



CSR/SME

Promoting Social Responsibility
in Small and Medium Size Enterprises

KUIDAS KORRALDADA ÕPPEKÜLASTUST ÜHISKONDLIKULT VASTUTUSTUNDLIKKU ETTEVÕTTESSE

JUHENDMATERJAL

2005



SISUKORD

1. Sissejuhatus	4
1.1. Eesmärgid	4
1.2. Kontaktinformatsioon	4
2. Enne külastust	5
2.1. Sihtgrupi määratlemine	5
2.2. Ettevõtte valik	5
2.3. Osalejate arv	5
2.4. Kuupäev, aeg ja kestvus	5
3. Külastuse soovitatav päevakava	6
3.1. Tervitus	6
3.2. Külastuse avamine	6
3.3. Ettevõtet tutvustav ettekanne	6
3.4. Ringkäik ettevõttes	6
3.5. Küsimused ja vastused	6
3.6. Hindamine	6
4. Ettevõtet tutvustav ettekanne	7
4.1. Soovitatav ettekande ülesehitus	7
4.2. Praktilised näpunäited PowerPoint ettekande jaoks	9
4.3. Küsimused ja vastused	9
5. Logistika	10
5.1. Registreerimine	10
5.2. Dokumentatsioon ja materjalid	10
5.3. Transport	10
5.4. Toitlustamine	10
5.5. Kingitused/meened	10
6. Reklaam	11
6.1. Kutsed	11
6.2. Üritusest teavitamine	11
6.3. Teabe levitamise kanalid	12
7. Finantsküsimused	13
7.1. Eelarve	13
7.2. Kulud	13
7.3. Tulud	14
8. Külastuse hindamine ja edasised tegevused	15
8.1. Külastuse hindamine	15
8.2. Külastusele järgnevad tegevused	15



LISAD

Osalejatele

Lisa 1. Tervitus ja sissejuhatus

Lisa 2. Teadlikkuse tõstmise küsimustik Euroopa Komisjoni Ettevõtluse peadirektoraadilt

Lisa 3. Tagasisideleht

Õppekülastuse korraldajatele

Lisa 4. Õppekülastuse eelarve (Excel)

Lisa 5. Õppekülastuse aruanne

Külastatavale ettevõttele

Lisa 6. Ettevõtet tutvustava ettekande näidis (PowerPoint)



1. SISSEJUHATUS

Käesolev juhend on valminud pilootprojekti „Ettevõtte ühiskondliku vastutuse edendamine väikese ja keskmise suurusega ettevõtetes“ (lühinimetusega CSR/SME) käigus. Projekti toetab Euroopa Komisjon läbi Leonardo da Vinci programmi.

Juhend on suunatud ettevõtte ühiskondliku vastutuse valdkonna koolitajatele/ konsultantidele ja vastutustundlikele ettevõtjatele, kes soovivad oma kogemusi jagada.

Ettevõtte ühiskondliku vastutuse alane õppekülastus võib olla nii üksiküritus kui ka osa laiemast ettevõtte ühiskondliku vastutuse teemalisest teavitus- ja koolitusprogrammist, mis läbi omandab veelgi suurema mõjuulatuse.

1.1. EESMÄRGID

Juhendi eesmärk on olla abiks õppekülastuse korraldamisel vastutustundlikku ettevõttesse ning annab lugejale järgmisi teadmisi:

- 🕒 kuidas valmistada ette ühiskondliku vastutuse alast õppekülastust,
- 🕒 kuidas õppekülastust läbi viia,
- 🕒 kuidas korraldada õppekülastuse hindamist ja edasisi tegevusi.

1.2. KONTAKTINFORATSIOON

Küsimuste korral palume pöörduda CSR/SME projekti partnerite poole:

PORTUGAL (projekti juhtpartner)

CECOA
Rua da Sociedade Farmacêutica, n° 3
1150-112 Lissabon
Tel: ++ 351 213112400
Fax: ++ 351 213112424
E-post: estudos@cecoa.pt
Kontaktisik: Cristina Dimas
www.cecoa.pt

EESTI (partner)

GEOMEDIA
Rüütli, 4
51007 Tartu
Tel: ++ 372 7441 675
Fax: ++ 372 5167 362
E-post: geomedia@geomedia.ee
Kontaktisik: Krista Noorkõiv
www.geomedia.ee

ITAALIA (partner)

FRAREG
Viale Jenner, 38
20159 Milaano
Tel: ++ 392 6901 0030
Fax: ++ 392 6901 8460
E-post: info@frareg.com
Kontaktisik: Alessandra di Pietto
www.frareg.it

AUSTRIA (partner)

FO.FO.S – Väikese ja keskmise suurusega ettevõtteid ja
füüsilisest isikust ettevõtjaid toetav foorum
Landstr. Hauptstr. 71/2
1030 Viin
Tel: ++ 43 650 84 22 874
E-post: csr@focos.at
Kontaktisik: Wolfgang Keck
www.focos.at

UNGARI (partner)

LA VIDA
Molnár U 29 III/11
1056 Budapest
Tel: ++ 36 1 318 75 61
Fax: ++ 36 1 318 75 61
E-post: a.kenyeres@lavidai.hu
Kontaktisik: Annamaria Kenyeres
www.lavidai.hu

HOLLAND (partner)

HUESKEN & DE PREE
Lagemorgenlaan, 19 - 5223 HV
s-Hertogenbosch
Tel: ++ 317 3623 8707
Fax: ++ 318 4745 8071
E-post: info@huesken.nl
Kontaktisik: Pim Huesken
www.huesken.nl



2. ENNE KÜLASTUST

2.1. SIHTGRUPI MÄÄRATLEMINE

Külastuse korraldajate esimeseks sammuks on külastuse sihtgrupi määratlemine. Näited võimalikest sihtgruppidest: ettevõtjad/tippjuhid, ettevõtte ühiskondliku vastutuse valdkonna koolitajad/konsultandid, õpilased, ajakirjanikud, aramusliidrid jt. Külastuse programm peab tuginema osalejate ootustele ja vajadustele.

2.2. ETTEVÕTTE VALIK

Korraldajad peaksid külastuse jaoks valima ettevõtte, mis on osalejatele eeskujuks ettevõtte ühiskondliku vastutuse alase tegevuse kujundamisel. Kui sihtgrupp on väikese ja keskmise suurusega ettevõtte, on parem valida ka külastuseks väikese või keskmise suurusega ettevõtte, millega osalejad saavad end samastada (nt. rohkete ressurssidega suurettevõtte tegevused võivad sellisel juhul tunduda osalejatele kaugetena).

Ideaaljuhul on külastataval ettevõttel koosolekuruum, mis mahutab kokkulepitud arvu osalejaid. Kui see ei ole võimalik, peaksid korraldajad leidma alternatiivse toimumiskoha, kus saab läbi viia ettevõtet tutvustava ettekande, küsimuste ja vastuste osa ning arutelu.

2.3. OSALEJATE ARV

Soovitud osalejate arv tuleb määratleda külastuse eesmärke, külastatavat ettevõtet, sihtgruppi ja võimalikke rahalisi piiranguid silmas pidades.

Paremate tulemuste saamiseks soovitame 12-15-inimeselist gruppi.

Kui on tegemist erinevatest sihtgruppidest osalejatega (nt. koolitajad ja koolitatavad või konsultandid ja ettevõtjad), siis on võimalik osalejate arvu suurendada 20ni juhul, kui seda ei takista ruumi, transpordi või rahaga seotud piirangud.

2.4. KUUPÄEV, AEG JA KESTVUS

Korraldajad peaksid külastuse jaoks valima kuupäeva, aja ja kestvuse, mis arvestab osalejate olukorda ja kättesaadavust. Tavatingimustes peaks kogu programm mahtuma 2.5 kuni 4 tunni piiridesse, sõltudes kohtumispaiga kaugusest ja suurusest.



3. KÜLASTUSE SOOVITATAV PÄEVAKAVA

Korraldajad peaksid saabuma ürituse toimumispaigale hiljemalt 30 minutut enne külastuse algust ja jääma kuni külastuse lõpuni. Tegevuste soovitatav järjekord ja kestvus on toodud allpool.

3.1. TERVITUS (⌚ 10 MIN.)

Iga külastusele tulija südamlük tervitamine on oluline – seda eriti juhul, kui inimesed üksteist ei tunne. On tähtis, et inimesed tunneksid end vabalt, suhtleksid omavahel ja jagaksid oma kogemusi.

Külastuse materjalid tuleks samuti sel ajal osalejatele jaotada.

3.2. KÜLASTUSE AVAMINE (⌚ 10 MIN.)

Oludest olenevalt võib ürituse avamine toimuda kohtumispaigas, mis on väljaspool külastatavat ettevõtet või külastatava ettevõtte ruumides.

Avamise käigus peaksid korraldajad tervitama osalejaid, end lühidalt tutvustama, andma teada külastuse programmist ja eesmärkidest, ohutusmeetmetest (juhtudel, kus see on kohane) ja muust külastuse seisukohalt olulisest teabest.

3.3. ETTEVÕTET TUTVUSTAV ETTEKANNE (⌚ 20 - 30 MIN.)

Järgmine samm on ettevõtet tutvustav ettekanne. On väga soovitatav, et seda teeks tippjuhkonna esindaja.

Ettevõtte ettekande juhised on peatükis 4.

3.4. RINGKÄIK ETTEVÕTTES (⌚ 20 - 60 MIN.)

On oluline, et osalejatele võimaldatakse ettevõtte valduste (ruumide, territooriumi) külastamist. See loob soodsad tingimused ettevõtte tegevusest selgema pildi saamiseks, mõningate ettekandes viidatud punktide nägemiseks ja kogemiseks ning ettevõtte töötajatega otsese kontakti loomiseks.

3.5. KÜSIMUSED JA VASTUSED (⌚ 45 - 60 MIN.)

Valduste külastuse järel peaksid osalejad kogunema tagasi koosolekuruumi ja arutlema nähtu üle. Ettevõtte esindaja peaks samuti kohal olema ning vastama tekkinud küsimustele.

3.6. HINDAMINE (⌚ 15 MIN.)

Õppekülastuse lõpus peaksid osalejad täitma tagasisidelehe (Lisa 3) ja andma selle korraldajatele.

On soovitatav, et osalejad jagaksid oma muljeid kohtumisest. Kui külastajate seas on konsultante/koolitajaid või ettevõtjaid, oleks hea, kui nad teeksid visiidist järeldusi oma erialase tegevuse jaoks.



4. ETTEVÕTET TUTVUSTAV ETTEKANNE

Ettevõtet tutvustav ettekanne on ürituse oluline osa. See peaks olema korraldajate ja ettevõtte omanike/juhtide ühise jõupingutusena hoolikalt ette valmistatud.

Praeguseks ajaks on vaid vähesed väikese ja keskmise suurusega ettevõtted andnud välja oma jätkusuutlikkuse või ühiskondliku vastutuse aruande. Sellest hoolimata võib käesolevat ettekannet vaadelda kui ettevõtte ühiskondliku vastutuse aruande kokkuvõtet ning see võib saada esimeseks sammuks ettevõtte vastutustundlikkuse kirjaliku aruandluse suunas.

Ettekande eesmärk on võtta arvesse kogu oluline teave ettevõtte ühiskondlikult vastutustundliku tegevuse kohta ning esitada selle majanduslik, sotsiaalne ja keskkonna-alane tegevus võimalikult läbipaistvalt. Ettekande ettevalmistamisel võib olla positiivne mõju ettevõttesiseste protsesside põhjalikumale määratlemisele, mis omakorda võib viia hindamise ja ettevõtte tegevuse vastutustundlikumaks muutumiseni.

Jõupingutus ja töö hulk, mida teha tuleb, ei ole kahtlemata väike. Seejuures aga on oma ettevõtte välisele kuulajaskonnale tutvustamise ja teavitamise kõrval võimalik ka teadlikkuse tõstmine ettevõtte sees, kaasates ettevalmistusse töötajaid, partnereid, kliente, mittetulundusühinguid ja teisi sidusgruppe (nt. läbi intervjuude, lühikeste arvamusalalduste).

4.1. SOOVITATAV ETTEKANDE ÜLESEHITUS

Arvestades seda, et õppekülastuse eesmärk on võimaldada osalejatele ettevõtete ühiskondliku vastutuse alase tegevuse võrdlemist, peaks ettevõtte ettekanne olema üles ehitatud viisil, mis paneks kuulajaid küsima iseendalt: „Kas/miks peaksin mina/minu ettevõtte olema samuti vastutustundlik?“

Kuivõrd läbipaistvus ja usaldusväarsus on ettevõtte ühiskondliku vastutuse võtmelemendid, peaks esineja tutvustama oma ettevõtet tasakaalustatult, kajastades nii selle tugevusi kui ka nõrkusi ja vältides ebareaalsete ideaalpilte, mis ei pruugi saada kinnitust ettekandele järgneva ringkäigu jooksul ettevõttes.

Väikese ja keskmise suurusega ettevõtetel on palju võimalusi loominguliseks lähenemiseks oma ühiskondliku vastutuse ettekande ettevalmistamisel.

Kui ettevõttel on juba olemas oma ühiskondliku vastutuse alane tutvustus, peaksid korraldajad selle sisu läbi vaatama ja kindlustama vastavuse ürituse eesmärkidega, tehes vajadusel täiendusettepanekuid.

Kui külastatav ettevõtte teeb uue ettekande, soovitame selleks järgmist ülesehitust:

- ⊗ ettevõtte ajalugu, arvud ja faktid;
- ⊗ turuinformatsioon;
- ⊗ ettevõtte ühiskondliku vastutuse teemad;
- ⊗ ettevõtte ühiskondliku vastutuse alased algatused ja kaasatud inimesed;
- ⊗ peamised motivaatorid;
- ⊗ väljakutsed;
- ⊗ kasud;
- ⊗ kokkuvõtte;
- ⊗ küsimused ja vastused.



Tabelis 1 on põhjalikum nimekiri teemadest, mida võiks ettekandes kajastada.

TABEL 1 – ETTEKANDE TEEMAD

1) Ettevõtte ajalugu, arvud ja faktid - ettevõtte missioon - visioon ja väärtused - ettevõtte peamised arenguetapid - peamised tooted ja teenused (toote elutsükel ja tarneahel) - juhatuse ja töötajad (organisatsiooni struktuur) - peamised ettevõtet iseloomustavad näitajad - mis teeb ettevõtte eriliseks?	5) Põhised motivaatorid vastutustundlikuks tegevuseks - eetika, ettevõtte väärtused - keskkonnajuhtimine - ettevõtte valitsemine - suhted kogukonnaga - suhted töötajatega - tarbijate surve - jne.
2) Turuinformatsioon - ärimudel, turundusstrateegia ja sihtgrupid - sihturu suurus ja sihtrühmad - konkurents - konkurentsieelis - kommunikatsioon ja avalikud suhted	6) Väljakutsed vastutustundlikus tegevuses - ettevõtte ühiskondliku vastutuse keerukusest tulenevad - ettevõttesisesed - turust tulenevad - sidusgruppide ootustest tulenevad - finantsilised - muud väljakutsed
3) Ettevõtte ühiskondliku vastutuse teemad - teemade valik ja sidusgrupid - sidusgrupialoog ettevõtte ühiskondliku vastutuse eesmärkide ja ajakava osas - ettevõtte ühiskondliku vastutuse alaste strateegiate määratlemine, elluviimine ja hindamine - ettevõtte ühiskondliku vastutuse protsessi aruandlus ja suhtlemine sidusgruppidega	7) Kasud vastutustundlikust tegevusest - ettevõtte maine - sidusgruppide heatahtlik suhtumine - toodete ja teenuste innovatsioon - ligipääs uutele turgudele või partneritele - jne.
4) Ettevõtte ühiskondliku vastutuse alased algatused ja kaasatud inimesed - millised olemasolevad algatused iseloomustavad Teie ettevõtte filosoofiat ja vastutust? - ühiskondliku vastutuse olukord ettevõttes koos ülevaatega algatustest/headest kogemustest järgmistes valdkondades: - töökoht - keskkond - turg - kogukond - kaasatud inimesed (töötajad ja sidusgrupid) erinevates ühiskondliku vastutuse alaste strateegiate arendamise etappides - järgmised sammud ja võimalused	8) Kokkuvõte - ettekande lühikokkuvõte - Toimunud muutused ja oodatavad tulemused ühiskondlikult vastutustundlikust tegevusest: - töökohal - keskkonnas - turul - kogukonnas - väljakutsed ja kasud
Küsimused ja vastused Esineja peaks julgustama kuuljaid aktiivselt osalema ning andma teada võimalusest pikemaks aruteluks küsimuste ja vastuste vóorus	



4.2. PRAKTILISED NÄPUNÄITED POWERPOINT ETTEKANDE JAOKS

Ettevõtet tutvustava ettekande eeskuju, mis põhineb eespool tutvustatud struktuuril, on Teie käepäraseks kasutamiseks toodud PowerPoint formaadis Lisas 6.

Kui külastatav ettevõtte otsustab kasutada PowerPoint ettekannet, on oluline meeles pidada järgmist:

- ⦿ iga slaid olgu ülevaatlik ja konkreetne (kasutage nii vähe teksti kui võimalik);
- ⦿ kasutage lühikesi fraase, mitte täislauseid;
- ⦿ piirduge igal slaidil vaid mõne loetelupunktiga;
- ⦿ vältige informatsiooni üleküllust;
- ⦿ esitage ühel slaidil üks tervikidee või joonis korraga;
- ⦿ kasutage kahte või kolme slaidi, kui soovite selgitada keerukat ideed;
- ⦿ kajastage põhisõnumeid;
- ⦿ kasutage pealkirju, mis võtavad kokku slaidi sisu;
- ⦿ kasutage asjakohaseid märksõnu, kus võimalik;
- ⦿ piirduge kuue kuni kaheksa tekstireaga slaidi kohta;
- ⦿ kasutage ühtlustatud värve ja kirjastiili kogu esitluse ulatuses.

Kui ettekanne on valmis, harjutage selle esitamist ja mõõtke kestvust. Kui ettekanne on liiga lühike või pikk, tehke vajalikud kohandused ja proovige uuesti.

4.3. KÜSIMUSED JA VASTUSED

Väga oluline on anda igale osalejale võimalus esitada küsimusi. Seepärast on tähtis, et küsimuste ja vastuste jaoks oleks planeeritud piisav aeg.

Küsimuste ja vastuste ajal peaksid korraldajad võtma juhendaja rolli ja püüdma kõiki osalejaid arutelusse kaasata.

Ettevõtte esindajad peaksid püüdma küsimustele vastata otsekoheselt ja selgelt, välja arvatud juhtudel, kus teema on konfidentsiaalne.

Kui otsustate küsimuste-vastuste osa viia läbi kohe ettekande järel ja see võtab planeeritust rohkem aega, võivad korraldajad sekkuda ja tuletada osalejatele meelde, et kavas on ka ringkäik ettevõttes, mille järgselt saab esitada täiendavaid küsimusi.



5. LOGISTIKA

5.1. REGISTREERIMINE

Korraldajad peaksid koostama registreerimislehe ja säilitama osalejate nimekirja.

5.2. DOKUMENTATSIOON JA MATERJALID

Soovitavad materjalid:

- 🕒 osalejate nimekiri,
- 🕒 külastuse päevakava,
- 🕒 tervitus ja sissejuhatus (Lisa 1),
- 🕒 teadlikkuse tõstmise küsimustik Euroopa Komisjoni Ettevõtluse peadirektoraadilt (Lisa 2),
- 🕒 ettevõtte ettekande kokkuvõte,
- 🕒 tagasisideleht (Lisa 3).

Korraldajad peaksid ettevõtte esindajatega kokku leppima ja ette valmistama külastuseks vajalikud tehnilised vahendid (arvuti, videoprojektor, paberid, pliiatsid jms.).

5.3. TRANSPORT

Ettevõtte asukohast olenevalt peavad korraldajad otsustama, kas on vajalik pakkuda osalejatele transporti (kui kohtumispai ei ole ettevõtte juures) või tuleb ette valmistada kaart ettevõtte asukoha ja kohalejõudmise juhendiga.

Kui pakutakse transporti, peaksid korraldajad tagama kõigi osalejate kindlustatuse.

5.4. TOITLUSTAMINE

Külastuse käigus on soovitatav pakkuda suupisteid. Korraldajad võivad ettevõtte juhtkonnaga kokku leppida, kelle ülesandeks jääb nende ettevalmistamine ja nende eest tasumine.

5.5. KINGITUSED/MEENED

Tunnustamise ja ürituse tähistamise eesmärgil peaksid korraldajad tegema ettevõttele (või ettevõtte juhtkonnale) kohase kingituse.

Kui võimalik, võiksid ka osalejad saada ürituse või ettevõtte ja selle vastutustundliku tegevusega seonduva sümbolse meene.



6. REKLAAM

Niipea, kui on tehtud peatükis 2 mainitud otsused, peaksid korraldajad alustama ürituse reklaamiga.

Reklaam võiks alata 2 kuud enne ürituse toimumist ja kutsed võiksid olla välja saadetud umbes 3 nädalat enne. Nimetatud ajakava võib varieeruda riigiti, piirkonniti ja muudest oludest tulenevalt.

6.1. KUTSED

Korraldajad peaksid valmistama ette atraktiivse üheleheküljelise kutse, milles tuleks välja tuua järgmist:

- ⦿ ettevõtte ühiskondliku vastutuse tutvustus;
- ⦿ ürituse kirjeldus (asukoht, kuupäev, kellaaeg);
- ⦿ ülevaatlik ettevõtte tutvustus;
- ⦿ põhjus, miks on see ettevõtte välja valitud;
- ⦿ oodatavad kasud külastusest;
- ⦿ korraldajate kontaktinformatsioon;
- ⦿ osalemistasu (juhul kui see kehtestatakse).

Kutsega peaks kaasas olema registreerimisleht.

6.2. ÜRITUSEST TEAVITAMINE

Kutseid tuleks levitada valitud sihtgruppide hulgas. Inimesed/organisatsioonid, kellega ühendust võtta võivad olla nt. alljärgnevad:

- ⦿ korraldajate tööalased kontaktid/kliendid,
- ⦿ külastatava ettevõtte kontaktid/kliendid/hankijad,
- ⦿ koolituskeskused,
- ⦿ konsultandid/konsultatsioonifirmad,
- ⦿ eriala- ja kohalikud liidud,
- ⦿ väikese ja keskmise suurusega ettevõtete ühendused,
- ⦿ linnavalitsus/kohalikud omavalitsused,
- ⦿ ülikoolid,
- ⦿ majanduskoolid,
- ⦿ kohalikud keskkoolid.



6.3. TEABE LEVITAMISE KANALID

Korraldajad peaksid teavet levitama läbi kanalite, mis sobivad kõige paremini nende organisatsioonile ja sihtrgrupile ning valima nende seast efektiivseimad. Mõned võimalused:

- 📍 korraldajate kodulehekülg,
- 📍 ettevõtte kodulehekülg,
- 📍 otsepostitus,
- 📍 e-post,
- 📍 telefon,
- 📍 suusõnaline teabe levitamine,
- 📍 ajalehed.

Iseseisva ürituse puhul on soovitatav kasutada mitmeid erinevaid kanaleid. Kui korraldajatel on õnnestunud määratleda konkreetne sihtrühm, mis koguneb regulaarselt, on sobilik lihtne otsene lähenemine.



7. FINANTSKÜSIMUSED

Korraldajad peaksid alati meeles pidama, et külastuse eesmärk on ettevõtte ühiskondliku vastutuse alaste heade kogemuste levitamine ja tegema kõik rahalised otsused sellest põhimõttest lähtuvalt. Nad peaksid püüdma leida lisatoetust ürituse läbiviimiseks.

Osalemistasu sõltub korraldajate olukorrast, kohalikest tavadest ja sihtgrupist. Teatud juhtudel muudab osalemistasu kehtestamine ürituse professionaalsemaks ja motiveerivamaks. Teistel juhtudel ei tule aga osalejad kohale, kui üritus ei ole tasuta või ületab teatud sümboolset tasu.

Korraldajad peaksid ette valmistama õppekülastuse eelarve ning vältima rahalisi takistusi.

7.1. EELARVE

Lisas 4 on Excel-dokument õppekülastuse eelarve näitega, kus on toodud nimekiri võimalikest kuludest ja tuluaallikatest.

Esimesel töölehel (*worksheet 1*) on tühi eelarve formaat, kus Teil tuleb täita ainult kollased lahtrid: ühiku hind ja kogus. Kõik arvutused tehakse automaatselt.

Teisel töölehel (*worksheet 2*) on näidiseelarve, kus nimetatud lahtrid on juba täidetud ja vastavad arvutused kajastatud.

7.2. KULUD

Tööjõukulud:

Transpordikulud: sisaldab õppekülastuse korraldamisega seotud transpordile tehtud kulutusi – ettevalmistavad visiidid, õppekülastus ise ja potentsiaalsed külastused ürituse hindamiseks. Kui kasutatakse ühistransporti, tuleb siin ära tuua piletite maksumus.

Palgakulu: selles lahtris saate registreerida õppekülastuse korraldamise jaoks ette nähtud aja (sh. ettevalmistus, õppekülastus ja hindamise ja järgmiste tegevustega seotud aeg)

Tegevuskulud:

Siia võite kanda kõik teised tehtud kulutused, nt. printimine, reklaam, kommunikatsioon (post, telefon, faks, e-post), kingitused, konverentsiruum, materjalid, toitlustamine jne.

Siin leiate ka koha osalejate transpordikulude kajastamiseks. Kui kogute osalemistasu, on soovitatav transpordikulude võrdne jagamine kõigi osalejate vahel, lihtsustades nii kaugelt tulevate inimeste osalemist.

Pidage meeles sisse arvestada kulutused ja aeg, mis kulub tagasisidelehtede läbitöötamiseks.

Ärge unustage võimalike ettevõtte poolt tehtavate kulutuste läbirääkimist ja koos otsustamist selle kohta, kes need tasub.

Kõik kulutused, mis ei kuulu nimetatud kategooriate alla, võib esitada „teiste kuludena“. Teine võimalus on uute eelarveridade lisamine. Sellisel juhul palun kontrollige, et vastavad valemid töötaksid õigesti.



7.3. TULUD

- Osalemistasu: kui puuduvad teised kriteeriumid, peaks see olema täpselt nii suur, et saada eelarve tasakaalu.
- Ettepanekud toetuseks: Euroopa Liidu või valitsuse programmid, erifondid, väikese ja keskmise suurusega ettevõtete ühendused.



8. KÜLASTUSE HINDAMINE JA EDASISED TEGEVUSED

8.1. KÜLASTUSE HINDAMINE

Korraldajad peaksid läbi viima õppekülastuse lõpphindamise.

On soovitatav, et selline hindamine toimuks ametlikul kohtumisel, ideaalvariandis ühe kuni kahe nädala jooskul pärast üritust.

Enne hindamiskohtumist tuleb korraldajatel läbi töödelda osalejate tagasisidelehtedest (Lisa 3) kogutud informatsioon.

Väga oluline on ka külastatud ettevõtte tagasiside – ja seda mitte ainult juhatuselt, vaid ka ettevõtte töötajatelt.

Korraldajad peaksid valmistama ette kirjaliku lõpparuande peamiste tulemuste ja järeldustega. Selle jaoks on abistav materjal õppekülastuse aruanne (Lisa 5).

8.2. KÜLASTUSELE JÄRGNEVAD TEGEVUSED

Ettevõtte ühiskondliku vastutuse alane õppekülastus on ideaalne võimalus kutsuda osalisi teistesse sama valdkonnaga seotud tegevustesse.

Seepärast on väga soovitatav, et korraldajad selgitaksid, millised on võimalused edaspidiseks kaasatud olemiseks. Kõik algatused on teretulnud ja osalejate pühendumise saavutamine peab olema korraldajate prioriteetide hulgas.

Mõned ettepanekud osalejate kaasamiseks:

- 🕒 sarnastel külastustel osalemine;
- 🕒 oma ettevõtete külastuseks avamine;
- 🕒 osalejate organiseerimine töögruppidesse;
- 🕒 oma ettevõtetes töögruppide organiseerimine, mis aitaks kaasa õppekülastuselt saadud mõtete praktilisele rakendamisele;
- 🕒 registreerimine ettevõtte ühiskondliku vastutuse alasele koolitusele;
- 🕒 registreerimine ettevõtte ühiskondliku vastutuse alasele konsultatsioonile;
- 🕒 oma ettevõtte ühiskondliku vastutuse alase tegevuse kirjeldamine, et seda sidusgruppidele esitleda;
- 🕒 uudistegrupi või foorumi loomine, et arutleda edasi ettevõtte ühiskondliku vastutusega seotud teemadel ja jagada informatsiooni.



Leonardo da Vinci

Pilootprojekt

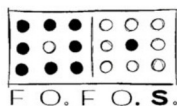
Projekti on rahaliselt toetanud Euroopa Komisjon. Publikatsiooni sisu peegeldab autori seisukohti ja Euroopa Komisjon ei ole vastutav selles sisalduva informatsiooni kasutamise eest.

Juhtpartner



Centro de Formação Profissional
para o Comércio e Afins

Partnerid



GEOMEDIA



FRAREG
FRAFOR
Consulenza e Formazione

Huesken & De Pree
training and consultancy