide saavutamine on võimalik vaid kollektiivselt. See nõuab tihedat koostööd valitsusasutuste, ettevõtete ja tsiviilühiskonna vahel. Institutsioonide tegevus peab olema läbipaistev, tõhus ja vastutustundlik. (Sustainable ... 2017, 1)

Iga riik vastutab eelkõige enda majandusliku ja sotsiaalse arengu eest. Uue tegevuskava rakendamisel on erasektori ettevõtetele, alates mikroettevõtetest kuni rahvusvahelist ettevõtetele, suur roll. ÜRO kutsub üles kõiki ettevõtteid kasutama loovust ja innovatsiooni säästva arenguga seotud probleemide lahendamiseks. (Transforming ... 2015) 2030. aasta jätkusuutlikkuse arengukavas püstitatud eesmärkide poole püüdleb 193 riiki (Sustainable ... 2017, 1). Nii Euroopa Liit kui ka Eesti on enda poliitikat nendest eesmärkidest lähtuvalt kujundanud.

Euroopa Komisjon edendab vastutustundliku ettevõtluse arengut Euroopa Liidus ning julgustab ettevõtteid juhinduma rahvusvahelistest põhimõtetest ja juhenditest. Euroopa Komisjoni vastutustundliku ettevõtluse edendamise strateegia näeb muuhulgas ette vastutustundliku ettevõtlusega seotud teemade täiendavat integreerimist haridusse, koolitustesse ja uurimistegevustesse. (Corporate ... 2018)

Vastutustundliku ettevõtluse idee on Eesti jaoks küllaltki uus. Mõned Eesti ettevõtted ei ole vastutustundliku ettevõtluse mõistega tuttavad, kuid peavad sellegipoolest ühiskondlikult

vastutustundlikku käitumist enda jaoks väga oluliseks. (The ... 2016, 4) Alates 2005. aastast tegutseb Eestis entusiastide poolt loodud Vastutustundliku Ettevõtluse Foorum, mis koondab vastutustundlikku ettevõtlust praktiseerivaid ettevõtteid. Valitsuse tegevus vastutustundliku ettevõtluse valdkonnas sai alguse 2010. aastal läbi Euroopa Ühtekuuluvusfondi projekti, mis arendas Eesti jaoks välja sotsiaalselt vastutustundliku ettevõtluse platvormi. See nägi ette arengukava vastuvõtmist, mis sisaldas endas vastutustundliku ettevõtluse tavade kogumit, e-õppe moodulit ettevõtjate jaoks, ettevõtete sotsiaalse vastutustundlikkuse indeksit ja tasustamisskeeme ning hulganisti teadlikkust tõstvaid üritusi ja tegevusi. Eesti võttis vastu vastutustundliku ettevõtluse tegevuskava 2012. aastal. (European Commission ... 2013)

Eesti 2012-2014 aastate vastutustundliku ettevõtluse arengukavas oli püstitatud kaks strateegilist eesmärki ja nende saavutamiseks vajalikud tegevused (Eesti ... 2012):

- Sotsiaalselt vastutustundlike ettevõtete tunnustamise ja sertifitseerimise süsteemi laiendamine.
- Vastutustundliku ettevõtlusega seotud teadlikkuse suurendamine nii ettevõtjate, investorite, tarbijate, ametnike, ärispetsialistide, meedia ja arvamussliitrite seas. Selleks tuleb läbi viia ettevõtjatele mõeldud teavituskampaaniaid ja seminare, koguda kokku ja presenteerida häid näiteid ning integreerida sotsiaalselt vastutustundliku ettevõtluse teemasid majanduse eriala õppekavadesse nii ülikoolides kui ka kutsekoolides.

Tegutsemist vastutustundliku ettevõtluse edendamise nimel oodatakse teiste seas ka ülikoolidelt (Popowska 2016, 115). See on sätestatud nii Euroopa Liidu kui ka Eesti jätkusuutlikkuse arengukavas. Vastutustundlikust ettevõtlusest võiksid saada teavitatud kõikide erialade üliõpilased, sest tarbija, töötaja ja investeerijana on igal inimesel suur roll ettevõtete käitumise kujundamisel. Veelgi asjakohasem on aga vastutustundliku ettevõtluse teemade käsitlemine majandushariduses. Majandusüliõpilased on samuti tarbijad, töötajad ja investeerijad, kuid lisaks sellele ka potentsiaalsed ettevõtete juhtivtöötajad ja tulevased arvamussliidrid. Ülikoolide õppekavad võiksid sisaldada lisaks traditsioonilistele majandusteooriatele piisavalt ka eetika, vastutustundlikkuse ja jätkusuutlikkuse põhimõtteid. Magistritöö esimese peatüki neljandas alapeatükis kirjutab autor vastutustundliku ettevõtluse käsitlemise vajalikkusest majandushariduses.

1.4. Vastutustundliku ettevõtluse käsitlemise vajalikkus majandushariduses

Seoses ÜRO Globaalse Kokkuleppega (*Global Compact*) loodi 2007. aastal ülemaailmne ühendus *The Principles for Responsible Management Education (PRME)* (edaspidi PRME). Ühenduse eesmärk on edendada jätkusuutlikkuse põhimõtete sisaldumist kõrghariduses, suurendades seeläbi üliõpilaste võimekust viia ellu positiivseid muutusi nii ühiskonna kui ka looduskeskkonna jaoks. PRME-l on 650 liiget, mis teeb sellest suurima ÜRO ja majandusharidust pakkuvate kõrgharidusasutuste vahelise ühenduse. Tähelepanu keskmes on ÜRO jätkusuutliku arengu eesmärgid ning missiooniks on nende eesmärkide realiseerimine läbi hariduse. PRME ühendab ülikoole helgema tuleviku nimel, andes suunitlusi vastutustundliku ettevõtluse temaatika integreerimiseks õppekavadesse, et kindlustada tulevaste ärimeeste ja -naiste varustus selleks vajalike oskuste ja teadmistega. (What ... 2018)

Hariduse eesmärk on muuta inimesi targemaks, paremini informeerituks, eetiliseks, vastutustundlikumaks, kriitiliseks ja õppimisvõimelisemaks. Haridus teenib ühiskonda üliõpilastele kriitilise maailmapildi kuvamisega, millega luuakse suuremat teadlikkust ja kohalolu, teadvustatakse olemasolevaid probleeme ning nende põhjustajaid. Avastatakse uusi tehnikaid ja vahendeid inimkonna poolt tehtud vigade ning valitseva ebaõigluse vähendamiseks. Haridusel on võime levitada teadmisi ja arendada inimestes oskusi, et kutsuda esile soovitud muutuseid inimeste käitumises, väärtushinnangutes ja elustiilis. Seeläbi on võimalik pöörata inimkond kõrvale vanalt kursilt, mis viib kasvavate probleemide ja ähvardavate katastroofideni ning juhatada neid uuele rajale, et alustada teekonda jätkusuutlikkuse poole. Kokkuvõtlikult on haridus inimkonna suurim lootus ja efektiivseim viis jätkusuutliku arengu saavutamiseks. (Educating ... 1997, 1)

Mitmed suurettevõtetega seotud skandaalid on põhjustatud halvatest juhtimispraktikatest, mille päritolu peitub viimaste kümnendite akadeemilise majandushariduse iseloomus (Ghoshal 2005). Traditsioonilised teooriad nagu tehingukulude ökonoomika ja agenditeooria käsitlevad majanduslikke ja finantsilisi muutujaid esmastena või isegi ainsatena, mida otsuste tegemisel arvesse tuleb võtta. Lisaks arvatakse, et mida kasumlikum on ettevõtte, seda suurema panuse annab ta ühiskonna heaolusse. (López-Navarro, Segarra-Ciprés 2015, 315) Sarnase kriitikaga seisukohta tänapäevase ülikoolihariduse suhtes on väljendanud lisaks Ghoshalile teisedki autorid (Kashyap *et al.* 2006; Pfeffer 2005; Mitroff 2004). Niisiis on eelnevatel kümnenditel majandushariduses domineerinud majanduslik vaade, kuid viimastel aastatel on üha rohkem

kasvanud huvi ka ettevõtlustegevuse vastutustundlikkuse vastu. Akadeemilises kirjanduses kohtab ärietiika ja ettevõtete sotsiaalselt vastutustundliku käitumise teemasid üha sagedamini. Samuti ettevõtete teadaannetes ja aruannetes. (López-Navarro, Segarra-Ciprés 2015, 1) Mitmetes teadusartiklites on jõutud järeldusele, et ettevõtetel on huvigruppide ees lisaks kasumi maksimeerimisele veel teisigi vastutusalasid ning sotsiaalse vastutustundlikkuse taset peetakse oluliseks ettevõtte efektiivsuse (*corporate effectiveness*) näitajaks. (Meehan *et al.* 2006; Carroll 1999; Carroll 1991; Freeman 1984)

Mitmed uuringud on tõestanud positiivset korrelatsiooni CSR-i printsiipide rakendamise ja ettevõtte finantstulemuste vahel (Key, Popkin 1998; Frooman 1997). Ülikoolid mängivad suurt rolli tulevaste ettevõtjate teadmiste ja hoiakute kujundamisel ning seetõttu peaksid ka õppekavad ettevõtete vastutustundliku käitumise vaadet sisaldama. Looduskeskkonnale tehtud kahjust ja hooletussejätmisest põhjustatud tagajärjed on jõudnud murettekitavasse etappi ning tulevik sõltub sellest, mil viisil nooremad põlvkonnad ettevõtlusega tegelema hakkavad ning kuidas enda tegevuse mõju ümbritsevale mõistavad (Lämsä *et al.* 2008). CSR on üks paljudest meetmetest, millega inimeste keskkonnaalast teadlikkust tõsta. (Ahmad 2012, 85)

Paraku on mitmete uuringute autorid leidnud, et majandusharidus ei ole veel piisavalt selles suunas arenenud, et tuua ellu suuri positiivseid muutuseid tulevaste ettevõtlusprofessionaalide käitumises. Põhjusena nähakse majandusvaldkonda kuuluvate erialade õppekavade keskendumist eelkõige majandusteooriatele ja -mudelitele, millel on suurem rõhk aktsionäriväärtusel kui sidusrühmade mudelil. (López-Navarro, Segarra-Ciprés 2015, 314) Vastutustundliku ettevõtluse õpetamine nõuab loomingulisust ning selleks on võimalik kasutada hulganisti erinevaid meetodeid. Alapeatükis 1.5. on kirjeldatud, mil viisil on võimalik nn pehmeid väärtusi majandusõppesse integreerida.

1.5. Vastutustundliku ettevõtluse õpetamine

Ettevõtte sotsiaalse vastutustundlikkuse õpe on üks jätkusuutliku väärtusejuhtimise õpetamise liikidest, mis on välja töötatud selleks, et ka ettevõtete vastutustundlikkus üliõpilase isikliku väärtussüsteemi osaks saaks. (Ackermann 2007, 3) Vastutustundlikku käitumist puudutavate teemade õppesse integreerimine on olnud pikka aega arutelu all. Sellegipoolest ei ole jõutud selgusele, kas seda oleks kõige efektiivsem teha läbi olemasolevate õppeainete, uute õppeainete

või hoopis uute õppekavade. (Christensen *et al.* 2007; Rusinko 2010) Meetodi tõhususe tagamiseks tuleb enne valiku tegemist kaaluda põhjalikult kõiki võimalikke variante. (Rusinko 2010).

Sõltumata valitud õppemeetodist, tuleb õppetegevus korraldada nii, et vastutustundlikkus oleks seostatav konkreetse juhtimisülesandega nagu näiteks finantsjuhtimine või strateegiline juhtimine. (Barber, Venkatachalam 2013, 387) Vajalik on see selleks, et üliõpilased oskaksid tulevikus neid põhimõtteid ettevõtlustegevuses rakendada. (Rusinko 2010; Jurowski, Liburd 2001) Empiirilised uuringud on huvitavate CSR-teemaliste õppeprogrammide väljatöötamiseks väga vajalikud. Õpe peab olema atraktiivne, et üliõpilastel oleks huvi ja motivatsiooni õppida vastutustundlikku ettevõtlust kui realselt kasutatavat praktikat, mitte kui esoteerilist kõrvalteemat. Tänu sellele, et paljud ettevõtted juba rakendavad CSR-i printsiipe, on tunduvalt lihtsam vastavaid teemasid standardsetesse juhtimisainetesse integreerida. (Ackermann 2007, 4)

Eetika, CSR-i ja jätkusuutlikkuse teemade õppesse integreerimist on nimetatud suurimaks katsumuseks, millega majandusülikoolid silmitsi seisavad. (Russell 2006, 4). Teemade põhiõppesse integreerimine on etapiline protsess, kus tihtipeale esmajärgus hakatakse pakkuma teemakohaseid valikaineid, seejärel muudetakse teatud kursused kohustuslikeks ning alles siis lisatakse põhikontseptsioonid põhiõppe õppeainetesse. (Christensen 2007, 354)

Mitmed uuringud on tõestanud, et ülikoolide rõhuasetusel CSR-i teemadele ja sotsiaalsetele probleemidele on mõju üliõpilaste hoiakutele (Kleinrichert *et al.* 2013; Angelidis, Ibrahim 2004; Stead, Miller 1988; Boyd 1981; White, Montgomery 1980). Vastutustundliku käitumise õppekavasse lülitamise eesmärk on julgustada üliõpilasi sellel tähtsal teemal rohkem mõtlema ja kaasa rääkima. Sotsiaalselt vastutustundliku lähenemise käsitlemine haridusasutustes arendab inimese kriitilist mõtlemist, informatsiooni töötlemise oskust, argumenteerimis- ja suhtlemisoskust. Lisaks sellele suureneb austus ümbritseva keskkonna, teiste kultuuride ja inimeste vastu ning paraneb teadlikkus sotsiaalsest õiglusest ja inimõigustest. Areneb inimese isiklik vastutustunne ja taju endast kui maailmakodanikust. (Barber, Venkatachalam 2013, 387)

Tänaseks ei ole olemas üht laialdaselt aktsepteeritud juhendit või õppekava sotsiaalse vastutustundlikkuse õpetamiseks. Alapeatükk 1.6. kirjeldab uuringute põhjal, millised on mujal maailmas majandusvaldkonda kuuluvate erialade õppekavad vastutustundliku ettevõtluse

teemade sisalduse poolest ning milliseid meetodeid majandusüliõpilaste õpetamiseks kasutatakse.

1.6. Vastutustundlik ettevõtlus majandushariduses 21. sajandil

Mitmetes uuringutes on sotsiaalselt vastutustundlikku ettevõtlust kasutatud paljuhõlmava mõistena, mille alla kuuluvad ka eetika ja jätkusuutlik äritegevus (Matten, Moon 2004). Nende seas on 2003. aastal Euroopa riikides läbiviidud uuring, mis andis mõista, et CSR oli tolle aja hariduses hiljutine areng. 80% uuritud ülikoolidest väitis, et kaasavad vastutustundliku ettevõtluse teemasid õppekavadesse. Kõige levinum meetod selleks oli teemakohaste valikainete pakkumine ning üliõpilased valisid neid õppeaineid väga sagedaselt. Teemade edasiandmiseks kasutati ka põhiõppe õppeaineid nagu finantsarvestus, turundus ja ärijuhtimine. Neljandik uuritud ülikoolidest sisaldas õppekavas CSR-i kohustusliku aina, et kindlustada kõikidele ülikooli lõpetanud üliõpilastele CSR-i teadmiste baastase. Praktikute kõnelejatena kasutamine oli üks laialdasemalt levinud õpetamise meetod. Välislektoriteks olid inimesed valitsusvälistest organisatsioonidest, ettevõtluse või CSR-i spetsialistid. Seega CSR-teemalise õppe sisu oli suuresti mõjutatud majandustegevuses parasjagu kehtinud tavadest. 80% vastanute arvates oli majanduskeskkond üks olulisemaid õppepartnereid. Lisaks väliskõnelejatele kasutati palju ka teemakohaseid juhtumiuuringuid, korraldati erinevaid väljasõite ja vahetusõpinguid, kasutati e-õpet ning audiovisuaalseid vahendeid. Bakalaureuseõppes oli CSR teemade käsitlemine tunduvalt vähem levinud kui magistriõppes. Küll aga suur osa majandusüliõpilastest piirdub bakalaureusekraadiga, mistõttu leidsid autorid, et ettevõtete vastutustundliku käitumise edendamiseks on oluline suurendada vastavate teemade sisaldust bakalaureuseõppe õppekavades. Ikka selleks, et järgmiste generatsioonide juhid omaksid ärimaailmas toimetulekuks piisavat teadmistepagasit. (Matten, Moon 2004, 327–330)

Mõisted nagu sotsiaalselt vastutustundlik ettevõtlus, eetika ja jätkusuutlikkus küll kattuvad suuresti, kuid on siiski ka eristatavad. Lisa Jones-Christensen, Ellen Peirce, Laura Pincus Hartman ja Michael Hoffman on enda uuringus defineerinud neid mõisteid järgmiselt (Christensen *et al.* 2007, 351):

- Ärieetika on eetika rakenduslik vorm, mis vaatab eetilisi käitumisreegleid ja -põhimõtteid ärilises kontekstis; mitmesuguseid moraalseid ja eetilisi probleeme, mis

ärimaailmas ette võib tulla; spetsiaalseid ülesandeid ja kohustusi, mis on omased ärimaailmas tegutsejatele.

- Ettevõtte sotsiaalne vastutustundlikkus hõlmab endas ettevõtte vabatahtlikku tegutsemist mõjutamaks oma äritegevusega sidusrühmade huvides positiivselt nii majanduslikku, sotsiaalset kui ka looduskeskkonda.
- Jätkusuutlik äritegevus panustab õiglasesse ja ökoloogiliselt jätkusuutlikkuse majandusse. Ettevõtted pakuvad tooteid ja teenuseid, mis rahuldavad ühiskonna vajadusi samal ajal pingutades kõikide Maa asukate heaolu nimel.

L. Jones-Christenseni, E. Peirce-i, L. P. Hartmani ja M. Hoffmani poolt 2007. aastal läbiviidud uuringusse kaasati *Financial Times*-i hinnangul maailma 50 parimat majandusharidust pakkuvat ülikooli. Uuringu eesmärk oli selgitada välja kui suures osas tippülikoolide õppekavad eetika, ettevõtete vastutustundlikkuse ja jätkusuutlikkuse teemasid sisaldavad. Tulemustest selgus, et 84,1% uuritud ülikoolide õppekavadest sisaldab kohustusliku aina vähemalt üht nendest teemadest. See tähendab, et enamus uuringus osalenud tippülikoolidest nõuavad üliõpilastelt diplomi saamiseks taolisesse valdkonda kuuluva aine läbimist. Mitmete ülikoolide vastajad märkisid, et eetikat õpetatakse kohustuslikus korras ning kombineeritult kas sotsiaalse vastutustundlikkuse või jätkusuutlikkuse teemadega. Kombinatsioonidest enimkasutatav oli kõigi kolme teema kooslus (27%). Kaks ülikooli pakkusid üliõpilastele sellist õppekava, mis sisaldas majandusõppele tavapäraseid kursuseid, kuid kõik õppeained olid ühtlasi seotud ka eetika ja jätkusuutlikkusega. Õppejõududeks olid peamiselt juhtival positsioonil töötavad inimesed. Iga kursuse hindest moodustas 25% see, kui edukalt üliõpilane eetika ja jätkusuutlikkuse teemadega toime oli tulnud. Nendes ülikoolides ei suhtunud eetikasse kui eraldiseisvasse valdkonda, vaid teemasse, mis peab olema terve õppekavast tihedalt läbi põimitud. (Christensen *et al.* 2007, 351–356)

2007. aastal kasutati tippülikoolide majandushariduses eetilise ja vastutustundliku äritegevuse õpetamiseks palju ka ekskursioone erinevatesse asutustesse ja isegi välisriikidesse. Sel moel said üliõpilased kohtuda ettevõtete juhtide, riigiametnike ning ühiskonnaliikmetega erinevatest keskkondadest. Väljasõite tehti ka selle eesmärgiga, et võimaldada üliõpilastel kaasa lüüa jätkusuutlikkust edendavates või kohalikku kogukonda toetavates projektides. Sellistel tegevustel on positiivne mõju nii ühiskonnale kui ka üliõpilastele, kes tänu sellele isiklikul tasandil oluliselt arenevad. (Christensen *et al.* 2007, 357–358)

Ameerika Ühendriigis Washingtonis asuv Marylandi Ülikool on eriline selle poolest, et seal kasutatakse eetika, CSR-i ning jätkusuutlikkuse teemade õpetamiseks kolmepäevast programmi, mille kesksel kohal on vanglakülastus. Üliõpilased saavad kohtuda nn valgekraeliste kriminaalidega, et arutleda ärimaailmas ebaeetilise käitumisega toime pandud kuritegude tagajärgede üle. Lisaks vangla külastamisele sisaldab see kohustuslik, kuid mitte hindeline õppeaine kohustuslikku lugemist, rollimänge, loenguid ning külalislektoreid. Õppemeetodit kasutatakse juba alates 1996 aastast (Loeb, Ostas 1996) ning seda võib pidada majandushariduses üheks varaseimaks näiteks kogemuslikust õppemeetodist eetika õpetamisel. (Christensen *et al.* 2007, 358)

2014-2015 aastatel viidi läbi mitmeid uuringuid, et selgitada välja peamiselt Euroopa riikide majandusülikoolide õppekavades vastutustundliku ettevõtluse teemade sisaldus ning õpetamiseks kasutatavad meetodid. Leiti, et kõrgharidustaseme astme kasvades antakse eetilisi otsustusprotsesse üliõpilastele üha rangemalt edasi. Bakalaureuseõppes on teemakohastesed kursused enamasti valikainetena. (Rajah *et al.* 2016, 34–35) CSR-i õpetamiseks kasutati laialdaselt juhtumiuuringuid, välislektoreid ja erinevaid väljasõite (Social ... 2016). CSR-i õpetamine on viimaste aastate jooksul mitmetes riikides oluliselt edasi arenenud. Sellised riigid on näiteks Hispaania, kus nii bakalaureuse- kui ka magistriõppes on vastavate teemade osakaal õppekavades suurenenud, ja Ungari. Ungaris oli 2007. aastal vaid kaks ülikooli, mis CSR-i teemalisi kursuseid õppekavas sisaldasid. (Line, Braun 2007) Tänapäeval on vastutustundliku ettevõtluse sisuga õppeained igas suuremas Ungari ülikoolis. Alates 2009. aastast on Budapestis võimalik õppida sotsiaalselt vastutustundlikku ettevõtlust ka ühe aasta pikkuse magistriõppena. Õppekava on orienteeritud praktilisele õppele. Üliõpilased lahendavad juhtumiuuringuid ja on tihedas suhtluses tööstusharude esindajatega. (Jablonkai 2016, 96) Poolas on samuti mitmetes ülikoolides alates 2009. aastast sarnaseid õppeprogramme, kuid üliõpilaste huvi nendes osaleda on langemas, mis viitab sealse turu vähesele nõudlusele CSR spetsialistide järele (Popowska 2016, 122). Sotsiaalselt vastutustundliku ettevõtluse magistriõppe programme on ka Hollandis, kus seda pakuvad nii avalikud kui ka eraülikoolid (Moratis, Jerzawi 2016, 54).

Vastutustundliku ettevõtluse integreerimine majandusharidusse on mitmel pool maailmas toimunud juba mitmeid aastaid ning on siiani arenev protsess. Vähe on uuritud nii üliõpilaste, õppejõudude kui ka töandjate seisukohti vastava teema osas (Barber, Venkatachalam 2013, 386). Küll aga tuleks nende arvamusi tõhusate vastutustundliku ettevõtluse õpetamise meetodite väljatöötamiseks arvesse võtta. Niisiis on teiste seas üliõpilased üheks grupiks, kelle teadmisi,

hoiakuid ning arvamusi vastutustundlikust ettevõtlusest põhjalikult uurida võiks. Alapeatükis 1.7. kirjeldatakse mujal maailmas läbiviidud uuringuid majandusüliõpilaste hoiakutest vastutustundliku ettevõtluse suhtest ning ülikoolist kui hoiakute kujundajast.

1.7. Uuringud majandusüliõpilaste hoiakutest vastutustundliku ettevõtluse suhtes ning ülikoolide rollist nende kujundamisel

Väga oluline element, mis CSR-i integreerimist majandusõppesse mõjutab, on üliõpilaste huvi ning nõudlus teemakohase informatsiooni järele. (Moratis, Jezrawi 2016, 58)

2013. aastal avaldati PRME poolt läbiviidud uuring, mille eesmärk oli uurida majandusüliõpilaste hoiakuid vastutustundliku ettevõtluse suhtes. Uuring kaasas 1285 üliõpilast maailma eri paikadest – Ameerikast, Islandilt, Hiinast ja Austraaliast. Nende seas oli nii nominaalkoormusega kui ka osakoormusega õppivaid, õppekava erinevas faasis olevaid üliõpilasi. Andmaks terviklikku hinnangut üliõpilaste väärtushinnangutele ja hoiakutele ning ülikooli rollile nende kujundamisel, analüüsiti saadud vastuseid nii kvantitatiivselt kui ka kvalitatiivselt. (Haski-Leventhal 2013, 4–12)

Vastustest ilmnas, et isikliku elu juures pidasid üliõpilased väga oluliseks, et see oleks õnnelik ja turvaline – 56% vastanutest hindas selle olulisust maksimaalselt. Sellele järgnes „enda väärtuste järgi elamine“, mida samuti väga oluliseks hindas 50% üliõpilastest. (*Ibid.*, 13)

Äri-eetikaga oli ülikoolis kohustusliku õppeaine raames kokku puutunud 47% vastanutest, vastutustundliku ettevõtlusega 38,6%, eetiliste otsustusprotsessidega 32,5% ja ettevõtlustegevuse seadusandliku poolega 30,4% üliõpilastest. Kõige vähem puututi kokku kohustusliku õppeaine raames inimõiguste, roheline majanduse ja ausate kaubandustavadega. Valikainena õpiti enim sotsiaalset ettevõtlust ning kõige vähem inimõiguseid. Varasemate uuringutega võrreldes näitasid saadud vastused, et õppekavad on vastutustundliku juhtimise põhimõtteid rohkem sisaldama hakanud. (Haski-Leventhal 2013, 15) Küsimusele, kui hästi varustatult üliõpilane end koolist saadud teadmistega tunneb, vastasid pooled, et hästi ning 16%, et väga hästi. Küll aga 28,3% vastanutest tundis end enam-vähem varustatult ning 5,7% ei leidnud, et kool neid vastutustundliku ettevõtluse osas piisaval määral eluks ette valmistaks. (*Ibid.*, 16)

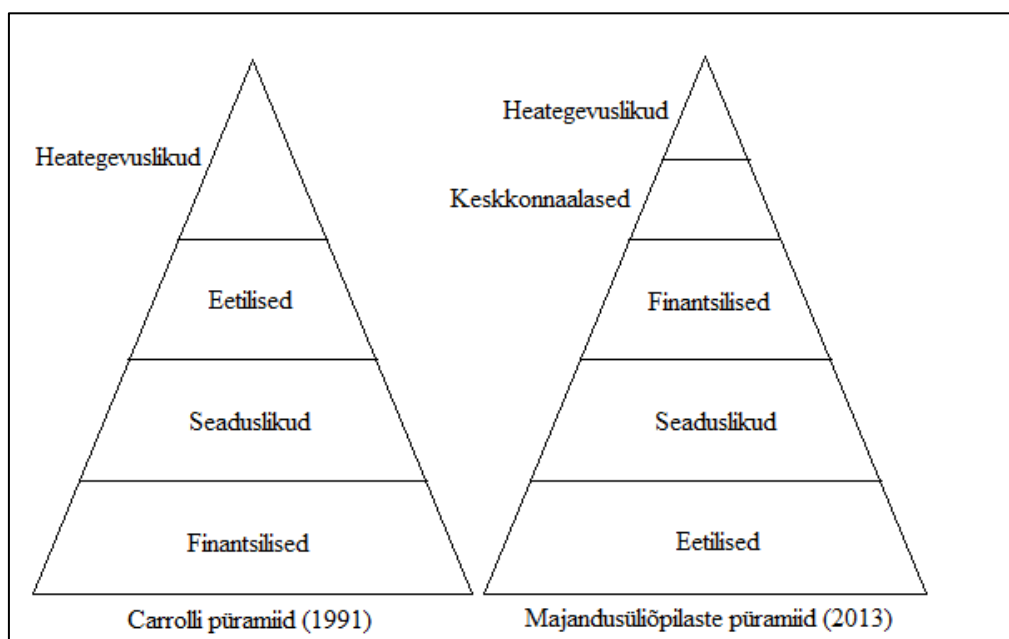
Üliõpilaste vastustest selgus, et nende meelest saab vastutustundlikku juhtimist kõige tõhusamalt õpetada, julgustades üliõpilasi klassiruumides aktiivsemalt kaasa mõtlema ja arutlema (93,8%). Õppemeetoditest kõrgeima hinnangu said enamus vastajatelt ka ülikoolides külalislektoritena teemakohaste ekspertide ja arvamusiidrite (90,8%) ning juhtumiuuringute kasutamine (88,9%). Vaid 16,6% vastanutest arvas, et praeguses õppekavas pole vaja muudatusi teha. Üliõpilaste kommentaarid vastutustundliku ettevõtluse õpetamise teemal olid järgmised (*Ibid.*, 17):

- Eetika ei peaks olema ilmingimata eraldi aine, see ei ole asja mõte. Eetiline mõtlemine peaks olema harjumus ja sellega peaks kokku puutuma iga aine raames.
- Usun, et enamik inimesi (mina kaasa arvatud) ei sooviks sotsiaalseid ja keskkonnaalaseid teemasid näha valikainetena. Sellised teemad tuleks integreerida kohustuslikesse ainetesse.
- Mittetulundussektori esindajana julgustati mind seminarides rääkima ja küsimusi esitama eesmärgiga jagada kaastudengitega minu teistsugust vaatenurka. Vaid õpikus olevate lisasektsioonidena leiavad puutekohad ettevõtete ja ühiskonna vahel minu õppekavas väga vähe kajastust. CSR-i nähakse siiani kui täiendavat kõrvalteemat ja vastutustundliku ettevõtluse üle peetavatesse aruteludesse ei suhtu mõned minu kursusekaaslased sugugi tõsiselt.

Hindamaks üliõpilaste hoiakuid vastutustundliku juhtimise ja ettevõtluse suhtes, esitati neile neli küsimust. Esimesele tuli vastus anda kasutades viiepalliskaalat, kus hindeks antud 1 tähendas, et asjaolu on ebaoluline ning 5, et oluline. Küsiti, kui olulised oleksid väljapakutud asjaolud üliõpilase jaoks kui ta oleks ettevõttes juhtival positsioonil. Klientide rahulolu hindas väga oluliseks 74,8% ning töötajate õiglast ja eetilist kohtlemist 73,8% vastanutest. Järgmisele kohale asetuseks vaid 45,2%-ga üldine olukord majanduses ja finantsturgudel. Osanikele kasumi teenimine, mis Milton Friedmani hinnangul on ettevõtte ainus kohustus, jäi üliõpilaste vastuste põhjal olulisuselt neljandale kohale. Tervelt 68,3% vastajatest märkis, et ettevõtte juhina on nende jaoks tähtis rahu. Kliimamuutust ja keskkonnaprobleeme pidas väga oluliseks 33,3% ning oluliseks 44,2% üliõpilastest. Vabatahtlik tegevus, heategevus ning annetamine said teistest tunduvalt harvem viie palli vääriliselt hinnatud. Kõige märkimisväärsemad erinevused ilmsid meeste ja naiste suhtumise vahel sotsiaalsesse vastutustundlikkusse. Naissoost üliõpilaste jaoks olid kogukonda puudutavad küsimused tähtsamad kui meeste jaoks. (*Ibid.*, 19–20)

Järgnevalt paluti vastajatel järjestada ettevõtte huvigrupid, hinnates nende olulisust ettevõtte jaoks viieballiskaalal. Üliõpilastele anti 10 ettevõtte potentsiaalset huvigruppi ning vastustest ilmnis, et nendest olulisteks peeti kliente (72,8%), töötajaid (69,8%) ja omanikke (41,7%). Vähem oluliseks hinnati ametiühinguid, kogukonnaliikmeid ja töötajate perekondi. (*Ibid.*, 21–22)

Saamaks teada, milline näeks välja üliõpilaste poolt loodud ettevõtte kohustuste püramiid, paluti vastajatel seada Carrolli püramiidi neli ning uuringu autorite poolt juurde lisatud kaks kohustust tähtsusejärjekorda. Tulemusi kirjeldab joonis 1.2.



Joonis 1.2. Carrolli püramiid ja üliõpilaste püramiid
Allikas: Haski-Leventhal (2013, 26), autori koostatud

Üliõpilaste loodud püramiidi ülesehitus erines Carrolli omast. Finantsilised kohustused asetisid üliõpilaste püramiidis tähtsusele kolmandale kohale. Kõige tähtsamaks peeti eetilisi kohustusi ja nendele järgnesid seadusandlikud kohustused. Sotsiaalsed, keskkonnavalased ja heategevuslikud kohustused jäid teistest tunduvalt madalamalt hinnatuks. Ka selle küsimuse puhul erinesid meeste ja naiste vastused nähtavalt. Mehed asetisid kokkuvõttes finantsilised kohustused esimesele kohale, seadusandlusest tulenevad teisele ja eetilised kolmandale kohale. Naised seevastu hindasid eetilisi, seadusandlusest tulenevaid ja sotsiaalseid kohustusi palju kõrgemalt kui mehed ning finantsilisi palju madalamalt. (*Ibid.*, 22–23)

Mitmed uuringud on tõestanud, et naiste jaoks on sotsiaalsed probleemid ja eetilisus tähtsamad kui meeste jaoks (Eweje, Brunton 2010; Albaum, Peterson, 2006; Borkowski, Ugras, 1998).

Viimane küsimus sisaldas seitset sotsiaalse vastutustundlikkusega seotud väidet. Üliõpilastel paluti märkida, mil määral nemad nende väidetega nõustuvad. Selleks kasutati jällegi viiepalliskaalat, kus 1 tähendas mitte nõustumist ja 5 nõustumist. Uuringus osalenud inimesed olid kõige rohkem nõus järgmiste väidetega: a) sotsiaalne vastutustundlikkus ja kasumlikkus saavad käia käsikäes, b) hea eetika on tihtipeale hea äri, c) ettevõtetel on sotsiaalne kohustus, mis on enam kui kasumi teenimine. Nad olid tugevalt vastu sellele, et kasumi teenimise nimel võib vajadusel reegleid painutada. (*Ibid.*, 23)

Üks hiljutisemaid Euroopas läbiviidud uuringuid avaldati 2016. aastal. Selle raames uuriti kümne Euroopa riigi – Türgi, Ungari, Kreeka, Läti, Poola, Saksamaa, Hispaania, Itaalia, Portugali ja Hollandi majandusülikoole ja nende üliõpilasi. Uuringust selgus, et enamus üliõpilastest on ettevõtte sotsiaalse vastutustundlikkusega kokku puutunud ülikoolis, kohustusliku või valikaine raames. Suurem osa vastanutest sai CSR-st teadlikuks juba õpingute algfaasis ning naissoost üliõpilased näivad olevat selliste teemade suhtes vastuvõtlikumad. Sellel, millisel erialal või staadiumis üliõpilane õpib, ei paista olevat mõju tema hoiakutele CSR-i suhtes ei tarbija ega töötajana. Hinnang CSR-i printsiipide rakendamise olulisusele näitab, kui vastutustundlik on inimene tarbijana ning millise käitumisega organisatsioonis ta nõus töötama on. Üliõpilased peavad vajalikuks olla kompetentsed CSR-i puudutavates teemades ning mõistavad nende printsiipide elluviimise seost eduka ettevõtlusega. (Social ... 2016, 20–23)

Haridus on üks suurimaid mõjureid ja tähtsamaid elemente inimese moraalse õigusemõistmise arenemisel (McCabe *et al.* 1991). Noorema põlvkonna teadlikkus CSR-i kontseptsioonist ja selle rakendamise vajalikkusest on parema tuleviku loomiseks väga oluline. (Ahmad 2012, 85) Kokkuvõtteks võib öelda, et uuringute tulemused on lootustandvad, tõestades üliõpilaste huvi vastutustundliku ettevõtluse vastu ning hoolivust ümbritseva suhtes. Majandusüliõpilaste teadlikkust ja hoiakuid seoses vastutustundliku ettevõtlusega on mujal maailmas uuritud, kuid autorile teadaolevalt Eestis seni veel mitte. Teine peatükk kirjeldab autori poolt läbiviidud uuringut.

2. MAJANDUSÜLIÕPILASTE TEADLIKKUS JA HOIAKUD SEoses VASTUTUSTUNDLIKU ETTEVÕTLUSEGA

Magistritöö teine peatükk käsitleb autori poolt läbiviidud uurimust TTÜ, EBS-i ning TÜ majandusüliõpilaste teadlikkusest ja hoiakutest seoses vastutustundliku ettevõtlusega. Uuringu eesmärk oli selgitada välja majandusüliõpilaste teadlikkus ja hoiakud seoses vastutustundliku ettevõtluse ning selle käsitlemisega majandushariduses. Uurida, milliseks hindavad majandusüliõpilased ülikooli rolli enda hoiakute kujundamisel ning milliseid õppemeetodeid nad vastutustundliku ettevõtluse õpetamiseks kõige tõhusamateks peavad. Samuti selgitada välja, kas üliõpilaste arvates käsitletakse vastutustundliku ettevõtluse teemasid majandushariduses piisavalt. Teine peatükk jaguneb kolmeks alapeatükiks, millest esimeses kirjeldab autor uuringu läbiviimiseks kasutatud meetodikat ja valimit ning teises uuringu tulemusi. Kolmandas alapeatükis teeb autor lähtuvalt uuringu tulemustest järeldused ja ettepanekud edaspidiseks.

2.1. Uuringu meetoodika ja valimi kirjeldus

Magistritöö eesmärgi saavutamiseks on autor tutvunud teemakohase kirjandusega ning viinud läbi uuringu majandusüliõpilaste seas. Uuringu läbiviimiseks kasutati kvantitatiivset meetodit, sest see võimaldas küsitleda lühikese ajaga suurearvulist valimit. Küsitlus viidi läbi elektroonilises keskkonnas *Google Forms* perioodil 5. veebruar kuni 12. märts 2018. Valimi moodustasid Estonian Business Schooli (EBS-i), Tartu Ülikooli (TÜ) ning Tallinna Tehnikaülikooli (TTÜ) bakalaureuse- ja magistriõppe majandusüliõpilased. Küsimustik (vt Lisa 1) jõudis majandusüliõpilasteni läbi sotsiaalmeedia-keskkonna. Lisaks sellele edastasid Estonian Business Schooli ja Tartu Ülikooli õppekorralduse spetsialistid enda kooli majandusüliõpilastele küsimustiku ka meili teel. Veebiküsimustikule vastas 110 üliõpilast. Tallinna Tehnikaülikoolis jagati küsimustikke kahes loengus ka paberkujul ning saadi 52 vastust. Ankeedi alguses oli lisaks autori poolt koostatud kaaskirjale kirjeldatud vastajatele ka vastutustundliku ettevõtluse mõiste sisu. Selleks kasutati Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumi kodulehel olevat definitsiooni.

Küsimustiku koostamisel võeti aluseks 2013. aastal avaldatud PRME poolt läbiviidud uuring (Haski-Leventhal 2013), mille tulemusi on kirjeldatud alapeatükis 1.7. ning 2011. aastal avaldatud Zhengfeng Li, Alan A. Pomeri ja Gary I. Noble'i poolt Hiinas ja Austraalias läbiviidud uuring (Li *et al.* 2011). Vajadusel sõnastati mõned vastusevariandid arusaadavamalt ning autori arvates sobimatud eemaldati. Küsimustik sisaldas küsimuste tüüpe nagu jah–ei vastusevariantidega, valikvastustega (nii üht valikut nõudvat kui ka mitut valikut võimaldavast) ja ka Likerti skaala abil hinnangu andmise küsimusi.

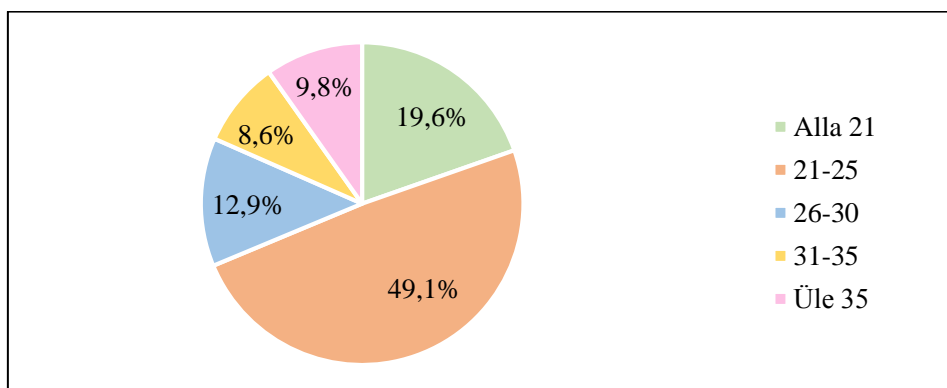
Küsimustik (vt Lisa 1) koosnes 19 küsimusest, millest vaid viimasele vastamine polnud kohustuslik ning andis avatud küsimusena vastajale võimaluse avaldada soovi korral oma arvamust. Küsimustik koosnes kolmest osast. Esimene osa (küsimused 1-6) andis uuringu läbiviijale taustteavet vastaja soo, vanuse, õppetaseme, ülikooli ning töötamise kohta. Küsimustiku teine osa (küsimused 7-15) puudutas teadlikkust ja hoiakuid seoses vastutustundliku ettevõtlusega. Üliõpilastelt küsiti, kas ja millisel viisil nad vastutustundlikust ettevõtlusest kuulnud on. Lisaks sellele paluti vastajatel hinnata oma nõusolekut vastutustundliku ettevõtlusega seotud väidetega. Küsimustiku kolmas osa (küsimused 16-18) puudutas vastutustundliku ettevõtlusega seotud teemade käsitlemist ülikoolide õppekavades. Üliõpilastel paluti hinnata õpetamise meetodite tõhusust, vastutustundliku ettevõtlusega seotud teemade õppekavas sisaldumise piisavust ning ülikooli enda hoiakute kujundajana.

Küsimused 7, 8 ja 10 olid võetud Zhengfeng Li, Alan A. Pomeri ja Gary I. Noble'i poolt läbiviidud uuringust (Li *et al.* 2011) ning küsimused 5, 6, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16 PRME poolt läbiviidud uuringus (Haski-Leventhal 2013) kasutatud küsimustikust.

Pärast küsitlusperioodi alustas autor vastuste analüüsimist. Andmete töötlemiseks kasutati andmetöötlusprogrammi MS Excel. Autor koostas tulemuste paremaks loetavuseks ka joonised ja diagrammid.

Küsimustikule vastas 163 üliõpilast. Vastanud üliõpilastest 24 õppis Tartu Ülikoolis (TÜ), 43 Estonian Business Schoolis (EBS) ning 96 Tallinna Tehnikaülikoolis (TTÜ). Vastajatest enamuse ehk 67,5% (110) moodustasid naissoost üliõpilased. 32,5% (53) vastajatest olid meessoost üliõpilased. (vt Lisa 2)

Üliõpilaste vanuselist jaotust kirjeldab joonis 2.1.



Joonis 2.1. Vastajate vanuseline jagunemine

Allikas: autori koostatud lisa 2 alusel

19,6% (32) vastanutest olid vähem kui 21 aastat vanad, 13% (21) vanusegrupis 26-30, 8,6% (14) vanusegrupis 31-35 eluaastat ning üle 35 aastaseid oli valimis 10% (16). Ligi pooled vastanutest, 49% (80), kuulusid vanusegruppi 21-25 eluaastat.

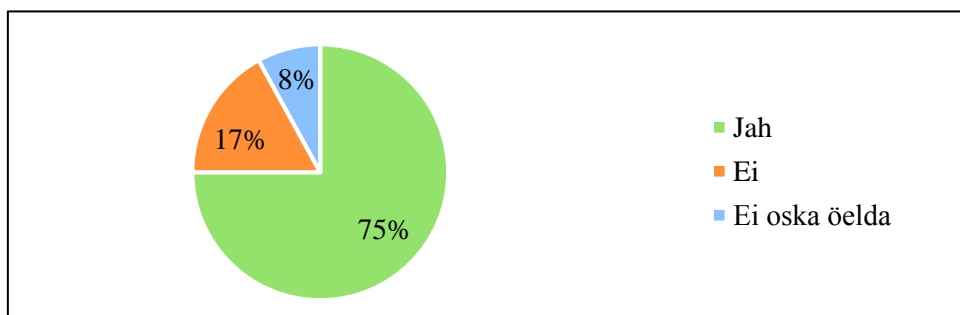
Uuringusse olid kaasatud nii bakalaureuse- kui ka magistriõppe üliõpilased. Bakalaureuseõppe üliõpilased moodustasid valimist 51% (83) ning magistrandid 49% (80). EBS-i üliõpilased moodustasid valimist 26%, TTÜ üliõpilased 59% ning TÜ üliõpilased 15%. Bakalaureuseõppe üliõpilastest moodustasid 52% TTÜ üliõpilased, 35% EBS-i ning 13% TÜ üliõpilased. EBS-i puhul jaotusid vastajad õppetase järgi teiste ülikoolidega võrreldes kõige ebavõrdsemalt – 67% üliõpilastest olid bakalaureuseõppes ning 33% magistriõppes tudeerivad. EBS oli kolmest ülikoolist ainuke, mille vastajate seas oli rohkem bakalaureuse kui magistriõppe üliõpilasi. Tallinna Tehnikaülikooli puhul jagunesid vastajad õppetase järgi küllaltki võrdselt – bakalaureuseõppe üliõpilasi oli 45% ning magistrante 55%. Tartu Ülikoolist vastanute seas oli 46% bakalaureuseõppes ja 54% magistriõppes õppijaid. (vt Lisa 2)

Selgus, et 76,7% üliõpilastest käis lisaks ülikoolis õppimisele ka tööl. 47,9% üliõpilastest töötas täiskoormusega ning 28,8% osakoormusega. 23,3% üliõpilastest tööl ei käinud, vaid tegeles ainult õppimisega. Juhtival positsioonil töötas 25,8% vastajatest, moodustades tööl käijatest 33,6%. (vt Lisa 2)

2.2. Tulemused

Magistritöö peatükis 2.1. kirjeldas autor uuringu metoodikat ning valimit. Küsimustik koosnes kolmest osast, esimese osa vastused on kirjeldatud alapeatükis 2.1. Järgnevalt esitatakse magistritöö uuringu tulemused küsimustiku teise ja kolmanda osa vastuste põhjal.

Majandusüliõpilastelt küsiti, kas nad on vastutustundliku ettevõtluse kontseptsioonist kuulnud. Vastuseid kirjeldab joonis 2.2.

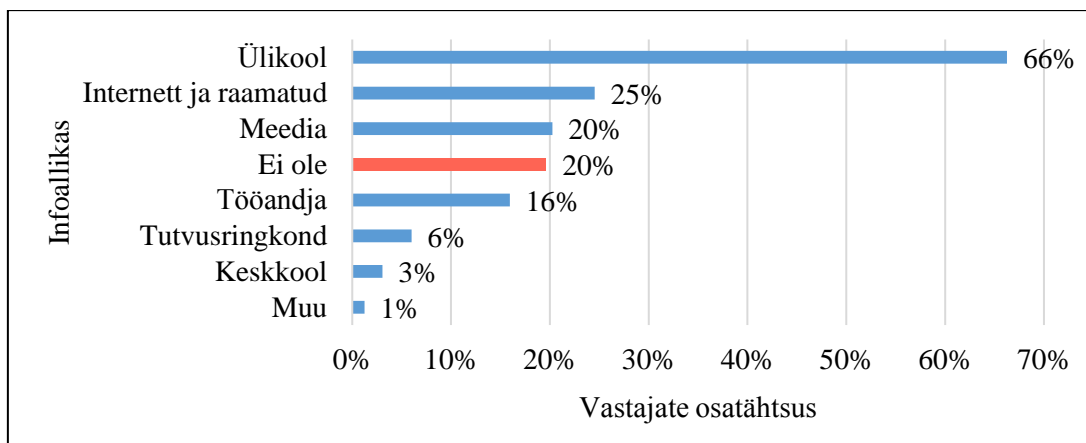


Joonis 2.2. CSR kontseptsioonist kuulnud üliõpilased

Allikas: autori koostatud lisa 3 alusel

75% küsitletutest vastas jaatavalt, 17% eitavalt ning 8% valis vastusevariandiks „ei oska öelda“. Estonian Business Schooli üliõpilastest ei olnud vastutustundlikust ettevõtlusest kuulnud 5%, Tallinna Tehnikaülikooli üliõpilastest 22% ning Tartu Ülikooli üliõpilastest 16,7% (vt Lisa 3).

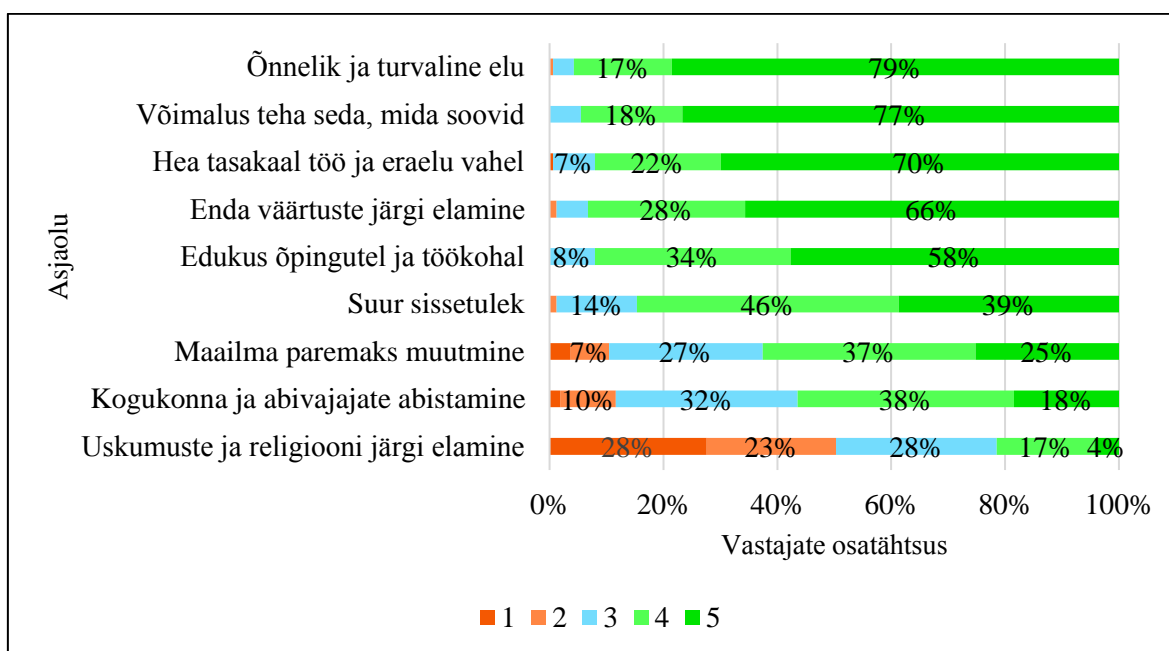
Seejärel sooviti teada, millistest kohtadest üliõpilased CSR-i kohta teadmisi saanud on. Valida võis mitu vastusevarianti. Kõige valitum vastusevariant oli „ülikool“, mille märkis 66% üliõpilastest. EBS-i üliõpilastest oli ülikoolist vastutustundliku ettevõtluse kohta teadmisi saanud 77%, TTÜ üliõpilastest 66% ning TÜ üliõpilastest 52% (vt Lisa 3). Teavet oldi saadud ka internetist ja raamatutest 25%, meediast 20%, tööandjalt 16%, tutvusringkonnast 6% ja keskkoolist 3%. 20% aga vastas, et ei ole vastutustundliku ettevõtluse teemadega kokku puutunud. Estonian Business Schooli üliõpilaste hulgas oli selliselt vastanud 5%, Tallinna Tehnikaülikooli üliõpilaste hulgas 26% ning Tartu Ülikoolist vastanute seas 21% (vt Lisa 3). Vastusevarianti „muu“ kasutas 2 üliõpilast, kellest üks märkis vastuseks täiendkoolituse ning teine teadusartiklid. Vastuseid kirjeldab Joonis 2.3.



Joonis 2.3. Vastutustundliku ettevõtluse teemalise teabe allikad

Allikas: autori koostatud lisa 3 alusel

Üliõpilaste isiklike väärtuste väljaselgitamiseks oli püstitatud küsimus, mis palus üliõpilastel hinnata uuringu läbiviija poolt väljapakutud asjaolude olulisust. Vastuseid kirjeldab joonis 2.4.



Joonis 2.4. Üliõpilaste hinnangud asjaolude olulisusele

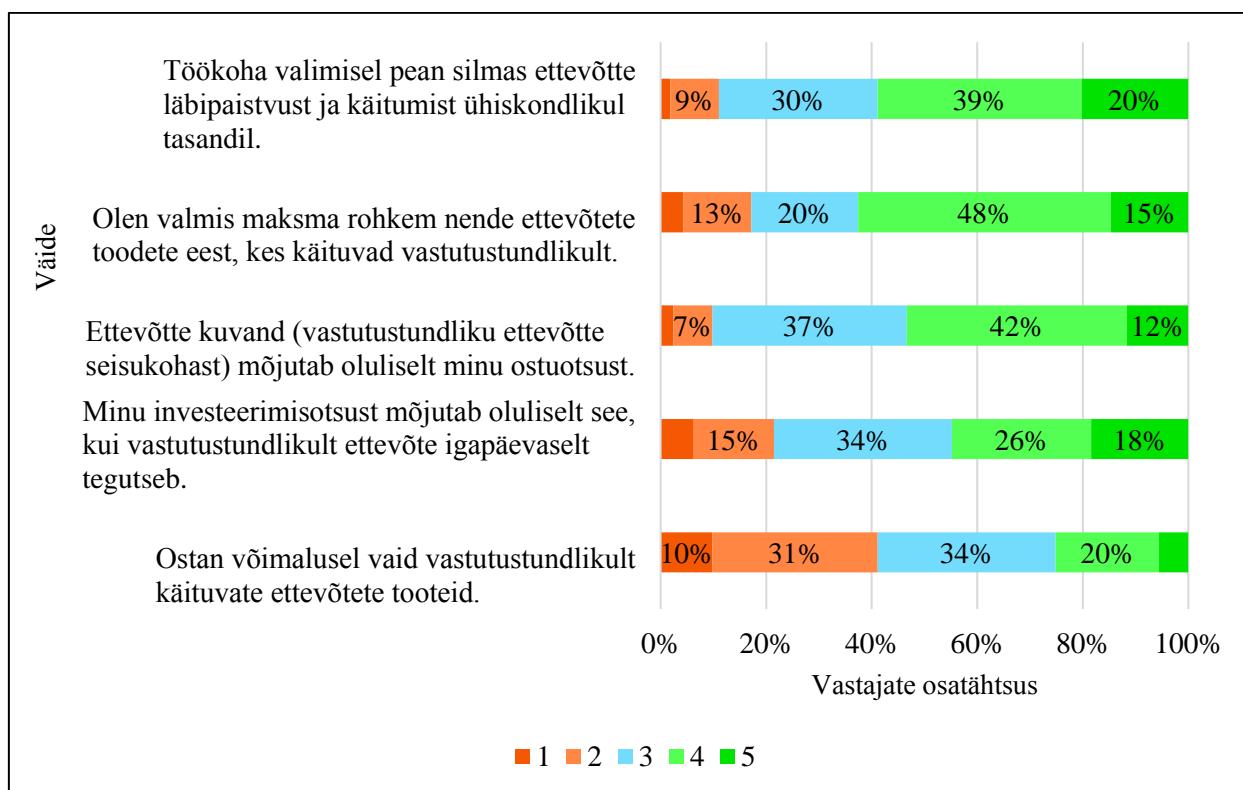
Allikas: autori koostatud lisa 4 alusel

Hindamiseks tuli kasutada viiepalliskaalat (numbritega 1-5). Vastamisel lähtuti põhimõttest, et numbrile 1 vastas „ebaoluline“, numbrile 2 „pigem ebaoluline“, numbrile 3 „ei oska öelda“, numbrile 4 „pigem oluline“ ning number 5 tähendas, et asjaolu on vastaja jaoks oluline. Kõige enam (79%) hinnati vastajate poolt oluliseks võimalust elada õnnelikkude ja turvalist elu. 77%

Üliõpilastest hindas oluliseks võimalust tegutseda vastavalt enda soovidele ning 70% tasakaalu töö- ja eraelu vahel. Suur sissetulek asetis asjaolude pingereas alles kuuendale kohale, olles saanud viie palli vääriliselt hinnatud 39% üliõpilaste poolt. Neljast madalama kaalutud keskmise hinnangu said asjaolud: „uskumuste ja religiooni järgi elamine“ (2,479), „kogukonna ja abivajajate abistamine“ (3,613), „maailma paremaks muutmine“ (3,736) (vt Lisa 4).

Magistrandid hindasid bakalareuseõppe üliõpilastega võrreldes vähem oluliseks vaid üht asjaolu – suurt sissetulekut. Samuti said enamus asjaoludest kõrgema kaaalutud keskmise hinnangu naisüliõpilastelt. Eranditeks olid „maailma paremaks muutmine“, mille puhul meeste ja naiste hinnangute kaalutud keskmised olid võrdsed ning „suur sissetulek“, mille olulisust mehed hindasid kõrgemalt kui naised. (vt Lisa 4)

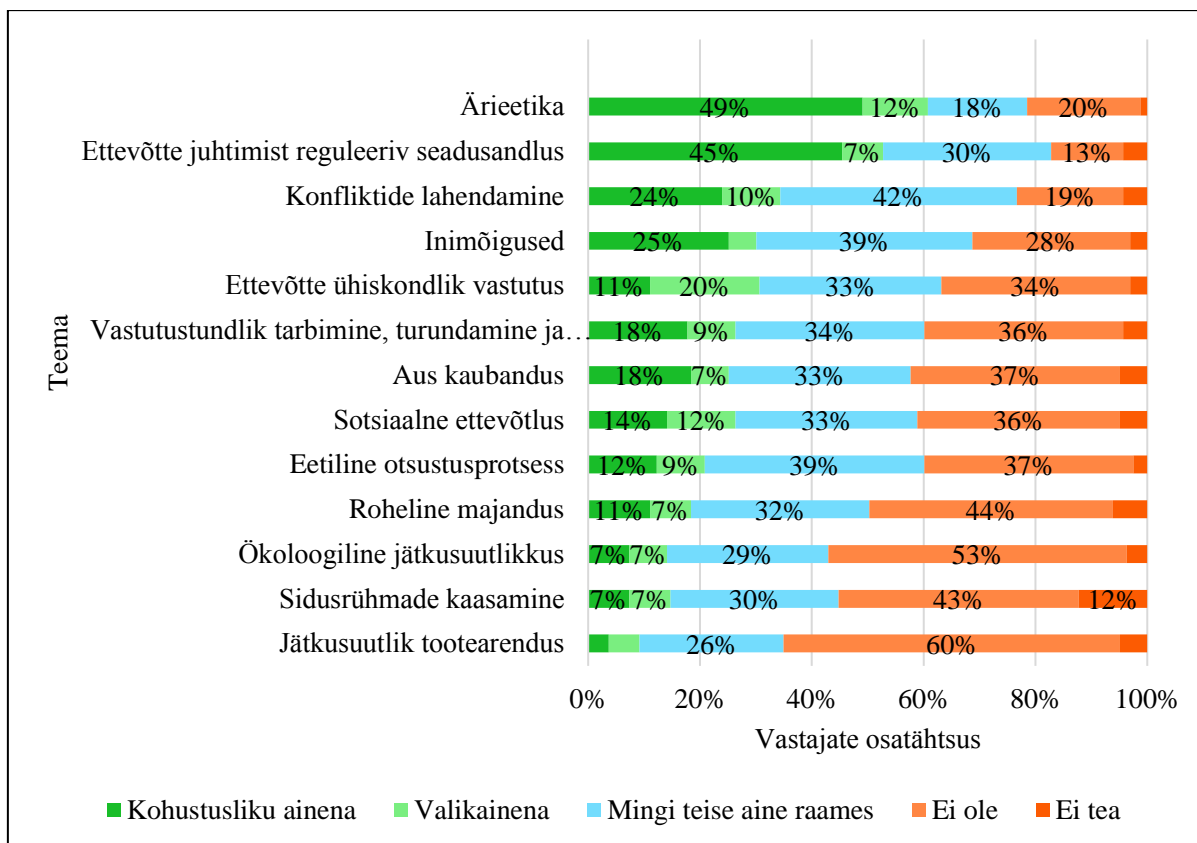
Järgnevalt paluti üliõpilastel hinnata ettevõtte vastutustundlikkuse mõju tema otsustele nii töötaja, tarbija kui ka investorina. Väidetega nõustumist paluti hinnata viiepalliskaalal (1 – ei nõustu üldse, 2 – pigem ei nõustu, 3 – ei oska öelda, 4 – pigem nõustun, 5 – nõustun täielikult). Vastuste jagunemist kirjeldab joonis 2.5.



Joonis 2.5. Üliõpilaste nõustumine käitumist puudutavate väidetega
Allikas: autori koostatud lisa 5 alusel

Väitega „töökoha valimisel pean silmas ettevõtte läbipaistvust“ nõustus ja pigem nõustus 59% ning ei nõustunud ja pigem ei nõustunud 11% üliõpilastest. 30% vastajatest ei osanud öelda, kas see mõjutab neid otsuse tegemisel või mitte. Enamus üliõpilastest, 63%, on nõus ja pigem nõus vastutustundlikult käituvate ettevõtete toodete eest rohkem maksma vastajatest. Seevastu 17% kas pigem ei nõustu või ei nõustu sellega sugugi. 20% üliõpilastest ei osanud seisukohta võtta. Ettevõtte kuvand vastutustundliku ettevõtluse seisukohast mõjutab 54% vastajate ostuotsust. Tervelt 37% ei osanud aga öelda, kas nõustuvad selle väitega või mitte. 44% üliõpilaste investeerimisotsust kas mõjutab oluliselt või pigem mõjutab oluliselt see, kui vastutustundlikult ettevõtte igapäevaselt tegutseb. Samas 22% vastaja investeerimisotsust ettevõtte käitumine ei mõjuta. Väitega „ostan võimalusel vaid vastutustundlikult käituvat ettevõtte tooteid“ nõustus ja pigem nõustus 26% üliõpilastest. Seevastu 41% ei toimiks nii ning 34% ei osanud öelda, kas nõustuvad väitega või mitte. Vaid ühe väite puhul oli oma nõusolekut nelja või viie vääriliselt hinnanud meeste osakaal naiste omast suurem ning selleks oli töökoha valimist puudutav väide (vt Lisa 5).

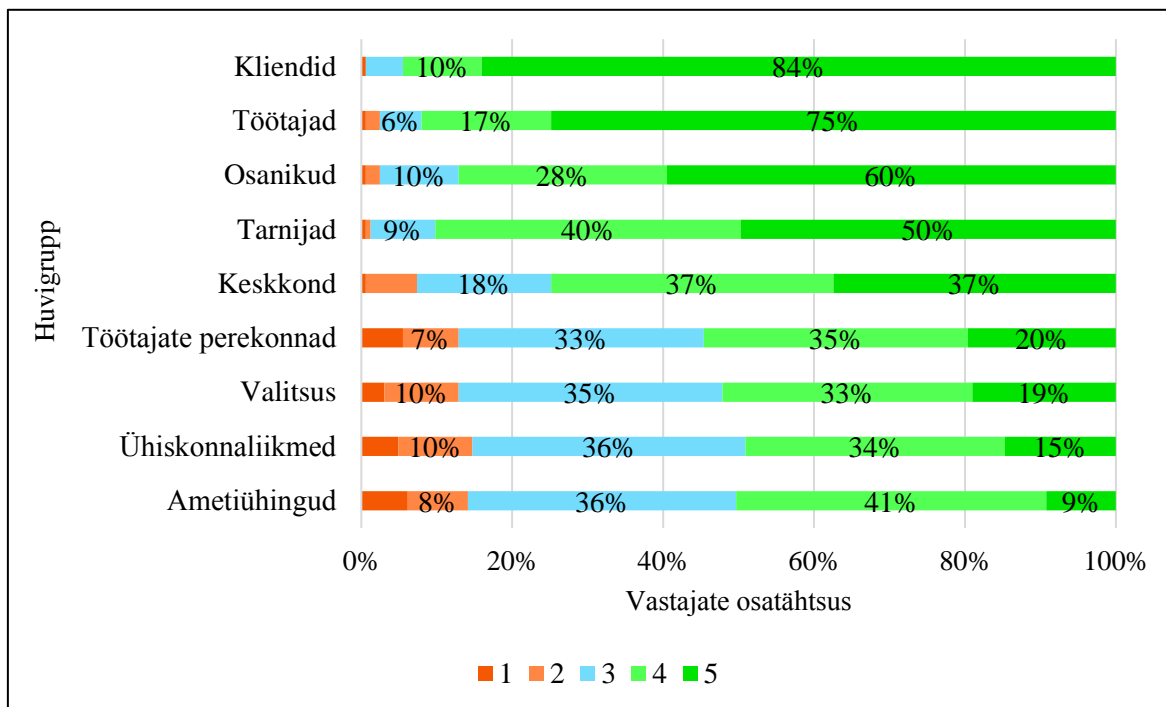
Saamaks teada, mil viisil üliõpilased vastutustundlikku ettevõtlustegevust puudutavate teemadega ülikoolis kokku on puutunud, esitati vastajatele teemad ning paluti märkida, kas nendega on kokku puutunud kohustusliku aine raames, valikaine raames, mingi teise aine raames või ei olegi üliõpilane sellega ülikoolis kokku puutunud. Välistamiseks seda, et vastaja valib teadmatuse tõttu juhusliku vastusevariandi, lisas autor ka võimaluse vastata „ei tea“. Viimane osutus üliõpilaste poolt pigem harva valituks. Peamiselt kohustusliku aine raames olid üliõpilased kokku puutunud ärietikaga ja ettevõtlust reguleeriva seadusandlusega, vastavalt 49% ja 45%. Ülejäänud teemadega olid üliõpilased kokku puutunud kõige enam mõne teise õppeaine raames. Valikainena õpiti enim ettevõtte ühiskondlikku vastutust. Üle poolte üliõpilastest ei olnud küsimustikule vastamise ajaks kokku puutunud jätkusuutliku tootearendusega (60%) ega ökoloogilise jätkusuutlikkusega (53%). Üliõpilaste vastuseid kirjeldab joonis 2.6.



Joonis 2.6. Üliõpilaste kokkupuutumine vastutustundliku ettevõtluse teemadega
Allikas: autori koostatud lisa 6 alusel

Selgitamaks välja, kas üliõpilaste nägemus ettevõtte kohustuste püramiidist ühtib Archie B. Carrolli püramiidiga, paluti vastajatel järjestada kuus ettevõtte kohustust nende tähtsuse järgi selliselt, et number 1 tähistab kõige tähtsamat ning number 6 kõige vähem tähtsat kohustust. Järjestamist vajanud kohustused olid järgmised: heategevuslikud, keskkonnaalased, seaduslikud, sotsiaalsed, eetilised ja finantsilised. Veebiküsitluses ei olnud aga võimalik küsimust piisavalt ühemõtteliselt esitada ning mitmed vastajad küll hindasid kohustusi, kuid ei järjestanud neid. Sellegipoolest võttis autor arvesse kõiki vastuseid. Hinnangute kaalutud keskmiste tulemuste põhjal oli üliõpilaste poolt loodud püramiidis esikohal eetilised kohustused (3,221), millele järgnesid seadusandlikud kohustused (3,129). Finantsilised kohustused (3,387) asetisid alles kolmandale kohale. Tähtsusest neljandale kohale hinnati keskkonnaalased kohustused (3,761) ning viiendale sotsiaalsed kohustused (3,834). Viimasele kohale jäid heategevuslikud kohustused (4,294). Naised hindasid meestest kõrgemalt kõiki kohustusi peale seaduslike ja finantsiliste. (vt Lisa 7)

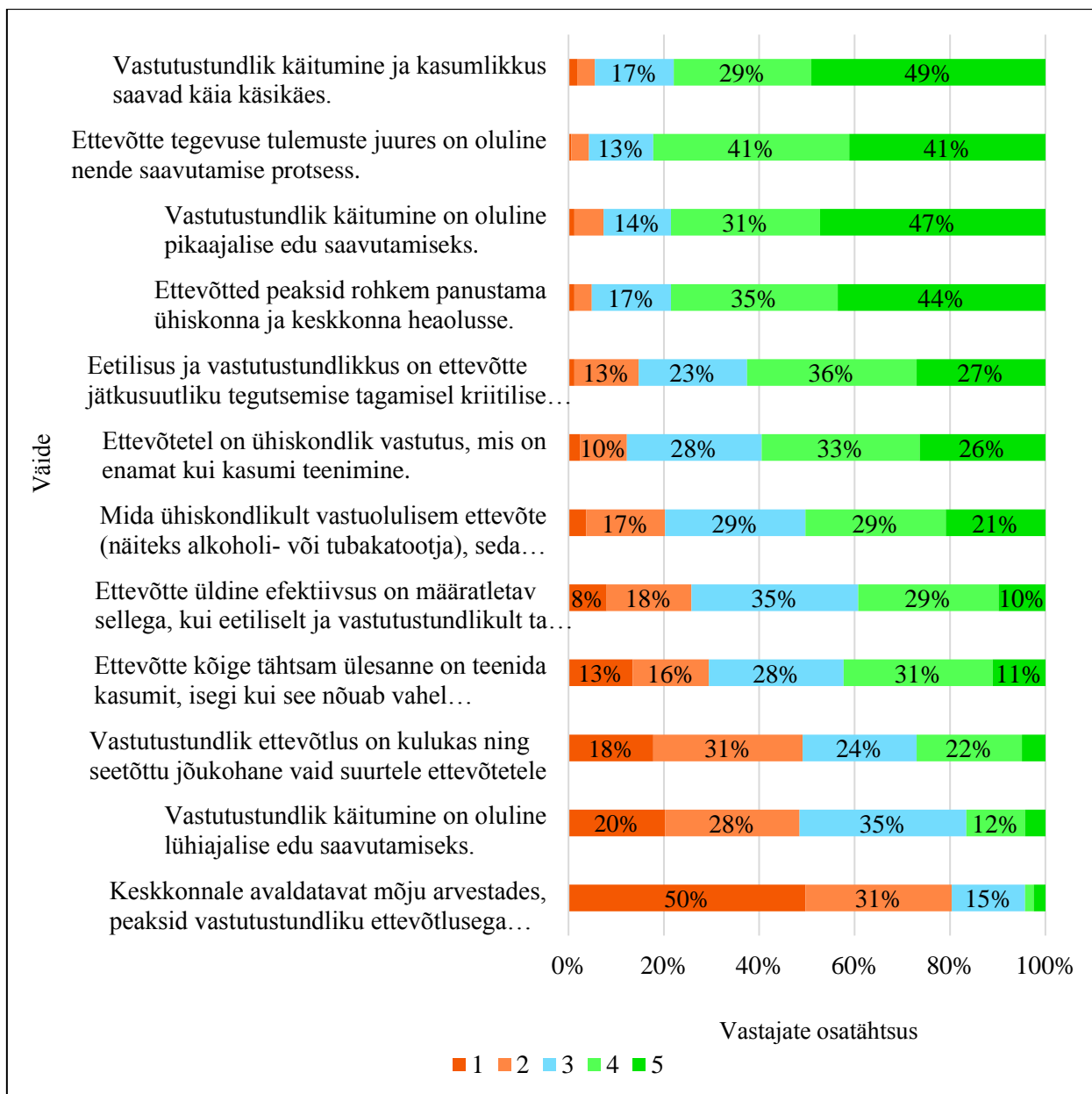
Järgnevalt paluti vastajatel hinnata ettevõtte huvigruppide tähtsust ettevõtte jaoks viiepalliskaalal (1 – ebaoluline, 2 – pigem oluline, 3 – ei oska öelda, 4 – pigem oluline, 5 – oluline). Saadud vastuseid kirjeldab joonis 2.7.



Joonis 2.7. Üliõpilaste hinnangud ettevõtte huvigruppide olulisusele
Allikas: autori koostatud lisa 7 alusel

Üliõpilaste kaalutud keskmise hinnangu järgi peeti kõige tähtsamaks huvigrupiks kliente (4,773), keda hindas oluliseks 84% (137) vastanutest. Klientidest järgmised olid töötajaid (4,628), kes said 75% (122) üliõpilaste poolt viie palli vääriliselt hinnatud. Klientidest ja töötajatest väiksema hinnangu said osanikud (4,436), keda oluliseks hindas 60% (97) üliõpilastest. Osanikele järgnesid tähtsusejärjekorras varustajaid ja tarnijaid (4,380), keskkond (4,043), ühiskonnaliikmed (3,442). Kõige ebaolulisem huvigrupp oli üliõpilaste hinnangul ametiühingud (3,393). (vt Lisa 7)

Järgmise küsimusega esitati üliõpilastele 12 vastutustundliku ettevõtlusega seotud väidet. Väidetega nõustumist paluti taaskord hinnata viiepalliskaala abil. Üliõpilaste vastuseid kirjeldab joonis 2.8.

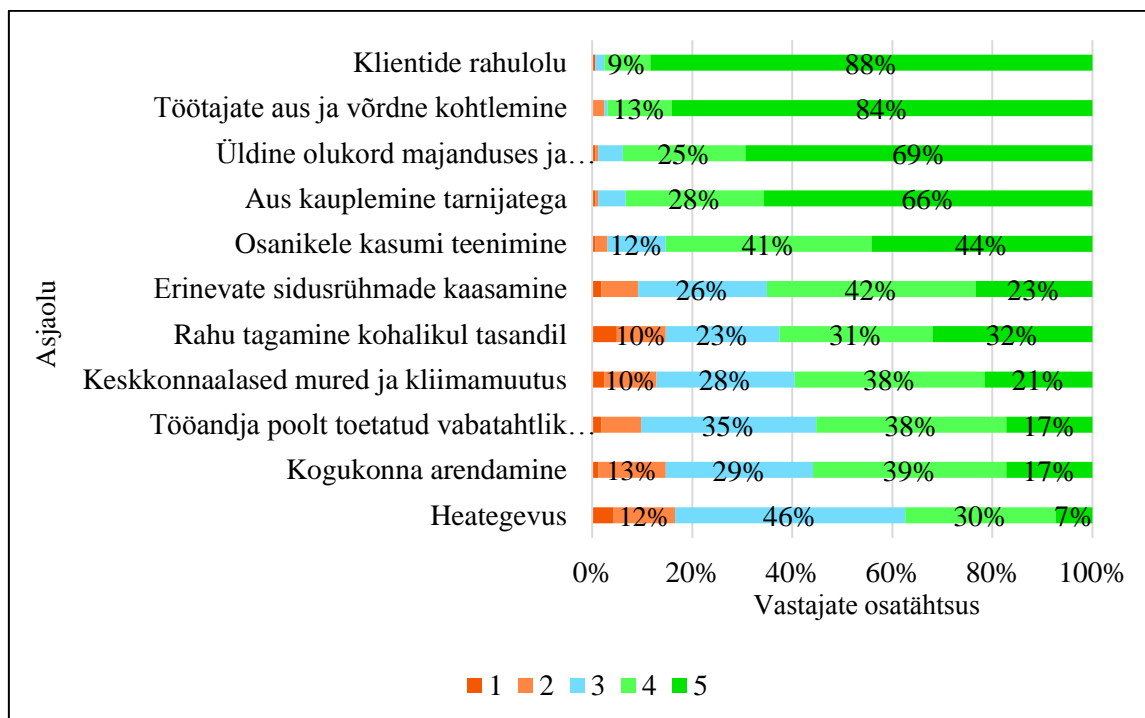


Joonis 2.8. Üliõpilaste hinnangud vastutustundliku ettevõtlusega seotud väidetega nõustumisele
 Allikas: autori koostatud lisa 8 alusel

Kõige rohkem nõustusid ja pigem nõustusid üliõpilased väidetega: „vastutustundlik käitumine ja kasumlikkus saavad käia käsikäes“ (78%), „ettevõtte tegevuse tulemuste juures on oluline nende saavutamise protsess“ (82%), „vastutustundlik käitumine on oluline pikaajalise edu saavutamiseks“ (79%) ning „ettevõtted peaksid rohkem panustama ühiskonna ja keskkonna heaolusse“ (79%). Küllaltki ühtne seisukoht oli vastajatel väite puhul, mille kohaselt keskkonnale avaldatavat mõju arvestades peaksid vastutustundliku ettevõtlusega tegelema ainult suured ettevõtted. Tervelt 81% üliõpilastest kas ei nõustunud või pigem ei nõustunud selle väitega.

Väitega „ettevõtte kõige tähtsam ülesanne on teenida kasumit, isegi kui see nõuab vahel reeglite painutamist“ nõustus ja pigem nõustus 42% ning 29% vastajatest kas ei nõustunud või pigem ei nõustunud. Väitega, et ettevõtted peaksid tavapärasest rohkem panustama ühiskonna ja keskkonna heaolusse nõustus ja pigem nõustus 79% ning ei nõustunud ja pigem ei nõustunud 5% vastanutest. Väidetega „ettevõtte üldine efektiivsus on määratletav sellega, kui eetilisel ja vastutustundlikult ta käitub“ ja „vastutustundlik ettevõtlus on oluline lühiajalise edu tagamiseks“ nõustumise puhul ei osanud 35% üliõpilastest märkida, kas nad pigem nõustuvad või pigem ei nõustu. Seda, et eetilisus ja vastutustundlikkus on ettevõtte jätkusuutliku tegutsemise tagamiseks kriitilise tähtsusega uskus ja pigem uskus 63% üliõpilastest. 59% vastajatest arvas, et ettevõttel on ühiskondlik vastutus, mis on enam kui kasumi teenimine ning seda ei arvanud 12%. Kõik vastutustundliku ettevõtluse suhtes negatiivsed väited said naisüliõpilastelt väiksemad kaalutud keskmised hinnangud ehk naised nõustusid nende väidetega vähem kui mehed (vt Lisa 8).

Järgmise küsimusega paluti vastajatel ette kujutada, et nad on ettevõttes juhtival positsioonil ning hinnata seejuures väljapakutud asjaolude olulisust nende. Üliõpilaste vastuseid kirjeldab joonis 2.9.

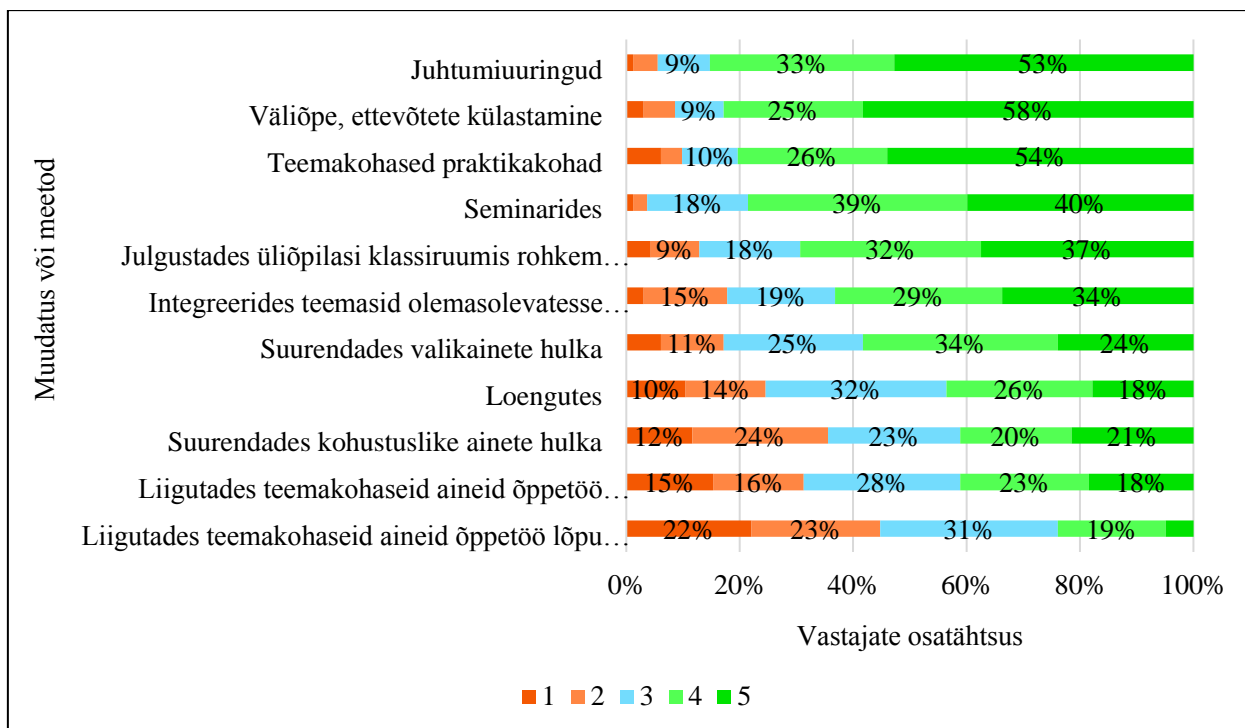


Joonis 2.9. Üliõpilaste hinnangud asjaoludele, olles ettevõttes juhtival positsioonil
Allikas: autori koostatud lisa 9 alusel

Hindamiseks tuli taaskord kasutada viiepalliskaalat. Kõrgeima kaalutud keskmise hinnangu – 4,847 – sai asjaoludest „klientide rahulolu“. Hinnanguks nelja või viie andis klientide rahulolu tähtsusele tervelt 98% vastajatest. Järgmisele kohale asetus „töötajate aus ja võrdne kohtlemine“ (4,785), mida olulisena nägi 84% üliõpilastest ning pigem olulisena 13%. Kaalutud keskmise hinnangu 4,613 sai „üldine olukord majanduses ja finantsturgudel“, mida pidas tähtsaks 69%. „Osanikele kasumi teenimine“ asetus kaalutud keskmiste hinnangute põhjal tähtsuselt viiendale kohale (4,258), millele omakorda järgnes „aus kauplemine tarnijatega“ (4,571). Sidusrühmade kaasamisele (3,773) järgnes seitsmendal kohal rahu tagamine kohalikul tasandil (3,348). Kaheksandale kohale asetus hinnangute kaalutud keskmiste tulemuste alusel keskkonnaalased mured ja kliimamuutus (3,656), millele järgnes tööandja poolt toetatud vabatahtlik tegevus (3,607). Kogukonna arendamine jäi üliõpilaste poolt jagatud hinnangute põhjal eelviimasele kohale (3,571) ning kõige madalama hinnangute kaalutud keskmise tulemuse sai heategevus (3,239), mida väga oluliseks hindas vaid 7% ja pigem oluliseks 30% üliõpilastest. (vt Lisa 9)

Kõik asjaolud said naiste poolt keskmiselt kõrgemalt hinnatud kui meeste poolt. Suurimad erinevused nais- ja meesüliõpilaste hinnangute vahel esinesid asjaolude „tööandja poolt toetatud vabatahtlik tegevus“ (erinevus 0,425) ja „sidusrühmade kaasamine“ (erinevus 0,419) puhul. (vt Lisa 9)

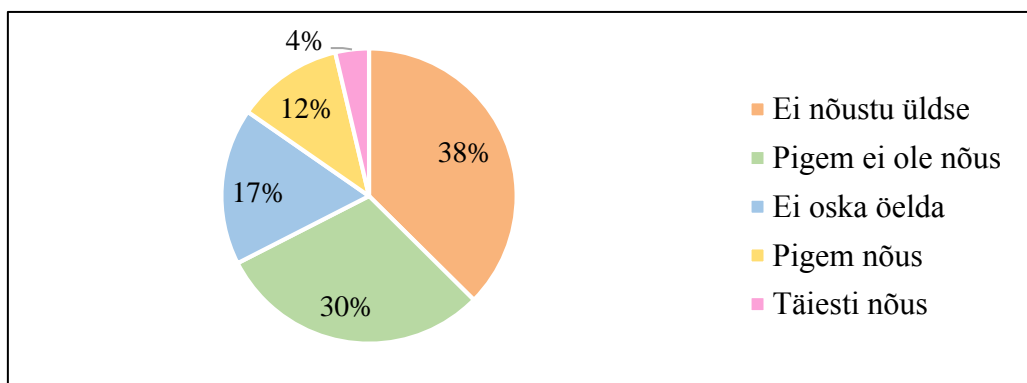
Järgmise küsimuse abil soovis autor teada saada, milliseid muudatusi ja õppemeetodeid seoses vastutustundliku ettevõtluse õpetamisega üliõpilased tõhusaks peavad. Vastajatel paluti hinnata tõhusust viiepalliskaalal (1 – üldse mitte tõhus, 2 – pigem ebatõhus, 3 – ei oska öelda, 4 – pigem tõhus, 5 – tõhus). Üliõpilaste poolt antud hinnangute kaalutud keskmine oli kõige kõrgem meetodi puhul, mis nägi ette juhtumiuuringute kasutamist. 53% vastanutest hindas seda meetodit tõhusaks ning 33% pigem tõhusaks. Kõige enam ehk 58% üliõpilaste poolt viie palli vääriliselt hinnatud õpetamise meetod oli väliõpe, ettevõtete külastamine (4,294). Paljud üliõpilased näevad efektiivset õppimist läbi teemakohaste praktitakohtade, ka seda meetodit hindas üle poolte (54%) üliõpilastest tõhusaks. Vastajate hinnangul on vastutustundliku ettevõtlusega seotud teemade edasiandmine seminarides tõhusam (4,135) kui loengutes (3,264). Sotsiaalsete ja keskkonnaalaste teemade integreerimine olemasolevatesse ainetesse sai vastajate hinnangute kaalutud keskmiseks tulemuseks 3,761, teemakohaste valikaiente suurendamine 3,589 ning teemakohaste kohustuslike ainete suurendamine 3,153. Saadud vastuseid kirjeldab joonis 2.10.



Joonis 2.10. Üliõpilaste hinnangud muudatuste ja meetodite tõhususele

Allikas: autori koostatud lisa 10 alusel

Töö autor soovis teada, kas üliõpilaste meelest on õppekavas muudatuste tegemine vajalik või mitte. Vastata tuli jällegi kasutades viiepalliskaalat. Vastuseid kirjeldab joonis 2.11.



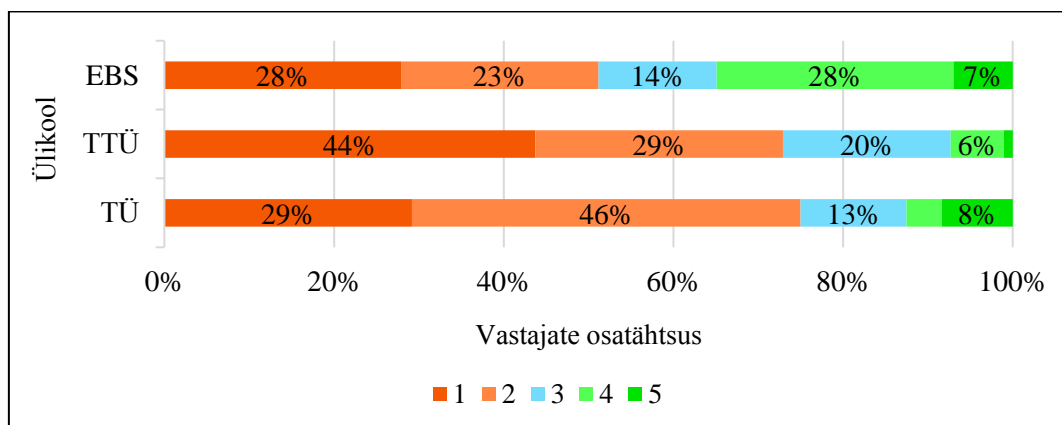
Joonis 2.11. Üliõpilaste nõustumine väitega „Muudatusi ei ole vaja teha, vastutustundliku ettevõtlusega seotud teemasid käsitletakse ülikoolis piisavalt.“

Allikas: autori koostatud lisa 10 alusel

38% üliõpilastest ei nõustunud, et vastutustundliku ettevõtluse teemasid ülikoolis piisavalt käsitletakse ning nende meelest võiks selles osas muudatusi teha. Pigem samuti kaldus arvama veel 30% vastajatest. 17% uuringus osalenud üliõpilastest ei osanud öelda, kas teemasid

käsitletakse piisavalt ning kas muudatuste tegemine on vajalik või mitte. 4% üliõpilastest oli väitega nõus ning veel 12% kaldus samuti arvama, et vastutustundlikku ettevõtlust käsitletakse ülikoolis piisavalt.

Vastuseid ülikoolide lõikes illustreerib joonis 2.12.



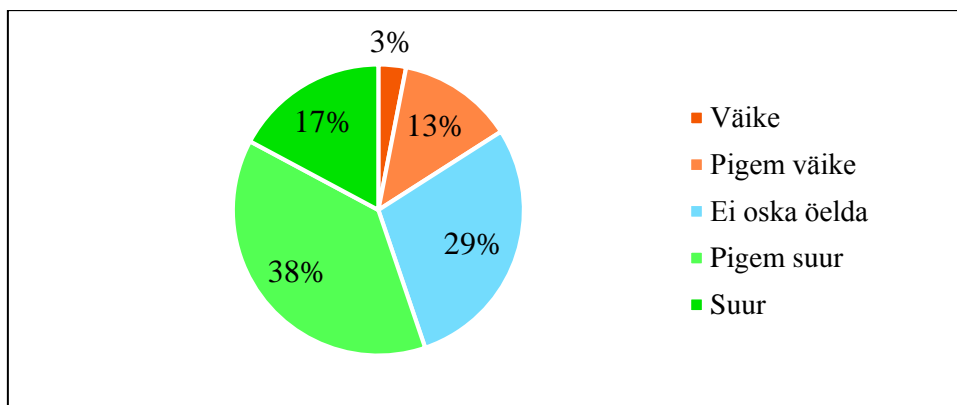
Joonis 2.12. Üliõpilaste hinnangud õppekavale (ülikoolide lõikes)

Allikas: autori koostatud lisa 10 alusel

Kõige rohkem oli õppekavaga rahulolevaid ja pigem rahulolevaid üliõpilasi EBS-i vastajate hulgas (35%) ning rahulolematuid TTÜ üliõpilaste seas (44%). Tallinna Tehnikaülikooli ja Tartu Ülikooli üliõpilastest üle poolte, vastavalt 73% ja 75%, väljendasid oma vastustega soovi näha õppekavas rohkem vastutustundliku ettevõtlusega seotud teemasid. (vt Lisa 10)

Enamus uuringus osalenud üliõpilastest (80%) ei nõustunud väitega, et vastutustundliku ettevõtluse teemasid õppekavas liiga palju on. Küll aga 15% (25) vastanutest valis vastusevariandi „ei oska öelda“. Seda, et vastutustundlikku ettevõtlust käsitletakse ülikoolis liiga palju arvas EBS-i üliõpilastest 4%, TTÜ üliõpilastest 6%. (vt Lisa 10)

Viimaseks paluti vastajatel hinnata viiepalliskaalal (1 – väike, 2 – pigem väike, 3 – ei oska öelda, 4 – pigem suur, 5 – suur), kui suureks hindavad nad ülikooli rolli enda hoiakute kujundamisel seoses vastutustundliku ettevõtlusega. Vastuste jagunemist kirjeldab Joonis 2.13.



Joonis 2.13. Üliõpilaste hinnang ülikooli rollile enda hinnangute kujundamisel
Allikas: autori koostatud lisa 11 alusel

3% üliõpilastest hindas ülikooli rolli hoiakute kujundajana väikeseks ning 13% pigem väikeseks. 29% ei osanud öelda, milline on ülikooli roll nende hoiakute kujundajana. 38% vastas, et ülikool mõjutab nende hoiakuid seoses vastutustundliku ettevõtluse teemadega pigem suuresti ja 17%, et suuresti. Bakalaureuseõppe üliõpilaste vastuste kaalutud keskmine hinnang oli selle küsimuse puhul 3,458 ning magistriõppe üliõpilaste oma 3,631. (vt Lisa 11)

Mõned vastajad kasutasid ka oma arvamuse avaldamise võimalust:

- CSR info avaldamine on esimene samm vastutustundliku äritegevuse ja kasumlikkuse seose loomisel. Teiseks tingimuseks on vajalik sidusrühmade teadlikkus ning järgmiseks klientide, rahastajate, tarnijate jt moraalsed väärtused (kas arvestatakse pigem vaid enda või ka teiste huve). Viimaseks sammuks on oluline, et ettevõtte CSR ületaks sidusrühmade (eriti klientide) ootusi, kuna juba väljakujunenud ootused/standardid on referentspunktiks, mille suhtes hinnatakse, kas firma tegevusi kasu või kahjuna ühiskonnas. Lõppkokkuvõttes on tähtis aga, et ettevõtte vähendaks informatsiooni asümmeetria oma sidusrühmadega läbi info avaldamise organisatsiooni vastutustundlikkuse kohta, kuna see on vajalik eeltingimus muutmaks CSR tegevused strateegiliseks.
- Olen tõsiusklik kristlane, õpin bakaõppes rah. vah. ärijuhtimist (III kursus) ja töötan B2b müügiesindajana. Minu põhimõte selles valdkonnas on see, et kasum peab olema, kuid seda ei saa maksimeerida eetilise, vastutustundliku jms asjaolude arvelt. Muidugi, kui on äärmuslik valik, et kasum tuleb ebaeetiliselt ja seadusi painutades või vastasel juhul ollakse kahjumis, siis ei saa sellist äri teha.
- Kõige huvitavam küsimustik, millele ma kunagi varem vastanud olen!

- Kui ülikoolis räägitaks rohkem CSR–ist siis oleks roll suurem.

Alapeatükis 2.3. arutleb autor saadud vastuste üle, teeb järeldused ning annab soovitused edaspidiseks.

2.3. Arutelu, järeldused ja ettepanekud

Magistritöö alapeatükis 2.2. esitas autor uuringu tulemused. Uuringus osales 96 Tallinna Tehnikaülikooli, 43 Estonian Business Schooli ning 24 Tartu Ülikooli majandusüliõpilast. Tulemustest ilmnes, et uuringus osalejatest oli vastutustundliku ettevõtluse kontseptsioonist kuulnud kolmandik. Võrreldes tulemusi ülikoolide kaupa, oli küsitlute seas vastutustundlikust ettevõtlusest mitte kuulnute osakaal väikseim EBS-is. Seejuures tänu ülikoolile vastutustundlikust ettevõtlusest teadlikke üliõpilasi oli samuti kõige rohkem EBS-i (77%) üliõpilaste seas. EBS-i vastajad jagunesid õppetasemete vahel teiste ülikoolidega võrreldes kõige ebavõrdsemalt ning selle ülikooli vastajatest moodustasid ainsana enamuse (67%) bakalaureuseõppe üliõpilased. Saadud vastused annavad põhjust arvata, et EBS-i bakalaureuseõppe õppekavad sisaldavad CSR-ga seotud teemasid küllaltki palju. Küll aga ei ole võimalik ülikoolide õppeprogramme vastutustundliku ettevõtlusega seotud teemade käsitlemise põhjal võrrelda, sest uuringus osalenud majandusüliõpilased õppisid õppekavade erinevates staadiumites. Infoallikaks märgiti sageli ka internetti ja raamatuid, mis võib tähendada, et üliõpilased on omal initsiatiivil teema kohta uurinud ning huvitatud vastutustundlikust ettevõtlusest rohkem teada saama. Samuti oldi teemakohast infot saadud meediast, mis viitab teema päevakajalisusele.

Kõige levinum vastutustundliku ettevõtlusega seotud kohustuslik aine uuringus osalenud üliõpilaste õppekavades oli äri-eetika. Ühiskondlikult vastutustundliku ettevõtlusega märkis end kohustusliku aine raames kokku puutunuks vaid 11% vastanutest, kuid 2013. aasta PRME poolt läbiviidud rahvusvahelises uuringus oli selliste üliõpilaste osatähtsus valimist 38,6%. Enamus väljapakutud teemadega puututi kokku mõne muu õppeaine raames. See tähendab, et vastutustundlikku ettevõtlust ei anta edasi mitte läbi spetsiaalsete õppeainete, vaid et teemad on suuresti integreeritud teistesse õppeainetesse. Peatükis 1 käsitletud kirjanduses viidati, et just selline teguviis ongi CSR-i õpetamiseks ja printsiipide rakendamiseks kõige tõhusam, võimaldades üliõpilastel seostada vastutustundlikku käitumist erinevate tegevuste ja

juhtimisülesannetega. Küll aga ei võimalda antud uuring teha järeldusi selle kohta, kui palju ja kui sügavuti nendes õppeainetes vastutustundlikkuse teemasid käsitletakse. Võimalik, et mitmetes õppeainetes jääb vastutustundliku ettevõtluse käsitlemine vaid mõiste, mitte praktikas kasutatava käitumismudeli tasandile. Küll aga on teada, et vastutustundliku juhtimise edendamiseks on oluline jagada üliõpilastele õpetusi sellest, kuidas vastutustundliku ettevõtluse põhimõtteid äritegevuses rakendatakse.

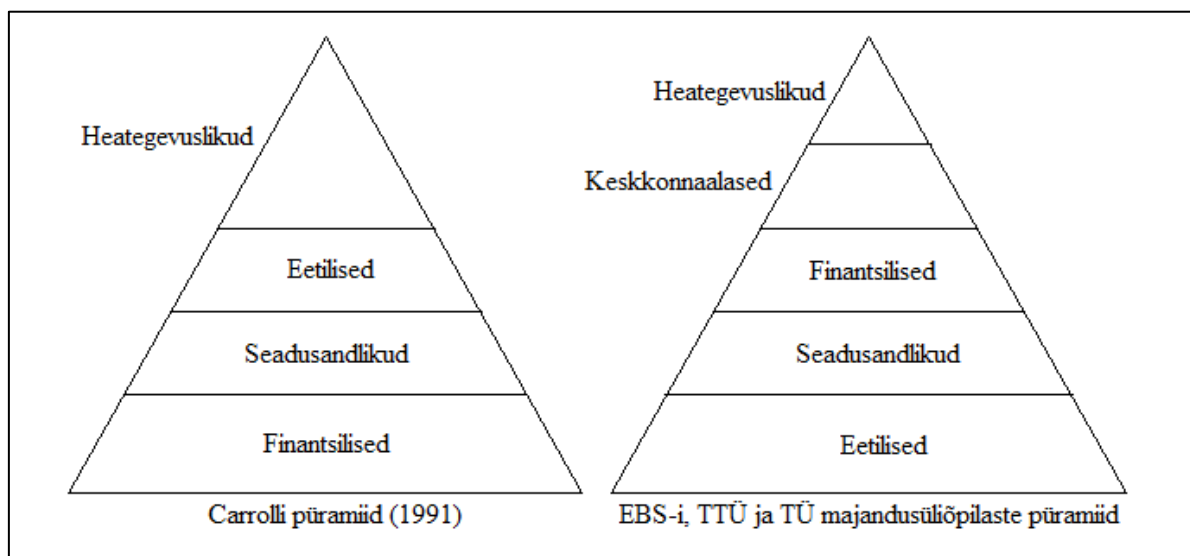
Saadud vastustest võib järeldada, et üliõpilaste jaoks on oluline turvaline elukeskkond ning võimalus elada õnnelikku elu. See asjaolu sai kõige kõrgema hinnangu nii magistritöö autori poolt küsitatud üliõpilastelt kui ka PRME poolt 2013. aastal läbiviidud rahvusvahelises uuringus osalenutelt. EBS-i, TTÜ ja TÜ majandusüliõpilased hindavad kõrgelt võimalust tegutseda vastavalt enda soovidele ja väärtustele ning tasakaalu töö ja eraelu vahel. Suur sissetulek on seejuures küll oluline, kuid kaugeltki mitte kõige tähtsam. Kõrge elukvaliteedi soov annab autori arvates motivatsiooni käituda vastutustundlikult. Teine oluline vastutustundlikkust esilekutsuv asjaolu, mille juures on ka ülikoolil suur roll, on autori meelest oskus näha seost enda käitumise ja valikute ning ümbritseva keskkonna seisukorra muutumise vahel. Kolmandaks on aga mõistmine, et kontrollimatutena või kohati isegi vältimatutena näivad probleemid nagu näiteks kliimasoojenemine ja maailmas valitsev ebavõrdsus ei ole käega löömiseks. Midagi saab alati selleks ette võtta, et probleemil mitte endises tempos kasvada lasta ning see peaks olema iga inimese eesmärk, kohustus ning kõikidevaheline koostöö. Magistritöö töö autor leiab, et seni kuni turvalisest elukeskkonnast peetakse lugu, usutakse selle võimalikkusesse ning teadvustatakse enda käitumise mõju ümbritsevatele, ollakse valmis sellise keskkonna nimel pingutama.

Mitmed teadusartiklid on tõestanud, et naised on meestest eetiliselt vastutustundlikumad. Ka autori poolt läbiviidud uuring tõestas mitme küsimuse vastustega, et naised hindavad pehmeid väärtusi kõrgemalt kui mehed. Sarnaselt PRME poolt läbiviidud uuringus osalenutele, hindasid ka magistritöö uuringus osalenud naised meestest kõrgemalt näiteks keskkonnaprobleemide ja rahu olulisust, heategevust, kogukonna heaolu ning töandja poolt toetatud vabatahtlikku tegevust. Samuti nõustusid naised vastutustundliku ettevõtluse suhtes negatiivsete väidetega vähem kui mehed.

Rohkem kui pooled uuringus osalenud üliõpilastest pööravad töökoha valimisel tähelepanu ettevõtte läbipaistvusele ja käitumisele ühiskondlikul tasandil. Vastajatele on oluline, millises

keskkonnas nad töötavad ning milliseid väärtusi nende tööandjad kannavad. Tööandjatele on inimeste poolehoiu võitmiseks ja edukaks värbamiseks väga oluline teadvustada nende seisukohti ja hoiakuid. Enamus uuringus osalenud üliõpilastest on valmis maksma rohkem nende ettevõtete toodete eest, kes käituvad vastutustundlikult. Naised rohkem kui mehed. Ettevõtte käitumisel vastutustundliku ettevõtte seisukohast on mõju nii üliõpilaste ostuotsusele kui ka investeerimisotsusele. Viimasele pisut vähem. Vastuste põhjal võib teha järelduse, et paljud majandusüliõpilased on valmis võimalusel toetama vastutustundlikke ettevõtteid. Samas jäid kaalutud keskmised hinnangud kõikide väidete puhul number kolme lähedale, mis ei olnud tingitud vastajate erinevatest seisukohtadest vaid sellest, et vastusevariant „ei oska öelda“ sai valitud paljude vastajate poolt mitmete väidete puhul. Vaid neljandik uuringus osalenud üliõpilastest on valmis võimaluse korral ainult vastutustundlikult käituvate ettevõtete tooteid soetama. Üliõpilaste kui tarbijate arvamus vastutustundlikust ettevõtlusest oluline ettevõtetele, kes oma tooteid ja teenuseid müüa soovivad.

Carrolli poolt 1979. aastal loodud ettevõtte kohustuste püramiidi kohaselt on kõige tähtsamad kohustused finantsilised ehk osaniku rikkuse maksimeerimine. Nii magistritöös kui ka rahvusvahelises uuringus osalenud üliõpilaste poolt loodud püramiidides olid aga finantsilised kohustused tähtsuselt alles kolmandal kohal ning nendele eelnesid teisel kohal eetilised ja esimesel kohal seadusandlikud kohustused. Carrolli püramiidi kõrvutab magistritöö uuringus osalenud majandusüliõpilaste püramiidiga Joonis 2.14.



Joonis 2.14. Carrolli püramiid ja EBS-i, TTÜ ning TÜ üliõpilaste püramiid
Allikas: autori koostatud

Eesti üliõpilaste hinnangute põhjal moodustunud püramiid oli väga sarnane rahvusvahelisest uuringust tuletatud püramiidiga. Erinevus seisnes vaid selles, et Eesti üliõpilased paigutasid tähtsuselt neljandale kohale keskkonnaalased ja viiendale sotsiaalsed kohustused ning PRME uuringu tulemustest tekkinud püramiidis asetused need kohustused vastupidises järjekorras.

Uuringus osalenud EBS-i, TTÜ ja TÜ majandusüliõpilaste hinnangul on ettevõtte tähtsaimaks huvigrupiks kliendid. Klientidele järgnevad tähtsuse järjekorras töötajad, osanikud, varustajad ja tarnijad, keskkond, töötajate perekonnad, valitsus, ühiskonnaliikmed ja ametiühingud. Üliõpilaste vastuste põhjal moodustunud pingerida sarnanes PRME uuringust tekkinud pingereaga. Järjestus oli ainult ühe erinevusega – kui magistritöö autori poolt läbiviidud uuringu tulemuste kohaselt asetused töötajate perekonnad valitsusest ette poole, siis rahvusvahelises uuringus asetused need valitsusest taha poole.

Klientide olulisust üliõpilaste silmis näitasid ka selle küsimuse vastused, kus paluti ettevõtte juhi seisukohalt hinnata asjaolude tähtsust ning klientide rahulolu sai kõige kõrgemalt hinnatud. Sellele järgnes töötajate aus ja võrdne kohtlemine, mis ühtis samuti töötajate kui ettevõtte huvigrupi asetumisega tähtsuselt teisele kohale. Samasugune sobivus kahe küsimuse vastuste vahel oli ka asjaolude puhul nagu osanikele kasumi teenimine ning aus kauplemine tarnijatega. Heategevust hinnati ettevõtte juhi seisukohalt kõige vähem tähtsaks asjaoluks. See ühtis üliõpilaste poolt loodud ettevõtte kohustuste püramiidiga, milles heategevus oli samuti viimasel kohal. Küll aga hinnati autori arvates looduse seisukorra tõsidust arvestades keskkonnaalaste murede ja kliimamuutuste olulisust liiga madalalt. Näiteks kui Eesti üliõpilastest pidas seda asjaolu oluliseks 59%, siis rahvusvahelises uuringus osalenutest tervelt 77,5%. Sellise tulemuse võis põhjustada näiteks probleemi tajumatus või arvatav suutmatus olukorda oluliselt parendada. Samuti vähene teadlikkus loodusest ja liikidest. Nagu biosemiootik Kalevi Kull on öelnud: „Inimesed hooliksid loodusest rohkem, kui nad seda paremini tunneksid.“ (Valk 2018).

Positiivset suhtumist vastutustundlikkusesse ettevõtlusesse tõestas see, et kõik vastutustundliku ettevõtlusega seotud negatiivsed väited said positiivsetest väidetest madalamad hinnangute kaalutud keskmised tulemused. Teisisõnu positiivsete väidetega nõustuti rohkem kui negatiivsetega. Uuringus osalenud üliõpilased usuvad, et vastutustundlik käitumine ja kasumlikkus saavad käia käsikäes ning et ettevõtte tulemuste juures on oluline, millise käitumisega need saavutatud on. Vastajatest üle poolte nõustus peatükis 1 käsitletud kirjanduses väidetuga, et vastutustundlik käitumine aitab kaasa ettevõtte pikaajalise edu saavutamisele. See,

et suure hulga üliõpilaste arvates on tulemuste kõrval oluline ka nende saavutamise protsess, näitab üliõpilaste eetilisust. Vastused andsid tõestust üliõpilaste teadlikkusest, et vastutustundlik käitumine võib ettevõtetele mitmesuguseid hüvesid kaasa tuua ega ole miski, mis raha ainult välja viib. Paljude üliõpilaste nõustumine väitega, et ettevõtted peaksid rohkem panustama ühiskonna ja keskkonna heaolusse tõestab nende hoolivust ümbritseva suhtes ning mõistmist, et inimeste võimuses on olukorda paremaks muuta. Vastajad mõistavad, et positiivsete muutuste elluviimiseks on vajalik kõikide panus – vastutustundlikku ettevõtlust ei peeta ainult suurettevõtete pärusmaaks. Mitmed üliõpilased (35%) ei osanud aga öelda, kas nõustuvad või mitte väitega, et ettevõtte üldine efektiivsus on määratletav sellega, kui eetiliselt ja vastutustundlikult ta käitub. Sellest väljendub autori arvates üliõpilaste kohatine ebakindlus, kas CSR tõesti ettevõtte jaoks väga kasulik on või rakendatakse neid põhimõtteid eelkõige ümbritseva keskkonna heaolu nimel. Üliõpilaste eetilise vastu räägib aga küllaltki suure osa (42%) vastajate seisukoht, et kasumi teenimise nimel on vahetevahel reeglite painutamine lubatud.

Üliõpilaste arvates oli vastutustundliku ettevõtluse õpetamiseks väljapakutud meetoditest kõige tõhusam juhtumiuuringute kasutamine. Ettevõtete külastusi, praktiseerimisvõimalusi ja seminare peeti vastavate teemade õpetamiseks samuti efektiivseteks. Sellest võib järeldada, et uuringus osalenud üliõpilaste arvates toimub teadmiste omandamine kõige paremini läbi aktiivõppemeetodite. Lisaks sellele peeti tõhusaks meetodiks vastavate teemade integreerimist olemasolevatesse õppeainetesse, mida toetab ka magistritöö peatükis 1 käsitletud kirjandus. Millegipärast hindasid vastajad vastutustundlike teemade õpetamist läbi valikainete tõhusamaks kui läbi kohustuslike õppeainete. Autor arvab põhjuseks olevat seda, et valikainet usutakse valivat need üliõpilased, kes teemast tõeliselt huvituvad on ning õpe on seetõttu iseenesest efektiivsem. Autori arvates on aga vastutustundlik ettevõtlus niivõrd tähtis teema, et sellega võiks majandusharidust omandades iga üliõpilane kohustuslikus korras kokku puutuda.

Suur osa (80%) uuringus osalenud üliõpilastest nõustus ja pigem nõustus sellega, et õppekavas ei käsitleta vastutustundliku ettevõtlusega seotud teemasid veel piisavalt ning sellega seoses oleks vaja teha muudatusi. Seejuures oma õppekavaga kõige rahulolevamad olid EBS-i üliõpilased. Majandusüliõpilased mõistavad, et tegemist on olulise teemaga ning magistritöö uuringu tulemused võiksid julgustada ülikoole oma õppekavasid vastavalt kohandama ja vastutustundliku ettevõtluse teemasid rohkem käsitlema hakata. Üle poolte (55%) uuringus osalenud üliõpilastest

hindas ülikooli rolli enda hoiakute kujundamisel kas pigem suureks või suureks. Magistriõppe üliõpilaselt sai ülikooli roll kõrgema hinnangu kui bakalaureuseõppe üliõpilaselt.

Mida teadlikum on ühiskond, seda suurem on vastutustundlikult käituvate ettevõtete konkurentsieelis. Ühiskonna teadmistaseme kujunemise juures on tähtis roll ülikoolidel. Uuringu põhjal võib kokkuvõtvalt öelda, et üliõpilased on ümbritseva suhtes küllaltki hoolivad ning mõistavad, et ettevõtluse tegemine ausal, eetilisel ja vastutustundlikul viisil on oluline. Arvestades seda, et üliõpilased hindasid ülikooli rolli enda hoiakute kujundamisel pigem suureks, võimaldavad uuringu tulemused kahelda kriitikute seisukohtades, mille kohaselt õppekavade liigne materiaalsel väärtusel põhinev kahjustab üliõpilaste eetilistust ja vastutustundlikkust. Küll aga tooks autor välja asjaolu, et Likerti skaala kasutamist vajanud küsimuste puhul osutus sageli valituks vastusevariant number kolm. Kolm tähendas aga seda, et vastaja „ei oska öelda“ kummale poole tema arvamus küsitud osas kaldub. See võib olla tunnistus sellest, et mitmetel üliõpilastel ei ole vastutustundliku ettevõtlusega seonduvalt veel kindlaid seisukohti välja kujunenud ning selle põhjuseks saavad autori arvates olla näiteks varasem vähene tähelepanu vastutustundliku ettevõtluse teemadele või ebapiisavad teadmised.

Töö autori soovitus edaspidiseks on uurida ülikooli lõpukursustel õppivaid üliõpilasi, et oleks võimalik hinnata õppekavade CSR-i teemade sisaldust. Samuti seda, mil määral õppeained vastutustundliku ettevõtluse teemasid käsitlevad. Lisaks sellele võiks välja selgitada, mida arvavad õppejõud ja ettevõtete juhtivtöötajad vastutustundliku ettevõtluse teemade käsitlemisest majandushariduses.

KOKKUVÕTE

Vastutustundlik ettevõtlus kujutab endast käitumispraktikat, mille kohaselt ettevõtted panustavad vabatahtlikult jätkusuutliku ühiskonna ja keskkonna loomisesse. Seda on võimalik teha nii läbi sidusrühmade kaasamise, jätkusuutliku tarbimise kui ka eetiliste ja ausate äripraktikate kasutamise. Ettevõtted võivad vastutustundlikust käitumisest läbi parema riski-, personali- ja kulujuhtimise, saavutades seeläbi suurema konkurentsivõime. Tänu tõestatud seostele vastutustundliku äritegevuse ja ettevõtte edukuse vahel tuntakse CSR-i mitmel pool maailmas jätkusuutliku äritegevuse olulise komponendina. Eesti ettevõtlusmaastikul on see kontseptsioon aga küllaltki uus teema.

2000-ndate aastate alguses leidsid maailmas aset mitmed suurettevõtetega seotud skandaalid, mis olid põhjustatud juhtkonna ebaeetilisest käitumisest. Kriitikud leidsid, et skandaalide juurpõhjus peitub majandushariduse iseloomus. Nad väitsid, et õppeprogrammides antakse üliõpilastele edasi juhtimispraktikaid, milles tähtsaimal kohal on ettevõtte finantstulemused ning see mõjub negatiivselt üliõpilaste eetilisele. Kriitikute seisukohad ajendasid autorit uurima, millised on majandusüliõpilaste hoiakud vastutustundliku ettevõtluse suhtes ning milliseks hindavad nad ülikooli rolli enda hoiakute kujundamisel. Mitmed uuringud, ka autori poolt läbiviidu, on andnud põhjust kriitikute seisukohtades kahelda. Samuti on uuringutest selgunud, et vastutustundliku ettevõtlusega seotud teemade käsitlemine on majandusvaldkonda kuuluvatel erialadel mitmel pool maailmas viimaste aastate jooksul suurenenud. Endiselt võib aga arutleda, kas tänapäevane majandusharidus vastutustundliku ettevõtluse teemasid piisavalt sisaldab. Oskus majanduskeskkonnas vastutustundlikult käituda on ümbritsevas keskkonnas positiivsete muutuste esilekutsumise eelduseks. Haridusasutuste panustamist vastutustundliku ettevõtluse edendamisse näevad ette ka ÜRO, Euroopa Liidu ja Eesti riigi tegevuskavad, mis on loodud säästva arengu eesmärkide saavutamiseks.

Magistritöö autor uuris kvantitatiivset meetodit kasutades kolme Eesti ülikooli – EBS-i, TTÜ ja TÜ – majandusüliõpilasi. Uuringus osales 163 üliõpilast, kellest tervelt neljandik polnud vastutustundlikust ettevõtlusest kuulnud. Vastutustundlikust ettevõtlusest oldi peamiselt kuulnud

ülikoolis ning kõige rohkem oli sellest teadlikke üliõpilasi EBS-i üliõpilaste hulgas. Sageli märgiti infoallikaks ka internetti ja raamatuid, mis võib viidata üliõpilaste isiklikule huvile teema kohta rohkem teada saada.

Uuringus osalenud üliõpilased väärtustavad väga kõrgelt turvalist elukeskkonda ning võimalust igapäevaselt tegutseda vastavalt enda soovidele ja väärtustele. Õpingutel ja töökohal soovitakse olla edukad, kuid töö- ja eraelu vahel võiks valitseda tasakaal. Suur sissetulek ei ole üliõpilaste jaoks sugugi kõige tähtsam. Töötajate ja tarbijatena otsuseid tehes peavad üliõpilased silmas ka ettevõtete kuvandit vastutustundliku käitumise seisukohast. Küll aga ei saa tugevaks pidada ettevõtte käitumise mõju üliõpilaste investeerimisotsusele.

Uuringus osalenud majandusüliõpilased nõustusid vastutustundliku ettevõtlusega seotud positiivsete väidetega rohkem kui negatiivsete väidetega. Üliõpilased usuvad, et ettevõtte vastutustundlik käitumine ja kasumlikkus saavad käia käsikäes ning et vastutustundlikkus on üks pikaajalise edu alustest. Samuti levinud arvamused olid, et ettevõtted peaksid tavapärasest enam ühiskonna ja keskkonna heaolusse panustama ning ettevõtte majandustulemuste saavutamine eetilisel viisil on oluline. Seejuures peetakse vastutustundlikku käitumist igas suuruses ettevõtte kohustuseks.

Üliõpilaste meelest on ettevõtte juhi seisukohast kõige olulisem, et kliendid oleksid rahulolevad. Samuti peeti tähtsaks, et töötajaid koheldaks võrdselt ja ausalt. Üllatuslikult ei peetud osanikele kasumi teenimist kõige tähtsamaks. Üliõpilaste hinnangul on ettevõtte kohustuste tähtsusejärjekord: eetilised, seadusandlikud, finantsilised, keskkonnaalased, heategevuslikud. Seega üliõpilaste arvamus ei ühtinud Carrolli ettevõtte kohustuste püramiidiga, milles kõige tähtsamad kohustused olid finantsilised.

Uuringu tulemuste põhjal oli peamine kohustuslikus korras läbitud vastutustundliku ettevõtlusega seotud õppeaine ärietika. Lisaks selgus, et Eesti majandusüliõpilased on vastutustundliku ettevõtluse teemadega enamasti kokku puutunud mõne teise õppeaine raames. Sellest saab järeldada, et CSR-i õpetamine uuringus osalenud üliõpilaste ülikoolides toimub enamasti teiste õppeainete kaudu. Üliõpilased näevad vastutustundliku ettevõtluse õpetamist kõige tõhusamana läbi aktiivõppemeetodite ning teemade integreerimise põhiõppeainetes. Seda seisukohta toetab ka kirjandus, mis lisaks rõhutab, et põhiõppeainetes teemade käsitlemise viis on väga oluline. See tähendab, et pelgalt mõiste defineerimisest ei piisa. Üliõpilased peavad

ülikoolist saama piisavalt põhjalikud teadmised, et osata vastutustundliku ettevõtluse printsiipe äritegevuses rakendada. Küll aga ei võimalda autori poolt teostatud uuring välja selgitada, kui põhjalikult CSR teemasid ülikoolides käsitletakse, sest uuringus osalenud üliõpilased olid õpingutega erinevates etappides.

Kõige rohkem oli oma õppekavaga vastutustundliku ettevõtluse teemade sisalduse poolest rahulolevaid vastajaid EBS-i üliõpilaste hulgas. Sarnaselt ühele vastajale arvab ka töö autor, et mida rohkem vastavaid teemasid ülikoolis käsitletakse, seda suurem on ülikooli roll üliõpilaste hoiakute kujundamisel. Uuringus osalenud majandusüliõpilased arvasid üsna üksmeelselt, et vastutustundliku ettevõtluse teemasid ei käsitleta ülikoolis veel piisavalt ning seda asjaolu võiks muuta. Sellegipoolest hindas küllaltki suur osa üliõpilastest ka praeguses olukorras ülikooli rolli vastutustundliku ettevõtlusega seotud hoiakute kujundamisel pigem oluliseks, mis väljendus 3,5 palli väärilises hinnangus.

Vastutustundlikult käituvatel ettevõtetel saab konkurentsieelis olla vaid teadlikus ühiskonnas. Siinkohal on oluline roll ülikoolidel. Niisiis on võimalik läbi majandushariduse mitmeti vastutustundlikku ettevõtlust edendada. Majandusüliõpilased on potentsiaalsed juhtivtöötajad ja tulevased arvamuslimidrid, aga ka lihtsalt tarbijad ja ühiskonnaliikmed. Ülikoolil kui teadmiste andjal ja hoiakute kujundajal on suur tähtsus inimestele vastutustundliku ettevõtluse põhimõtete tutvustamisel ning seeläbi maailma jätkusuutlikumaks muutmisel.

Uuringu tulemuste põhjal võib kokkuvõtvalt öelda, et majandusüliõpilased on ümbritseva suhtes hoolivad ning mõistavad, et vastutustundlikkus on oluline ka äritegevuses. Küll aga ei ole paljudel üliõpilastel vastutustundliku ettevõtlusega seonduvalt veel kindlaid seisukohti välja kujunenud, mille põhjuseks võivad olla ebapiisavad teadmised või varasem vähene tähelepanu vastavatele teemadele. Edaspidiseks soovitab töö autor uurida ülikooli lõpukursustel õppivaid üliõpilasi, et oleks võimalik hinnata õppekavade vastutustundliku ettevõtlusega seotud teemade sisaldust. Samuti seda, kui põhjalikult õppeained vastutustundliku ettevõtluse teemasid käsitlevad. Veel võiks välja selgitada, mida arvavad õppejõud ja ettevõtete juhtivtöötajad vastutustundliku ettevõtluse teemade käsitlemisest majandushariduses.

SUMMARY

THE AWARENESS AND ATTITUDES OF ECONOMY STUDENTS CONCERNING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Helina Tammeleht

Corporate social responsibility means behaviour where companies voluntarily contribute to the creation of a sustainable society and (living) environment. This can be done by the involvement of affiliated parties, sustainable consumption and the use of ethical and honest business practices. Companies gain from corporate social responsibility in the form of better risk, personnel and cost management, thereby achieving better competitiveness. Thanks to proven connections between corporate social responsibility and the company's success, CSR is widely known in the world as an important component of sustainable business activities. But in Estonian business landscape, this is still a rather new concept.

At the start of the 2000s, the world saw several scandals related to major corporations, caused by unethical behaviour of their managements. Critics found that the root cause of the scandals was in the nature of economy education. They claimed that curricula provided the students with management practices focussed on corporate profit and that it affected negatively the ethics of the students. The attitudes of the critics drove the author to investigate what the attitudes of economy students were concerning corporate social responsibility and what they considered the university's role to be in shaping their attitudes. Several studies including the one conducted by the author have provided reasons to doubt the opinion of the critics. Studies have also indicated that the discussion of corporate social responsibility topics for professions in the field of economy has increased in several parts of the world. Yet, it is still a matter of disputes whether the contemporary economy education includes enough of the topics of corporate social responsibility at all. The ability to act socially responsibly in the economic environment is a prerequisite for bringing about positive changes in the surrounding environment. The contribution of educational institutions into the promotion of corporate social responsibility is

also prescribed by the action plans of the UN, the European Union and Estonia prepared for the purpose of achieving the goals of sustainable development.

The author of the Master's Thesis used the quantitative method to study the economy students of three Estonian universities – the Estonian Business School, the Tallinn University of Technology and the University of Tartu. 163 students participated in the study; as much as a quarter of them had not heard about corporate social responsibility. Most of those who had heard about corporate social responsibility had done so in the university, and the most students being aware of it attended the EBS. The Internet and books were also often stated as sources of information, which may indicate that students have a personal interest to learn more about the topic.

The students participating in the study place great value on a safe living environment and on the ability to act according to their own wishes and values. They want to be successful in studies and work but they want balance between their work life and private life. High income is not the most important factor for students at all. When making decisions as employees and consumers, the students also keep in mind the company's reputation in the aspect of socially responsible behaviour. On the other hand, the effect of the corporate behaviour on the students' investment decisions cannot be considered strong at all.

The students participating in the study were more agreed with positive statements related to corporate social responsibility than with negative statements. The students believe that corporate social responsibility and profitability can coexist and that social responsibility is one of the prerequisites for long-term success. Another common opinion was that companies should contribute more to the welfare of the society and the environment and that it is important that a company achieve its economic results in an ethical way. In that regard, socially responsible behaviour is considered to be the duty of companies of any size.

The students think that the most important for a company's head is that its customers are satisfied. It was also considered important that the employees be treated equally and fairly. As a surprise, the earning of profit for the company's owners was not considered the most important. The students assess the order of priority of a company's duties to be as follows: ethical, legal, financial, environmental, and charitable. Thus, the opinion of the students did not correspond to Carroll's pyramid of corporate duties where the most important duties were those of financial nature.

Based on the study's results, the main absolved compulsory subject related to corporate social responsibility was business ethics. It was additionally found that Estonian economy students have mostly encountered the topic of corporate social responsibility under some other subject. This provides for a conclusion that the teaching of CSR in the universities of the students who participated in the survey takes place mostly through other subjects. The students see the most effective way to teach corporate social responsibility as active study methods and as the integration of those topics in the main subjects. This is also the prevailing opinion in literature, stressing additionally that the manner of discussing the topics in the main subjects is very importation. This means that it is not enough to merely define the notion. Students have to leave the university with sufficiently in-depth knowledge to be able to apply the principles of corporate social responsibility in their business activities. On the other hand, the author's study does not permit to determine the level of thoroughness of the universities' discussion of the topics of CSR because the students participating in the study were at various stages with their curricula.

The most students satisfied with their curricula in the aspect of its content of topics related to corporate social responsibility were those attending the EBS. Similar to one of the respondents, the author of this study also thinks that the more such topics are discussed in universities, the bigger the role of the universities in shaping the attitudes of their students becomes. The economy students participating in the study were rather univocal in stating that the topics of corporate social responsibility are not discussed enough in universities as it is and that this fact should be changed. Still, quite a large share of the students assessed the role of the universities in shaping the attitudes towards corporate social responsibility to be rather significant than insignificant even in the current situation, expressed in a 3.5 point score.

Socially responsible companies can have a competitive advantage only in an aware society. In this, universities have an important role. It is possible to promote corporate social responsibility in many ways through economy education. Economy students are potential managers and future opinion leaders, but also simply consumers and members of the society. University as a provider of knowledge and a shaper of attitudes has a great importance in introducing people to the principles of corporate social responsibility and in making the world more sustainable through that.

As a result of the study, it can be summarised that economy students care about their surroundings and understand that responsibility is important in business as well. Yet, many students have not yet formed a definite opinion about corporate social responsibility, possibly due to insufficient knowledge or little earlier attention drawn to the relevant topics. For the future, the author of this study recommends studying students in their final year of universities, in order to study the curricula's content of topics related to CSR, as well as the depth of the subjects' discussion of CSR. It could also be determined what lecturers and company managers think of the discussion of corporate social responsibility in economy education.

KASUTATUD ALLIKATE LOETELU

- Ackermann, K.-F. (2007). How to train Business Students for Corporate Social Responsibility at Universities and Business Schools. – *Ethics in Business – A New Dimension to Leadership*, Brussels, December 2007. Kättesaadav: <http://hdl.handle.net/10419/48620>
- Ahmad, J. (2012). Can a university act as a corporate social responsibility (CSR) driver? An analysis. – *Social Responsibility Journal* Vol. 8, No. 1, 77–86. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1108/17471111211196584>
- Albaum, G., Peterson, R. A. (2006). Ethical Attitudes of Future Business Leaders – Do They Vary by Gender and Religiosity? – *Business & Society* Vol. 45, No. 3, 300–321. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1177/0007650306289388>
- Angelidis, J., Ibrahim, N. (2004). An exploratory study of the impact of degree of religiousness upon an individual's corporate social responsiveness orientation. – *Journal of Business Ethics*, Vol. 51, No. 2, 119–128. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000033606.27489.bf>
- Barber, N. A., Venkatachalam, V. (2013). Integrating Social Responsibility Into Business School Undergraduate Education: A Student Perspective. – *American Journal Of Business Education* Vol. 6, No. 3, 385–396. Kättesaadav: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1054415.pdf> , 03. aprill 2018
- Blowfield, M., Murray, A. (2008). *Corporate responsibility: a critical introduction*. New York: Oxford University Press.
- Borkowski, S. C., Ugras, Y. J. (1998). Business Students and Ethics: A Meta-Analysis – *Journal of Business Ethics* Vol. 17, No. 11, 1117–1127. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1023/A:1005748725174>
- Boyd, D. (1981). Improving ethical awareness through the business and society course. – *Business and Society*, Vol. 20, No. 2, 27–31. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1177/000765038102000204>
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Social Performance. – *The Academy of Management* Vol. 4, No. 4, 497–505. Kättesaadav: <https://doi.org/10.2307/257850>
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. – *Business Horizons* Vol. 34, No. 4, 39–48. Kättesaadav: [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)

- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility. Evolution of a definitional construct. *Business and Society*. – *Business & Society* Vol. 38, No. 3, 268–295. Kättesaadav: [10.1177/000765039903800303](https://doi.org/10.1177/000765039903800303)
- Christensen, L. J., Peirce, E., Hartman L. P., Hoffman, W. M., Carrier, J. (2007). Ethics, CSR, and Sustainability Education in the Financial Times Top 50 Global Business Schools: Baseline Data and Future Research Directions. – *Journal of Business Ethics* Vol. 73, No. 4., 347–368. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9211-5>
- Corporate Social Responsibility (CSR)*. European Commission. Kättesaadav: http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_et , 16. veebruar 2018.
- Educating for a Sustainable Future: A Transdisciplinary Vision for Concerted Action*. (1997). Paris: UNESCO. Kättesaadav: http://www.unesco.org/education/tlsf/mods/theme_a/popups/mod01t05s01.html
- Eesti vastutustundliku ettevõtluse tegevuskava 2012–2014*. (2012). Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. Kättesaadav: https://www.mkm.ee/sites/default/files/vastutustundliku_ettevotluse_tegevuskava.pdf , 08. veebruar 2018.
- European Commission. (2013). Peer Review on Corporate Social Responsibility – London (UK), 18 June 2013. Kättesaadav: <file:///C:/Users/admin/Downloads/Peer%20Review%20on%20CSR%20Report%20-%20UK%20-final%20130912.pdf> , 14. märts 2018.
- Eweje, G., Brunton, M. (2009). Ethical Perceptions of Business Students in a New Zealand University: Do Gender, Age and Work Experience Matter? – *Business Ethics: A European Review* Vol. 19, No. 1, 95–111. Kättesaadav: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-8608.2009.01581.x>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Frooman, J. (1997). Socially Irresponsible and Illegal Behavior and Shareholder Wealth: A Meta-Analysis of Event Studies Vol. 36, No. 3, 221–249. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1177/000765039703600302>
- Goodpaster, K. E., Matthews, J. B. (1982). Can a Corporation Have a Conscience? – *Harvard Business review*. January 1982. Kättesaadav: <https://hbr.org/1982/01/can-a-corporation-have-a-conscience> , 03. aprill 2018
- Ghoshal, S. (2005). Bad Management Theories Are Destroying Good Management Practice. – *The Academy of Management Learning and Education* Vol. 4, No. 1, 75–91. Kättesaadav: <https://doi.org/10.5465/AMLE.2005.16132558>
- Götherström, U.–C. (2012). *Corporate Social Responsibility and Accounting – A Literature Review*. (Master thesis). School of Business, Economics and Law. University of Gothenburg. Gothenburg.

- Haski–Leventhal, D. (2013). MBA students around the world and their attitudes towards responsible management. Kättesaadav: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.395.27&rep=rep1&type=pdf>, 27. märts 2018.
- Jablonkai, R. (2016). Social Responsibility Education in the Hungarian Context. – *Social Responsibility Education Across Europe*. (Eds.) D. Turker, S. O. Idowu, C. A. Vural. Poland: Springer.
- Jurowski, C., Liburd, J. (2001). A multi-cultural and multi-disciplinary approach to integrating the principles of sustainable development into human resource management curricula in hospitality and tourism. – *Journal of Hospitality and Tourism Education* Vol. 13, No. 5, 36–50. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1080/10963758.2001.10696713>
- Kashyap, R., Mir, R., Iyer, E. (2006). Toward responsive pedagogy: Linking social responsibility to firm performance issues in the classroom. – *Academy of Management Learning & Education* Vol. 5, No. 3, 366–376. Kättesaadav: <https://doi.org/10.5465/AMLE.2006.22697025>
- Key, S., Popkin, S. J. (1998) Integrating ethics into the strategic management process: doing well by doing good. – *Management Decision* Vol. 36, No. 5, 331–338. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1108/00251749810220531>
- Kleinrichert, D., Tosti–Kharas, J., Albert, M., & Eng, J. P. (2013). The effect of a business and society course on business student attitudes toward corporate social responsibility. – *Journal of Education for Business*, Vol. 88, No. 4, 230–237. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1080/08832323.2012.688776>
- Ladd, J. (1970). Morality and the Ideal of Rationality in Formal Organizations. – *The Monist* Vol 54, No. 4, 488–516. Kättesaadav: [10.5840/monist197054433](https://doi.org/10.5840/monist197054433), 02. veebruar 2018.
- Lindgreen, A., & Swaen, V. (2010). Corporate social responsibility. – *International Journal of Management Reviews* Vol. 12, No. 1, 1–7. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00277.x>
- Li, Z., Pomeroy, A. A., Noble, G. I. (2011). Investigating Chinese and Australian student's awareness and interpretation of CSR, and the influence of studying 'socially innovative commerce' over time. – *Australian and New Zealand Marketing Academy Conference*, Perth. Australia: ANZMAC, 1–8.
- Line, M., Braun, R. (2007). Baseline study of CSR practices in the new member states and candidate countries. Kättesaadav: https://docs.china-europa-forum.net/undpconference_26062007_brochure.pdf, 03. mai 2018
- Loeb, S. E., Ostas, D. T. (1996). A Business Ethics Experiential Learning Module: The Maryland Business School Experience. – *Teaching Business Ethics* Vol. 1, No. 1, 21–32. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1023/A:1009754626234>

- López-Navarro, M. A., Segarra-Ciprés, M. M. (2015). Social Issues in Business Education: A Study of Students' Attitudes. – *Journal of Education for Business* Vol. 90, No. 6, 314–321. <https://doi.org/10.1080/08832323.2015.1046360>
- Lämsä, A.–M., Vehkaperä, M., Puttonen, T., Pesonen, H.–L. (2008). Effects of business education on women and men students' attitudes on corporate responsibility in society. – *Journal of Business Ethics*, Vol. 82, No. 1, 45–58. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9561-7>
- Matten, D., Crane, A. (2005). Corporate citizenship: Toward an extended theoretical conceptualization. *Academy of Management Review* Vol. 30, No. 1, 166–179. Kättesaadav: <https://doi.org/10.2307/20159101> ,
- Matten, D., Moon, J. (2004). Corporate Social Responsibility Education in Europe. – *Journal of Business Ethics* Vol. 54, No. 4, 323–337. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000049886.47295.3b>
- McCabe, D. L., Dukerich, J. M., Dutton, J. E. (1991) Context, values and moral dilemmas: Comparing the choices of business and law school students. – *Journal of Business Ethics* Vol. 10, No. 12, 951–960. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1007/BF00383799>
- Meehan, J., Meehan, K., Richards, A. (2006). Corporate social responsibility: The 3C–SR model. – *International Journal of Social Economics* Vol. 33, No. 5/6, 386–398. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1108/03068290610660661>
- Mitroff, I. I. (2004). An open letter to the deans and faculties of American business schools. – *Journal of Business Ethics* Vol. 54, No. 2, 185–189. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1007/s10551-004-9462-y>
- Moratis, L., Jerzawi, M. Responsible Management Education in the Netherlands: To What Extent Have Dutch Business Schools Integrated CSR into Their MBA Programs? – *Social Responsibility Education Across Europe*. (Eds.) D. Turker, S. O. Idowu, C. A. Vural. Poland: Springer International Publishing Switzerland. 115–138. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-26716-6>
- Nasieku, T. (2014). Corporate Social Responsibility and Organizational Performance: A Theoretical Review. – *International Journal of Humanities Social Sciences and Education* Vol. 1, No. 12, 106–114.
- Pfeffer, J. (2005). Why do bad management theories persist? A comment on Ghoshal. – *Academy of Management Learning & Education* Vol. 4, No. 1, 96–100. Kättesaadav: 10.5465/AMLE.2005.16132570
- Popowska, M. (2016). Shaping New Generations on Managers and Consumers: CSR Implementation and Higher Education System in Poland. – *Social Responsibility Education Across Europe*. (Eds.) D. Turker, S. O. Idowu, C. A. Vural. Poland: Springer International Publishing Switzerland. 115–138. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-26716-6>

- Rajah, R., Reifferscheid, G., Borgmann, E.–L. (2016) Social Responsibility Education in Germany. – Social Responsibility Education Across Europe. (Eds.) D. Turker, S. O. Idowu, C. A. Vural. Poland: Springer
- Rusinko, C. A. (2010). Integrating sustainability in higher education: a generic matrix. – International Journal of Sustainability in Higher Education Vol. 11 No. 3, 250–259. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1108/14676371011058541>
- Social Responsibility Education Across Europe: A Comparative Approach.* (2016). / (Eds.) Turker, D., Vural, C. A., Idowu, S. O. s.l.: Springer International Publishing.
- Stead, B. A., & Miller, J. J. (1988). Can social awareness be increased through business school curricula? – *Journal of Business Ethics*, Vol. 7, No. 47, 553–560. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1007/BF00382603>
- Sustainable Development Goals (SDGs): Leveraging CSR to achieve SDGs.* (2017). KPMG. Kättesaadav: https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/in/pdf/2017/12/SDG_New_Final_Web.pdf, 14. märts 2018.
- The Main Hinderers of Corporate Social Responsibility Activities within Estonian Companies.* (2016). Ministry of Economic Affairs and Communications. Kättesaadav: <http://www.csr.ee/wp-content/uploads/2016/03/The-Main-Hinderers-of-Corporate-Social-Responsibility-Activities-within-Estonian-Companies.pdf>, 03. veebruar 2018.
- Tóth, G. (2009). *The Truly Responsible Enterprise: About unsustainable development, the tools of Corporate Social Responsibility (CSR), and the deeper, strategic approach.* Budapest: Követ.
- Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development.* (2015). United Nations General Assembly. Kättesaadav: http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/70/1&Lang=E, 13. veebruar 2018.
- Valk, M. (2018) *Biosemiootik Kalevi Kull: inimesed hooliksid loodusest rohkem, kui nad seda paremini tunneksid.* Kättesaadav: <https://kultuur.err.ee/681283/biosemiootik-kalevi-kull-inimesed-hooliksid-loodusest-rohkem-kui-nad-seda-paremini-tunneksid>, 06. aprill 2018.
- What is PRME?* PRME. Kättesaadav: <http://www.unprme.org/about-prme/index.php>, 15. veebruar 2018.
- White, B. J., & Montgomery, B. R. (1980). Corporate codes of conduct. – *California Management Review*, Vol. 23, No. 2, 80–87. Kättesaadav: <https://doi.org/10.2307/41164921>
- Zadek, S. (2007). The path to corporate responsibility. In Corporate Ethics and Corporate Governance. – *Harvard Business review* Vol. 82, No. 12, 159–172. Kättesaadav: <https://doi.org/10.1007/978-3-540-70818-6>

LISAD

Lisa 1. Küsimustik

1. Sugu

- Mees
- Naine

2. Vanus

- Alla 21
- 21–25
- 26–30
- 31–35
- 36 ja üle

3. Õpite:

- Bakalaureuseõppes
- Magistriõppes
- Muu: ...

4. Millises ülikoolis Te õpite?

- Estonian Business School
- Tartu Ülikool
- Tallinna Tehnikaülikool
- Muu: ...

5. Kas töötate?

- Ei, ainult õpin
- Jah, töotan osalise koormusega
- Jah, töotan täiskoormusega

6. Kas töötate juhtival positsioonil?

- Jah
- Ei

7. Kas olete kuulnud sotsiaalselt/ühiskondlikult vastutustundliku ettevõtluse (CSR – *Corporate social responsibility*) kontseptsioonist?

- Jah
- Ei

- Ei oska öelda

8. Kus olete CSR-i kohta kõige enam teadmisi saanud?

- Ei olegi
- Keskkoolis
- Ülikoolis
- Tööl
- Meediast
- Internetist ja raamatutest
- Tutvusringkonnas
- Muu: ...

9. Palun hinnake skaalal 1–5 (1–tähtsusetu, 2–pigem tähtsusetu, 3–ei oska öelda, 4–pigem tähtis, 5–tähtis), kui tähtsad on Teie jaoks järgmised asjaolud:

	1	2	3	4	5
Suur sissetulek					
Kogukonna ja abivajajate abistamine					
Edukus õpingutel ja töökohal					
Maailma paremaks muutmine					
Õnnelik ja turvaline elu					
Võimalus teha seda, mida soovid					
Uskumuste ja religiooni järgi elamine					
Enda väärtuste järgi elamine					
Tasakaal töö ja eraelu vahel					

10. Palun hinnake väiteid skaalal 1–5 (1–ei nõustu üldse, 2–pigem ei nõustu, 3–ei oska öelda, 4–pigem nõustun, 5–nõustun täielikult):

	1	2	3	4	5
Ettevõtte kuvand (vastutustundliku ettevõtluse seisukohast) mõjutab oluliselt minu ostuotsust.					
Olen valmis maksma rohkem nende ettevõtete toodete eest, kes käituvad vastutustundlikult.					
Ostan võimalusel vaid vastutustundlikult käituvate ettevõtete tooteid.					
Töökoha valimisel pean silmas ettevõtte läbipaistvust ja käitumist ühiskondlikul tasandil.					
Minu investeerimisotsust mõjutab oluliselt see, kui vastutustundlikult ettevõtte igapäevaselt tegutseb.					

11. Kas ja mil viisil olete ülikoolis kokku puutunud järgnevate teemadega?

	Jah, kohustusliku ainaena	Jah, valikainena	Jah, mingi teise aine raames	Ei ole	Ei tea
Ärietiika					
Ettevõtte ühiskondlik vastutus (CSR)					
Ökoloogiline jätkusuutlikkus					
Eetilised otsustusprotsessid					
Sotsiaalne ettevõtlus					
Sidusrühmade kaasamine					
Konfliktide lahendamine					
Vastutustundlik tarbimine, turundamine ja turustamine					
Inimõigused					
Aus kaubandus					
Roheline majandus					
Ettevõtlustegevust reguleeriv seadusandlus					

12. Palun hinnake ettevõtte potentsiaalsete huvigruppide olulisust ettevõtte jaoks skaalal 1–5 (1–ebaoluline, 2–pigem ebaoluline, 3–ei oska öelda, 4–pigem oluline, 5–oluline):

	1	2	3	4	5
Keskkond					
Töötajate perekonnad					
Varustajad, tarnijad					
Valitsus					
Kliendid					
Ametiühingud					
Töötajad					
Osanikud					
Ühiskonnaliikmed					

lisa 1 järg

13. Palun järjestage ettevõtte kohustused nende tähtsuse järjekorras (1–kõige tähtsam; 6–kõige vähem tähtis):

	Järjestus
Filantroopilised (heategevuslik annetamine nii raha kui aja näol)	
Keskkonnaalased (ökoloogilise keskkonna säilitamine)	
Seaduslikud (seaduse järgimine)	
Sotsiaalsed (kogukonna ja ühiskonna ees)	
Eetilised (õige ja aus teguviis)	
Finantsilised (väärtuse maksimeerimine aktsionäride jaoks)	

14. Palun hinnake skaalal 1–5 (1–ei nõustu üldse, 2–pigem ei nõustu, 3–ei oska öelda, 4–pigem nõustun, 5–nõustun täielikult) oma nõusolekut järgmiste väidetega:

	1	2	3	4	5
Ettevõtte kõige tähtsam ülesanne on teenida kasumit, isegi kui see nõuab vahel reeglite painutamist.					
Vastutustundlik ettevõtlus on kulukas ning seetõttu jõukohane vaid suurtele ettevõtetele.					
Keskkonnale avaldatavat mõju arvestades, peaksid vastutustundliku ettevõtlusega tegelema ainult suured (mitte väikesed) ettevõtted.					
Ettevõtted peaksid ühiskonna ja keskkonna heaolusse panustama rohkem kui tänapäeval tavapärane on.					
Ettevõtte üldine efektiivsus on määratletav sellega, kui eetiliselt ja vastutustundlikult ta käitub.					
Vastutustundlik käitumine ja kasumlikkus saavad käia käsikäes.					
Vastutustundlik käitumine on oluline pikaajalise edu saavutamiseks.					
Vastutustundlik käitumine on oluline lühiajalise edu saavutamiseks.					
Eetilisus ja vastutustundlikkus on ettevõtte jätkusuutlikuks tegutsemiseks kriitilise tähtsusega.					
Ettevõtetel on ühiskondlik vastutus, mis on enamat kui kasumi teenimine.					
Ettevõtte tegevuse tulemuste juures on oluline nende saavutamise protsess.					
Mida ühiskondlikult vastuolulisem ettevõtte (näiteks alkoholi- või tubakatootja), seda rohkem ta vastutustundlikust käitumisest „võidab“.					

lisa 1 järg

15. Palun hinnake skaalal 1–5 (1–ebaoluline, 2–pigem ebaoluline, 3–ei oska öelda, 4–pigem oluline, 5–oluline) järgnevate asjaolude olulisust Teie jaoks, kui oleksite ettevõttes juhtival positsioonil:

	1	2	3	4	5
Üldine olukord majanduses ja finantsturgudel					
Osanikele kasumi teenimine					
Klientide rahulolu					
Keskkonnavalused mured ja kliimamuutus					
Heategevus					
Tööandja poolt toetatud vabatahtlik tegevus					
Töötajate aus ja võrdne kohtlemine					
Erinevate sidusrühmade kaasamine					
Aus kauplemine tarnijatega					
Kogukonna arendamine					
Rahu tagamine kohalikul tasandil					

16. Palun hinnake skaalal 1–5 (1–ei ole üldse tõhus, 2–pigem ei ole tõhus, 3–ei oska öelda, 4–pigem tõhus, 5–tõhus), mil viisil võiks ülikool tulevikus vastutustundliku ettevõtlusega seotud teemasid kõige tõhusamalt edasi anda?

	1	2	3	4	5
Loengutes					
Seminarides					
Integreerides enam sotsiaalseid ja keskkonnavalaseid teemasid olemasolevatesse õppeainetesse.					
Kasutades rohkem juhtumiuuringuid					
Suurendades valikainete hulka, mis keskenduvad sotsiaalsetele ja keskkonnavalastele teemadele					
Suurendades kohustuslike ainete hulka, mis keskenduvad sotsiaalsetele ja keskkonnavalastele teemadele					
Kasutades väliõpet, ettevõtete külastusi					
Läbi teemakohaste praktikakohtade					
Liigutades teemakohaseid aineid õppekavas õppetöö alguse poole					
Liigutades teemakohaseid aineid õppekavas õppetöö lõpu poole					
Julgustades üliõpilasi klassiruumis aktiivsemalt kaasa rääkima ja analüüsima					

17. Milliseks hindate enda nõusolekut järgmiste väidetega (1–ei nõustu üldse, 2–pigem ei nõustu, 3–ei oska öelda, 4–pigem nõustun, 5–nõustun täielikult)?

	1	2	3	4	5
Muudatusi ei ole vaja teha, vastutustundliku ettevõtlusega seotud teemasid käsitletakse ülikoolis piisavalt.					
Vastutustundliku ettevõtlusega seotud teemasid on õppekavas liiga palju.					

lisa 1 järg

18. Milliseks hindate skaalal 1–5 (1–väike, 2–pigem väike, 3–ei oska öelda, 4–pigem suur, 5–suur) ülikooli rolli Teie hoiakute kujundamisel teemade osas, mis on seotud vastutustundliku ettevõtlusega?

1	2	3	4	5

19. Teie kommentaarid:

Lisa 2. Tulemused. Küsimused 1–6

Taustteave	Vastajate arv			Vastajate osatähtsus		
1. Sugu:						
Mees	53			32,5%		
Naine	110			67,5%		
2. Vanus:						
Alla 21	32			20%		
21–25	80			49%		
26–30	21			13%		
31–35	14			9%		
Üle 35	16			10%		
3. Õpite:						
Bakalaureuseõppes	83			51%		
	EBS	TTÜ	TÜ	EBS	TTÜ	TÜ
	29	43	11	67%	45%	46%
Magistriõppes	80			49%		
	EBS	TTÜ	TÜ	EBS	TTÜ	TÜ
	14	53	13	33%	55%	54%
4. Millises ülikoolis Te õpite?						
Estonian Business School	43			26%		
Tartu Ülikool	24			15%		
Tallinna Tehnikaülikool	96			59%		
5. Kas töötate?						
Ei, ainult õpin	38			23%		
Jah, töötan osakoormusega	47			29%		
Jah, töötan täiskoormusega	78			48%		
6. Kas töötate juhtival positsioonil?						
Jah	42			25,8%		
Ei	120			73,6%		

Allikas: autori koostatud

Lisa 3. Tulemused. Küsimused 7–8

7. Kas olete kuulnud vastutustundliku ettevõtluse kontseptsioonist?	Vastajate arv				Vastajate osatähtsus		
	EBS	TTÜ	TÜ	kokku	EBS	TTÜ	TÜ
Jah	40	66	17	123	93%	69%	70,8%
Ei	2	21	4	27	5%	22%	16,7%
Ei oska öelda	1	9	3	13	2%	9%	12,5%
Kokku:	43	96	24	163	100%	100%	100%

Allikas: autori koostatud

8. CSR-i kohta olete kõige enam teadmisi saanud:	Vastajate arv (=163)	Vastajate osatähtsus
Ülikoolist	108	66%
Internetist ja raamatutest	40	25%
Meediast	33	20%
Tööandjalt	26	16%
Tutvusringkonnast	10	6%
Keskoolist	5	3%
Muu	2	1%
Ei olegi	32	20%

Allikas: autori koostatud

8. CSR-i kohta olete kõige enam teadmisi saanud:	Vastajate arv (=140)				Vastajate osatähtsus		
	EBS	TTÜ	TÜ	kokku	EBS	TTÜ	TÜ
Ülikoolist	15	34	7	56	35%	35%	30%
Ülikoolist ja mujalt	18	29	5	52	42%	30%	22%
Ei olegi	2	25	5	32	5%	26%	21%

Allikas: autori koostatud

Lisa 4. Tulemused. Küsimus 9

9. Milliseks hindate järgnevate asjaolude olulisust?	Vastajate arv (=163)					Hinnangute kaalutud keskmine
	ebaoluline (1)	pigem ebaoluline (2)	ei oska öelda (3)	pigem oluline (4)	oluline (5)	
Õnnelik ja turvaline elu	0	1	6	28	128	4,736
Võimalus teha seda, mida soovid	0	0	9	29	125	4,712
Tasakaal töö ja eraelu vahel	1	0	12	36	114	4,607
Enda väärtuste järgi elamine	0	2	9	45	107	4,577
Edukus õpingutel ja töökohal	0	0	13	56	94	4,497
Suur sissetulek	0	2	23	75	63	4,221
Maaailma paremaks muutmine	6	11	44	61	41	3,736
Kogukonna ja abivajajate abistamine	3	16	52	62	30	3,613
Uskumuste ja religiooni järgi elamine	45	37	46	28	7	2,479

Allikas: autori koostatud

9. Milliseks hindate järgnevate asjaolude olulisust?	Bakalaureuseõppe üliõpilaste arv (=83)					Hinnangute kaalutud keskmine
	ebaoluline (1)	pigem ebaoluline (2)	ei oska öelda (3)	pigem oluline (4)	oluline (5)	
Uskumuste ja religiooni järgi elamine	30	19	21	11	2	2,202
Õnnelik ja turvaline elu	0	1	3	18	61	4,619
Võimalus teha seda, mida soovid	0	0	8	13	62	4,595
Tasakaal töö ja eraelu vahel	0	0	8	22	53	4,488
Enda väärtuste järgi elamine	0	2	5	25	51	4,452
Edukus õpingutel ja töökohal	0	0	8	30	45	4,393
Suur sissetulek	0	1	8	39	35	4,250

Maailma paremaks muutmine	4	8	28	22	21	3,536
Kogukonna ja abivajajate abistamine	2	12	26	28	15	3,464

Allikas: autori koostatud

9. Milliseks hindate järgnevate asjaolude olulisust?	Magistriõppe üliõpilaste arv (=80)					Hinnangute kaalutud keskmine
	ebaoluline (1)	pigem ebaoluline (2)	ei oska öelda (3)	pigem oluline (4)	oluline (5)	
Uskumuste ja religiooni järgi elamine	15	18	24	18	5	2,895
Õnnelik ja turvaline elu	0	0	3	11	66	4,788
Võimalus teha seda, mida soovid	0	0	1	16	63	4,775
Tasakaal töö ja eraelu vahel	1	0	4	15	60	4,663
Enda väärtuste järgi elamine	0	0	4	20	56	4,650
Edukus õpingutel ja töökohal	0	0	5	26	49	4,550
Suur sissetulek	0	1	15	36	28	4,138
Maailma paremaks muutmine	2	3	16	39	20	3,900
Kogukonna ja abivajajate abistamine	1	4	26	34	15	3,725

Allikas: autori koostatud

9. Milliseks hindate järgnevate asjaolude olulisust?	Meesüliõpilaste arv (=53)					Hinnangute kaalutud keskmine
	ebaoluline (1)	pigem ebaoluline (2)	ei oska öelda (3)	pigem oluline (4)	oluline (5)	
Uskumuste ja religiooni järgi elamine	19	14	6	11	3	2,340
Kogukonna ja abivajajate abistamine	2	7	17	21	6	3,415
Maailma paremaks muutmine	3	1	15	22	12	3,736
Suur sissetulek	0	1	7	19	26	4,321
Edukus õpingutel ja	0	0	4	22	27	4,434

töökohal						
Enda väärtuste järgi elamine	0	1	6	14	32	4,453
Tasakaal töö ja eraelu vahel	1	0	9	16	27	4,283
Võimalus teha seda, mida soovid	0	0	5	8	40	4,660
Õnnelik ja turvaline elu	0	1	5	13	34	4,509

Allikas: autori koostatud

9. Milliseks hindate järgnevate asjaolude olulisust?	Naisüliõpilaste arv (=110)					Hinnangute kaalutud keskmine
	ebaoluline (1)	pigem ebaoluline (2)	ei oska öelda (3)	pigem oluline (4)	oluline (5)	
Uskumuste ja religiooni järgi elamine	26	23	40	17	4	2,545
Kogukonna ja abivajajate abistamine	1	9	35	41	24	3,709
Maailma paremaks muutmine	3	10	29	39	29	3,736
Suur sissetulek	0	1	16	56	37	4,173
Edukus õpingutel ja töökohal	0	0	9	34	67	4,527
Enda väärtuste järgi elamine	0	1	3	31	75	4,636
Tasakaal töö ja eraelu vahel	0	0	3	20	87	4,764
Võimalus teha seda, mida soovid	0	0	4	21	85	4,736
Õnnelik ja turvaline elu	0	0	1	15	94	4,845

Allikas: autori koostatud

Lisa 5. Tulemused. Küsimus 10

10. Milliseks hindate oma nõustumist järgnevat väidetega?	Vastajate arv (=163)					Kaalutud keskmine hinnang
	ei nõustu (1)	pigem ei nõustu (2)	ei oska öelda (3)	pigem nõustun (4)	nõustun (5)	
Ettevõtte kuvand (vastutustundliku ettevõtte seisukohast) mõjutab oluliselt minu ostuotsust.	4	12	60	68	19	3,528
Olen valmis maksuma rohkem nende ettevõtete toodete eest, kes käituvad vastutustundlikult.	7	21	33	78	24	3,558
Ostan võimalusel vaid vastutustundlikult käituvate ettevõtete tooteid.	16	51	55	32	9	2,798
Töökoha valimisel pean silmas ettevõtte läbipaistvust ja käitumist ühiskondlikul tasandil.	3	15	49	63	33	3,663
Minu investeerimisotsust mõjutab oluliselt see, kui vastutustundlikult ettevõtte igapäevaselt tegutseb.	10	25	55	43	30	3,356

Allikas: autori koostatud

10. Milliseks hindate oma nõustumist järgnevat väidetega?	Naissoost vastajate arv (=110)					Kaalutud keskmine hinnang
	ei nõustu (1)	pigem ei nõustu (2)	ei oska öelda (3)	pigem nõustun (4)	nõustun (5)	
Ettevõtte kuvand (vastutustundliku ettevõtte seisukohast) mõjutab oluliselt minu ostuotsust.	2	5	44	44	15	3,591
Olen valmis maksuma rohkem nende ettevõtete toodete eest, kes käituvad vastutustundlikult.	3	12	25	54	16	3,618
Ostan võimalusel vaid vastutustundlikult käituvate ettevõtete tooteid.	9	34	36	25	6	2,864
Töökoha valimisel pean silmas ettevõtte läbipaistvust ja käitumist ühiskondlikul tasandil.	1	10	36	38	25	3,691
Minu investeerimisotsust mõjutab oluliselt see, kui vastutustundlikult ettevõtte igapäevaselt tegutseb.	6	17	37	27	23	3,400

Allikas: autori koostatud

10. Milliseks hindate oma nõustumist järgnevate väidetega?	Meessoost vastajate arv (=53)					Kaalitud keskmine hinnang
	ei nõustu (1)	pigem ei nõustu (2)	ei oska öelda (3)	pigem nõustun (4)	nõustun (5)	
Ettevõtte kuvand (vastutustundliku ettevõtte seisukohast) mõjutab oluliselt minu ostuotsust.	2	7	16	24	4	3,396
Olen valmis maksma rohkem nende ettevõtete toodete eest, kes käituvad vastutustundlikult.	4	9	8	24	8	3,434
Ostan võimalusel vaid vastutustundlikult käituvate ettevõtete tooteid.	7	17	19	7	3	2,660
Töökoha valimisel pean silmas ettevõtte läbipaistvust ja käitumist ühiskondlikul tasandil.	2	5	13	25	8	3,604
Minu investeerimisotsust mõjutab oluliselt see, kui vastutustundlikult ettevõtte igapäevaselt tegutseb.	4	8	18	16	7	3,264

Allikas: autori koostatud

Lisa 6. Tulemused. Küsimus 11

11. Kas ja mil viisil olete ülikoolis kokku puutunud järgvate teemadega?	Vastajate arv (=163)				
	kohustusliku ainenä	valikainena	mingi teise aine raames	ei ole	ei tea
Ärietiika	80	19	29	33	2
Ettevõtte ühiskondlik vastutus	18	32	53	55	5
Ökoloogiline jätkusuutlikkus	12	11	47	86	6
Jätkusuutlik tootearendus	6	9	42	97	8
Eetiline otsustusprotsess	19	14	62	59	4
Sotsiaalne ettevõtlus	23	20	53	58	8
Sidusrühmade kaasamine	12	12	49	69	20
Konfliktide lahendamine	39	17	68	31	7
Vastutustundlik tarbimine, turundamine ja turustamine	29	14	55	56	7
Inimõigused	41	8	62	46	5
Aus kaubandus	30	11	53	61	8
Roheline majandus	18	11	48	66	10
Ettevõtte juhtimist reguleeriv seadusandlus	74	12	49	21	7

Allikas: autori koostatud

Lisa 7. Tulemused. Küsimused 12–13

13. Palun pange ettevõtte kohustused tähtsusejärjekorda:	Vastajate arv (=163)						Hinnangute kaalutud keskmine
	1	2	3	4	5	6	
Filantroopilised (heategevuslik annetamine nii raha kui aja näol)	24	11	13	24	27	64	4,294
Keskkonnaalased (ökoloogilise keskkonna säilitamine)	7	27	40	33	36	20	3,761
Seaduslikud (seaduse järgimine)	45	41	10	14	21	32	3,129
Sotsiaalsed (kogukonna ja ühiskonna ees)	6	22	34	43	47	11	3,834
Eetilised (õige ja aus teguviis)	30	32	34	28	17	22	3,221
Finantsilised (väärtuse maksimeerimine aktsionäride jaoks)	39	25	22	19	27	31	3,387

Allikas: autori koostatud

13. Palun pange ettevõtte kohustused tähtsusejärjekorda:	Vastajate arv (=163)												Hinnangute kaalutud keskmine	
	1		2		3		4		5		6		naine	mees
	naine	mees	naine	mees	naine	mees	naine	mees	naine	mees	naine	mees		
Filantroopilised (heategevuslik annetamine nii raha kui aja näol)	12	12	7	4	10	3	22	5	10	14	49	15	4,545	3,774
Keskkonnaalased (ökoloogilise keskkonna säilitamine)	4	3	18	9	28	12	28	8	18	15	14	6	3,818	3,642
Seaduslikud (seaduse järgimine)	34	11	33	8	7	3	9	12	5	9	22	10	2,891	3,623
Sotsiaalsed (kogukonna ja ühiskonna ees)	4	2	14	8	19	15	34	13	31	12	7	3	3,864	3,660
Eetilised (õige ja aus teguviis)	19	11	23	9	22	12	14	3	18	10	14	8	3,245	3,170
Finantsilised (väärtuse maksimeerimine aktsionäride jaoks)	29	10	17	8	19	3	17	10	12	7	16	15	3,173	3,830

Allikas: autori koostatud

12. Palun hinnake ettevõtte potentsiaalsete huvigruppide olulisust ettevõtte jaoks:	Vastajate arv (=163)					Kaalutud keskmine hinnang
	eba-oluline (1)	pigem eba-oluline (2)	ei oska öelda (3)	pigem oluline (4)	oluline (5)	
Keskkond	1	11	29	61	61	4,043
Töötajate perekonnad	9	12	53	57	32	3,558
Tarnijad	1	1	14	66	81	4,380
Valitsus	5	16	57	54	31	3,552
Kliendid	1	0	8	17	137	4,773
Ametiühingud	10	13	58	67	15	3,393
Töötajad	1	3	9	28	122	4,638
Osanikud	1	3	17	45	97	4,436
Ühiskonnaliikmed	8	16	59	56	24	3,442

Allikas: autori koostatud

Lisa 8. Tulemused. Küsimus 14

14. Palun hinnake enda nõusolekut järgnevate väidetega:	Vastajate arv (=163)					Kaalutud keskmine hinnang
	ei nõustu (1)	pigem ei nõustu (2)	ei oska öelda (3)	pigem nõustun (4)	nõustun (5)	
Ettevõtte kõige tähtsam ülesanne on teenida kasumit, isegi kui see nõuab vahel reeglite painutamist.	22	26	46	51	18	3,104
Vastutustundlik ettevõtlus on kulukas ning seetõttu jõukohane vaid suurtele ettevõtetele	29	51	39	36	8	2,650
Keskkonnale avaldatavat mõju arvestades, peaksid vastutustundliku ettevõtlusega tegelema ainult suured (mitte väikesed) ettevõtted.	81	50	25	3	4	1,767
Ettevõtted peaksid rohkem panustama ühiskonna ja keskkonna heaolusse.	2	6	27	57	71	4,160
Ettevõtte üldine efektiivsus on määratletav sellega, kui eetilisel ja vastutustundlikult ta käitub.	13	29	57	48	16	3,153
Vastutustundlik käitumine ja kasumlikkus saavad käia käsikäes.	3	6	27	47	80	4,196
Vastutustundlik käitumine on oluline pikaajalise edu saavutamiseks.	2	10	23	51	77	4,172
Vastutustundlik käitumine on oluline lühiajalise edu saavutamiseks.	33	46	57	20	7	2,521
Eetilisus ja vastutustundlikkus on ettevõtte jätkusuutliku tegutsemise tagamisel kriitilise tähtsusega.	2	22	37	58	44	3,736
Ettevõtetel on ühiskondlik vastutus, mis on enam kui kasumi teenimine.	4	16	46	54	43	3,712
Ettevõtte tegevuse tulemuste juures on oluline nende saavutamise protsess.	1	6	22	67	67	4,184
Mida ühiskondlikult vastuolulisem ettevõtte (näiteks alkoholi- või tubakatootja), seda rohkem on ta suuteline oma vastutustundliku käitumisega kasu saama.	6	27	48	48	34	3,472

Allikas: autori koostatud

14. Palun hinnake enda nõusolekut järgnevate väidetega:	Meessoost vastajate arv (=53)					Kaalitud keskmine hinnang
	ei nõustu (1)	pigem ei nõustu (2)	ei oska öelda (3)	pigem nõustun (4)	nõustun (5)	
Ettevõtte kõige tähtsam ülesanne on teenida kasumit, isegi kui see nõuab vahel reeglite painutamist.	9	7	10	8	19	3,189
Vastutustundlik ettevõtetus on kulukas ning seetõttu jõukohane vaid suurtele ettevõtetele	8	15	10	3	17	2,849
Keskkonnale avaldatavat mõju arvestades, peaksid vastutustundliku ettevõtlusega tegelema ainult suured (mitte väikesed) ettevõtted.	21	19	9	2	2	1,962
Ettevõtted peaksid rohkem panustama ühiskonna ja keskkonna heaolusse.	1	3	12	17	20	3,925
Ettevõtte üldine efektiivsus on määratletav sellega, kui eetiliselt ja vastutustundlikult ta käitub.	7	10	16	4	16	3,000
Vastutustundlik käitumine ja kasumlikkus saavad käia käsikäes.	1	1	11	25	15	4,170
Vastutustundlik käitumine on oluline pikaajalise edu saavutamiseks.	0	4	9	26	14	4,170
Vastutustundlik käitumine on oluline lühiajalise edu saavutamiseks.	8	17	14	3	11	2,698
Eetilisus ja vastutustundlikkus on ettevõtte jätkusuutliku tegutsemise tagamisel kriitilise tähtsusega.	1	8	11	12	21	3,660
Ettevõtetel on ühiskondlik vastutus, mis on enam kui kasumi teenimine.	1	8	17	8	19	3,472
Ettevõtte tegevuse tulemuste juures on oluline nende saavutamise protsess.	0	2	9	22	20	4,170
Mida ühiskondlikult vastuolulisem ettevõtte (näiteks alkoholi- või tubakatootja), seda rohkem on ta suuteline oma vastutustundliku käitumisega kasu saama.	3	11	13	8	18	3,321

Allikas: autori koostatud

14. Palun hinnake enda nõusolekut järgnevate väidetega:	Naissoost vastajate arv (=110)					Kaalitud keskmine hinnang
	ei nõustu (1)	pigem ei nõustu (2)	ei oska öelda (3)	pigem nõustun (4)	nõustun (5)	
Ettevõtte kõige tähtsam ülesanne on teenida kasumit, isegi kui see nõuab vahel reeglite painutamist.	13	19	36	10	32	3,104
Vastutustundlik ettevõtlus on kulukas ning seetõttu jõukohane vaid suurtele ettevõtetele	21	36	29	5	19	2,650
Keskkonnale avaldatavat mõju arvestades, peaksid vastutustundliku ettevõtlusega tegelema ainult suured (mitte väikesed) ettevõtted.	60	31	16	2	1	1,767
Ettevõtted peaksid rohkem panustama ühiskonna ja keskkonna heaolusse.	1	3	15	54	37	4,160
Ettevõtte üldine efektiivsus on määratletav sellega, kui eetiliselt ja vastutustundlikult ta käitub.	6	19	41	12	32	3,153
Vastutustundlik käitumine ja kasumlikkus saavad käia käsikäes.	2	5	16	55	32	4,196
Vastutustundlik käitumine on oluline pikaajalise edu saavutamiseks.	2	6	14	51	37	4,172
Vastutustundlik käitumine on oluline lühiajalise edu saavutamiseks.	25	29	43	4	9	2,521
Eetilisus ja vastutustundlikkus on ettevõtte jätkusuutliku tegutsemise tagamisel kriitilise tähtsusega.	1	14	26	32	37	3,736
Ettevõtetel on ühiskondlik vastutus, mis on enam kui kasumi teenimine.	3	8	29	35	35	3,712
Ettevõtte tegevuse tulemuste juures on oluline nende saavutamise protsess.	1	4	13	45	47	4,184
Mida ühiskondlikult vastuolulisem ettevõtte (näiteks alkoholi- või tubakatootja), seda rohkem on ta suuteline oma vastutustundliku käitumisega kasu saama.	3	16	35	26	30	3,472

Allikas: autori koostatud

Lisa 9. Tulemused. Küsimus 15

15. Palun hinnake järgnevate asjaolude olulisust, kui oleksite ettevõttes juhtival positsioonil:	Vastajate arv (=163)					Hinnangute kaalutud keskmine
	ebaoluline (1)	pigem ebaoluline (2)	ei oska öelda (3)	pigem oluline (4)	oluline (5)	
Üldine olukord majanduses ja finantsturgudel	1	1	8	40	113	4,613
Osanikele kasumi teenimine	1	4	19	67	72	4,258
Klientide rahulolu	1	0	3	15	144	4,847
Keskkonnaalased mured ja kliimamuutus	4	17	45	62	35	3,656
Heategevus	7	20	75	49	12	3,239
Tööandja poolt toetatud vabatahtlik tegevus	3	13	57	62	28	3,607
Töötajate aus ja võrdne kohtlemine	0	4	1	21	137	4,785
Erinevate sidusrühmade kaasamine	3	12	42	68	38	3,773
Aus kauplemine tarnijatega	1	1	9	45	107	4,571
Kogukonna arendamine	2	22	48	63	28	3,571
Rahu tagamine kohalikul ja rahvusvahelisel tasandil	8	16	37	50	52	3,748

Allikas: autori koostatud

15. Palun hinnake järgnevate asjaolude olulisust, kui oleksite ettevõttes juhtival positsioonil:	Naissoost vastajate arv (=110)					Hinnangute kaalutud keskmine
	ebaoluline (1)	pigem ebaoluline (2)	ei oska öelda (3)	pigem oluline (4)	oluline (5)	
Üldine olukord majanduses ja finantsturgudel	1	1	3	83	22	4,682
Osanikele kasumi teenimine	1	1	11	47	50	4,282
Klientide rahulolu	1	0	2	99	8	4,855
Keskkonnaalased mured ja kliimamuutus	2	11	26	27	44	3,755
Heategevus	4	8	51	10	37	3,373

Tööandja poolt toetatud vabatahtlik tegevus	2	6	33	23	46	3,745
Töötajate aus ja võrdne kohtlemine	0	2	0	99	9	4,864
Erinevate sidusrühmade kaasamine	0	6	27	29	48	3,909
Aus kauplemine tarnijatega	1	0	6	78	25	4,627
Kogukonna arendamine	1	12	33	21	43	3,645
Rahu tagamine kohalikul ja rahvusvahelisel tasandil	4	8	27	36	35	3,827

Allikas: autori koostatud

15. Palun hinnake järgnevate asjaolude olulisust, kui oleksite ettevõttes juhtival positsioonil:	Meessoost vastajate arv (=53)					Hinnangute kaalutud keskmine
	ebaoluline (1)	pigem ebaoluline (2)	ei oska öelda (3)	pigem oluline (4)	oluline (5)	
Üldine olukord majanduses ja finantsturgudel	0	0	5	30	18	4,472
Osanikele kasumi teenimine	0	3	8	25	17	4,208
Klientide rahulolu	0	0	1	45	7	4,830
Keskkonnavalasid mured ja kliimamuutus	2	6	19	8	18	3,453
Heategevus	3	12	24	2	12	2,962
Tööandja poolt toetatud vabatahtlik tegevus	1	7	24	5	16	3,321
Töötajate aus ja võrdne kohtlemine	0	2	1	38	12	4,623
Erinevate sidusrühmade kaasamine	3	6	15	9	20	3,491
Aus kauplemine tarnijatega	0	1	3	29	20	4,453
Kogukonna arendamine	1	10	15	7	20	3,415
Rahu tagamine kohalikul ja rahvusvahelisel tasandil	4	8	10	16	15	3,585

Allikas: autori koostatud

Lisa 10. Tulemused. Küsimused 16–17

16. Palun hinnake järgnevate muudatuste ja õppemeetodite tõhusust vastutustundliku ettevõtluse õpetamisel:	Vastajate arv (=163)					Hinnangute kaalutud keskmine
	ebatõhus (1)	pigem ebatõhus (2)	ei oska öelda (3)	pigem tõhus (4)	tõhus (5)	
Loengutes	17	23	52	42	29	3,264
Seminarides	2	4	29	63	65	4,135
Integreerides teemasid olemasolevatesse õppeainetesse	5	24	31	48	55	3,761
Juhtumiuuringud	2	7	15	53	86	4,313
Suurendades valikainete hulka	10	18	40	56	39	3,589
Suurendades kohustuslike ainete hulka	19	39	38	32	35	3,153
Väliõpe, ettevõtete külastamine	5	9	14	40	95	4,294
Teemakohased praktikakohad	10	6	16	43	88	4,184
Liigutades teemakohaseid aineid õppekavas õppetöö alguse poole	25	26	45	37	30	3,129
Liigutades teemakohaseid aineid õppekavas õppetöö lõpu poole	36	37	51	31	8	2,620
Julgustades üliõpilasi klassiruumis rohkem kaasa rääkima ja analüüsima	7	14	29	52	61	3,896

Allikas: autori koostatud

17. Palun hinnake enda nõusolekut järgnevate väidetega:	Vastajate arv					Kaalutud keskmine hinnang
	ei nõustu (1)	pigem ei nõustu (2)	ei oska öelda (3)	pigem nõustun (4)	nõustun (5)	
Muudatusi ei ole vaja teha, vastutustundliku ettevõtlusega seotud teemasid käsitletakse ülikoolis piisavalt	61	49	28	19	6	2,141
Vastutustundliku ettevõtlusega seotud teemasid on õppekavas liiga palju	90	40	25	7	1	1,706

Allikas: autori koostatud

17. Palun hinnake enda nõusolekut järgnevate väidetega:	Vastajate arv (=163)															Kaalitud keskmine hinnang		
	ei nõustu üldse (1)			pigem ei nõustu (2)			ei oska öelda (3)			pigem nõustun (4)			nõustun täielikult (5)					
	EBS	TTÜ	TÜ	EBS	TTÜ	TÜ	EBS	TTÜ	TÜ	EBS	TTÜ	TÜ	EBS	TTÜ	TÜ	EBS	TTÜ	TÜ
Muudatusi ei ole vaja teha, vastutustundliku ettevõtlusega seotud teemasid käsitletakse ülikoolis piisavalt	12	42	7	10	28	11	6	19	3	12	6	1	3	1	2	2,6	1,9	2,2
Vastutustundliku ettevõtlusega seotud teemasid on õppekavas liiga palju	23	54	13	9	24	7	9	12	4	1	6	0	1	0	0	1,8	1,7	1,6

Allikas: autori koostatud

Lisa 11. Tulemused. Küsimused 18–19

Küsimus:	Vastajate arv (=163)					Kaalitud keskmine hinnang
	väike (1)	pigem väike (2)	ei oska öelda (3)	pigem suur (4)	suur (5)	
Milliseks hindate ülikooli rolli enda hoiakute kujundamisel (seoses vastutustundliku ettevõtlusega?)	5	21	47	62	28	3,534

Allikas: autori koostatud

Küsimus:	Vastajate arv (=163)										Kaalitud keskmine hinnang	
	väike (1)		pigem väike (2)		ei oska öelda (3)		pigem suur (4)		suur (5)			
	bakalaureuseõpe	magistriõpe	bakalaureuseõpe	magistriõpe	bakalaureuseõpe	magistriõpe	bakalaureuseõpe	magistriõpe	bakalaureuseõpe	magistriõpe	bakalaureuseõpe	magistriõpe
Milliseks hindate ülikooli rolli enda hoiakute kujundamisel (seoses vastutustundliku ettevõtlusega?)	1	4	11	10	30	17	31	31	10	18	3,46	3,61

Allikas: autori koostatud

19. Teie kommentaarid:

- CSR info avaldamine on esimene samm vastutustundliku äritegevuse ja kasumlikkuse seose loomisel. Teiseks tingimuseks on vajalik sidusrühmade teadlikkus ning järgmiseks klientide, rahastajate, tarnijate jt moraalsed väärtused (kas arvestatakse pigem vaid enda või ka teiste huve). Viimaseks sammuks on oluline, et ettevõtte CSR ületaks sidusrühmade (eriti klientide) ootusi, kuna juba väljakujunenud ootused/standardid on referentspunktiks, mille suhtes hinnatakse, kas firma tegevusi kasu või kahjuna ühiskonnas. Lõppkokkuvõttes on tähtis aga, et ettevõtte vähendaks informatsiooni asümmeetria oma sidusrühmadega läbi info avaldamise organisatsiooni vastutustundlikkuse kohta, kuna see on vajalik eeltingimus muutmaks CSR tegevused strateegiliseks.
- Olen tõsiusklik kristlane, õpin bakaõppes rah. vah. ärijuhtimist (III kursus) ja töötan B2b müügiesindajana. Minu põhimõte selles valdkonnas on see, et kasum peab olema, kuid seda ei saa maksimeerida eetilise, vastutustundliku jms asjaolude arvelt. Muidugi, kui on

äärmuslik valik, et kasum tuleb ebaeetiliselt ja seadusi painutades või vastasel juhul ollakse kahjumis, siis ei saa sellist äri teha.

- Kõige huvitavam küsimustik, millele ma kunagi varem vastanud olen!
- Kui ülikoolis räägitaks rohkem CSR-ist siis oleks roll suurem.