

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Majandusarvestuse instituut

Finantsarvestuse õppetool

Marili Lillemäe

**ETTEVÕTTE JUHTIDE HOIAKUD SOTSIAALSE JA  
KESKKONNAALASE  
VASTUTUSE SUHTES (EESTI EHISETTEVÕTETE  
NÄITEL)**

Magistritöö

Juhendaja: dotsent Natalja Gurvitš

Tallinn 2014

# SISUKORD

|   |    |
|---|----|
| ABSTRAKT  | 3  |
| SISSEJUHATUS  | 4  |
| 1. ETTEVÕTTE SOTSIAALNE- JA KESKKONNAVASTUTUS   | 6  |
| 1.1. Sotsiaalse vastutuse olemus, ajalugu ja areng  | 6  |
| 1.1.1. Sotsiaalse vastutuse mõiste  | 6  |
| 1.1.2. Sotsiaalse vastutuse ajalugu ja areng  | 7  |
| 1.2. Sotsiaalse vastutuse ja aruandluse huvirühmad ja huvirühmade teooria   | 18 |
| 1.3. Sotsiaalse vastutuse aruandlus   | 22 |
| 1.4. Keskkonnavastutus  | 26 |
| 1.5. Keskkonna aruandlus  | 28 |
| 1.5.1. Keskkonna aruandluse olemus  | 28 |
| 1.5.2. Ökoloogilise jalajälje ja süsinikdioksiidi emissiooni meetodid   | 30 |
| 1.5.3. Keskkonnaaruande analüüs ja kokkuvõte  | 32 |
| 1.6. Varasemalt läbiviidud uuringud hoiakutest sotsiaalsesse- ja keskkonna-<br>vastutusse                                   | 33 |
| 2. UURING ETTEVÕTTEJUHTIDE HOIAKUTEST SOTSIAALSE- JA<br>KESKKONNAVASTUTUSE SUHTES EESTI EHITUSETTEVÕTETE NÄITEL             | 38 |
| 2.1. Uuringu meetoodika ja valimi kirjeldus   | 38 |
| 2.2. Uuringu tulemuste analüüs  | 39 |
| 2.3. Hinnang juhtide hoiakutele ja teadlikkusele sotsiaalsest ja keskkonna-<br>vastutusest ja püstitatud hüpoteesi kontroll | 57 |
| KOKKUVÕTE   | 60 |
| SUMMARY   | 62 |
| VIIDATUD ALLIKAD  | 64 |
| LISAD   | 69 |
| Lisa 1. Ehitusettevõtete seas läbiviidud küsitlus   | 69 |

## ABSTRAKT

Töö pealkiri on: Ettevõtte juhtide hoiakud sotsiaalse ja keskkonnavastutuse suhtes (Eesti ehitusettevõtete näitel).

Käesoleva magistr töö eesmärgiks oli välja selgitada ja kaardistada ehitusettevõtete juhtide hoiakud ja väärtused seoses sotsiaalse ja keskkonnaalase vastutuse ja aruandlusega. Selleks viis autor läbi ankeetküsitluse Eesti ehitusettevõtete juhtidele. Küsitluse kaudu selgitas autor välja juhtivate töötajate teadlikkuse ja hoiakud mitmete oluliste sotsiaalse ja keskkonnaalaste teemade kohta nagu sotsiaalse- ja keskkonnavastutuse aruande koostamine ja selle kasumlikkus finantstulemustele, ettevõtete elluviidud vastutustundlikud projektid, jätkusuutlikkuse standardid ja sertifikaadid. Lisaks tegi autor ülevaate ettevõtte sotsiaalse- ja keskkonnavastutuse olemusest, selle kujunemisest ning arengust, samuti sotsiaalse- ja keskkonnavastutuse ja aruandluse huvirühmadest ning vastutustundlikust aruandlusest.

Et saada laiem arusaam ka mujal maailmas toimuvast seoses hoiakutega sotsiaalsesse- ja keskkonnavastutusse ning hinnata efektiivsemalt käesoleva uuringu tulemusi, uuris autor varasemalt tehtud uuringuid, mis sarnanevad käesoleva magistr töö raames tehtud uuringule.

Uuringu tulemustele toetudes selgus, et püstitatud hüpotees „Eesti ehitussektoris on potentsiaali teadlikkuse tõstmiseks vastutustundlikust ettevõtlusest ja selle arendamiseks ning rakendamiseks“ leiab kinnitust. Eesti ehitusettevõtjate teadlikkus ei ole küll märkimisväärselt suur, kuid selgelt paistab välja juhtide huvi antud teema vastu ning suur osa küsitletud juhtidest teadvustab käsitluse olulisust.

Võtmesõnad: ettevõtte sotsiaalne vastutus, keskkonnavastutus, sotsiaalse vastutuse aruandlus, keskkonnavastutuse aruandlus, ehitusettevõtete juhtide hoiakud, vastutustundlikkus

## SISSEJUHATUS

Sotsiaalse vastutuse mõistet hakati laialdasemalt kasutama 1970. aastate alguses, kuid erinevate sotsiaalse vastutuse aspektidega tegeleti organisatsioonides juba varem, 19. sajandi lõpus. Arusaam sellest, et sotsiaalset vastutust on võimalik rakendada kõigis organisatsioonides, hakkas levima, kui mõisteti, et ettevõtetel on endal ka vastutus panustada jätkusuutlikusse arengusse (ISO 26000, 2010).

Jätkusuutlikkuse teema on viimaste aastakümnete jooksul muutunud üha olulisemaks ja järjest rohkem ettevõtteid kogu maailmas rakendavad jätkusuutlikkuse standardeid, näiteks ISO 26000 - sotsiaalse vastutuse standard ja ISO 14000 – keskkonnajuhtimise standard. Samuti on suurenenud ettevõtete arv, kes suhtlevad oma huvirühmadega, koostades sotsiaalse ja keskkonnavastutuse aruannet. Tarbijad ja kliendid, investorid ja omanikud avaldavad organisatsioonidele üha rohkem survet seoses sotsiaalse ja keskkonnavalase vastutusega ning ühiskonna ootused jätkusuutlikkusele suurenevad. Otsuste langetamine seoses sotsiaalse- ja keskkonnavastutusega on juhtkonna pädevuses, seepärast on huvitav magistritöö raames uurida juhtide hoiakuid, nägemust ja suhtumist sotsiaalsesse ja keskkonnavalasesse vastutusse.

Ettevõtjate esmased huvid on enamasti ärilised: suurendada kasumit, olla edukas ja efektiivne. Paljud ettevõtte juhid ei teadvusta endale ega ole piisavalt informeeritud, mis kasu toob ettevõttele sotsiaalne ja keskkonnavalane vastutustundlikkus. See on ka üks põhjus, miks suur osa ettevõtetest ei ole oma tegevuses pööranud tähelepanu jätkusuutlikusse arengusse. Seni on ettevõtte edukust mõõdetud pigem finantstulemuste kaudu, kuid mida rohkem ettevõtteid vastutustundliku ettevõtluse teemat teadvustab, seda enam on tulevikus lootust, et hakatakse tähelepanu pöörama ka sellistele aspektidele nagu sotsiaalsed ja keskkondlikud tulemused.

Vastutustundlikkuse väärtustamise kasvule viitab ka see, et alates 2007 aastast korraldatud „Eesti jätkusuutliku ettevõtluse indeksi“ projekti vastu on huvi aastate jooksul suurenenud. Indeksi näol on tegemist juhtimisvahendiga, mis näitab ettevõtte juhtidele,

milliste keskkonna ja sotsiaalsete teemadega tuleks rohkem tegeleda. Oluliseks arenguks on ka Eesti vastutustundliku ettevõtluse tegevuskava 2012–2014 koostamine Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi, EAS-i, Kaubandus- ja Tööstuskoja eestvedamisel ning Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumi ja Estonian Business School'i kaasabil, milleks kasutati suuniseid „EL-i uuendatud strateegia aastateks 2011–2014 ettevõtja sotsiaalse vastutuse valdkonnas“.

Magistritöö põhieesmärk on välja selgitada ehitusettevõtete juhtide hoiakud ja väärtused seoses sotsiaalse ja keskkonnavalase vastutuse ja aruandlusega, korraldati ankeetküsitlus Eesti ehitusettevõtete juhtidele. Küsitluse kaudu selgitab autor välja juhtivate töötajate teadlikkuse ja hoiakud tähtsate sotsiaalsete ja keskkonnateemade kohta, nagu sotsiaalse ja keskkonnavalase vastutuse aruande koostamine ja selle kasumlikkus finantstulemustele, ettevõtete elluviidud vastutustundlikud projektid, jätkusuutlikkuse standardid ja sertifikaadid.

Autor püstitab järgmised uurimisülesanded:

1. Luua üldpilt sotsiaalsest ja keskkonnavalasest vastutusest ja aruandlusest.
2. Korraldada ankeetküsitlus Eesti ehitusettevõtete juhtidele.
3. Hinnata juhtide sotsiaalset ja keskkonnateadlikkust ning -hoiakuid.

Autor püstitab magistritöö käigus järgneva hüpoteesi:

Eesti ehitussektoris on potentsiaali teadlikkuse tõstmiseks vastutustundlikust ettevõtlusest ning selle arendamiseks ja rakendamiseks.

Magistritöös püstitatud hüpoteesi kontrollimiseks ning uurimisülesannetele vastuse leidmiseks on autor kasutanud kvantitatiivset uurimismeetodit ja teinud ankeetküsimustiku põhise uuringu Eesti ehitusettevõtete juhtivate töötajatele ja analüüsinud varasemaid teemakohaseid uuringuid. Uuringu tarvis on autor koostanud internetipõhise valikvastustega ankeetküsitluse (vt lisa 1). Valim koosneb Eesti ehitusettevõtetest, aluseks võttis autor majandustegevuse registris tegevusalaga ehitamine liigitatud ettevõtted.

Magistritöö koosneb kahest peatükist. Esimene osa on meetodiline, kus autor teeb ülevaate ettevõtte sotsiaalse- ja keskkonnavastutuse olemusest, selle kujunemisest ja arengust. Autor tutvustab ka sotsiaalse-, keskkonnavastutuse ja aruandluse huvirühmasid ning vastutustundlikku aruandlust. Autor tutvustab ka varasemalt tehtud uuringuid, mis sarnanevad käesoleva magistritöö raames tehtud uuringule. Magistritöö teine peatükk on empiiriline ning koosneb uuringu analüüsist ja järeldustest.

# 1. ETTEVÕTTE SOTSIAALNE- JA KESKKONNAVASTUTUS

## 1.1. Sotsiaalse vastutuse olemus, ajalugu ja areng

### 1.1.1. Sotsiaalse vastutuse mõiste

Ettevõtte sotsiaalse vastutuse (edaspidi ESV, ingl *corporate social responsibility*, CSR) mõistet on aastate vältel defineeritud väga erinevalt, enamasti selle järgi, mis fookuses on teemat käsitletud. Mõned teadlased on mõistet nii suurel määral moonutanud, et selle tähendus on täiesti muutunud (Orlitzky 2005, 48). Sotsiaalse vastutuse mõiste võib praeguses ärimaailmas tunduda küllaltki uena, kuid tegelikult on seda käsitletud juba mitu aastakümnet. ESV terminoloogia on aastate jooksul ka märkimisväärselt muutnud, kuid sisu on üldjoontes samaks jäänud. ESV analüüsimiseks ja klassifitseerimiseks on Sohn (1982) töötanud välja neli viisi, kuidas liigitada ja mõista suhet äritegevuse ja ühiskonna vahel, sh klassikalises funktsionaalses mõttes, valimisringkonna mudelite mõistes, õigusraamistikuna ning avaliku ja erasektori vahekorra. Sellisel moel kujundas Sohn tervikliku arusaama sotsiaalse vastutuse olemusest. (Sohn 1982, 139–144)

Mitmed organisatsioonid on sotsiaalse vastutusena käsitletud eri komponente, nagu tulemuste kolmikmõõde (ingl *Triple bottom line*), vabatahtlik töö, heategevus, AIDS-i ja HIV-i ning keskkonnateadlikkuse tõstmine, kohaliku kogukonna toetamine (Jacques 2010). Teisest küljest on sotsiaalse vastutuse mõistesse kaasatud ka kliimamuutuseid, akadeemilist haridust, aktiivsust ESV edendamises, ärietikat, keskkonnasäästlikku tehnoloogiat, kogukonna arengut, inimressursse, keskkonda, tarneahelat, õiglast kaubandust, rohelist tootmist ja teenuseid, inimõiguseid, tervist ja heaolu, teaduslikke aruandeid ja väljaandeid ning sotsiaalselt vastutustundlikku investeerimist (CSR Newswire 2010).

Uurimuses „The Meaning of Corporate Social Responsibility: The Vision of Four Nations“ jõudis autor järeldusele, et sotsiaalse vastutuse mõiste tähendus ei erine mitte ainult riigiti vaid ka nägemused ja arvamused selle tähendusest on erinevad riigi sees (The Mean...2011)

McGuire on defineerinud ettevõtte sotsiaalset vastutust järgmiselt: Idee sotsiaalsest vastutusest eeldab, et organisatsioonil ei ole ainult majanduslikud ja õiguslikud kohustused, vaid ka teatud kohustused ühiskonna ees, mis kestavad kauem kui majanduslikud ja õiguslikud kohustused (McGuire 1963, 144). Hiljem lisas Sethi (1975), et need lisanduvad kohustused ühiskonna ees on tuua ettevõtte käitumine tasemeni, kus see ühildub enamusega.

Keith Davis and Robert Blomstrom on ESV kontseptsiooni kohta öelnud: Sotsiaalne vastutus on otsustajate kohustus tegutseda sellisel viisil, et kaitsta ja suurendada ühiskonna heaolu ning peale selle kaitsta oma huvisid (Davis, Blomstrom 1975).

Sotsiaalse vastutuse põhiomadus on organisatsiooni valmisolek siduda sotsiaalseid ja keskkonnaalaseid teemasid ja kaalutlusi oma otsustesse ning võtta vastutus oma otsuste ja tegevuste mõju eest ühiskonnale ja keskkonnale. See tähendab läbipaistvat ja eetilist käitumist, mis panustab jätkusuutlikku arengusse ja vastab seadustele ja rahvusvahelistele käitumisnormidele (ISO-26000: 2011).

ESV mõistete autorid on mitme eri valdkonna teadlased, spetsialistid ja esindajad, hoolimata sellest on sotsiaalse vastutuse mõiste sarnane. Fookus varieerub enamasti vaid detailide poolest, kus mõnel juhul on kaasatud rohkem keskkonna seisukohti ja teistel juhtudel ühiskonna heaolu ja eetikat ning keskkond on jäänud pigem tagaplaanile.

### **1.1.2. Sotsiaalse vastutuse ajalugu ja areng**

Ettevõtte sotsiaalset vastutust mainiti esmalt 1953. aastal Bowen'i raamatus „Social Responsibilities of the Businessmen“ (Carroll 1999, 268–296). Sellel ajal oli sotsiaalse vastutuse rakendamine rohkem ettevõtja enda südametunnistuse asi ja mitte nii suurel määral ettevõtte kui terviku seisukoht. Aja möödudes kasvas vaenulikkus avalikkuse ees ja suurenesid sotsiaalsed probleemid, millega kaasnes vajadus muutusteks ettevõtete sees (Boatright 1993). Selletõttu anti välja määrus, mida ettevõtted järgima pidid ja mis tõi kaasa uue lähenemisviisi: avalik poliitiline arusaam (Fernández 2001, 194–257). Hoolimata sellest

jätkus tugev arutelu sotsiaalse vastutuse üle, sest välja antud seadused ei olnud siiski piisavad ja arvesse ei oldud võetud kõiki asjaolusid.

Peale ESV hakati alates 1970-ndatest tihedalt kasutama veel kahte terminit: ettevõtte sotsiaalne tundlikkus (ingl *corporate social responsiveness*) ja ettevõtte sotsiaalne tulemuslikkus. Ettevõtte sotsiaalne tundlikkuse mõiste nõudis ettevõtetelt ennetavat lähenemist ja seda kasutati, et ühendada ettevõtte sotsiaalne vastutus ja strateegiline juhtimine (Freeman 1984). Ettevõtte sotsiaalne tulemuslikkuse all mõisteti võimalust pakkuda juhtimise raamistikku, mis aitaks ettevõtetal oma tegevuses sotsiaalset vastutust rakendada (Freeman, Reed 1984, 88–106) ja samal ajal mõõta selle tulemuslikkust (Wood 1991, 691–718).

1980-ndatel hakati sotsiaalse vastutusega seonduvalt rääkima sidusrühmade kaasatusest. Samal ajal hakati mõistest ja selle olemusest rääkima mitmes allikas, kuid esimene, kes seda kõige põhjalikumalt käsitles, oli Freeman oma 1984. aastal ilmunud raamatus „Strategic Management: a Stakeholder Approach”. Freeman laiendas käsitlusala, tehes ettepaneku defineerida sidusrühma kui gruppi või inimest, kes saab mõjutada või on mõjutatud organisatsiooni eesmärkide saavutamisest. Termin kasutuselevõtt osutus äärmiselt populaarseks ja sellel teemal on kirjutatud palju teoreetilisi artikleid ja uurimustöid. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse ja sidusrühma mõiste täiendavad ja tugevdavad üksteist.

1990-ndatel tuli kasutusele uus termin – ettevõtte kui kodanik (ingl *corporate citizenship*). Mõiste abil püüti ühendada äritegevus sotsiaalse vastutusega, et saada vastastikust kasu. Idee seisneb selles, et organisatsioon on oma olemuselt eraisikuga samaväärses staatuses (Valor 2005, 191–212). ESV on kasutatud üldmõistena, et tutvustada mitmeid ideid, kontseptsioone ja meetodeid (*Ibid.*). Terminit ESV on ajalooliselt ka palju kritiseeritud, enamasti kas selle kitsa sisu või liiga laiahaardelise sisu pärast, oma akadeemilise päritolu või keerulise rakendamise pärast. Kõige rohkem kritiseerisid seda neoklassitsismi pooldajad, kes käsitlesid seda kui hävingut, rünnakut omandiõigustele ja ohtu kogu vabale ühiskonnale. Kogu kriitikale võib esitada ka vastuargumente. Vastuväiteks mõiste ebaselgusele võib esile tuua, et tegemist on antud mõiste omapäraga. Peale selle ESV mõiste ja tähendus muutub mõnel määral pidevalt, sest muutuvad sotsiaalsed nõudmised ajas kui ka ruumis ning isegi samade huvirühmade sees. Keerulise rakendamise vastuväitena tuleks arvesse võtta konkreetse ettevõtte iseärasusi ja keskkonnas toimuvaid muutuseid, sest ESV kohaldamine kujuneb igas ettevõttes väga erinevaks. (*Ibid.*)



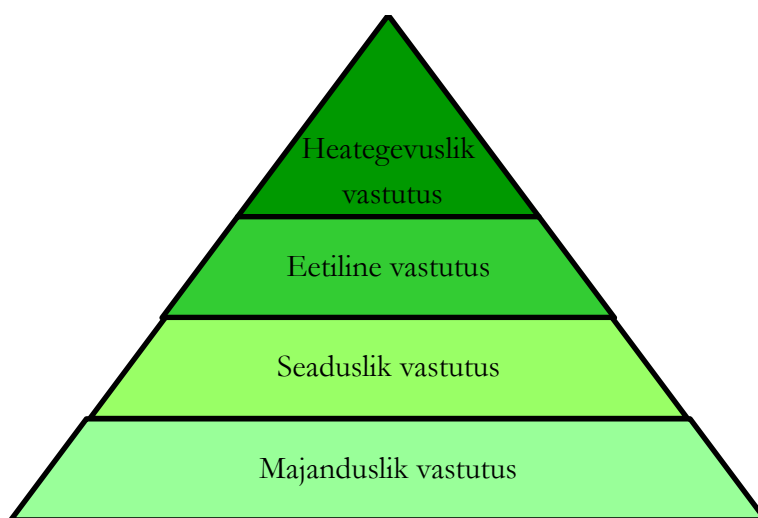
Üheks ESV vastaseks oli Ameerika ökonomist Milton Friedman, kes uskus, et ettevõtte ainsaks sotsiaalseks vastutuseks on kasumi maksimeerimine. Oma nägemust põhjendas ta järgnevate argumentidega (Friedman 1970):

- organisatsioonidele ei saa samal kujul kui inimestele ette näha sotsiaalsete kohustuste täitmist;
- ettevõtte juhid on enamasti vaid aktsionäride esindajad ja seetõttu peaks nende ainus eesmärk olema aktsionäride rikkuse maksimeerimine;
- ettevõtte juhid, kes ei ole omanikud, ei tohiks kulutada aktsionäride raha asjadele, mis ei ole seotud kasumi teenimisega;
- keeruline on määrata ühiseid ja asjakohaseid sotsiaalseid kohustusi kõikidele organisatsioonidele – see mis on ühele ettevõttele kasulik, võib teisele vaid probleeme tekitada.

Friedman väitis, et need, kes võtavad ESV tõsiselt, on tegelikult ehtsad sotsialismi juurutajad. Friedmani kuulus tsitaat ESV kohta on: „Ainus sotsiaalne vastutus äris on kasutada oma ressursse tegevuses, mis on suunatud kasumi suurendamisele ja nii kaua kui peetakse reeglist kinni, valitseb turul vaba konkurents ilma pettuste ja altvedamisteta“ (Friedman 1970). Friedmani nägemust ESV-st on arutatud mitmeid aastakümneid, kuid arvestades ESV üha süvenevamat tähtsust on ebatõenäoline, et ettevõtte, kes peaks kinni Friedmani põhimõtetest, suudaks tänapäeva ühiskonna edukalt toime tulla. Friedmani loogikale on mitmed teadlased välja öelnud sarnaseid põhimõtteid. Nende hulka kuulub näiteks Darwiniani kapitalism, mille põhimõte on, et ellu jäävad tugevamad, mistõttu ei ole sotsiaalselt vastutustundlik olemine organisatsioonidele vajalik. (Bergman 2008) Veel on räägitud ideest, et ühiskond ei tohiks sundida mittetulundusühistuid täitma ülesandeid, mis ei kuulu organisatsiooni põhieesmärkide hulka, milleks on enamasti ettevõtte väärtuse maksimeerimine ning ka idee, et kulud, mis on ettevõttes seotud sotsiaalse vastutusega, langevad nende sidusrühmadele, nt hinnatõus, et kompenseerida tehtud kulutused. Peale selle on räägitud ka ideest, et sotsiaalne vastutus peaks olema vaid valitsuse vastutus hoolitseda ühiskonna eest ja vabaneda mittekasulikus nagu keskkonnareostus. (Valor 2005, 191–212) Friedmani nägemusele võib tuua ka mitmeid vastuargumente ESV toetuseks, kuid puudub üldtunnustatud teoreetiline raamistik EVS ja sotsiaalse vastutuse aruande kohta (2006, 34 – 54):

- majanduslikud kaalutlused: sotsiaalselt vastutustundlikud organisatsioonid saavad positiivseid teateid sidusrühmadele ning see eristab neid konkurentidest suurendades seeläbi nii lühi- kui ka pikaajalist kasumit;
- personalijuhtimise seisukohast: sotsiaalselt vastutustundlikud ettevõtted meelitavad ligi kõrgema kvalifikatsiooniga töötajaid;
- õiguslikud kaalutlused: sotsiaalselt vastutustundlikud ettevõtted on võimelised vältima võimalikke tekkivaid probleeme oma äritegevuses;
- eetiline ja heategevuslik kaalutlus: organisatsioonidel on üldised kohustused ühiskonna ees.

ESV pooldajaid Courtney C Brown usub, et tulemuste kolmikmõõde on võti ESV õigustamiseks ja mõistmiseks. Eelkõige on Brown nägemus, et ettevõtte peaks enda huvides liikuma organisatsiooni ainsast eesmärgist, teenida kasumit, teadlikumale lähenemisele, kus peale kasumi teenimise peetakse tähtsaks ka keskkonna, sotsiaalseid ja isegi poliitilisi huve. (Brown 1979, 20) Veel on üheks populaarseks Archie B. Carrolli (Carroll 1991, 39) ja hiljem Thomas Loew (2004) omaks võetud mudel, mis pakub mitmetasandilist perspektiivi ESV-st, vastavalt sellele raamistikule tuleb ESV mõistmiseks arvesse võtta nelja taset. Tasemed on toodud joonisel 1.



Joonis 1. Carrolli püramiid: ettevõtete sotsiaalse vastutuse tasemed

Allikas: (Carroll, 1991, 42)

Osa tasemeid on mudelis kohustuslik, osa aga soovituslik, mida ettevõtte võiks oma tegevuses arvesse võtta. Kasumi teenimine on suurim nõue kõikidele organisatsioonidele, kellel see eesmärk on. Seega kõige kõrgema kaalutusega tase on majanduslik. Ettevõtte kõige olulisem sidusrühm on aktsionärid, sest nemad on ettevõtte tegelikud omanikud. See on kooskõlas seltsi teooriaga (ingl *agency theory*), mille kohaselt peavad ettevõtte juhid arvesse pidama aktsionäride majanduslikke huvisid võttes vastu otsuseid. Selline põhimõte on kooskõlas ka Friedmani neoliberaalse doktriiniga, et iga sotsiaalselt vastutustundliku tegevuse eesmärk on suurendada ettevõtte kasumit kas lühi- või pikaajaliselt (Michael 2003, 10, 115). Kui ettevõtte on käitunud sotsiaalselt vastutustundlikult, annab see positiivse sõnumi sidusrühmadele, see võib omakorda kaasa aidata ettevõtte kasumi suurendamisele kas lühikese või pika aja jooksul, nt suurendades toote või teenuse nõudlust tarbijate seas või meelitades ligi hea kvalifikatsiooniga töötajaid (Nehme, Wee 2008).

Üks viis, kuidas saab hinnata organisatsiooni pühendumist sotsiaalsesse vastutusse, on ettevõtte aruanded. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruanded on suunatud eri sidusrühmadele, nagu tarbijad, aktsionärid ja võlausaldajad. Aruannete kaudu annavad ettevõtted edasi teavet oma tegevusest ning väljavaadetest sotsiaalsetes ja keskkonnaküsimustes. Enamikus riikides, nagu ka Eestis, on aruannete avaldamine vabatahtlik ega ole reguleeritud. (*Ibid.*)

Sotsiaalse vastutuse kontseptsioon on olemas juba ammu ajast, sellele vaatamata on ESV ja sotsiaalse vastutuse aruandluse õigussüsteemi areng olnud aeglane, kuna selle temaatika ümber käib pidev vaidlus ja leidub palju eriarvamusi (Filius 1984, 305–314). Näiteks Prantsusmaal, kus on ettevõtte sotsiaalset vastutust ja aruandlust on alates 1970. aastatest väga tähtsaks peetud, muudeti sotsiaalse vastutuse aruanded kohustuslikuks alles 30 aastat hiljem, aastal 2004, ja sedagi ettevõtetele, kes on premier marché'i (suuremad börsiettevõtted) nimekirjas.

Et anda paremat ettekujutust ESV ja aruandluse kujunemisest, teeb autor järgnevas ülevaates ESV tekkest ja arengust.

Kuigi ESV kontseptsioon tekkis palju hiljem, sisaldasid muistsed Hammurapi seadused juba elementi seoses ESV-ga. Näiteks kui mees ehitab maja, mis hiljem lagunes ja selle tõttu keegi suri, oli hukule määratud ka ehitaja. Hammurapi, kes oli Babyloni kuues kuningas, rakendas riigis reeglit silm silma vastu nii üksikisikutele kui ka ettevõtetele. (Nehme, Wee 2008)

Peale selle leidub ESV juuri ka Jaapanis Meiji restauratsioonis 1868. aastal kahe kontseptsiooni arengu tõttu, esimene neist on shobaido (*the way of doing business*) ja teine on shonindo (*the way of the merchant*) (The Eco ... 2005). Jaapanis olid Edo ajastustul (1603–1868) kaupmehed pagendatud ühiskonna hierarhias madalale, vaid üks tase üleval pool väljaheidetest. Kuid see hierarhia hakkas lagunema, kui endine kaupmees Baigan Ishida arendas välja kontseptsiooni shonindo koos eetilise süsteemi shingakuga (ingl *heart learning*), mille kohaselt on ausad kaupmehed võrdsed austatud sõdalastega. Täiendavalt on sotsiaalse vastutuse aruandlus olnud kasutusel mitmes riigis üle maailma alates 19. sajandist. Näiteks Levi Strauss & Co märkis oma aruannetes juba 1850. aastal, et üks nende eesmärk on pakkuda kvaliteetset toodangut, parima võimaliku töökeskkonnaga oma töötajatele. (Haas 1981, 133) Kuni 1950. aastateni oli keskkonna- ja sotsiaalsete aspektide avalikustamine vähene, kuid inimressursi ja kogukonna kaasamine oli osa aruandlusest, samuti olid ettevõtted nõus avalikustama ka sellega seonduvaid negatiivseid aspekte (Guthrie, Parker 1989 342, 351). Pärast teist maailmasõda hakati teadvustama sotsiaalse vastutuse aruandlust (Frederick 2006) ja selle evolutsiooni võib jaotada nelja etappi (Antal 2006). Esimene faas on perioodil 1945 kuni 1960-ndate lõpp. Kapitalismi lagunemine 1930-ndate suure depressiooni ajal tugevdas mõtteviisi sellest, et ettevõtted olid teadlikult pahatahtlikud ning et võimutses pahaloomuline kontseptsioon võim on ettevõtete kätes (Merchant 1999, 68). Teise maailmasõja ajal parandasid paljud ettevõtted oma väljavaateid, sest sooviti olla oma riigi vastu patriootlikum. Sõja lõpul toetasid ESV ja aruandlust mõned teadlased, näiteks Donald K. Davids. Selline toetus kajastus ka külma sõja ideoloogias. 1949. aastal oldi üksmeelel, et Nõukogude kommunism oli rünnanud kapitalismi ja Lääne võimu vastu. Nõukogude kommunismis nähti samuti ohtu Ameerika eluviisile. Selle tulemusena teatasid ettevõtte juhid, et nende kohutus ei ole olla vastutustundlik, vaid oma ettevõtte ees või kogu maailma ees (Donham 1927, 406).

1953. aastal välja antud Howard R. Bowen'i raamatut „Ettevõtja sotsiaalsed vastutused” (Social Responsibilities of the Businessman) peetakse nüüdisaegsest perioodist esimeseks kirjanduseks ESV teemal (Carroll 1999, 268, 269). Raamatus tõstatas Brown küsimuse: „Mis kohustusi peaksid ettevõtjad ühiskonna ees kandma?” (Defin ... 1999, 268, 269; Bowen 1953) Tema leidis, et ettevõtte peaks kasumit teenima samal ajal ka ühiskonna heaolu silmas pidades. 1960-ndatel kasvas suuresti ka katse formaliseerida ja täpsemalt teadvustada ESV tähendust. Sellel ajastul oli üks tuntud kirjanik, kes seda teemat käsitles,

Keith Davis. Tema kirjeldas sotsiaalselt vastutust kui ettevõtja otsuseid ja tegevusi, mis tehakse väljaspool otsest ettevõtte majanduslikku või tehnilist huvi, mis on samaväärne ettevõtte sotsiaalse võimuga (Davis 1960).

Esiteks, peale külma sõja ideoloogia, aitas 1950-ndate ja 1960-ndate lõpu poolel kaasa ESV heakskiidule ja sotsiaalse vastutuse aruandluse arengule, asjaolu, et kahenes avalik usk valitsusse, sest valitsuse algatus aidata hädas olevaid kogukondi tingis rahvas pettumuse. Seetõttu lootis ühiskond, et organisatsioonid suudavad lahendada probleeme, mida valitsus ei suutnud, selle kaudu kasvas surve ettevõtetele võtta vastutus sotsiaalsetes küsimustes. Näiteks loodeti, et sellise poliitikaga nagu Urban Coalition<sup>1</sup> võib väheneda tööpuudus. (Nielsen 1978)

Teiseks, 1960. aastate keskpaigas võitles kapitalism õiguspärasuse nimel. Kasvas huvi ettevõtte eetika, võimu, sotsiaalse vastutuse ja ökoloogilise olukorra halvenemise vastu. Sellel ajal tegutsesid mõned liikumised, mis ärgitasid organisatsioone olema sotsiaalselt vastutustundlikumad, tekkis roheline liikumine, toimus tuumadesarmeerimise proteste ning 1968. aasta Pariisi rahutused, töövaidlused ja ametiühingute tõus Ameerika Ühendriikides. (Gray 2002, 687, 690; Moore, Newman 1975, 635)

Kolmandaks, rahvamajanduse kogutoodangu (RKT) ümber olnud kriitika aitas kaasa sotsiaalsete parameetrite tekkimisele, mis mõõdavad peale tavapärase näitajate ka elukvaliteeti (Krebsbach, Dierkes 1974, 28–35).

Neljandaks, 1950.–60. aastatel kerkis esile ettevõtjate põlvkond, kes olid valmis toetama ESV kontseptsiooni. Näiteks 1951. aastal teadustas Frank Abrams, Standard Oil of New Jersey esimees, et juhtimise ülesanne on säilitada õiglane tasakaal ettevõtte ja huvirühmade vahel (Reich 2008 13, 45). Paljude ettevõtete tegevjuhid nägid end kui ühiskonna mõjutegurit ning leidsid, et nende kohustus on tasakaalustada aktsionäride, tarbijate, töötajate ja kogu ühiskonna huve (Suchman 1995).

Lõpuks, 1950-ndate lõpus ja 1960-ndate alguses hakkasid mõned ettevõtted välja andma sotsiaalse vastutuse aruandeid. Näiteks Hollandi ettevõtte Gist Brocades, kelle

---

<sup>1</sup> Urban Coalition koosneb linna ettevõtjatest, kes soovivad toetada põhjuseid, mis võivad mõjutada mitmeid sidusrühmi. Üks nendest linnakoalitsioonidest proovis parandada mustanahaliste inimeste positsiooni tööturul. (H Robert and J Olson, 'Employment Discrimination Litigation: New Priorities in the Struggle for Black Equality' (1970) 6 Harvard Civil Rights-Civil Liberties Law Review 20,20.)

traditsioon oli progressiivne sotsiaalpoliitika, alustas sotsiaalse aruande välja andmist 1959. aastal (Shreuder 1981, 294, 295). Kõik need põhjused aitasid kaasa ESV arengule, samuti suurenes sotsiaalse vastutuse aruannete populaarsus.

Järgmine faas on 1960-ndate lõpp kuni 1970-ndate lõpp. Teise maailmasõja lõpuga tunnistas ja aktsepteeris valitsus Keinismi käekäigu. Keinismi heaoluriik eeldab, et valitsuse kulutused viivad avalikule väljaminekutele, mis stimuleerib majandust ja suurendab maksudest saadavat tulu, mis omakorda suurendab sotsiaalkulutusi. (Keynes 1973) Keinismi heaoluriigi üleskäik algas, kui Inglismaal ja Walesis anti 1968. aastal Seebohmi aruanne ja Šotimaal võeti 1964. aastal omaks Kilbrandoni aruanne. Samal perioodil rakendati Keinismi ideed Austraalias kasutades tööturgu ja majanduspoliitikat, et saavutada sotsiaalseid eesmärke. (Harris, McDonald 2000, 54–55) Selle tulemusena suurenes 1970-ndatel avalik huvi ESV vastu ja suurenes sotsiaalse vastutuse aruannete populaarsus. Sotsiaalse tulemuslikkuse parameetrid ja kasutatavad hindamiskriteeriumid olid ettevõtete ja akadeemikute kujundatud ning neid testisid uuenduslikud ettevõtted. Huvi sotsiaalse vastutuse aruandluse vastu oli suur. Ajakirjanduses kajastati tihti uusi lähenemisviise, analüütikud ja eksperdid püüdsid hinnata sotsiaalseid aruandeid, et saada informatsiooni (Dierkes, Antal 1986, 106). Mitmed investorid Euroopast ja Ameerikast, keda ESV tähtsuse uurimuse raames küsitleti, arvasid, et tähtis asjaolu ettevõttes on märk heast juhtimisest ja sellega kooskõlas hea investeering (Bowman, Haire 1976, 11, 13). Samuti tehti mitmeid katseid, et koguda andmeid sotsiaalse vastutuse tulemuslikkusest toetudes uurimisrühmade nagu Majanduslike prioriteetide nõukogu (Council of Economic Priorities) ja ametkondade nagu Federal Trade Commission sotsiaalsetele aruannetele (Ramanathan 1976, 516, 517). 14. aprillil 1975 aastal pidas Ameerika Ühendriikide väärtpaberite ja börsitehingute komisjon loengu sotsiaalse vastutuse alase informatsiooni avalikustamise teemal. Ameerika ringkonnakohtunik Charles Richey suunas komisjoni hoidma saadud informatsiooni, et näha, kuidas mõjuks kohtu hagi, mis nõuaks seadusega keskkonna ja sotsiaalse informatsiooni avalikustamist.

1970. aastatel kogus sotsiaalse vastutuse aruandlus järjes rohkem populaarsust. Tõusis avalik surve ja kriitika ärisüsteemi vastu suurenes tugevalt, mis mängis ka suurt rolli ESV kontseptsiooni arengus. Globaliseerumise kiirenedes kasvasid mitmed rahvusvahelised ettevõtted ning tulemus oli massiline arengumaade ärakasutamine, mis omakorda viis terminini uued sotsiaalsed liikumised (ingl *new social movements, NSM*). Sellised liikumised väljendusid kogukondlike koalitsioonidega, mis koosnesid töö-, keskkonna rühmade, õpilaste,

inimõiguste rühmade ja valitsusväliste organisatsioonide esindajad. Nende eesmärk oli muuta probleemid, mis on seotud õigluse, väärikuse, heaolu ja jätkusuutlikkusega sama tähtsaks kui kasumi teenimine ja kapitali akumulatsioon ning luua ülemaailmne kodanikuühiskonna liikumine. (Porter, Kramer 2006) Sellest tulenevalt liitus üha rohkem ettevõtteid vabatahtlikult sotsiaalsete liikumistega, üks põhjus oli uskumus, et see aitab vähendada neile suunatud kriitikat. Teatud juhtudel lisasid ettevõtted oma aruannetesse informatsiooni, mis oli seotud ESV regulatsiooni ja tegevusega.

Paljud organisatsioonid alustasid sotsiaalse aruandluse kasutamist juhtimise ja kommunikatsiooni vahendina sidusrühmade vahel nagu oma töötajad. Näiteks Campbell Soup Company 1975. aastal välja antud aastaaruanne sisaldas uut osa pealkirjaga „Ettevõtte kui kodanik“. Seal kirjeldas ettevõtte tehtud annetusi, vähemuses ettevõtteid, tehtud koostööd noorte ja eakate inimestega ning muid tehtud projekte seoses sotsiaalse vastutusega. (Fry, Hock 1976, 62)

Aastal 1977 töötas Sullivan välja oma põhimõtetele vastavad printsiibid, mis toetasid majanduslikku, sotsiaalset ja poliitilist õigust, tähtis oli toetada inimõigusi ja võrdseid võimalusi tööhõivepoliitikas, sh rassiline ja sooline võrdõiguslikkus, samuti koolitada töötajaid ja parandada ebasoodsaid töötingimusi, mis aitavad parandada töökvaliteeti ja töötajate heaolu. Tema arvates peaks sellekohase informatsiooni avalikustamine olema võimalikult lühike, arusaadav ja üldisem ning mitte liiga detailne. (Global ... 27.03.2014)

Järgmine on kolmas faas perioodil 1970-ndate lõpust kuni 1990-ndate lõpuni. Ajavahemikul 1970-ndate lõpust 1990-ndate lõpuni hakkas huvi sotsiaalse aruandluse ja vastutuse vastu vähenema. Kuigi paljud ettevõtted, kes olid sotsiaalse vastutuse endale prioriteediks seadnud ning selle rakendamiseks juba jõupingutusi teinud, jätkasid endiselt, aga vähenes hulk ettevõtjaid, kes selle rakendamiseks alustasid. (Dierkes, Antal 1986, 79, 107)

Peale selle käsitleti 1980-ndatel ESV teemat üha vähem ega toimunud ka tähelepanuväärset ESV mõiste ja kontseptsiooni arengut. Hoolimata sellest, et ei oldud saavutatud üksmeelt ESV mõiste suhtes, arenes 1990-ndatel mitu teooriat, nagu huvigruppide teooria, ärietika ja põhimõtte ettevõtte kui kodanik. Nõuandeid, mida aruandluse süsteemi parandamisega koos käsitleti, enamasti kuulda ei võetud, üks põhjus oli organiseeritud gruppide vastasseis reguleerida sotsiaalse aruandluse süsteemi (Aslam 2006). Teine ESV arengu seisaku põhjus oli sotsialistliku majanduse kokkuvarisemine ja sellest tuleneva neoliberalistliku majanduspoliitika areng, millest oli otsene mõju ESV-le, sest ESV

saavutamise põhiliseks vahendiks on sotsiaalse vastutuse aruanne. Selline poliitika andis ettevõtetele vabaduse suurendada aktsionäride väärtust. Kõik see, sh globaliseerumine äristrateegiates soodustas vaenulikku suhtumist ESV-sse. (*Ibid.*) Hoolimata kriitikast ja vastuolust arenes sotsiaalse vastutuse aruandlus.

Neljas faas on periood 1990-ndate lõpust kuni tänapäevani. 1999–2000-ndate periood algas globaalse neoliberalismiga, kui oli tähtis kauba vaba liikumise takistuste vähendamine. Samal ajal oli ka tasakaaluks lahingud vaba kauba liikumise üle G78 ja G77 vahel Maailma Kaubandusorganisatsioonis (WTO) ja otseinvesteeringu (ingl *foreign direct investment, FDI*) kontekstis. Peale selle olid 1998. aastal Majanduskoostöö ja Arengu Organisatsiooni (OECD) ja Multilateral Agreement on Investment (MAI) läbikukkumine näidanud, et valitsus ei ole valmis muutma investeeringute juhtimist ühtlasemaks. 2000-ndate aastate kogemustest selgus, et vaba turu strateegia eesmärk lahendada sotsiaalseid küsimusi kukkus läbi ja aktsionäride väärtuse suurendamine ei parandanud ega tugevdanud automaatselt ühiskonna heaolu. Laialdase ettevõtete vastutustundetusega kasvas mure ka kliimamuutuste pärast, mistõttu tuli tõsta ESV teadlikkust ja vajadust sotsiaalseks aruandluseks. Erinevad huvirühmad hakkasid huvi tundma ning võtsid kasutusse ESV kontseptsiooni ja sotsiaalse aruandluse. Peale selle löi interneti areng inimestele ligipääsu informatsioonile sotsiaalsest ja keskkonnavalasest vastutusest ning võimaldas efektiivsemat kommunikatsiooni, mille tulemusel olid investorid võimelised olema ühiskonna ees vastutustundlikumad. (*Ibid.*)

Üha rohkem aktsionäre teeb tänapäeval sotsiaalseid ja keskkonnavalaseid ettepanekuid enne iga-aastaseid kohtumisi üle maailma. Mõned survegrupid ostavad isegi ettevõtete aktsiaid, et sellisel kujul aktiivsust ja eeskujut üles näidata, mis aga paljudel juhtudel on aktsionäride aktiivsuse tõttu ettevõttele küllaltki kulukas. Kuid selline teguviis võib avaldada positiivset mõju ja julgustab ettevõtet sotsiaalselt aktiivsem olema ning motiveerida neid kaantud küsimustes raporteerima. (Nehme, Wee 2008)

Teadlikkus organisatsioonide sotsiaalsest vastutusest on kasvamas. Paari viimase aastakümnega on üleilmastumine tugevasti kasvatanud era-, riigi- ja mittetulundussektori organisatsioonide mõju kogukondadele ja keskkonnale. Tarbijad, kliendid, toetajad, investorid ja omanikud avaldavad organisatsioonidele igal viisil rahalist mõju seoses sotsiaalse vastutusega. Ühiskonna ootused suutlikkusele kasvavad jätkuvalt. Järjest enam organisatsioone suhtleb oma huvirühmadega, koostades mh sotsiaalse vastutuse aruandeid ja keskkonna vastutuse aruandeid, et rahuldada huvirühmade huvi organisatsiooni tulemuste



kohta. Kirjeldatud tegurid kutsuvad organisatsioone üha rohkem olema sotsiaalselt vastutustundlikud. (ISO 26000:2011)

Järgnevas teeb autor ülevaate lähiminevikus toimunud sündmustest, mis aitasid kaasa ESV aruandluse arengule. 2001. aastal andis Euroopa Komisjon välja Rohelise Raamatu (Green Paper), mis propageeris ettevõtte sotsiaalset vastutust, hõlmates laia valikut teemasid, nagu sotsiaalsed õigused, ärietika, töötajate heaolu jms. 2002. aastal hääletas Euroopa Komisjon uue õigusakti poolt, mis nõudis ettevõtetelt sotsiaalse ja keskkonnaalaste saavutuste avalikustamist, et muuta ettevõtte juhid sotsiaalselt vastutustundlikumaks. (Mullerat 2013)

Praegu on ettevõtete ühiskondlik vastutus tervikuna Eestis laiemal diskussiooni mõttes vähe käsitletud teema. Samas on vastutustundlik ettevõtlus Euroopas ja mujal maailmas üha suuremat tähelepanu pälvides ning saamas üheks oluliseks ettevõtlusega seotud teemaks. Ettevõtete ühiskondlik vastutus on ka Euroopa Liidu ametliku poliitika osa, olles kesksel kohal Lissaboni strateegias, mis viitab ettevõtete ühiskondlikule vastutusele kui ühele Euroopa Liidu majanduse konkurentsivõimet suurendavale faktorile.

2010. aastal tehtud uuringu „A New Era of Sustainability” järgi leiab üle maailma osalenud 766-st ettevõtete juhust 93%, et ettevõtte jätkusuutlikkuse teema on organisatsiooni edu üks võtmekriteeriumeid (UN ... 2010).

KPMG uuringu „Majanduse Pulss 2013” kohaselt leiab suur osa küsitletutest, et vastutustundlik ettevõtlus (ingl *corporate social responsibility, CSR*) on osa äristrateegiast ning ettevõtte igapäevategevusest – 64% Leedu, 60% Läti ning 56% Eesti vastajate arvates. Vaid 5–8% arvab, et tegu on mainekujunduse vahendi või siis ebaefektiivse ettevõtlusmoega. (Majand ... 2013) Uuringu tulemused näitavad, et vaid pisut üle poole osalenud Eesti ettevõtjatest leiab, et ESV on oluline osa organisatsiooni äritegevusest. Võrreldes paljude teiste arenenud riikidega, ei ole Eestis ESV veel piisavalt suurt osatähtsust saavutanud ning arenguruumi püüelda vastutustundliku ettevõtluse poole on Eesti ettevõtetel piisavalt.

## **1.2. Sotsiaalse vastutuse ja aruandluse huvirühmad ja huvirühmade teooria**

Ettevõtete sotsiaalse vastutuse ja aruandluse huvirühmade kujunemise aluseks on huvirühmade teooria (ingl stakeholders theory). Üks põhjuseid, miks ettevõtted on motiveeritud investeerima ESV programmidesse, tuleneb samuti huvirühmade teoriast. (Argandona 1998; Harvey, Schaefer 2001; Post 2003). Sidusrühmade lähenemine ESV-le, mille muutsid populaarseks Freeman (1984) ja Donaldson & Preston (1995), annab kasuliku teoreetilise aluse, et mõista eripärasid ESV lähenemisviisides. Huvirühmade teooria viitab sellele, et organisatsioon suudab edukalt turul jätkata vaid juhul, kui kõikide huvirühmade vajadused saavad rahuldatud. (Freeman 1984) Freemani arvates peaksid ärisuhted hõlmama kõiki, kes võivad mõjutada või keda ennast on mõjutatud organisatsioon. (Clarkson 1995, Freeman 1984, Freeman, Reed 1983).

Kõikide huvirühmade hulgast kõige olulisemad aktsionärid, töötajad, tarbijad ja valitsus on tavaliselt ka organisatsioonidele survet avaldanud, et oma strateegiaid ja eesmärke kohandada (Freeman 2004). Kuid teisest küljest on teisejärgulisemad huvirühmad nagu ühiskond, avalikkus ja valitsusevälised organisatsioonid enamasti sellele palju vähem tähelepanu pööranud (Bondy 2008). Mitmed uuringud sidusrühmade teoriast on püüdnud süstematiseerida ja leida vastust küsimusele, millised sidusrühmad vajavad ja nõuavad juhtkonna tähelepanu (Mitchell 1997). Küsimusele on lähenetud keskendudes organisatsioonide ja huvirühmade suhtele, võttes arvesse börsitehinguid, õiguspäraseid ja muid nõudeid ning sõltuvust mõjuvõimust. (Cummings, Doh 2000); (Donaldson, Preston 1995, Mitchell 1997) Samuti on teadlased püüdnud sidusrühmade teooriat siduda teiste juhtimuslike seisukohtadega, eriti valitsuse- ja agenditeooriaga. (Hill, Jones 1992); (Jones 1995) Pole aga teada, kuidas rahvusvahelised organisatsioonid eri huvirühmade huve tähtsuse järgi järjestavad. (Doh, Guay 2004)



Joonis 2. Huvirühmade lähenemine ESV-sse

Allikas: (Freeman 1984)

Huvirühmade kindlakstegemine ja kaasamine on üks sotsiaalse vastutuse põhiväärtusi. Iga organisatsioon peaks kindlaks tegema, kellele nende otsused ja tegevused mõju avaldavad, et nende mõjudega arvestada ja selle järgi tegutseda. Kuigi huvirühmad võivad organisatsioonile toeks olla, selgitatud teatud küsimuste mõju organisatsiooni otsustele ja tegevustele, ei asenda huvirühmad ühiskonna rolli käitumisnormide ja ootuste kujundamisel. Ka teemad, mida huvirühmad otse välja ei too, võivad organisatsiooni vastutustundlikkusega haakuda. Ehkki enamiku organisatsioonide eesmärgid piirduvad omanike, liikmete, klientide ja valijate huvidega, võib ka teistel isikutel või gruppidel olla õigusi, nõudeid või huvisid, millega peaks arvestama. Ühiselt moodustavad need isikud või grupid organisatsiooni huvirühmad. Organisatsioon peaks tuvastama oma huvirühmad, nende huvid ja seaduslikud õigused ning vastama nende küsimustele, mõistma, et teatud huvirühmad võivad suuresti mõjutada organisatsiooni tegevusi. Samuti peaks hindama ja arvestama huvirühmade potentsiaalset võimet organisatsiooniga ühendust võtta, seda kaasata ning sellele mõju

avaldata, arvestama nii huvirühmade seost ühiskonna laiemate ootuste ja jätkusuutliku arenguga kui ka huvirühmade ja organisatsiooni suhete omapäraga, arvestama ka nende huvirühmadega keda organisatsiooni otsused või tegevused tõenäoliselt mõjutavad, isegi kui neil pole ametlikku rolli selle juhtimises või nad pole oma huvidest teadlikud.

Huvirühmad on organisatsioonid või üksikisikud, kellel on huve organisatsiooni tegevuste või huvide suhtes. Kuna organisatsioonil on võimalus neid huve mõjutada, on loodud suhe huvirühma ja organisatsiooni vahel, mis ei pruugi olla ametlik. Selline huvidel põhinev suhe on olemas hoolimata sellest, kas osapooled seda endale teadvustavad või mitte. Organisatsioon ei pruugi olla teadlik kõigist oma huvirühmadest, kuigi samme nende määratlemiseks tuleks astuda. Samuti ei pruugi kõik huvirühmad olla teadlikud organisatsiooni võimest nende huve mõjutada.

Organisatsiooni otsuste ja tegude mõju mõistmine üksikisikutele või rühmadele võimaldab huvisid tuvastada, mis on aluseks seosele organisatsiooniga. Seega aitab organisatsiooni otsuste ja tegevuste mõju hindamine tuvastada organisatsiooni kõige olulisemad huvirühmad. Organisatsioonil võib olla mitu huvirühma ning eri huvirühmadel võib olla erinevad, mõnikord vastakad huvid. Näiteks kogukonna liikmete huvide sekka võivad kuuluda organisatsiooni positiivsed mõjud, nt töökohad, aga ka sama organisatsiooni negatiivsed mõjud, nt reostus. Mõned huvirühmad on organisatsiooni lahutamatu osa, sh liikmed, töötajad, omanikud. Neil huvirühmadel on ühine huvi organisatsiooni eesmärgi ja edu vastu. Samas ei tähenda see, et kõik nende huvid seoses organisatsiooniga on samad. Enamik huvirühmade huvidest seostuvad organisatsiooni vastutustundlikkusega ning on tihti väga sarnased mõnede ühiskonna ootustega. Näiteks võib tuua majaomaniku, kelle kinnisvara väärtus väheneb uuele reostusallika tõttu.

Kõik organisatsiooni huvirühmad ei kuulu organiseeritud gruppidesse, mille eesmärk on teatud organisatsioonide ees oma huvide kaitsmine. Paljud huvirühmad pole üldse organiseerunud ning võivad seetõttu jääda tähelepanuta, mis võib olla eriti halb haavatavatele rühmadele ja järgmistele põlvkondadele. Grupid, kes töötavad ühiskondlike või keskkondlike eesmärkide nimel, võivad olla nende organisatsioonide huvirühmadeks, kelle otsused ja tegevused vastavale valdkondadele määravat mõju avaldavad. Sellisel juhul peaks organisatsioon pöörama tähelepanu usaldusväärsetele gruppidele, kes sääraseid huvisid kaitsevad. Huvirühmade tuvastamiseks peaks võtma arvesse järgmisi asjaolusid: juriidiliste kohustuste olemasolu, positiivse ja negatiivse mõju avaldumine huvirühmadele, varasema

kogemuse olemasolu murede lahendamiseks, võime vastutusega toime tulla, kelle kõrvalejäämine mõjuks ebasoodsalt, väärtusahela mõjud.

Huvirühmade kaasamine hõlmab dialoogi organisatsiooni ja ühe või enama huvirühma vahel. See aitab organisatsioonil tegeleda enda sotsiaalse vastutusega, andes otsuste langetamiseks teadliku aluse.

Huvirühmade kaasamine hõlmab dialoogi organisatsiooni ja ühe või enama huvirühma vahel. See aitab organisatsioonil tegeleda enda sotsiaalse vastutusega, andes otsuste langetamiseks teadliku aluse. Huvirühmade kaasamine võib toimuda erisugusel moel: selle võib algetada organisatsioon, kuid see võid olla ka organisatsiooni vastuseks huvirühmade algatusele. Kaasamine võib toimuda nii ametlike kui ka mitteametlike kohtumiste käigus ning kasutada eri vorme, nagu individuaalsed kohtumised, konverentsid, töötoad, avalikud koosolekud, ümarlauad, nõuandvad kogud, regulaarsed ja struktureeritud infovahetus- ja konsulteerimismeetodid, kollektiivläbirääkimised ja internetipõhised foorumid. Huvirühmade kaasamine peaks olema interaktiivne ning tagama huvirühmadele võimaluse tuvastada oma vaatenurki. Kaasamise põhimõte eeldab kahepoolset suhtlust.

Huvirühmade kaasamiseks on organisatsioonil mitmesuguseid põhjusi ning seda võib kasutada selleks, et:

- suurendada organisatsiooni arusaamist selle otsuste ja tegevuste tõenäolistest tagajärgedest teatud huvirühmadele;
- otsustada kuidas kasvatada organisatsiooni otsuste ja tegevuste kasulikke mõjusid ja vähendada vastupidiseid tulemusi;
- selgitada, kas organisatsiooni väited oma sotsiaalse vastutuse kohta on usutavad;
- aidata organisatsioonil läbi vaadata oma suutlikkus, et leida arenguvõimalusi;
- lahendada konflikte organisatsiooni enda ja selle huvirühmade huvide ning kogu ühiskonna ootuste vahel;
- tegelda huvirühmade huvide ja organisatsiooni vastutuste vaheliste seostega kogu ühiskonna ees;
- panustada organisatsiooni jätkuvasse õpiprotsessi;
- täita juriidilisi kohustusi (nt töötajate ees);
- tegelda vastuoluliste huvidega organisatsiooni ja huvirühmade või huvirühmade vahel;

- pakkuda organisatsioonile mitmekülgsete vaatenurkade eelist;
- suurendada organisatsiooni otsuste ja tegevuste läbipaistvust;
- luua partnerlussuhteid, et saavutada vastastikku kasulikke eesmärke.

Enamasti on organisatsioon juba teadlik või saab kiiresti välja selgitada, millised on ühiskonna ootused selle kohta, kuidas peaks organisatsioon enda mõjudega tegelema. Sellistes olukordades ei ole organisatsioonil vajadust kaasata huvirühmi nende ootuste mõistmiseks, kuigi kaasamise protsessil võib olla teisigi eeliseid. Huvirühmi kaasates ei tohiks organisatsioon eelistada üht gruppi teisele, samuti ei tohiks jätta kaasamata vaikivaid huvirühmi ega tohiks luua ja toetada kindlaid gruppe, nt dialoogipartneri olemasolu, kui väidetav partner pole tegelikult iseseisev.

Tõeline dialoog huvirühmadega hõlmab iseseisvaid osapooli ja läbipaistvust võimalikes rahalistes või muudes toetustes. Organisatsioon peaks olema teadlik oma otsuste ja tegude mõjudest ning oma huvirühmade vajadustest. Arvestada tuleks ka huvirühmade erineva võimekuse ja vajadustega olla organisatsiooniga ühenduses. Huvirühmade kaasamine on tõenäoliselt mõttekas, kui kaasamise eesmärki mõistetakse ühtemoodi, huvirühma huvid on tuvastatud, seos, mille need huvid huvirühma ja organisatsiooni vahel loovad, on otsene ja tähtis; huvirühmade huvid on olulised jätkusuutliku arengu jaoks, ja huvirühmadel on vajalik info ja arusaam otsuste langetamiseks. (ISO 26000: 2011)

Ettevõtete lähenemine huvirühmadele ja nende huvide rahuldamisele on erinev ning oleneb konkreetsest ettevõttest. Huvirühmade kaasamine, huvide väljaselgitamine ning organisatsiooni tegevuse muutmine huvirühmade soovide järgi saab üha olulisemaks osaks ettevõtte äritegevuses.

### **1.3. Sotsiaalse vastutuse aruandlus**

Viimaste aastate jooksul on kasvanud organisatsioonide arv, kes avaldavad järjepidevalt sotsiaalse vastutuse aruandeid. Kasvanud on teadlikkus kliimamuutustest, mis on suurendanud aktsionäride nõudmisi ja see on kaasa toonud suurema vajaduse anda sidusrühmadele edasi teavet oma tegevuse mõjust keskkonnale. (Griffin, Sun 2012) Kuigi

sotsiaalse vastutuse aruandlus oli mõnda aega tagasi pigem moraalne kohustus ühiskonna ees, leiab see nüüd üha olulisema koha organisatsiooni tegevuses (KPMG 2011).

Maailma üks levinumaid organisatsioone, kes edendab majanduslikku jätkusuutlikkust ning on jätkusuutlikkuse aruandluse raamistiku (ingl *sustainability reporting framework*) rajaja ja arendaja, on Globaalse Aruandluse Algatus (Global Reporting Initiative, GRI). GRI G3.1 juhise järgi, on ESV aruandlusprotsess, mille käigus organisatsioon mõõdab, avalikustab ja annab nii oma sisemistele kui ka välistele sidusrühmadele teavet organisatsiooni tulemuslikkusest jätkusuutlikus arengus. ESV aruanne peaks andma tasakaalustatud ja asjakohase ettekujutuse raporteeriva organisatsiooni jätkusuutlikust tegevusest ja tulemustest sh sisaldama nii positiivseid kui ka negatiivseid asjaolusid. GRI aruandluse raamistiku põhjal koostatud aruandes avalikustatakse tulemused aruandeperioodi kohta organisatsiooni kohustustest, strateegiast ja juhtimisest lähtudes. Aruandeid on võimalik kasutada nt järgmistel eesmärkidel:

- võrdlusanalüüsi (ingl *benchmarking*) ja hinnangu andmine jätkusuutlikku tegevusse, võttes arvesse seaduseid, norme, eeskirju ja standardeid ning vabatahtlikku algatust;
- näidata, kuidas organisatsioon mõjutab ja on mõjutatud säästvast arengust;
- võrrelda organisatsiooni tulemuslikkust organisatsiooni sees ja teiste organisatsioonidega võrreldes;

GRI on välja töötanud printsiibid, mis peavad aruande sisus täidetud olema ja printsiibid, mis määratlevad aruande kvaliteedi.

Aruande sisu määravad printsiibid:

1. Huvigruppide kaasatus – organisatsioon peab tegema kindlaks oma huvirühmad ning selgitama nende ootused ja huvid.
2. Jätkusuutlikkus – aruanne peab sisaldama organisatsiooni tulemuslikkust jätkusuutlikus tegevuses.
3. Olulisus – aruanne peab sisaldama organisatsiooni tähtsaid majanduslikke, keskkonna, ja sotsiaalseid mõjusid.
4. Täielikkus – aruanne peab sisaldama materjali, mis peab olema ettevõtte majandusliku, sotsiaalse ja keskkonna edukuse näitamiseks esitatud sel moel, et oleks selgelt piiritletud vaatluse periood, eesmärgid ja piirid.

Aruande kvaliteeti määravad printsiibid: (G4 Sus ... 2013)

1. Tasakaal – aruanne peaks kajastama nii positiivseid kui ka negatiivseid aspekte organisatsiooni tegevusest.
2. Võrreldavus – andmete esitamine peaks toimuma järjepidevalt ja tulemusi peab saama võrrelda eelmiste perioodidega.
3. Täpsus – avalikustatud informatsioon peab olema piisavalt täpne ja üksikasjalik, et sidusrühmad saaksid organisatsiooni tegevusest õige arusaama.
4. Ajaline järjestatus – aruanded peavad pakkuma teavet regulaarselt kindla aja järgi, mis vastab huvigruppide vajadustele.
5. Selgus – avaldatud info peab olema arusaadav ja vastama huvigruppide ootustele.
6. Usaldusväärsus – organisatsioon peaks koguma, dokumenteerima, koostama, analüüsima ja avalikustama teavet sellisel moel, et huvirühmad saaksid olla kindlad teabe kvaliteedis ja tähtsuses.

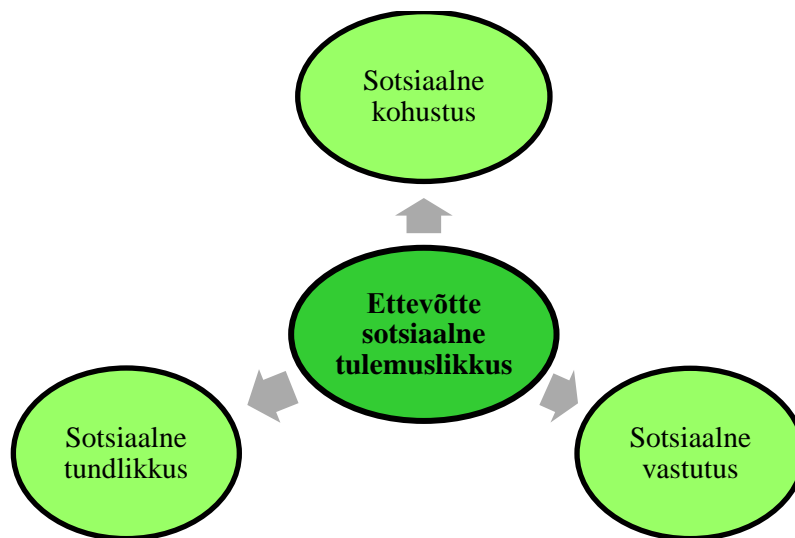
ESV aruandlust on nimetatud ka sotsiaalseks raamatupidamiseks, sotsiaalseks auditiks, sotsiaalseks ülevaateks ja jätkusuutlikkuse aruandluseks.

Ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandlust defineeris Gray *et al.* kui protsessi, mille käigus informeerib organisatsioon oma huvirühmasid ja ühiskonda sotsiaalsetest ja keskkonnamõjudest, mis nende majandustegevusest tulenevad (1987). Väga sarnaselt Gray definitsioonile, on Perks ESV aruandlust defineerinud kui organisatsiooni majandustegevuse käigus tehtud kulude ja sellest tuleneva kasu avalikustamist oma huvirühmadele või ühiskonnale, mis võivad, aga ei pruugi olla rahaliselt mõõdetav (1993). Mitmed uuringud on keskendunud just sotsiaalse teabe avaldamise teguritele. Need on enamasti organisatsiooni suurus, tegevusala, kasumlikkus, ettevõtte asutamise riik, aruandev riik, kapitalimahukus, kõrgema juhtkonna suhtumine, ettevõtte vanus ja ESV aruandluse komisjoni olemasolu riigis. ESV aruandluse rakendamise olemus ja ulatus on eri riikide vahel erinev (*ibid.*). Samuti tuleneb raporteerimise erinevus eririikides sellest, milline on valitsuse poliitika. Paljudes riikides, nagu ka Eestis, on ESV aruandlus täiesti vabatahtlik. Mitmes Euroopa riigis, nt Norra, Rootsi, Prantsusmaa, Holland ja Taani on vastu võetud seadused, et suurendada organisatsioonide avalikustatavat informatsiooni seoses sotsiaalsete ja keskkonnaaspektidega. Peale selle on mitmes uuringus jõutud järeldusele, et arenenud riikide ettevõtted avalikustavad sotsiaalset teavet suurema tõenäosusega kui vähem arenenud riikides. Mathews (1993) arvas, et kultuuri- ja riikidevahelised erinevused mõjutasid raamatupidamistavasid ning ettevõtete sotsiaalse aruandluse tavasid üldiselt. Adams (1998, 1–21) väitis, et koos äri globaliseerumise



suurenemisega ei ole kultuurilised tegurid nii tähtsad kui ettevõtte spetsiifilised ja tööstuslikud faktorid.

Prakash Sethi (1975) töötas ESV tulemuslikkuse klassifitseerimiseks välja analüütilise raamistiku, kasutades kolmetasandilist mudelit (vt joonis 3).



Joonis 3. Sethi ESV mudel

Allikas: (Sethi, 1975)

Mudeli järgi peaks organisatsioon ka infomatsiooni raporteerima. Mudeli tasandid on sotsiaalne kohustus, sotsiaalne vastutus ja sotsiaalne tundlikkus. Mudel illustreerib organisatsiooni käitumist mitme teguri näol, nagu eetika, vastutus ja heategevus. Sotsiaalse kohustuse taseme all pidas Sethi silmas ettevõtete käitumist turujõudude ja juriidiliste piirangute vastu. Selles kategoorias piirdub ettevõtte juhtide vastutus sotsiaalküsimustega, mis on ette nähtud seaduse ja majandussüsteemiga. Sotsiaalse vastutuse tasemel on ettevõtted, kelle lähenemine sotsiaalsesse vastutusse avaldub eetilise ja sotsiaalse vastutustundlikkuse kaudu ning need ettevõtted on valmis võtma ühiskonna ees suuremat sotsiaalset vastutust kui ainult seaduse täitmine. Sotsiaalse tundlikkuse tasemel ettevõtted usuvad, et tähtis ei ole see, kuidas ettevõtted reageerivad sotsiaalsele survele, vaid see, mis on organisatsiooni jaoks

oluline kaugemas perspektiivis ettevõtte sotsiaalses süsteemis. Niisugusel tasemel olevad ettevõtte juhid on enamasti ennetava käitumisega sotsiaalsetes küsimustes. See tase on Sethi skeemi järgi kõige kõrgem, kuhu ettevõtte võib püüelda. (Sethi 1975) Esile toodud tasemete põhjal avaldavad organisatsioonid, enamasti ka taseme järgi, oma tegevuse kohta informatsiooni, kas siis sotsiaalse vastutuse aruande või muu kanali kaudu. Sama mudeli põhjal arendas Carroll neljatasemelise püramiidi sotsiaalsest vastutusest, millest oli juttu peatükis 1.1.2.

#### **1.4. Keskkonnavastutus**

Juba ligi 40 aastat on maailma mure olnud loodusvarade säilimine, jäätmete ja heitegaaside vähendamine (Ambec, Lanoie 2008). Nende ja paljude teiste keskkonnaprobleemide üle toimub üha suurem arutelu ning püütakse leida vastuseid ja lahendusi olukorra parandamiseks.

Keskkonnavastutuse võib laiemalt jagada kolmeks: vastutus teisele isikule tekitatud kahju eest, vastutus süütegude eest ja vastutus keskkonna kahjustamise eest. (Keskkonnavastutusest ... 2013). Tuginedes käsitletavale teemale, kirjeldab autor vastutust keskkonna kahjustamise eest.

Vastutus keskkonna kahjustamise eest on reguleeritud mitmes keskkonnaseaduses. Keskkonnakahju ja -ohu ning keskkonnakahju vältimist ja heastamist reguleerib Eestis keskkonnavastutuse seadus. Selle seadusega ei ole kaasatud keskkond tervikuna, seepärast ei hõlma ka keskkonnakahju mõiste mistahes keskkonnakomponendi kahjustamist. Keskkonnakahjuks loetakse keskkonnavastutuse seaduse järgi vaid teatud keskkonnaelementidele tekitatud kahju (kaitstavad elupaigad ja linnu-, looma- ning taimeliigid, looduskaitsealade alusel kaitstavad alad, pinna- ja põhjavesi ning pinnas). Kahju peab olema tähtis, näiteks mõjutama elupaiga või liigi jätkusuutlikkust ja elujõulisust; muutma pinna- või põhjavee seisundit. Seadusega ei ole hõlmatud nende liikide ja koosluste kahjustamine, mis ei ole kaitse alla võetud, merereostuse ja tuumaõnnetustega põhjustatud keskkonnakahju ning välisõhule tekitatud kahju. Samuti ei ole seaduses käsitletud metsale tekitatud kahju (v.a juhud, kui mets on ka kaitstav elupaigatüüp), maapõuele tekitatud kahju (v.a juhud, kui tekitatakse pinnasekahju). (Keskkonnavastutus ... Keskkonnaamet)

Keskkonnavastutuse seaduse eesmärk on tagada, et keskkond ja ka ühiskond ei vaesuks kahju tekitaja tegevuse tõttu. Seda eesmärki aitab saavutada keskkonnakahju täielik heastamine. Keskkonnavastutuse seadus aitab senisest paremini rakendada saastaja vastutuse põhimõtet ehk tagada keskkonnale tekitatava kahju tegelikku vältimist ja heastamist. Kui keegi näiteks hävitab väärtusliku koosluse, tekitab keskkonnakahju, siis peab kahju tekitanud isik taaslooma keskkonna seisundi, mis eksisteeris enne kahju tekitamist. See tähendab, et kahju heastamiseks ei piisa ainult samasuguse olukorra loomisest, kui oli enne kahju tekitamist, vaid keskkond peab ka toimima sama moodi nagu varem. Lähtudes põhimõttest, et saastaja maksab, peab kõik keskkonnakahju hüvitamisega kaasnevad kulud kandma saastaja ehk kahju tekitaja ning tuleb vältida keskkonna kahjustamisega kaasnevate kulutuste suunamist ühiskonnale. Saastajana tuleb käsitada seoses keskkonnavastutusega kahju tekitajat. Traditsiooniliselt kasutatakse terminit saastaja saasteainete või jäätmete keskkonda viimisega. Saastaja vastutuse põhimõtte puhul on saastajal siiski laiem tähendus. Saastajaks võib olla mistahes isik, kes oma tegevusega tekitab keskkonnakahju. (Keskkonnavas ... 20.03.2014)

Vastutus keskkonna ees peaks organisatsioonis esmalt avalduma oma tegevusest tulenevate mõjude hindamises keskkonnale. Keskkonnamõjude hindamiseks on mitu varianti, nt ökoloogilise jalajälje meetod ning süsinikdioksiidi emissiooni meetod, millest on täpsemalt juttu järgmises peatükis. Kui ettevõtte on kindlaks teinud oma tegevusest tulenevad mõjud keskkonnale, on järgmine samm otsustada, mida võtta ette mõjude vähendamiseks ja leevendamiseks. Tavapäraselt luuakse või rakendatakse ettevõttes nende eesmärkide täitmiseks keskkonnajuhtimise süsteemi nagu ISO 14001 või EMAS. Mõlema nimetatud standardi eesmärk on tagada organisatsioonide keskkonnategevuse jätkuv paranemine standardiseeritud ja hästi toimiva keskkonnajuhtimissüsteemi kaudu. (Keskkonnavas ... 20.03.2014)

Ehitussektoris on keskkonnavastutuse temaatika väga olulisel kohal. ÜRO keskkonnaprogramm on mitmeid aastaid andnud välja aruannet heitkoguste erinevuste kohta. 2012. a aruandes jõuti tulemusele, et kolmes vaatluse all olevas sektoris oli näha paranevat trendi heitegaaside vähenemises, sh ehitussektoris. 2013. a aruande põhjal ehitussektoris suuri edusamme ei toimunud, kuid nähakse siiski võimalusi arenguks. (The Emissions Gap Report 2013). Jätkuvalt on aruandes antud hinnanguline heitegaaside koguse vähenemine ehitussektoris (vt tabel 1).

Tabel 1. Potentsiaalne heitgaaside koguse vähenemine

| Sektor                        | Heitgaaside vähenemise potentsiaal 2020 a. (GtCO <sub>2</sub> ) | Heitgaaside vähenemise potentsiaal 2030 a. (GtCO <sub>2</sub> ) |
|-------------------------------|---|---|
| energeetikasektor             | 2,2 – 3,9   | 2,4 – 4,7   |
| tööstussektor                 | 1,5 – 4,6   | 2,5 – 5,5   |
| transport                     | 1,7 – 2,5   | 1,6 – 2,5   |
| ehitus                        | 1,4 – 2,9   | 5,4 – 6,7   |
| metsandus                     | 1,3 – 4,2   | 1,3 – 4,2   |
| põllumajadus                  | 1,1 – 4,3   | 2,3 – 6,4   |
| jäätmed                       | Umbes 0,8   | 0,4 – 1,0   |
| kokku (hinnanguline keskmine) | 17+ – 3   | 23+ – 3   |
| kokku (kogu vahemik)          | 10 – 23   | 16 – 31   |

Allikas: (The Emissions ... 2013)

Aruandes toodud joonise põhjal on ehitussektori potentsiaal 2020. aastaks vähendada heitekoguseid 1,4–2,9 Gt CO<sub>2</sub> aastas ning 2030. aastaks 5,4–6,7 Gt CO<sub>2</sub> aastas. Loodetav heitegaaside vähenemine on tabeli järgi väga optimistlik, kui võtta arvesse, et viimasel aastal suuremaid edusamme ei ole olnud. See paneb kahtluse alla, kas nii suurel hulgal heitegaaside kogus väheneb, kuid kindlasti on positiivne märk, et selle nimel töötatakse ja tegutsetaks ning tehakse vajalikke otsuseid, et loodetud tulemused saavutada.

## 1.5. Keskkonna aruandlus

### 1.5.1. Keskkonna aruandluse olemus

Keskkonnanaruanne on dokument, mis annab ülevaate organisatsiooni aasta jooksul tekitatud mõjust keskkonnale. Dokumendi koostamiseks määratletakse organisatsiooni mõju ulatus (tehakse selgeks, milliste tegevuste mõju käsitletakse). Eestis on keskkonnanaruande, nagu ka sotsiaalse aruande koostamine vabatahtlik. Kuid mitmes Euroopa Liidu riigis on

teatud organisatsioonidele (enamasti börsiettevõtetele) keskkonnainfo avaldamine kohustuslik, nt Prantsusmaal, Norras, Hollandis, ja Taanis (Carrots ... 2013).

Keskkonnaaruande koostamine algab ressursikasutuse mõõtmisega: kui palju kulus teataval ajavahemikul (enamasti aasta) elektri- ja soojusenergiat, vett, kui palju tekkis jäätmeid ja kasutati transporti.

Mõõdetakse enamasti järgmisi näitajaid:

- 1) elektrienergia (kWh);
- 2) soojusenergia (kWh);
- 3) vesi (m<sup>3</sup>);
- 4) inimeste transport (inim-kilomeeter);
- 5) kaupade transport (tonn-kilomeeter);
- 6) jäätmeteke (tonn).

Mõõdetakse ainult neid komponente, mida aruandja kasutab n-ö lõpptarbijana (nt soojusenergia ruumide kütmiseks). Algandmed võetakse raamatupidamisest, väiksema üksuse puhul (nt kodukontor) hoitakse alles ja vaadatakse üle vaadeldava perioodi kommunaalkulu arved. Rahalised väärtused teisendatakse ühikuteks (kWh, m<sup>3</sup> jms), mis võimaldavad üheselt hinnata tarbitud ressursi hulka. Mõõtmisele järgneb analüüs ja keskkonnaeesmärkide püstitamine ressursikasutuse vähendamiseks. Peale organisatsiooni keskkonnamõju mõistmise aitab aruande koostamine parandada keskkonnategevuse tulemuslikkust ning vähendada riske. Aruande koostamine võidab üha enam populaarsust Eesti edumeelsete ettevõtete ja organisatsioonide seas, kus pööratakse rohkem tähelepanu ressursside säästvale kasutusele, oma keskkonnamõju vähendamisele, aga ka oma töötajate jaoks keskkonnasõbraliku töökeskkonna loomisele. Samal ajal on ka töötajad üha enam huvitatud organisatsiooni arengust ning sellest, kuidas ressursse (nt vesi ja elekter) kokku hoida ja vähendada negatiivset keskkonnamõju.

Keskkonnaaruanne on enamasti avalik ja avaldatud asutuse kodulehel. Aruande koostamiseks ja esitamiseks on erisuguseid võimalusi ja vorme. Keskkonnajuhtimise ja auditeerimise süsteemi EMAS (Eco-Management and Audit Scheme) nõuetele vastavatele ettevõtetele on iga-aastase keskkonnaaruande koostamine ja esitamine kohustuslik. Suuremate ettevõtete aruanded peaksid sisaldama järgmist teavet: üldandmed, olulised keskkonnamõjud, keskkonnapoliitika, tippjuhi avaldus keskkonnategevuse kohta, keskkonnaeesmärgid ja -ülesanded, keskkonnategevuse tulemusindikaatorid, juhtimissüsteemi toimimise kirjeldust,

keskkonnategevuse edusammude kirjeldus, õigusaktidele vastavus, tarneahela keskkonnategevuse kontroll, kontaktandmed organisatsiooni keskkonnategevusest lisainfo saamiseks. Sellise ulatuslikuma aruande koostamiseks vajalikud andmed kogub ettevõtte; arvutused, üldistused ja kokkuvõtte teeb enamasti kvaliteedijuht või tellitakse need vastavalt eksperdilt. (Organi ... 2010)

Hoolimata sellest, et keskkonnanaruande koostamine ja avalikustamine on Eestis ja paljudes teistes riikides vabatahtlik, on sellise aruande avalikustamine suurepärane viis näidata ühiskonnale ja huvirühmadele oma organisatsiooni häid kavatsusi keskkonna ees ning informeerida tegevusi ja jõupingutusi, mis ettevõtte on keskkonna säästmise eesmärgil teinud. Eriti tähtis oleks keskkonna aruande avalikustamine nendele äriühingutele, kelle igapäevane äritegevus mõjutab keskkonda suuremal määral, nt transpordi-, tööstus- ja ehitusettevõtted. Tulemuste paremaks mõistmiseks ja piltlikumaks esitamiseks keskkonnanaruannetes kasutatakse mitmesuguseid meetodeid, millest kõige tuntumad on ökoloogilise jalajälje ja süsinikdioksiidi emissiooni meetodid.

### **1.5.2. Ökoloogilise jalajälje ja süsinikdioksiidi emissiooni meetodid**

Ökoloogilise jalajälje mõiste võtsid esimesena kasutusele William Rees ja Mathis Wackernagel. Wackernageli 1990. aastal British Columbia Ülikoolis kirjutatud doktoritöö peamine eesmärk oli analüüsida planeedi Maa vastuvõetavat kandevõimet, mis hiljem asendati väljendiga ökoloogiline jalajalg. Autorid defineerisid ökoloogilist jalajälge kui ressursside juhtimise vahendit, mis mõõdab, kui palju bioloogiliselt produktiivset maa ja vee pinda inimpopulatsioon vajab, et olemasoleva tehnoloogiaga tarbitavaid ressursse toota ning absorbeerida tekkinud jäätmed.

Meetod võimaldab komplekselt hinnata organisatsioonide ja riikide tegevuste mõju keskkonnale, tuginedes asjaolule, et enamikku ettevõtte tarbitavatest ressurssidest ning tegevusega tekkinud jääkaineid on võimalik kindlaks teha ja mõõta. Suurt osa ressursi- ja jäätmevoogudest on võimalik ümber arvutada bioloogiliselt tootlikuks alaks, mis on vajalik nende ressursside tootmiseks, jäätmete kõrvaldamiseks ja kahjutuks tegemiseks. Juhul kui ettevõtte tootmistegevus on seotud mõne teise ettevõttega, arvestatakse proportsionaalselt ka kaasatud partneri osa: sel juhul võetakse arvesse mõlema või mitme asutuse töötajate arvu.

Ökoloogilise jalajälje arvutuste aluseks on maapind kui piiratud ressurss, mida inimesed kasutavad oma vajaduste rahuldamiseks. Maakera pind on mõtteliselt jagatud järgmisteks kategooriateks:

1. haritav maa (põllu-, karja- ja metsamaa);
2. bioproduktiivne meri (peamine kalapüügi territoorium);
3. energiamaa (energia tootmiseks ja jaotussüsteemideks vajalik maa-ala);
4. täisehitatud maa (ehitiste alla kuuluvad hooned, teed jms);
5. bioloogilise mitmekesisuse maa (puutumatu loodus);
6. muu maa (kaljud, kõrbed jms).

Eri riikides ja eri piirkonnas elavatel inimestel on nendes kategooriates ka maapinnale erinev ligipääs. Kõige suurema koefitsiendiga on hinnatud põllumaa ja ehitiste all olev maa, kõige väiksema väärtusega on bioproduktiivsed veepinnad. Kui suure tootlikkusega maapindade väärtuse näitaja on 2,2 ja väiksema tootlikkusega 0,36, siis keskmise maapinna väärtuse näitaja on 1. Seega hindab ökoloogiline jalajalg toote või teenuse elutsükliga kaasnevat ruumikasutust ja on mõõdetav hektarites aruandeperioodi kohta (nt ha-aastat).

Et leida ökoloogilise jalajälje suurust, korrutatakse ressurssikasutuse näitajad läbi vastavate koefitsientidega ehk ökoloogilise jalajälje faktoriga. Ökoloogilise jalajälje faktor on teisendusühik, mis aitab mõõdetud algandmeid ühtlustada, et saadud tulemus oleks lihtsasti mõistetav ja võrreldav. Nii elektrienergia kui ka soojusenergia komponendi mõju määramise seisukohalt tuleb teada, millisest kütuseliigist energia on toodetud. Nii näiteks on põlevkivienergeetika jalajälje faktor 161 ha-aastat 1 tarbitud GWh kohta, maagaasist toodetud soojusenergia jalajälje faktor aga 94 ha-aastat 1 tarbitud GWh kohta.

Transpordi puhul sõltub jalajälje faktor kasutatud transpordiliigist, sest igal transpordivahendi liigil on erinev keskkonnamõju: ühe kilomeetri läbimiseks lennukiga kasutatakse mitmeid kordi rohkem energiat kui näiteks sama maa läbimiseks autoga. Inimeste transportimisel on mõõtühikuks inim-kilomeeter, kaupade transportimisel tonn-kilomeeter. Jäätmete puhul sõltub faktor jäätmeliigist, mõõtühikuks on ha-aastat tonni kohta. Olmejäätmete faktor (4,038) on saadud kõikide teiste jäätmeliikide (puit, betoon, metall, vill, paber, klaas, alumiinium ja plast) faktorite aritmeetilisest keskmisest, sest olmeprügi sisaldab neid kõiki. Taaskasutusse suunatud paberi ja papi faktor on 2,45 ja kuna biojäätmed lähevad tagasi looduse aineringsse, siis siin faktor puudub. Enamasti kasutatakse ökoloogilist jalajälge kui ühist näitajat ressursside mõõtmisel, aga võib kasutada ka üksikute

komponentide käsitlemisel. Iga osa saab kasutada kui iseseisvat indikaatorit. Ökoloogilist jalajälge saab mõõta eri tasanditel: üksikisik, organisatsioon, riik, inimkond. Tänu sellele on võimalik paremini hinnata tarbimist või ületarbimist. Tulemused võetakse kokku tabelites, kus ökoloogiline jalajalg avaldatakse hektarites, nii ühe töötaja kui ka kogu ettevõtte kohta aastas. (Organi ... 2010)

Teine võimalus keskkonnamõju hinnata on vaadelda süsihappegaasi (CO<sub>2</sub>) emissiooni (eraldumist atmosfääri). Siin on tähelepanu all süsihappegaas, mis eraldub fossiilsete kütuste põletamisel ja transpordivahendite kasutamisel ning mille ülemäärast kogunemist atmosfääri seostatakse kliimaprobleemide tekkega. Selle meetodi puhul on vaatluse all ettevõtte tekitatud heitgaasid ehk inimtegevuse mõju kvantitatiivne hindamine. Arvutatakse välja, kui palju on ettevõtte eraldanud süsihappegaasi üle normi, mille puhul eraldunud gaasiga tuleks toime loodus ise. On ettevõtteid, kes vastavalt sellele näitajale, istutavad puid, et mingil määral kaasa aidata süsihappegaasi looduslikule sidumisele.

Aruande illustreerimisel CO<sub>2</sub> emissioonina võib aluseks võtta ka teisi kasvuhoonegaase (Organi ... 2010). Nimetatud meetoditest on enimkasutatud ökoloogilise jalajälje meetod, mille kasutamise ulatus on laiem, seda kasutatakse nii teaduses, äris kui ka valitsusasutustes ning on võimalik uurida ettevõtte, indiviidi, linna, riigi ja inimkonna tasandil.

### **1.5.3. Keskkonnuaruande analüüs ja kokkuvõte**

Keskkonnuaruandes käsitletakse kõiki ettevõtte või organisatsiooni olulisi keskkonnuaspekte, hinnatakse nende mõju, püstitatud keskkonnueesmärkide ning ülesannete täitmist. Analüüsi tulemusel selgub, kus tasandil säästlikkuse skaalal praegusel hetkel asutakse. Seejärel on võimalik püstitada konkreetseid eesmärke ressursside säästmiseks ja kulude kokkuhoiuks ning kavandada täpseid tegevusi muudatuste elluviimiseks. Sellega kaasneb kulude kokkuhoid, loodusressursside säästlikum kasutamine ja töökeskkonna muutumine tervislikumaks.

Keskkonnuaruande annab võimaluse võrrelda erinevate (kuid samal alal tegutsevate) ettevõtete keskkonnamõju, ressursikasutust eri aastatel jms.

Keskkonnuaruande sarnaneb finantsaruandele, selles on organisatsiooni tegevuse aasta jooksul tekitatud mõju keskkonnale. Tulevikus on küllaltki tõenäoline, et keskkonnuaruande saab tavapärase finantsaruande ja sotsiaalaruande kõrval asendamatuks osaks organisatsiooni



aastaaruandluses. Keskkonnaaruande on oluline mitmele huvirühmale, nagu kliendid, aktsionärid ja töötajad. Keskkonnaaruande funktsioon on mõõta, analüüsida ning aidata kaasa jätkusuutlike eesmärkide püstitamisele, samuti suurendab see osalejate keskkonnateadlikkust. (Organi ... 2010).

Ettevõtte sotsiaalsel vastutusel on läbi aegade olnud palju erinevaid lähenemisi ning on arendatud välja eri mudeleid ja kontseptsioone, kuid oma sisult on need lähenemised kõik mõnel määral sarnased ning rõhutavad just heaolu, vastutustundlikkust ja jätkusuutlikust. ESV rakendamisel on tähtsal kohal ka huvirühmad, kes enamasti on organisatsiooni survestajaks olla vastutustundlikum, nii sotsiaalsel tasandil kui ka keskkonna ees. Vahend, mille abil organisatsioon saab väljendada oma vastutust ühiskonna ja keskkonna ees, on sotsiaalse vastutuse aruande ning keskkonnaaruande avaldamine. Sotsiaalse ja keskkonnavastutuse aruandlus muutub üha populaarsemaks. Eestis on nimetatud aruannete koostamine ja avalikustamine vabatahtlik, kuid paljudes Euroopa Liidu riikides on see kohustuslik teatud organisatsioonidele, nt Taanis Prantsusmaal ja Norras.

## **1.6. Varasemalt läbiviidud uuringud hoiakutest sotsiaalsesse- ja keskkonnavastutusse**

Et saada laiem arusaam ka mujal maailmas toimuvast seoses hoiakutega sotsiaalsesse- ja keskkonnavastutusse uuris autor mitmeid uuringuid, mis sarnanevad käesoleva magistritöö raames läbiviidud uuringule.

1977. Aastal avaldati ajakirjas California Management Review Lyman E. Ostlund poolt läbi viidud uuring „Attitudes of Managers Toward Corporate Social Responsibility“. Uuringu eesmärk oli välja selgitada ettevõtte juhtide hoiakud ettevõtte sotsiaalsesse vastutusse. Valimisse kuulus 500 ettevõtet ning igast ettevõttest paluti küsimustikule vastata kümnel kõrgema taseme juhil ja kümnel tegevjuhil. Küsimustikule vastasid kokku 260 kõrgema taseme juhti ja 326 tegevjuhti. Küsimustik jagunes eri valdkondadeks, millest esimeses uuriti juhtide poolehoidu sotsiaalse vastutuse kaasamise kohta. Esimesest uuringu osast selgus, et nii kõrgema taseme juhid kui ka tegevjuhid usuvad sarnaselt, et sotsiaalsete küsimuste kaasamine peaks olema iga organisatsiooni pikaajaline huvi ja murekoht. Järgnevalt tuvastati erinevus tegevjuhtide ja kõrgema taseme juhtide suhtumises. Tegevjuhid

olid argumendi, et sotsiaalse vastutuse alased tegevused ettevõttes, parandavad ettevõtte mainet avalikkuse ees, rohkem poolt kui nendest kõrgemal positsioonil töötavad juhid. Mõlema taseme juhid pidasid väidet, et lahendades sotsiaalseid probleeme, võib ettevõttele tulus olla, pigem keskpäraseks, ei näidatud täielikku poolehoidu aga ei oldud ka päris argumendi vastu. Samuti uskusid mõlema taseme juhid, et parem on alustada sotsiaalsete probleemide lahendamise kohe, et ära hoida sotsiaalseid probleeme tulevikus. Samuti ei olnud juhid nõus argumendiga, et enamus juhtidel ei ole piisavalt oskuseid ja kogemust lahendamaks sotsiaalseid probleeme. Üle poolte küsitletud juhtidest pigem pooldas argumenti, et maksude ja toetuste rakendamine aitaks kaasa ettevõtete sotsiaalse vastutuse suurenemisele. Järgnevalt oli uuritud juhtidelt, mida nad peavad kõige olulisemaks sotsiaalse vastutuse juures. Kõige olulisemaks pidasid mõlema taseme juhid võrdset võimalust töötajate palkamisel ja edutamisel, millele järgnesid reostuse kontroll/keskkonnamõju ja töötajate ohutus. Kõige ebaolulisemaks peeti välisinvesteeringuid ja soetused vähemusse kuuluvatest ettevõtetest. Viimaste nimetatud argumentide osas uuriti kas need põhjustavad juhtidele raskusi oma ettevõtte tegevuses. Kõige olulisem, võrdsed võimalused töötajate palkamisel ja edutamisel, valmistasid juhtidele hinnanguliselt ka kõige rohkem raskusi, millele järgnes reostuse kontroll/keskkonnamõju hindamine. Veel selgitati välja juhtide tegevuse ja kaasatuse osakaal organisatsiooni sotsiaalsetes ja keskkonnaalastes küsimustes ja tegevustes, kus selgus, et kõrgema taseme juhid hindasid oma kaasatust tegevjuhtidest tunduvalt kõrgemaks. Autori arvates on saadud tulemus loogiline, sest kõrgema taseme juhtidel on suurem vastutus ja enamasti rohkem tööülesandeid mitmetes valdkondades. Kokkuvõtvalt, jõuti uuringus tulemusele, et kõrgema taseme juhtide ja tegevjuhtide hoiakud ja teadlikkus ettevõtte sotsiaalsest vastutusest on küllaltki sarnane, esinesid üksikud erinevused erineva taseme juhtide vahel. Küsitluses oli juhtidel võimalik hinnata argumente 5 palli skaalal ning paljude argumentide juures jäi mõlema taseme juhtide hinnang skaala keskele. (Attitudes...1977) Autori meelest näitab see mingil määral ka seda, et küsitletud juhtidel oli argumentide osas raske hinnangut anda ning teadlikkus sotsiaalsest vastutusest ei olnud väga kõrge. Nagu uuringust selgus, oli mõlema taseme juhtide hoiakud sarnased, millest järeldub, et ka madalama positsiooni juhid tunnevad vastutust tegeleda sotsiaalsete ja keskkonnaalaste küsimustega.

Teine huvitav uuring on „Attitudes toward Corporate Responsibilities in Western Europe and in Central and East Europe“, mis uurib samuti juhtide hoiakuid ettevõtte

sotsiaalsesse vastutusse on avaldatud 2010. aastal ajakirjas Management International Review. Lisaks juhtidele, olid uuringusse kaasatud ka äriandust õppivad tudengid. Uuringu raames küsitleti 3064 juhti ja tudengit kaheksast Euroopa riigist, neljast Lääne-Euroopa riigist (Prantsusmaa, Itaalia, Hispaania Šveits) ning neljas Kesk- ja Ida-Euroopa riigist (Horvaatia, Tšehhi, Leedu ja Venemaa). Uuringu tulemuste analüüsimiseks kasutati mitmemõõtmelist dispersioonanalüüsi.

Uuringus püstitati järgnevad uurimisküsimused:

1. Kuidas erinevad juhtide väljavaated ettevõtte vastutusse Ida- ja Kesk-Euroopa ning Lääne-Euroopa riikide vahel?
2. Kas Euroopa riikides esinevad põlvkondade vahel erinevused hoiakutes ettevõtte vastutusse?
3. Millised väljavaated on Euroopas ettevõtte sotsiaalses vastutuses?

Tulemustena leiti, et Itaalias ja Šveitsis pidasid küsitletud sotsiaalset- ja keskkonnavastutust olulisemaks kui Kesk- ja Ida-Euroopa riigi juhid ja tudengid ning Prantsusmaal on küsitletute jaoks nimetatud teemad olulisemad kui Leedus, Tšehhis ja Venemaal. Hispaania küsitluses osalenute tulemus oli sarnane Ida- ja Kesk-Euroopa tulemustega ja Prantsusmaa küsitletute hoiakud sarnanesid Horvaatia omadega. Uuringus püstitatud hüpotees, et Lääne-Euroopa juhid ja tudengid peavad sotsiaalset vastutust olulisemaks kui Ida- ja Kesk-Euroopa juhid ja tudengid, leidis kinnitust. Samuti leidis uuringus kinnitust hüpotees, et kõikides riikides kokku peavad juhid sotsiaalset vastutust olulisemaks kui tudengid ja keskkonnavastutust vähemoluliseks kui tudengid. Juhtide ja tudengite vahel ei tuvastatud märkimisväärset erinevust majanduslikust ettevõtte vastutusest. Järgnevalt oli uuringus püstitatud hüpotees, et Ida- ja Kesk-Euroopa riikides on suurem generatsiooni vahe suhtumises ESV-sse kui Lääne-Euroopa riikides. Hüpotees kinnitust ei leidnud. Tšehhi ja Itaalia juhtide ja tudengite vahel tuvastati erinevus suhtumises sotsiaalsesse- ja keskkonnavastutusse, kuid ülejäänud riikides märkimisväärset erinevust ei tuvastatud. (Attitudes ... 2010).

Kõige olulisemana leiti uuringus, et Lääne-Euroopa riikide ja Ida- ja Kesk-Euroopa riikide vastanute suhtumine ESV-sse on erinev, vähem olulised olid erinevused generatsioonide vahel ning erinevusi generatsiooni ja riikide koos mõjul ei tuvastatud. Riikide vahelised erinevused on autori arvates tingitud vastavate riikide kohalikest mõjudest ning ilmselt ei ole Ida- ja Kesk-Euroopa riikides teadmised sellisel tasemel kui seda on Lääne-Euroopa riikides.

Sarnaselt eelnevatele uuringutele, viisid Maimunah Ismail, Muhammad Ibnu Kassim, Mohd Rozi Mohd Amit ja Roziah Mohd Rasdi Malaisias 2012. aastal läbi uuringu „Roles, Attitudes, and Competencies of Managers of CSR-Implementing Companies in Malaysia“ Klang Valley ettevõtjatele. Uuringus osales 700 ettevõtte juhti 350-nest ettevõttest, osalenud ettevõtetes oli juba rakendatud ESV põhimõtteid. Uuringu raames viidi läbi ankeetküsitlus, kus vastajatel oli võimalus hinnata erinevaid ESV teemalisi argumente 7 palli skaalal (1-täiesti vale, 7- täiesti tõsi). Tulemustena hinnati 5-7 punkti kõrgeks, 3-4,99 punkti keskmiseks ja 1-2,99 punkti madalaks.

Esmalt hindasid juhid mitmeid ESV alaseid tegevusi, mida juhid nende meelest ellu viima peaksid. Kõige kõrgemalt hinnati kokku 6,07 punktiga juhtide osalemist heategevuse- ja vabatahtlikes projektides, millele järgnesid juhtkonna kohustus tegeleda sotsiaalsete ja keskkonnaalaste probleemidega, väljendades seda materiaalsete kulutustega ning ESV juhtide kohustus hinnata varasemalt elluviidud ESV alaste projektide efektiivsust. Järgnevalt hindasid juhid ESV teemakohaseid argumente. Kõige olulisemaks pidasid küsitletud argumenti, et ettevõtte, kes soovib olla avalikkuse ees hinnatud, peab väljendama ka oma sotsiaalset vastutustunnet. Samuti pidasid juhid oluliseks argumenti, et organisatsioonid on sotsiaalsed asutused ja peavad täitma sotsiaalseid standardeid ning, et ettevõtte, kes tegeleb kogukonna elukvaliteedi parandamisega, parandab selle läbi ka oma pikaajalist kasumlikkust. Kõige madalamalt hinnati argumenti, et ettevõtte juhid on koolitatud, et tegeleda organisatsiooni majandusliku poolega ja mitte tegeleda sotsiaalsete probleemidega.

Viimaseks uuriti juhtide asjatundlikkust ESV teemadel. Selgus, et juhid hindavad kõrgelt suurt osa uuritud aspektidest, mis puudutab juhtide kompetentsust. Kõige kõrgemalt hindasid küsitletud argumenti, et ettevõtte elluviidud sotsiaalse vastutuse alased tegevused tuleb avalikustada ja mitte lasta huvirühmadel midagi eeldada. Samuti pidasid juhid oluliseks kõige tähtsamate probleemidega esimesena tegelemist ja suhtumist, et kõikide töötajate tehtud töö on oluline. (Roles ... 2012)

Uuringus selgus, et Malaisia küsitletud juhtidel on kõrged hoiakud juhi rollidest, hoiakutest ja asjatundlikkusest, millest saab järeldada, et küsitletud juhid saavad aru ja on teadlikud ESV alastest visioonidest ja missioonidest. Erinevalt eelmistest uuringutest, oli käsitletud ka juhtide asjatundlikkuse teema, seda küll juhtide enda hinnangul kuid saadud tulemustest järeldub, et uuringus osalejatel olid asjatundlikud ja nende teadlikkus ESV rakendamise kohta oli kõrge. Autori arvates olid uuringu tulemused väga positiivsed kuid kindlasti

tuleb arvesse võtta ka asjaolu, et uuritud ettevõtetes oli ESV põhimõtted juba mingil määral kasutusel, sellest tulenes ilmselt ka juhtide kõrgemad teadmised ja hoiakud käsitletud probleemidest.

Käsitletud uuringutest järeldub, et 1970-nendatel aastatel ei olnud võrreldes tänasega juhtide teadlikkus veel nii kõrge ja hoiakud ei olnud piisavalt ESV kesksed. Esimese uuringu põhjal järeldab autor, et juhtidel oli keeruline ESV alastel teemadel hoiakuid võtta ja pigem puudus arvamus käsitletud teemadel. Teise uuringu tulemusena selgus, et esinevad erinevused Lääne-Euroopa riikide juhtide ja Kesk- ja Ida- Euroopa riikide juhtide hoiakutes, esimesed neist näitasid üles kõrgemat tähtsust ESV-sest, mis näitab, et arenenud riikides on kõrgemad hoiakud ESV-sest kui vähem arenenud riikides. Kolmandas uuringus, kus oli välja selgitatud selliste ettevõtete juhtide hoiakuid ja kompetentsi, selgus, et vastanud juhid on küllaltki teadlikud ettevõtte sotsiaalse vastutuse teemadest, mis on autori arvates positiivne ning näitab ka seda, et tulevikus on üha rohkem lootust ESV edasi arenguks ja juhtide teadlikkuse tõstmiseks.

## **2. UURING ETTEVÕTTEJUHTIDE HOIAKUTEST SOTSIAALSE- JA KESKKONNAVASTUTUSE SUHTES EESTI EHITUSETTEVÕTETE NÄITEL**

Magistritöö teine osa käsitleb uurimust Eesti ehitussektori juhtide hoiakutest sotsiaalsesse ja keskkonnaalasesse vastutusse. Uurimuse käigus tundis autor huvi, milline on Eesti ehitussektoris olevate ettevõtete juhtivate töötajate teadlikkus, väärtused ja hoiakud mitme olulise sotsiaalse ja keskkonna teema kohta, nagu sotsiaalse- ja keskkonna vastutuse aruande koostamine ning selle kasumlikkus finantstulemustele, ettevõtete elluviidud vastutustundlikud projektid, jätkusuutlikkuse standardid ja sertifikaadid.

Teine peatükk jaguneb kolmeks alapeatükiks, esimene kirjeldab uuringu metoodikat ja valimi kirjeldust, teine uuringu tulemuste analüüsi, kolmandas alapeatükis on autor andnud hinnangu uurimuses osalenud Eesti ehitusettevõtete juhtide hoiakutele ja teadlikkusele sotsiaalsest- ja keskkonnavastutusest ning aruandlusest. Kolmandas peatükis on autor kontrollinud ka, kas eelnevalt püstitatud hüpotees peab paika.

### **2.1. Uuringu metoodika ja valimi kirjeldus**

Eestis ei ole teadaolevat varasemat uuringut ehitusettevõtete juhtide hoiakutest sotsiaalse- ja keskkonnavastutuse teemal. Magistritöö põhieesmärk on välja selgitada ja kaardistada ettevõtete juhtkonna hoiakud ja väärtused seoses sotsiaalses ja keskkonnaalase vastutuse ja aruandlusega. Magistritöös püstitatud hüpoteesi kontrollimiseks ning uurimisülesannetele vastuse leidmiseks kasutas autor kvantitatiivset uurimismeetodit, tehes ankeetküsimustiku põhise uuringu Eesti ehitusettevõtete juhtivate töötajatele.

Uuringu tarvis koostas autor internetipõhise valikvastustega ankeetküsitluse (vt lisa 1). Valimisse valis autor Eesti ehitusettevõtted, võttes aluseks majandustegevuse registris

tegevusalaga „ehitamine“ liigitatud ettevõtted.

Uuring tehti ajavahemikul 20. november 2013 – 12. veebruar 2014. Eesti Maksu- ja Tolliameti andmetel oli 2013. aastal käivet deklareerinud ehitusega tegelevaid ettevõtteid kokku 6494 ning nullidega deklaratsiooni esitanud ehitusettevõtteid 2093, kokku 8587. Ankeetküsimustiku saatis autor 1476 ehitusettevõtte e-mailile, millele vastas 50 ehitusettevõtte juhtivat töötajat. Vastanutest 42% olid ettevõtte tegevjuhid, 14% direktorid, 24% ettevõtte juhatajad, finantsjuhte ja raamatupidajaid oli mõlemat 6% ning muud töötajad 8%, kelle hulgas olid esindatud kvaliteedijuht, juhatuse liikmed ning kontrollid.

Arvestades Eest ehitussektori turu suurust, on autori hinnangul vastanute arv 50 piisav selleks, et teha järeldusi Eesti ehitusettevõtete juhtide hoiakutest ja väärtustest seoses sotsiaalse ja keskkonnaalase vastutusega.

Küsitlus koosnes kolme eri tüüpi küsimustest, jah ja ei valikvastustega küsimused, küsimused skaalal: 1 – jah, 2 – pigem jah, 3 – pigem ei, 4 – ei ja 5 – ei oska öelda. Küsitlust koostades võttis autor arvesse asjaolu, et kõik ettevõtte juhid ei pruugi olla kursis sotsiaalse ja keskkonnastutuse teemadega, seetõttu on mitmete küsimuste vastusevariant ei oska öelda, sest see aitab vältida küsitletu umbkaudset vastamist, sellepärast ei ole nimetatud vastusevariante ka väärtusena arvesse võetud.

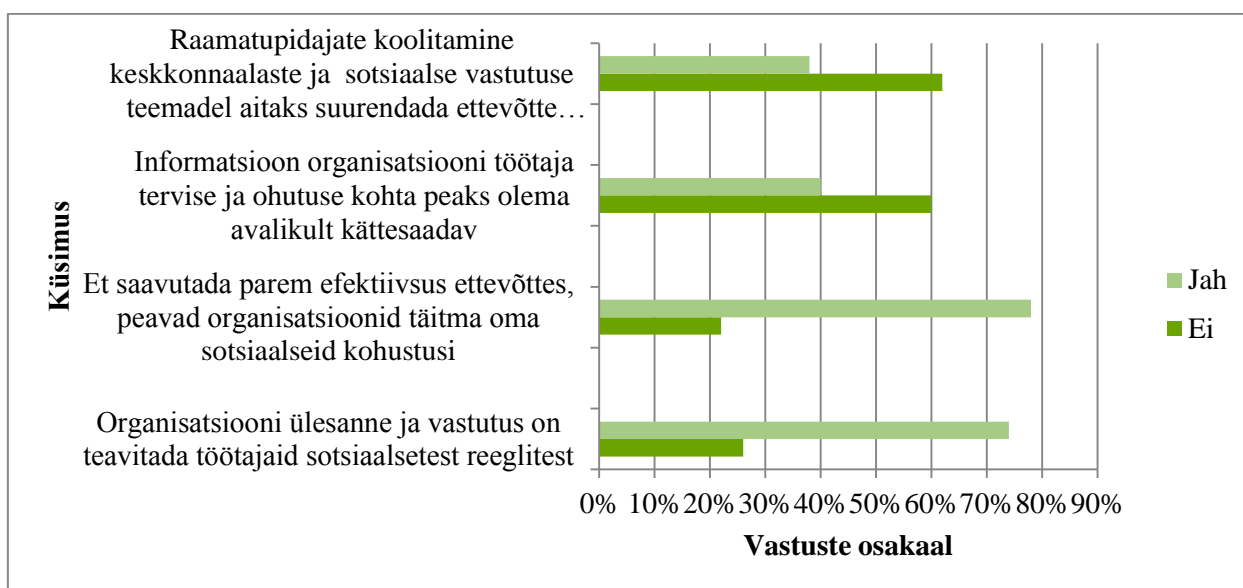
## **2.2. Uuringu tulemuste analüüs**

Et tuvastada ja anda ülevaade Eesti ehitusettevõtete juhtide hoiakud sotsiaalsest ja keskkonnaalast vastutusest ja aruandlusest, on autor järgnevalt analüüsinud 50 Eesti ehitusettevõtte juhtiva töötaja vastuseid ankeetküsitlusele (vt lisa 1 ). Küsitluse teemad olid järgmised:

1. Sotsiaalse vastutuse aruande koostamine.
2. Keskkonnastutuse aruande koostamine.
3. Ehitusettevõtte juhtide teadlikkus, nägemus ja arvamus sotsiaalsest- ja keskkonna vastutusest.
4. Ettevõtte ellu viidud projektid ja rakendatavad standardid seoses sotsiaalse – ja keskkonnastutusega.

Uurimuse üheks eesmärgiks oli välja selgitada ehitusettevõtete juhtivate töötajate teadlikkus sotsiaalsest vastutusest ning kas nad usuvad ja arvavad, et olles sotsiaalselt vastutustundlikud, paraneb organisatsiooni tegevuse efektiivsus. Joonis 4 on välja toodud juhtide seisukoht 4 väärtuse ja uskumuse kohta sotsiaalsest vastutusest. Vastavalt läbi viidud uuringu tulemustele, teadvustas 38% küsitletustest, et raamatupidajate koolitamine keskkonnaalaste ja sotsiaalse vastutuse teemadel, aitaks suurendada ettevõtte efektiivsust. Ülejäänud, 62% usuvad, et see ettevõtte efektiivsust ei parandaks.

Alapeatükis 1.2.1 nimetas autor mitut kaalutlust, kuidas võib sotsiaalselt vastutustundlik olles ettevõttele kasulik olla, sh asjaolu, et sotsiaalselt vastutustundlikud ettevõtted meelitavad ligi kõrgema kvalifikatsiooniga töötajaid. Ehitusettevõtete seisukohalt on äärmiselt tähtsal kohal töötajate tervis ja ohutus, sest Tööinspektsiooni 2013. a ülevaate järgi on surmaga lõppenud tööõnnetustest avaliku halduse ja riigikaitse, metallitööstuse ning kaubanduse järel neljandal kohal ehitussektor. Küsitletutest 40% arvab, et informatsioon organisatsiooni töötajate tervise ja ohutuse kohta peaks olema avalikult kättesaadav, 60% küsitletute meelest ei ole selle informatsiooni avalikustamine oluline (vt joonis 4). Suur osa, s.o 78% ja vastavalt 22% ei arva küsitletutest, et paremaks efektiivsuseks ettevõttes peab organisatsioon täitma oma sotsiaalseid kohustusi. 74% küsitletutest arvab, et organisatsiooni ülesanne ja vastutus on teavitada töötajaid sotsiaalsetest reeglitest, 26% arvavad, et see ei ole oluline.

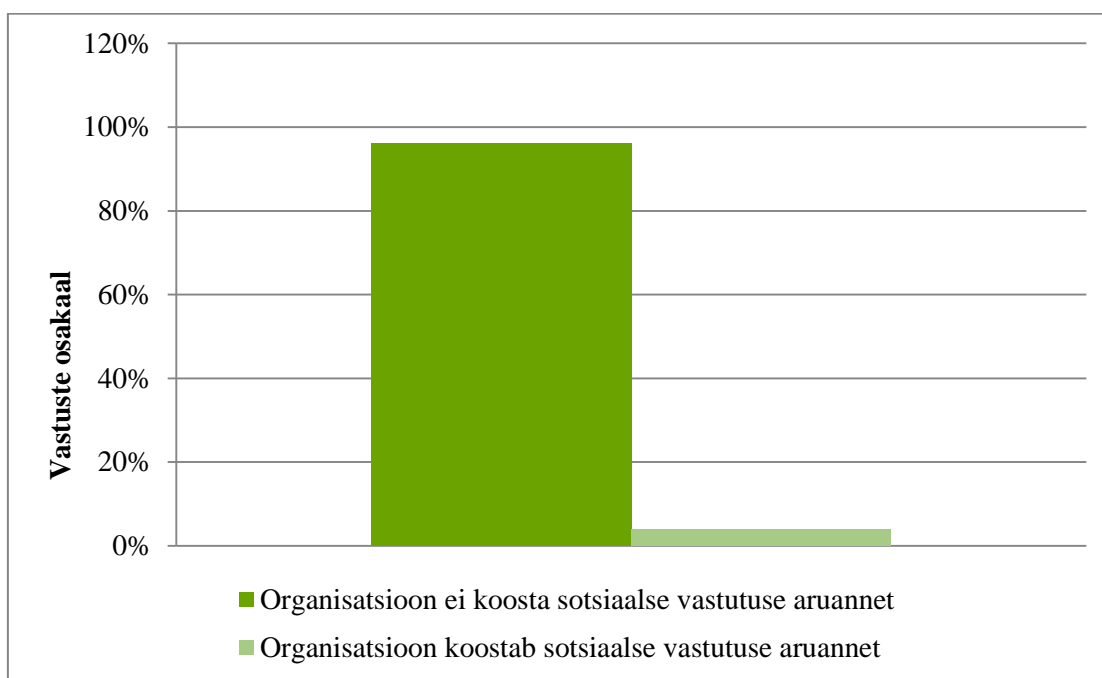


Joonis 4. Ehitusettevõtte juhtide hoiakud sotsiaalsesse vastutusse

Allikas: Autori koostatud küsitluse tulemuste põhjal



Töö metoodilises osas – peatükis 1.3 oli läbiv teema sotsiaalse vastutuse aruandluse olemus ja tähtsus. Järgnevalt selgitas autor küsitluse abil välja, kui paljud ettevõtted koostavad sotsiaalse vastutuse aruannet. Selgus, et vaid 4% küsitletud ettevõtetest koostavad sotsiaalse vastutuse aruannet ning 96% seda ei tee (vt. joonis 5). Tulemus ei olnud üllatuspärane, sest eeltööna uuris autor ka paljusid ehitusettevõtete kodulehekülgi, ning sotsiaalse vastutuse aruanne oli avalikustatud vaid üksikudel juhtudel ning selle põhjuseks on ilmselt aruande koostamise vabatahtlikkus Eestis. Autori arvates võiks sotsiaalse vastutuse aruande koostamise ja avalikustamise osakaal olla suurem, sest see annab ettevõttele mõnel määral eelise konkurentide kõrval ning paraneb jätkusuutlikkus üldiselt.

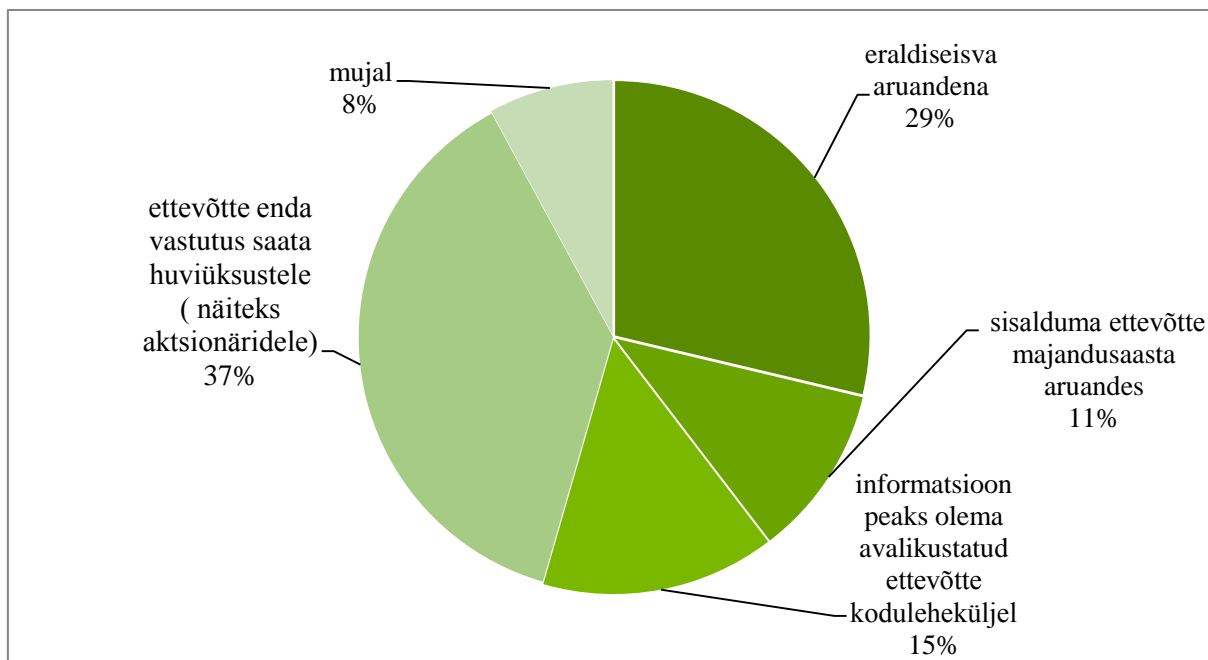


Joonis 5. Osakaal (%) küsitletud ettevõtetest, kes koostavad sotsiaalse vastutuse aruannet

Allikas: Autori koostatud küsitluse tulemuste põhjal

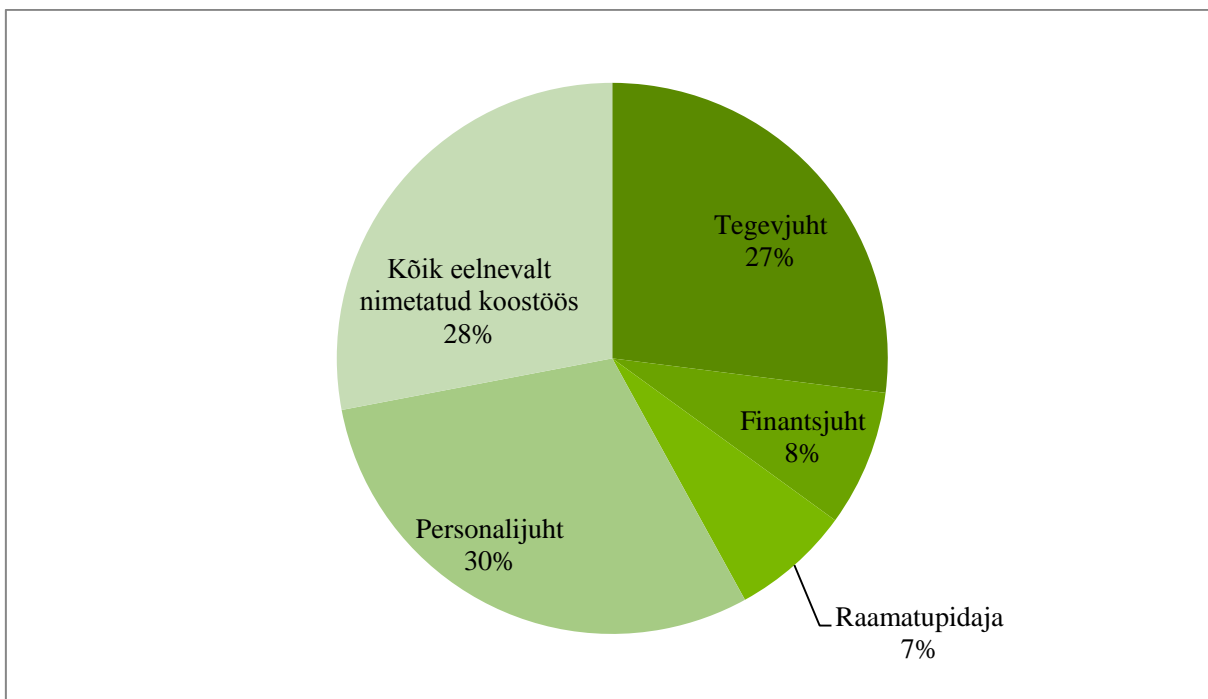
Järgnevalt püüdis autor välja selgitada juhtide nägemust sotsiaalse vastutuse aruande avalikustamisest. Kõige rohkem, 37% juhtidest arvab, et ettevõtte peaks isa saatma sotsiaalse vastutuse aruande oma huvirühmadele (vt joonis 6). 29% küsitletutest arvab, et sotsiaalse vastutuse aruanne peaks olema avalikustatud muudest aruannetest eraldi, 15% küsitletute

arvates võiks informatsioon olla avalikustatud ettevõtte koduleheküljel ning 11%, et see võiks sisalduda ettevõtte majandusaasta aruandes. Viimased kolm avalikustamise viisi on autori arvates kõige praktilisemad, nendel juhtudel on info kättesaadav enamikule huvirühmadele.



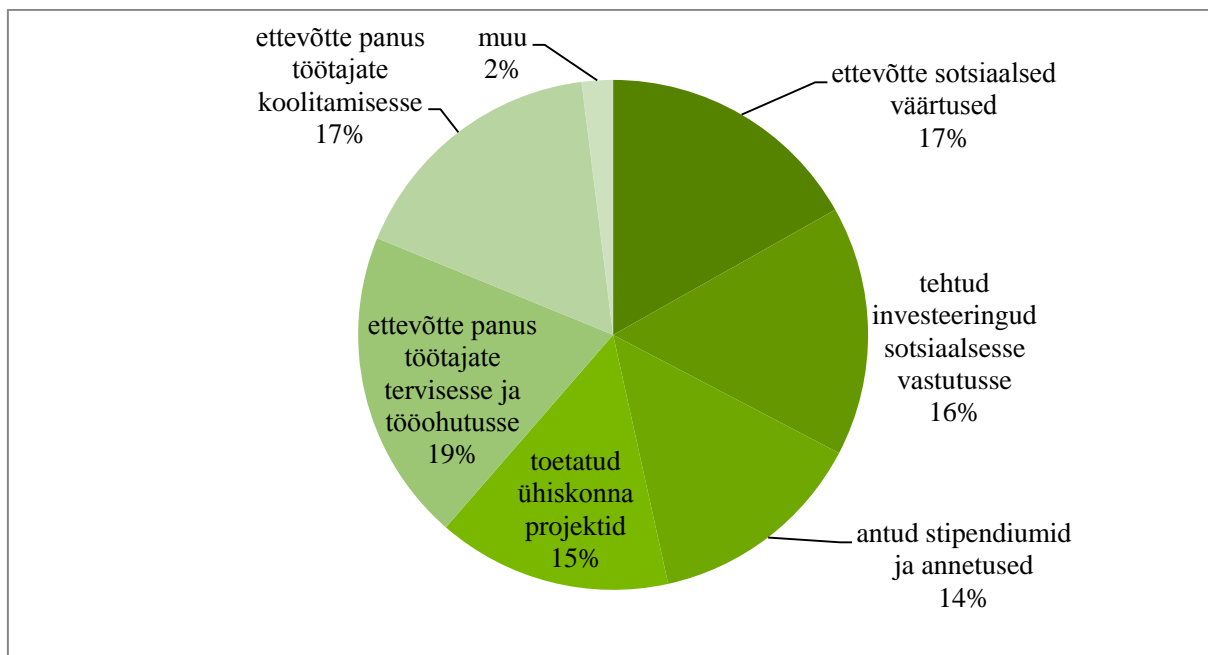
Joonis 6. Juhtide nägemus sellest, kus peaks sotsiaalse vastutuse aruanne avalikustatud olema  
Allikas: Autori koostatud küsitluse tulemuste põhjal

Ettevõtte sees on oluline, kes koostab sotsiaalse vastutuse aruande. Tähtis on arvesse võtta koostaja teadlikkust, pädevust ning seda, kas tal on kogu vajalik informatsioon olemas või kas ta oskab seda õigetelt inimestelt uurida. Väikestel ettevõtetel ei ole ilmselt probleemiks info olemasolu, küll aga võib keskmistel ja suuritel ettevõtetele infosulu tõttu jääda osa vajalikku informatsiooni arvesse võtmata. Joonisel 7 on välja toodud ettevõtte juhtide arvamus sellest, kes peaks sotsiaalse vastutuse aruande koostama. 30% vastanutest arvab, et seda peaks tegema personalijuht, 27% tegevjuht, 8% finantsjuht, 7% raamatupidaja ning 28% arvates võiks aruanne valmida kõigi eelnimetatute koostöös. Viimase variandi puhul on eeliseks kogu informatsiooni olemasolu, sest kaasatud on mitmed eri valdkonna töötajad, kuid sellisel viisil aruande koostamine on palju ajamahukam ja koormab suuremat hulka töötajaid.



Joonis 7. Juhtide nägemus sellest, kes peaks sotsiaalse vastutuse aruande koostama  
 Allikas: Autori koostatud küsitluse tulemuste põhjal

Üks määravamaid asjaolusid aruande koostamise juures on selle sisu. Peatükis 1.3 tõi autor välja punktid, mis Globaalse aruandluse algatuse juhiste kohaselt sotsiaalse vastutuse aruande koostamisel sisu poolest täidetud peaks olema. Küsitletud juhtide meelest on kõige olulisem (19% vastanutest) avalikustada ettevõtte panus töötajate tervisesse ja tööohutusse, 17%-ga järgnevad ettevõtte sotsiaalsed väärtused ja ettevõtte panus töötajate koolitamisesse (vt joonis 8). 16% arvates peaksid olema avalikustatud tehtud investeeringud sotsiaalsesse vastutusse, 15% arvates toetatud ühiskonna projektid, sellele järgneb 14%-ga antud stipendiumid ja annetused.

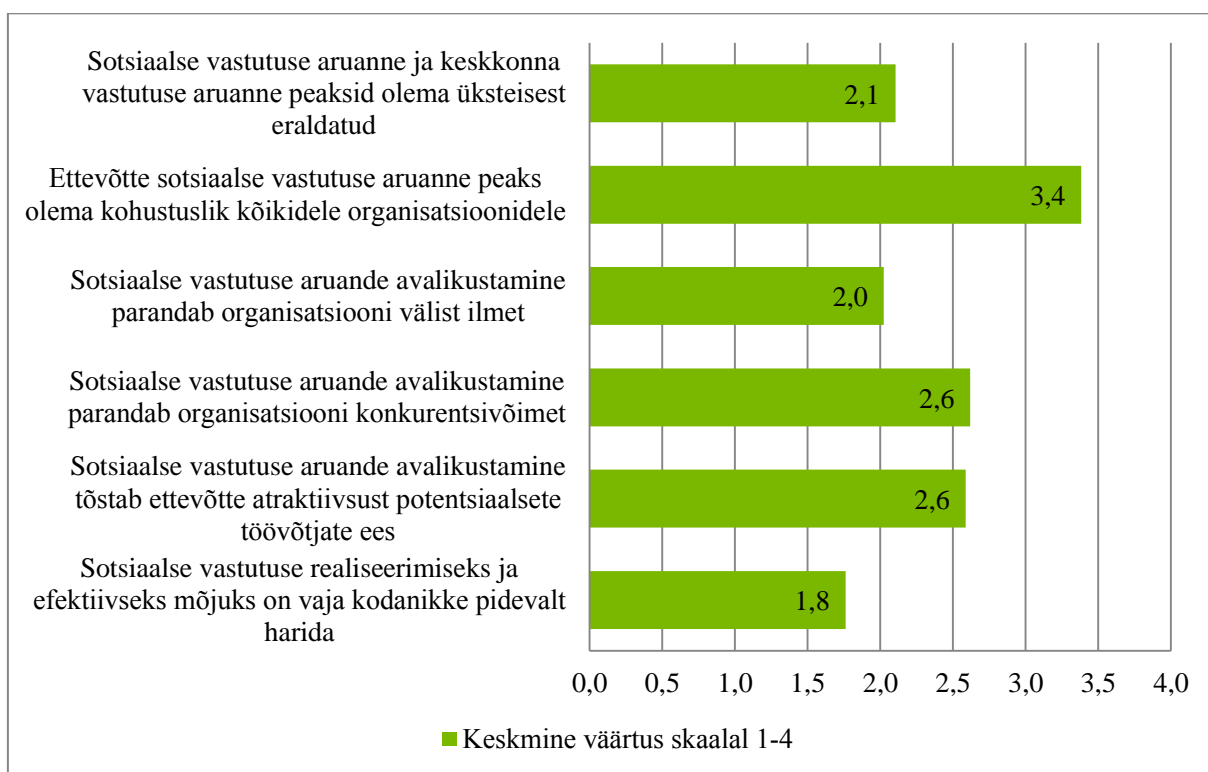


Joonis 8. Ehitusettevõtte juhtide nägemus sellest, mida peaks sotsiaalse vastutuse aruanne sisaldama

Allikas: Autori koostatud küsitluse tulemuste põhjal

Järgnevalt oli küsitletutel võimalus hinnata skaalal mitmeid sotsiaalse vastutuse aruandega seotud asjaolusid. 24% vastanutest arvab, et sotsiaalse vastutuse aruanne peaks keskkonnastutuse aruandest kindlasti eraldatud olema, 30% vastasid pigem jah, 12% pigem ei, 10% arvab, et aruanded ei peaks eraldatud olema ning 24% vastanutest ei osanud seisukohta selles küsimuses võtta. Skaala keskmine on 2,1, mis kaldub pigem ettevõtjate poolehoiule nimetatud küsimuses (vt joonis 9). Eelnevates peatükkides oli juttu, et sotsiaalse vastutuse aruanne on Eestis vabatahtlik, siiski on see mõnes riigis näiteks börsiettevõtetele kohustuslik. Uuringus osalenutest 10% vastas, et pigem võiks sotsiaalse vastutuse aruanne olla kõikidele organisatsioonidele kohustuslik, 38% pigem seda ei poolda, 46% ei poolda üldse nimetatud aruande kohustuslikkust, 6% ei osanud seisukohta võtta. Skaala keskmine on 3,4, ehk enamik seda ei poolda. Peatükis 1.3 on esile toodud, millistel eesmärkidel sotsiaalse vastutuse aruannet koostatakse ning millist kasu see ettevõtetele tuua võib. Väite, et sotsiaalse vastutuse aruande avalikustamine parandab organisatsiooni välist ilmet, vastas 20% jah, 44% pigem jah, 18% pigem ei, 2% ei ning 16% ei osanud vastata. Skaala keskmine on 2 ehk suur osa juhtidest on väitega pigem nõus. Konkurentsivõime paranemisse sotsiaalse vastutuse abil aruande usuvad täielikult 8% ja 26% vastas pigem jah. 40% usub, et sotsiaalse

vastutuse aruande koostamine pigem ei paranda konkurentsivõimet, 10% et kindlasti ei paranda ja 16% vastata ei osanud. Skaala keskmine on 2,6 ehk juhid arvavad, et pigem see konkurentsivõimet ei paranda. Eelnevas on osutatud, et olles sotsiaalselt vastutustundlik, on ettevõtte atraktiivsem potentsiaalsetele kvalifitseeritud töötajatele. Vaid 2% vastanutest arvab, et sotsiaalse vastutuse aruande avalikustamine tõstab ettevõtte atraktiivsust potentsiaalsete töövõtjate ees, kuid suur osa, 48% leiab, et pigem tõstab, 32% usub, et pigem ei tõsta ning 12% ei usu sellesse üldse. Keskmine skaalal on sarnaselt eelmisele punktile 2,6. Ettevõtte jätkusuutlikkus on tähtis kogu kodanikkonna seisukohalt. 34% usub kindlalt ning 48% arvab, et pigem on vaja sotsiaalse vastutuse realiseerimiseks ja efektiivseks mõjuks, kodanikke pidevalt harida, vaid väike osa, 10% vastanutest ei arva, et kodanike harimine nimetatud teemal on vajalik. Selle väitega nõustus enamik, keskmine skaalal on 1,8.

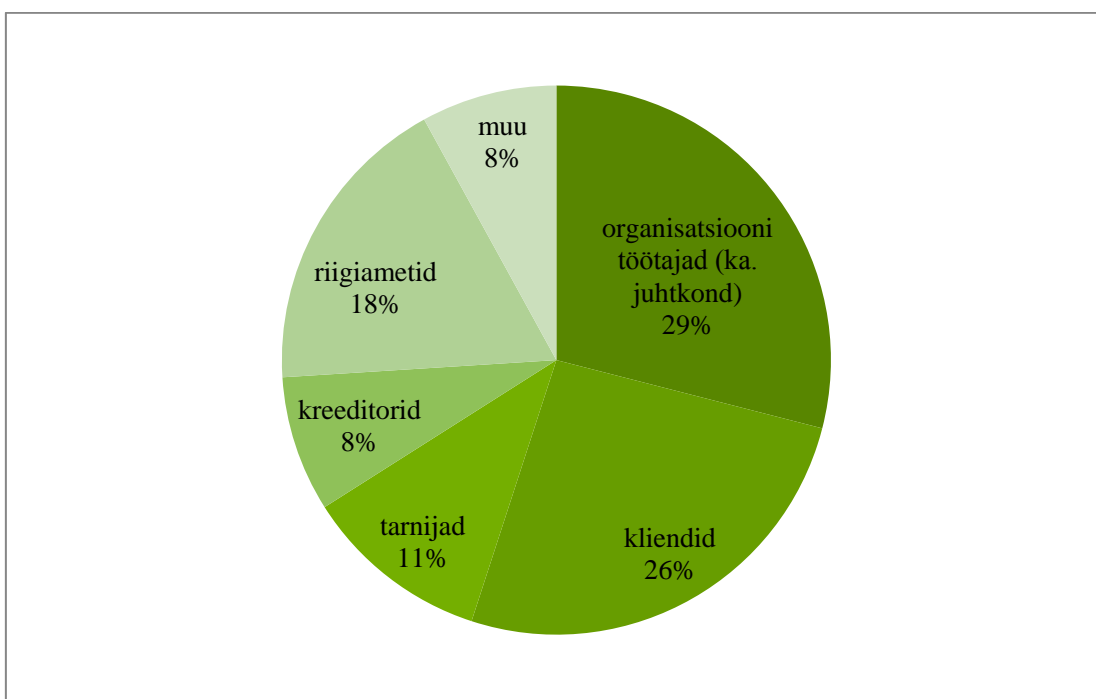


Joonis 9. Ehitusettevõtte juhtide teadlikkus ja arvamus sotsiaalse vastutuse aruandest

Allikas: Autori koostatud küsitluse tulemuste põhjal

Peatükis 1.2 on läbiv teema huvirühmad ning nende kaasatus organisatsiooni tegevusse. Küsitletutest 29% arvab, et sotsiaalse vastutuse aruande avalikustamisest saavad kõige enam

kasu organisatsiooni töötajad (vt joonis 10). Töötajad on kõikidest huvirühmadest kõige tihedamalt organisatsiooniga seotud, seetõttu on nende kaasatus väga olulisel kohal. Autori arvates saavad ettevõtte töötajad enamasti sotsiaalse vastutuse alast informatsiooni ka ettevõtte sees ning konkreetset aruande mitteavalikustamise taha info levimine ilmselt ei jääks, kui ettevõtte on võtnud eesmärgiks sotsiaalsete teemadega tegelemise. Kindlasti saavad töötajad ja juhtkond vähemalt kaudset kasu aruande avalikustamisest. 26% küsitletute meelest on suurimad kasusaajad kliendid, 18% arvates riigiametid, 11% tarnijad ja 8% kreditorid.

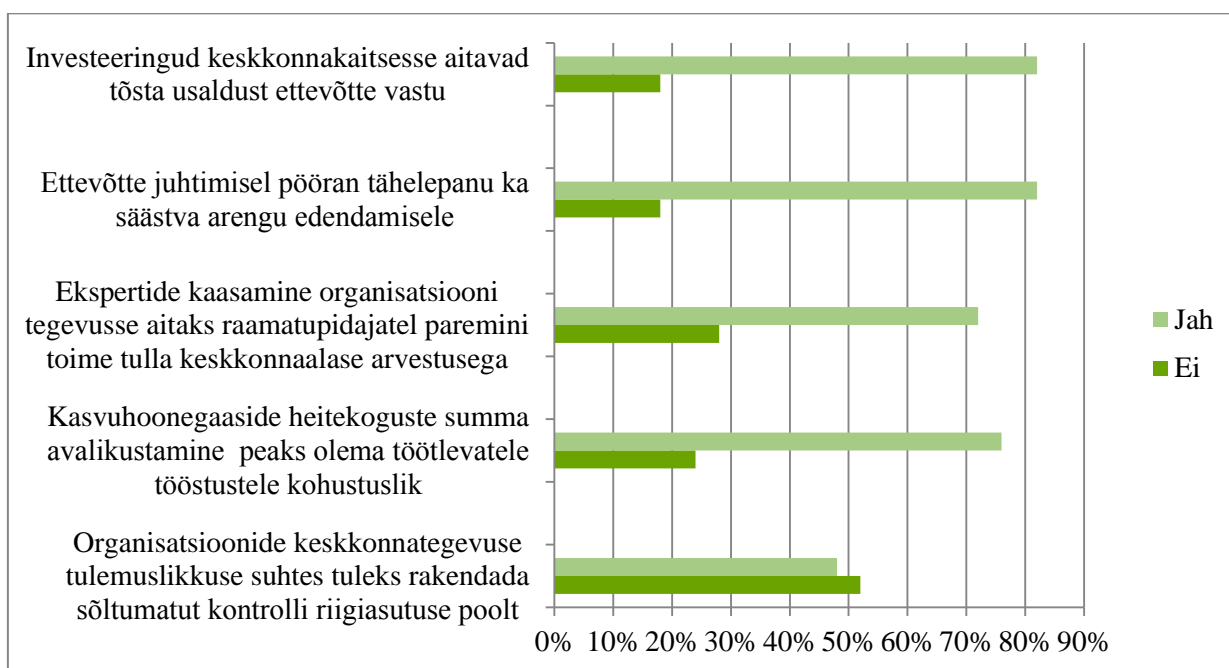


Joonis 10. Küsitletute arvates suurimad kasusaajad sotsiaalse vastutuse aruande avalikustamisest.

Allikas: Autori koostatud küsitluse tulemuste põhjal

Järgmine eesmärk oli välja selgitada ehitusettevõtete juhtide hoiakud ning teadlikkus keskkonnavastutusest ja keskkonna aruandlusest. Joonisel 11 on toodud hoiakud, et tuvastada ettevõtte juhtide suhtumist keskkonnavastutusse. 82% vastanutest arvab, et investeeringud keskkonnakaitsesse aitavad tõsta usaldust ettevõtte vastu, ülejäänud 18% sellesse ei usu. Samuti 82% küsitletud ettevõtjatest teadvustab, et pöörab ettevõtte juhtimisel tähelepanu

säästva arengu edendamisele. Autori meelest on nimetatud hoiaku tulemus üllatavalt kõrge, tegemist on küll ettevõtja enda arvamusega ja see, kas tegelikkuses seda põhimõtet sellises ulatuses rakendatakse, on pigem kaheldav. Positiivne on asjaolu, et juhid seda endale teadvustavad. 72% küsitutest usub, et eksperte organisatsiooni tegevusse kaasates paraneks raamatupidajate toimetulek keskkonnavalase arvestusega, 28% seda ei usu. Kui raamatupidaja ei ole varem keskkonnavalase arvestusega kokku puutunud, võib tekkida palju küsimusi ja arusaamatuid kohti, seepärast on autori arvates ettevõttele kaugemas perspektiivis kasulik ekspertide kaasamine. Peatükis 1.5, kus oli põhiline teema keskkonnavalauandlus ja oli esile toodud mitmed olulised asjaolud keskkonnavalase arvestuse juures, on oluline näiteks kasvuhoonegaaside koguse arvestus. 76% vastanutest arvab, et kasvuhoonegaaside heitekoguse summa avalikustamine peaks olema töötlevatele tööstustele kohustuslik, ülejäänud seda vajalikuks ei pea. Jätksuutlikkuse suurendamisele võib kaasa aidata ka riigi kontroll. 48% ettevõtte juhtidest arvavad, et keskkonnategevuse tulemuslikkuse suhtes tuleks rakendada sõltumatut kontrolliriigiasutuste poolt, 52% on selle vastu.

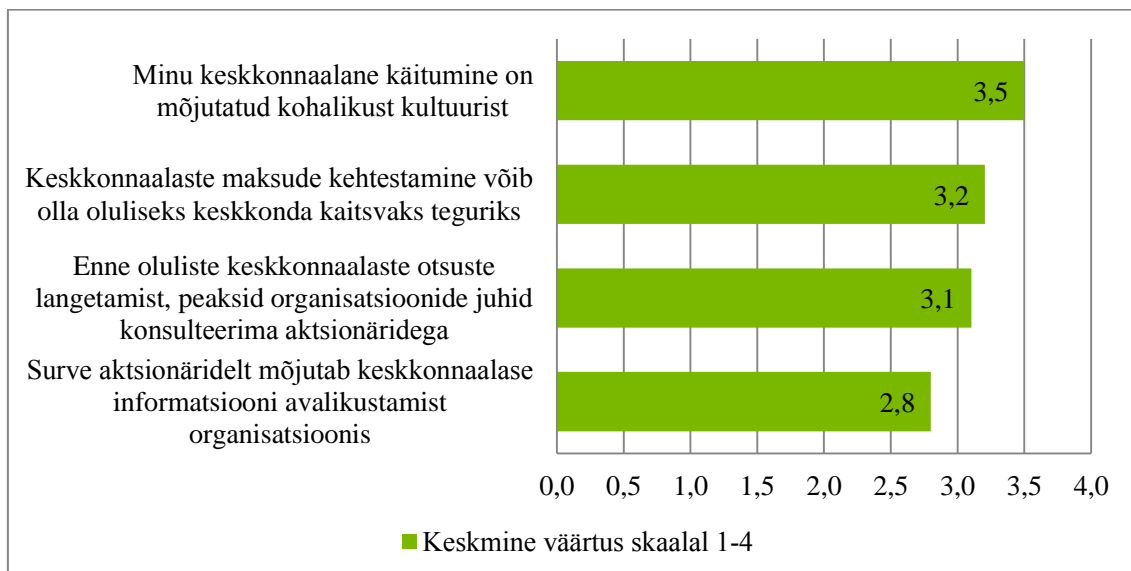


Joonis 11. Ehitusettevõtte juhtide hoiakud keskkonnavalasesse vastutusse

Allikas: Autori koostatud küsitluse tulemuste põhjal

Joonisel 12 on toodud neli väidet, millele küsitlul oli võimalik vastata skaalal. 28% on veendunud ja 48% arvab, et pigem on tema keskkonnaalane käitumine mõjutatud kohalikust kultuurist, 14%, et pigem ei ole mõjutatud ja 8% meelest ei ole üldse mõjutatud, mis andis tulemuseks skaalal 3,5 ehk suur osa vastanutest ei teadvusta kohaliku kultuuri mõju. Üks keskkonnakaitset edendav tegur võib olla keskkonnamaksude kehtestamine. 22% on kindel ja 30% usub pigem, et keskkonnaalaste maksude kehtestamine on tähtis keskkonnakaitse tegur, 34% arvab, et pigem ei ole ja 14% arvab, et keskkonnamaksude kehtestamine keskkonnakaitsele mõju ei avalda, mis andis skaalal tulemuseks 3,2.

Eelnevalt oli töös juttu, et üks tähtsamaid organisatsiooni huvirühmi on aktsionärid. 24% juhtidest arvab, et kindlasti ja 38% et pigem tuleks enne oluliste keskkonnaalaste otsuste langetamist konsulteerida aktsionäridega, 20% seda pigem ei pea tähtsaks ja 6% jaoks on see täiesti ebaoluline, keskmine skaalal 3,1 ehk suur osa ei pea väga oluliseks aktsionäridega eelnevalt konsulteerida enne suurte otsuste langetamist. Järgnevalt selgitas autor uuringu põhjal, kui suurt mõju tajuvad juhid keskkonnaalase informatsiooni avalikustamises aktsionäride survest. 10% on veendunud ja 32% pigem usuvad, et surve aktsionäridelt nimetatud info avalikustamist mõjutab, 30% sellesse pigem ei usu ja 6% arvab, et mõju puudub. Keskmine skaalal on 2,8, ehk tulemus kaldub pigem ei poole.

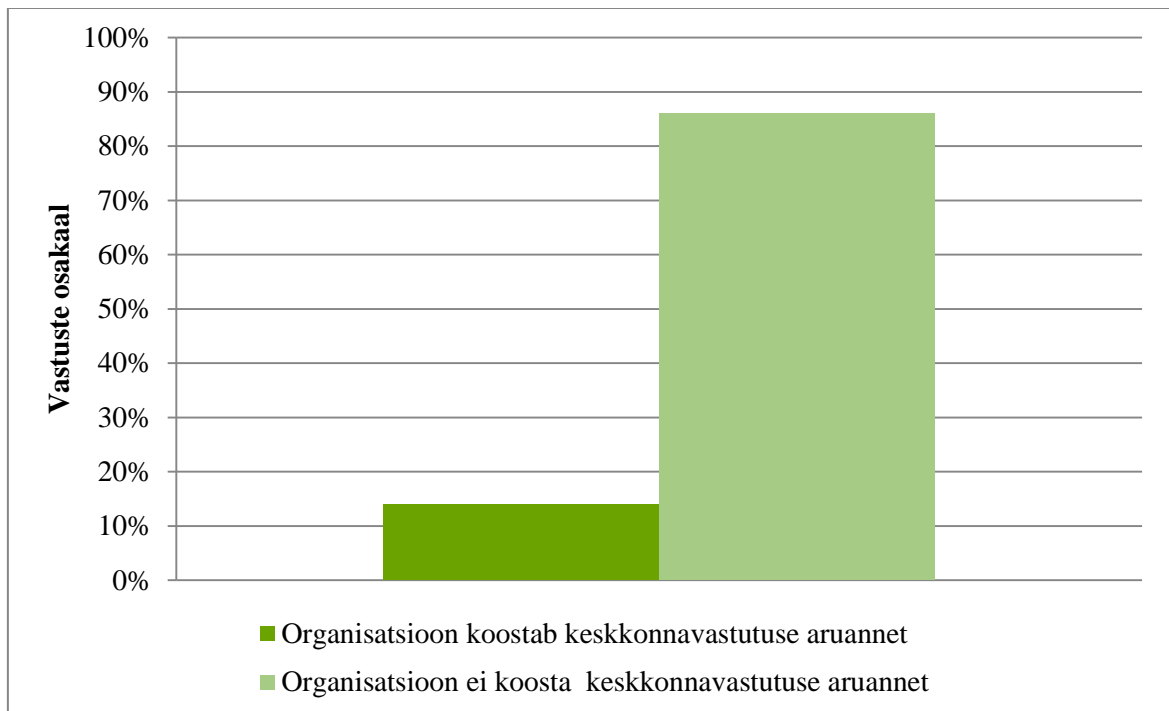


Joonis 12. Ehitusettevõtte juhtide suhtumine keskkonnaalasesse vastutusse skaalal 1 – 4

Allikas: Autori koostatud küsitluse tulemuste põhjal



Peale keskkonnaarvestuse on ettevõttel võimalik viia informatsioon huvigruppidele koostades keskkonnavastutuse aruannet. 86% uuringus osalejatest koostab keskkonnavastutuse aruannet ja 86% seda ei tee (vt joonis 13). Võrreldes sotsiaalse vastutuse aruande koostamisega on tulemus pisut parem, kuid arvestades küsitletud ettevõtete tegevusala, võiks autori arvates märkimisväärselt suurem osa ettevõtetest keskkonnavastutuse aruannet koostada.



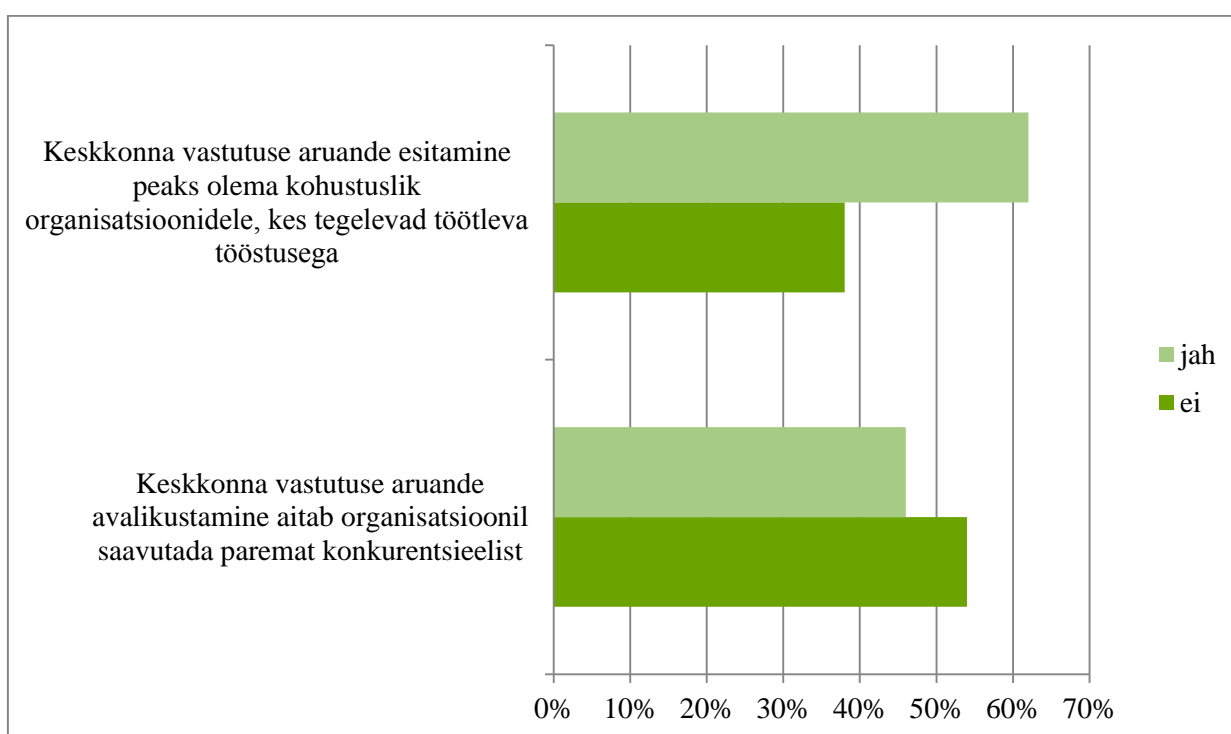
Joonis 13. Keskkonnavastutuse aruande koostamine

Allikas: Autori koostatud küsitluse tulemuste põhjal

Eelnevalt selgus, et suur osa küsitletutest ei poolda sotsiaalse vastutuse aruande kohustuslikkust. Keskkonnavastutuse aruande kohustuslikkust töötlevatele tööstustele pooldab 62% vastanutest, ülejäänud 38% seda ei poolda (vt joonis 14). Autori arvates on saadud tulemus positiivne ning näitab, et suurem osa ehitusettevõtete juhtidest siiski teadvustab keskkonnavastutuse aruande vajalikkust ja olulisust.

Suur osa Eesti ehitusettevõtetest on mikro- või väikeettevõtted. Väljaandes Journal of Business Ethics avaldati 2013.aastal meta-analüütiline uuring "Beyond " does it pay to be green?", mille koostajad olid Heather R. Dixon-Fowler, Daniel J. Slater, Jonathan L.

Johnson, Alan E. Ellstrand ning Andrea M. Romi. Uuringu eesmärk oli välja selgitada seos ettevõtete keskkonna tulemuslikkuse ja finantstulemuste vahel. Suur- ja väikeettevõtete võrdluses jõuti järeldusele, et väikeettevõtetel on suurem positiivne mõju keskkonnaalase tulemuslikkuse ja finantstulemuslikkuse vahel kui suurettevõtetel. Keskkonnavastutuse aruande avalikustamisest suurenevasse konkurentsieelisesse usub pisut alla poole, 46% vastanutest, 52% ei arva, et nimetatud aruande avalikustamine võiks nende konkurentsieelist parandada.



Joonis 14. Keskkonnavastutuse aruande kohustuslikkus ja konkurentsieelis

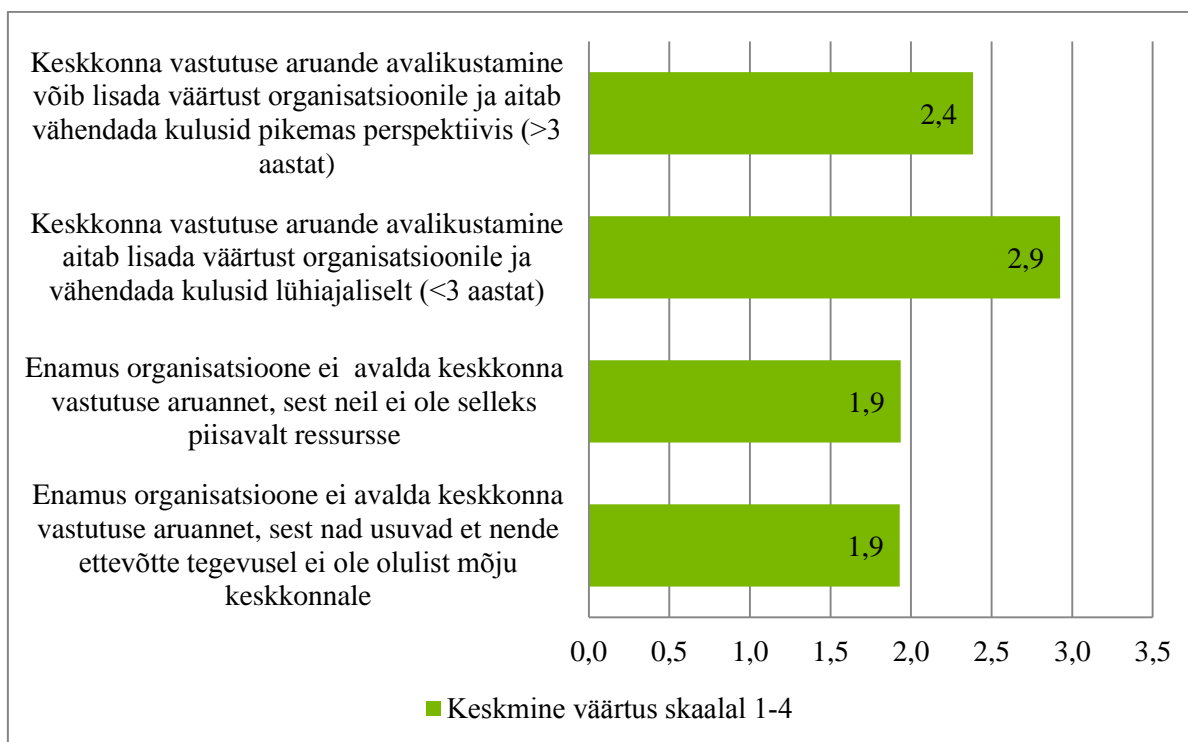
Allikas: Autori koostatud küsitluse tulemuste põhjal

Mitmes varem tehtud uuringus on jõutud järelduseni, et olles keskkonnaalasel vastutustundlik ja koostades keskkonnavastutuse aruannet, on võimalik vähendada kulusid ning lisada organisatsioonile väärtust. Rahvusvaheline Finantskorporatsiooni (International Finance Corporation, IFC) 2002 a. väljaandes „Developing Value” jõutakse üle 170 ettevõtte kogemuse põhjal järeldusele, et paljud arenevate turgude ettevõtted, kes on seotud sotsiaalse

arenguga või keskkonnatingimuste parandamisega, on saavutanud kulude kokkuhoiu, tulude kasvu ja saanud muud ärilist kasu. 12% autori uuringus küsitletutest usub täiesti ja 32%, et pigem võib keskkonnavastutuse aruanne kaugemas perspektiivis (>3 aastat) ettevõttele väärtust lisada ja kulusid vähendada, 26% vastab, et pigem mitte ning 8% ei usu üldse, et see ettevõtet sellisel kujul aidata võiks (vt joonis 15). Tulemuseks kokku saadud keskmine skaalal 2,4 näitab, et pigem usuvad ettevõtjad pikaajalisse kasusse. Lühiajalist (<3 aastat) kulude vähendamist ja väärtuse suurenemist ei teadvusta küsitletutest kindlameelselt keegi, 20% arvab, et pigem võib, 46% pigem mitte, 14% üldse mitte ning 20% ei oska seisukohta võtta, tulemus skaalal 2,9, ehk lühiajalist kasu pigem ei teadvustata.

Keskkonnavastutuse aruande koostamiseks läheb esmalt organisatsioonil vaja lisanduvaid ressursse. 36% vastanutest arvab, et keskkonnavastutuse aruande mitte avalikustamise põhjuseks on ressursside puudumine, 32% arvab, et see võib olla mitte aruande koostamise põhjuseks, 18% arvab, et pigem mitte ning 6% arvates ei ole see kindlasti põhjuseks.

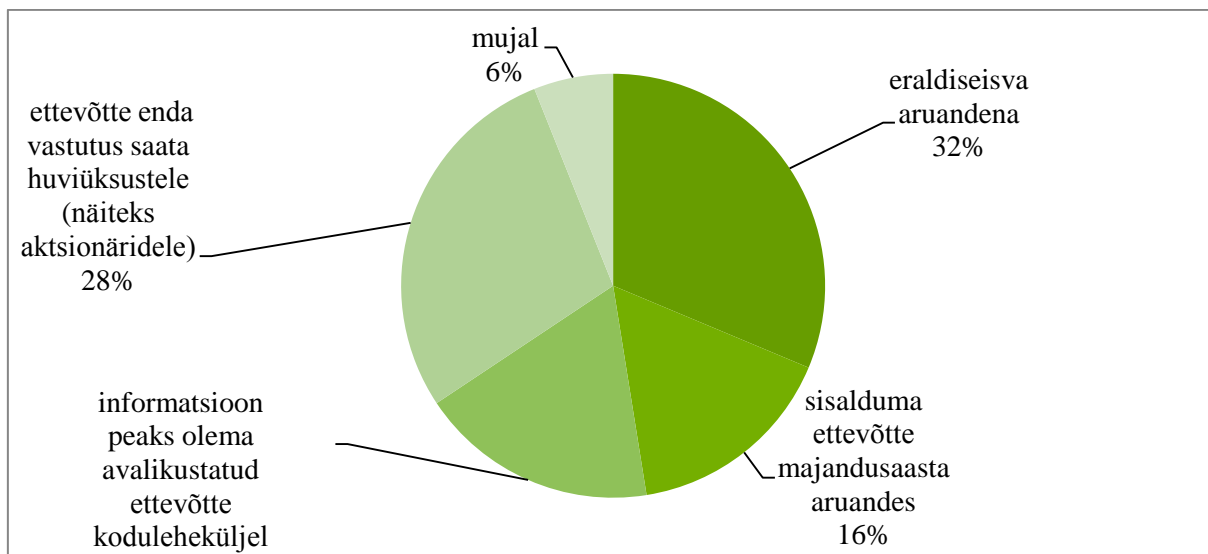
Ehitussektori tegevus on kindlasti üks keskkonda negatiivselt mõjutav sektor. (The Emissions Gap Report 2013) 24% on kindel ja 50% arvab et ilmselt on keskkonnavastutuse aruande mitte koostamise põhjus see, et ettevõtted ei taju oma tegevusest tulenevat mõju keskkonnale, võrdselt 6% arvab, et pigem mitte ja kindlasti mitte ei ole see põhjuseks.



Joonis 15. Keskonna vastutuse aruande kasulikkus organisatsioonile

Allikas: Autori koostatud küsitluse tulemuste põhjal

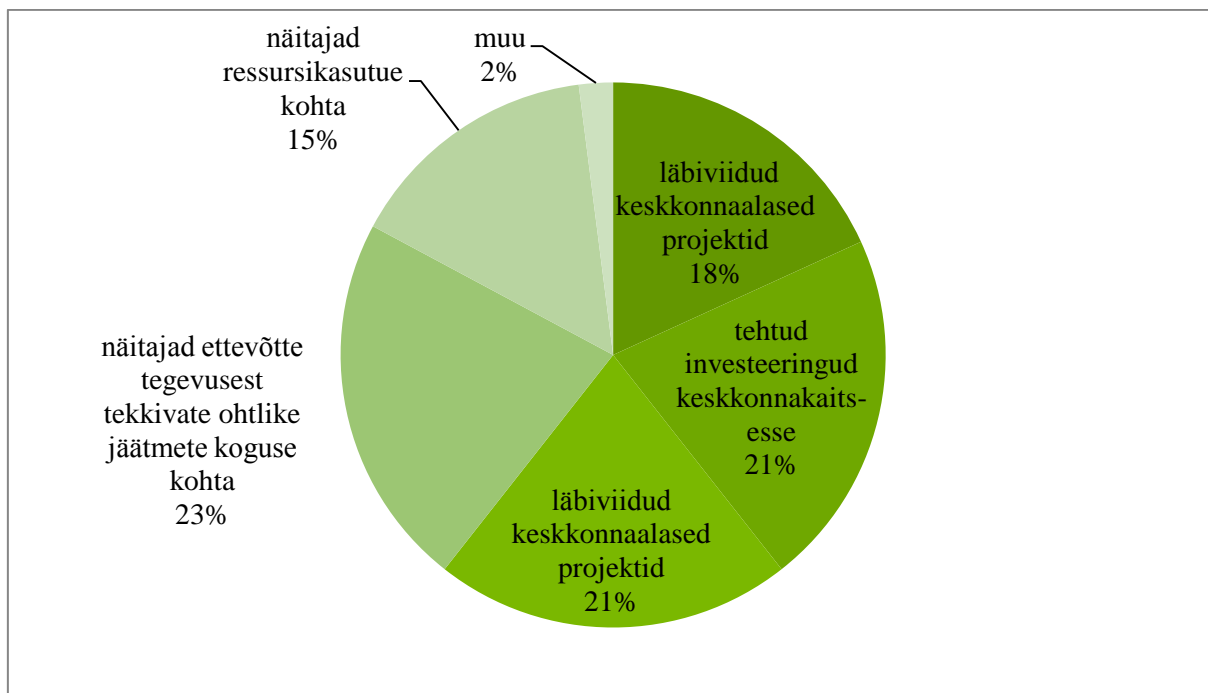
Eelnevas selgus, et küsitletud ettevõtjatest eelistab kõige suurem osa sotsiaalse vastutuse alase info saatmist huvirühmadele, sellele järgnes avaldamine eraldiseisva aruandena. Keskkonnavastutuse aruande avalikustamise osas on juhtide nägemus pisut erinev. Kõige suurem osa, 32% arvab, et keskkonnavastutuse aruanne tuleks avaldava eraldiseisva aruandena, 28% arvab, et tuleks saata huvirühmadele, järgnevad 18% ja 16%-ga informatsiooni avalikustamine koduleheküljel ja sisaldumine ettevõtte majandusaasta aruandes (vt joonis 16).



Joonis 16: Juhtide nägemus keskkonnastutuse aruanne avalikustamise kohast

Allikas: Autori koostatud küsitluse tulemuste põhjal

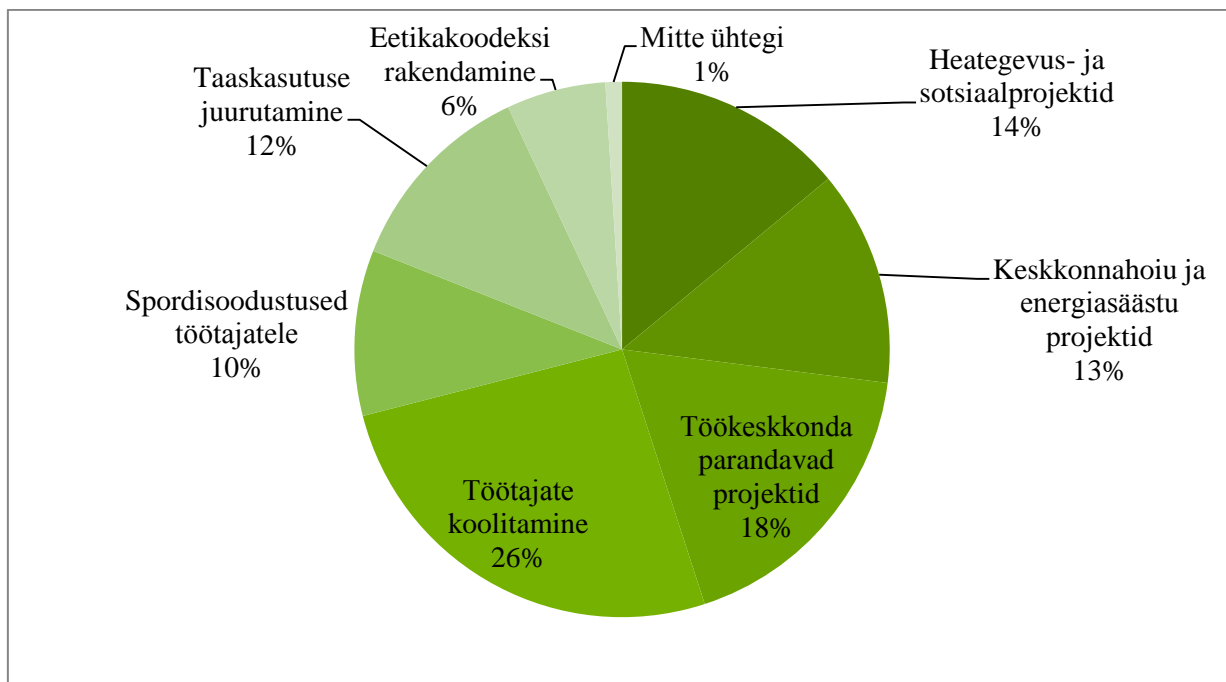
Keskkonnastutuse aruande juures on oluline, millist informatsiooni see sisaldab. Joonisel 17 on toodud ehitusettevõtjate eelistused, mida peaks aruanne kindlasti sisaldama. 23% arvab, et kindlasti peaks sisaldama näitajaid ettevõtte tegevusest tekkivate ohtlike jäätmete koguse kohta. Võrdselt 21% arvab, et peaks sisaldama tehtud investeeringuid keskkonnakaitsesse ja tehtud keskkonna projekte, 18% leiab, et peaks sisaldama ettevõtte keskkonnavalaseid väärtuseid ja 15% arvab, et peaks sisaldama näitajaid ressursikasutuse kohta.



Joonis 17. Ehitusettevõtte juhtide nägemus keskkonnavastutuse aruande sisust

Allikas: Autori koostatud küsitluse tulemuste põhjal

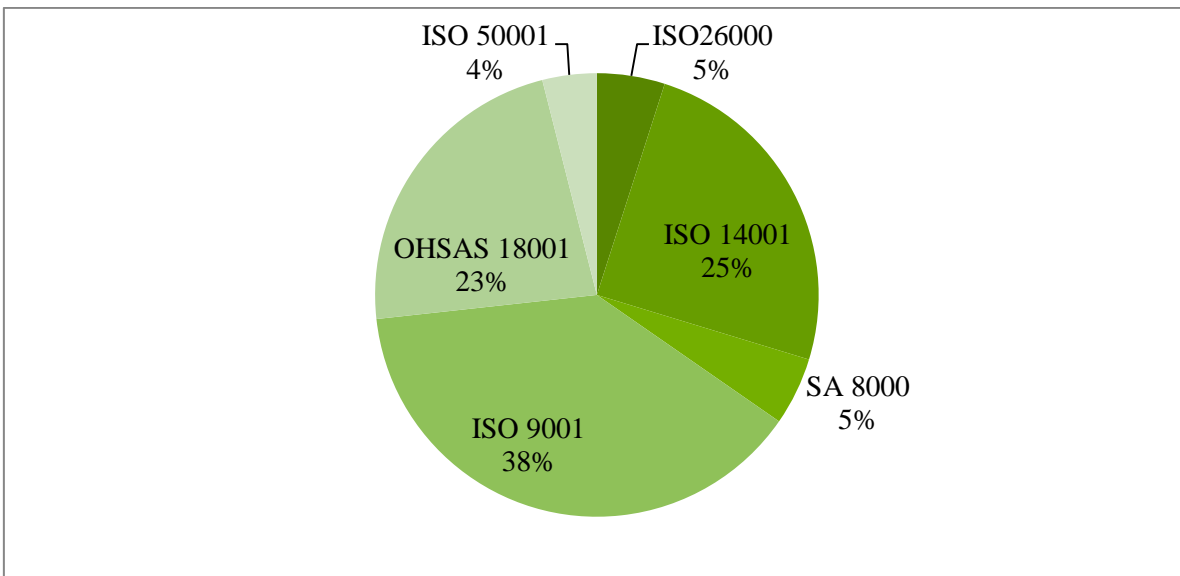
Järgnevalt uuris autor küsitluse abil ettevõtte juhtide enda elluviidud projektide ja tegevuste kohta. 26% vastanutest on korraldanud koolitusi oma töötajatele, 18% on teinud töökeskkonda parandavaid tegevusi, 14% on tegelenud heategevuse ja sotsiaalprojektidega, 13% on panuse andnud keskkonnahoiu ja energiasäästu projektidesse, 12% on juurutanud oma ettevõtte tegevuses taaskasutust, 10% võimaldab töötajatele spordisoodustusi, 6% rakendab eetikakoodeksit, 1% ei ole ühtegi projekti teinud. (vt joonis 18)



Joonis 18. Organisatsioonide elluviidud projektid ja tegevused

Allikas: Autori koostatud küsitluse tulemuste põhjal

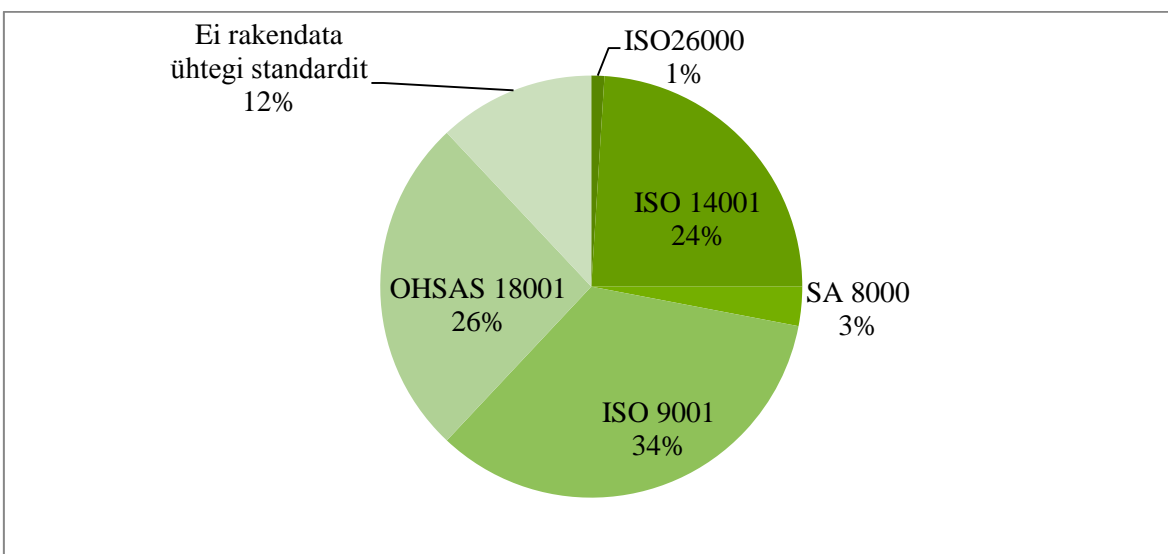
Üks viise, kuidas ettevõtte saab oma tegemistes sotsiaalset- ja keskkonnavastutust väljendada, on standarditele rakendamine. Joonisel 19 on esitatud standardid, millest ehitusettevõtete juhid teadlikud on. Kõige rohkem, 38% on teadlik ISO 9001 kvaliteedijuhtimise standardist, 25% ISO 14001 keskkonnajuhtimise standardist, 23% OHSAS 18001 töötervishoiu ja tööohutuse juhtimise standardist, võrdselt 5% oldi teadlik SA 8000 sotsiaalse vastutuse standardist ja ISO 26000 standardist ning 4% ISO 50001 energia juhtimise süsteemi standardist.



Joonis 19. Ettevõtte juhtide teadlikkus standarditest

Allikas: Autori koostatud küsitluse tulemuste põhjal

Joonisel 20 on toodud standardite jagunemine, mida küsitletud ehitusettevõtted ise oma tegevuses rakendavad. 34% küsitletutest rakendavad ISO 9001 standardit, 26% OHSAS 18001 standardit, 24% ISO 14001 standardit, 3% SA 8000, 1% ISO 26000 standardit. 12% vastanutest ei rakenda ühtegi standardit.



Joonis 20. Organisatsioonis rakendatud standardid

Allikas: Autori koostatud küsitluse tulemuste põhjal



Eelnevalt nimetatud standardite rakendamine on uuringu tulemusel küllaltki levinud, mis tähendab, et küsitletud ettevõtted on võtnud nimetatud standardi põhimõtetest eeskujuga püüdnud oma tegevuses neid rakendada. Nimetatud standardite sertifikaate omavad Eestis veel vähesed ettevõtted, sh ehitusettevõtted.

### **2.3. Hinnang juhtide hoiakutele ja teadlikkusele sotsiaalsest ja keskkonnavastutusest ja püstitatud hüpoteesi kontroll**

Peatükis 3.2 analüüsis ja tutvustas autor uuringu tulemusi. Selgusid, mitmed huvitavad asjaolud juhtide hoiakutest, suhtumisest ja teadlikkusest sotsiaalsesse- ja keskkonnavastutusse. Järgnevalt annab autor saadud tulemuste põhjal hinnangu ehitusettevõtete juhtide hoiakutele ja teadlikkusele sotsiaalsest- ja keskkonnavastutusest ning aruandlusest.

Esmalt selgitas autor uuringu põhjal välja ehitusettevõtte juhtide hoiakud ja arvamuse sotsiaalse vastutusega seotud küsimustes. Selgus, et üle poole ettevõtjatest, 62% ei näe raamatupidajate koolitamises võimalust ettevõtte tegevuse efektiivsemaks muutmisel. Nimetatud küsimuse puhul on raske hinnata kui kasulik oleks raamatupidajate teemakohane koolitamine, sest mõjutavad faktoriks on ka raamatupidaja enda kogemused ja haridus. Suur osa ettevõtjatest usub, et parimaks efektiivsuseks ettevõttes, peab organisatsioon täitma oma sotsiaalseid kohustusi. Autori arvates peaks olema iga kohusetundliku ettevõtja mureasjaks hoolida oma töötajatest ja muudest olulistest sotsiaalsetest faktoritest, et jätkusuutlikult edasi tegutseda.

Uurides juhtidelt sotsiaalse vastutuse aruande koostamise kohta, selgus, et enamus vastanutest ei koosta oma ettevõttes sotsiaalse vastutuse aruannet. Eestis on nimetatud aruande koostamine kõigile vabatahtlik ning seepärast vajaks aruande koostamise juurutamiseks tõsisemat ettevõtjate teadlikkuse tõstmist, näiteks korraldada kampaaniaid ja koolitusi. Autori arvates võiks sotsiaalse vastutuse aruande koostamise ja avalikustamise osakaal olla suurem, sest see annab ettevõttele eelise konkurentide kõrval. Üllatav ei ole ka tulemus sotsiaalse vastutuse kohustuslikust koostamisest, väga väike osa ettevõtjatest pooldas sotsiaalse vastutuse aruande koostamise kohustuslikkust kõikidele ettevõtetele. Autor nõustub

antud argumendi osas juhtidega, ilmselt ei oleks aruande kohustuslikuks muutmine praktiline, sest Eestis on väga palju mikro- ja väiteettevõtteid. Küll aga võiks mõelda aruande kohustuslikuks muutmist näiteks börsiettevõtetele, nagu seda on paljudes teistes riikides.

Uurides ettevõtjatelt, millist kasu nad arvavad sotsiaalse vastutuse aruandest saavat, arvas üle poole, et see võib parandada ettevõtte välist ilmet, kuid vaid 34% arvas, et aruande avalikustamine parandaks nende konkurentsieelist. Tulemus on pisut üllatav, sest kui aruande avalikustamine parandab juhtide meelest organisatsiooni välist ilmet, parandaks see autori arvates ilmselt ka nende konkurentsieelist, olles rohkem atraktiivne oma huvirühmadele. Ettevõtte juhid aga nende kahe väite vahel seost ei näe. Pooled ettevõtte juhid näevad võimalust olla atraktiivsemad potentsiaalsetele kvalifitseeritud töötajatele avalikustades sotsiaalse vastutuse aruannet, mis on autori arvates positiivne näitaja.

Järgnevalt selgus, et suur osa, 82% juhtidest teadvustab, et ta pöörab ettevõtte juhtimisel tähelepanu säästva arengu edendamisele. Kas ja millisel moel seda juhid teevad, ei ole küll teada kuid kindlasti on see hea märk ja näitab, et juhtidel on vähemalt soov olla vastutustundlikum keskkonna suhtes ja nad on teadlikud säästva arengu olulisusest. Samuti on autori arvates positiivne, et suur osa vastanutest leiavad, et kasvuhoonegaaside heitkoguse summa avalikustamine peaks olema töötlevatele tööstustele kohustuslik. Pisut üle poole juhtidest usub ka, et keskkonnakaitset edendavaks teguriks võib olla keskkonnamaksude kehtestamine. 14% uuringus osalejates koostab keskkonnavastutuse aruannet, võttes arvesse tegevusala, võiks autori meelest märkimisväärselt suurem osa ettevõtetest nimetatud aruannet koostada. Juhtide keskkonnaalast hoolivust näitab ka see, et 62% vastanutest pooldab keskkonnavastutuse aruande kohustuslikkust töötlevatele tööstustele. Keskkonnavastutuse aruande avalikustamisest suurenevasse konkurentsieelisesse uskus pisut alla poolte. Nagu eelnevalt mainitud, on mitmetes varasemates uuringutes jõutud järeldusele, et keskkonnavastutuse rakendamine võib aidata kulusid kokku hoida. Lühiajalisse (<3 aastat) kulude vähenemisse ja väärtuse suurenemisse juhid pigem ei usu, kuid pikaajalisse (>3 aastat) kulude vähenemisse usub pisut alla poolte. Keskkonnavastutuse tulemuslikkust on ettevõttel keeruline ette ennustada ja oleneb kindlasti ka ettevõtte spetsiifilistest teguritest ja tegevusalast kuid kui võtta arvesse varasemate uuringute tulemusi, on autori arvates järjepidevalt organisatsioonis keskkonnapoliitikat ellu viies, võimalik tõsta organisatsiooni väärtust ja vähendada kulusid.

Uurides ettevõtete enda elluviidud projektide ja tegevuste kohta, selgus, et vaid 18% ettevõtjatest on ellu viinud töökeskkonda parandavaid tegevusi, saadud osakaal on väga väike arvestades, et töökeskkond on väga oluline osa töötaja päevast ja ehitussektoris peaks töökeskkond olema eraldi kriitilise pilgu all, et täita vajalikke ohutusnõudeid. Pisut rohkem ettevõtjatest on võimaldanud töötajatele koolitusi, mis on samuti tähtis osa sotsiaalsest vastutusest.

Viimaks uuris autor juhtidelt keskkonna ja sotsiaalsete standardite teadlikkuse ja rakendamise kohta. Kõige rohkem on vastanutest teadlikud ISO 9001 kvaliteedijuhtimise standardist, järgneb 25%-ga ISO 14001 keskkonnajuhtimise standard, 23% teadis OHSAS 18001 töötervishoiu ja tööohutuse juhtimise standardit, võrdselt 5% on küsitletud teadlikud SA 8000 sotsiaalse vastutuse standardist ja ISO 26000 standardist ning 4% ISO 50001 energia juhtimise süsteemi standardist. Autori arvates on üllatav, et ehitusettevõtte juhtidest teab väga väike osa ISO 14001, OHSAS 18001 ja ISO 50001 standardit.

Uuringu tulemustele toetudes leiab autor, et püstitatud hüpotees „Eesti ehitussektoris on potentsiaali teadlikkuse tõstmiseks vastutustundlikust ettevõtlusest ja selle arendamiseks ning rakendamiseks“ leiab kinnitust. Nagu eelnevalt selgus ei ole ehitusettevõtjate teadlikkus veel piisav ja väga vähesed ettevõtted koostavad sotsiaalse- ja keskkonnavastutuse aruannet, kuid selgelt paistab välja juhtide huvi antud teema vastu ning suur osa küsitletutest teadvustab käsitluse olulisust.

## KOKKUVÕTE

Käesolev magistritöö põhieesmärk oli välja selgitada ja kaardistada ehitusettevõtete juhtide hoiakud ja väärtused seoses sotsiaalse ja keskkonnaalase vastutuse ja aruandlusega, viies läbi ankeetküsitlus Eesti ehitusettevõtete juhtidele. Töö käsitleb sotsiaalse- ja keskkonnavastutuse ning aruandluse olemust ja ehitusettevõtete juhtide hoiakuid ning väärtuseid seoses sotsiaalse ja keskkonnaalase vastutuse ja aruandlusega. Magistritöö käigus leidis kinnitust, et Eesti ehitussektoris on potentsiaali teadlikkuse tõstmiseks vastutustundlikust ettevõtlusest ja selle arendamiseks ning rakendamiseks.

Esimeses peatükis käsitleti ettevõtte sotsiaalse- ja keskkonnavastutuse olemust, selle kujunemist ja arengut, huvirühmasid ning vastutustundlikku aruandlust. ESV mainiti esmalt 1953. aastal ning pärast seda on läbi aegade olnud väga palju erinevaid lähenemise viise, paljud teadlased on arendanud teemakohaseid mudeleid ja kontseptsioone, oma sisult keskenduvad enamuse neist sarnaselt jätkusuutlikkusele ja vastutustundlikkusele. Oma vastutust ühiskonna ja keskkonna ees saavad ettevõtted väljendada sotsiaalse vastutuse ning keskkonnavastutuse aruande avalikustamisega. Sotsiaalse- ja keskkonnavastutuse aruandlus on muutumas üha populaarsemaks. Eestis on nimetatud aruannete koostamine ja avalikustamine vabatahtlik kuid paljudes Euroopa Liidu riikides on see kohustuslik teatud organisatsioonidele, näiteks Taanis Prantsusmaal ja Norras. Ettevõtete sotsiaalse vastutuse ja aruandluse huvirühmade kujunemise aluseks on huvirühmade teooria ning üheks põhjuseks, miks ettevõtted on motiveeritud investeerima ESV programmidesse tuleneb samuti huvirühmade teooriast. Huvirühmad on organisatsioonid või üksikisikud, kellel on huvisid organisatsiooni tegevuste või huvide suhtes. Huvirühmade teooria viitab sellele, et organisatsioon suudab edukalt turul jätkata vaid juhul kui kõikide huvirühmade vajadused rahuldatud saavad.

Juba ligi 40 aastat on maailma mureks olnud loodusvarade säilimine, jäätmete ja heitgaaside vähendamine. Nende ja paljude teiste keskkonnaprobleemide üle toimub maailmas üha suurem arutelu ning püütakse leida vastuseid ja lahendusi olukorra parandamiseks. Teematika on väga olulisel kohal ka just ehitussektoris. ÜRO

Keskkonnaprogramm on mitmeid aastaid andnud välja aruannet heitkoguste erinevuste kohta. 2012 a. aruandes jõuti tulemusele, et kolmes vaatluse all olevas sektoris oli näha paranevat trendi heitgaaside vähenemises, sealhulgas ka ehitussektoris. 2013 a. aruande põhjal ehitussektoris suuri edusamme toimunud ei olnud, kuid nähakse siiski võimalusi arenguks. Samuti tehti ülevaade varasematest uuringutest, mis sarnanevad käesoleva magistritöö tarvis tehtud uuringule. Analüüsitud uuringutest selgus, et paljudel juhtudel on ettevõtte juhid teadlikud sotsiaalsetest ja keskkonna probleemidest.

Teises peatükis on analüüsitud saadud tulemusi läbiviidud ankeetküsitluse põhisest uuringust Eesti ehitusettevõtete juhtidele. Küsitluse kaudu selgitas autor välja juhtivate töötajate teadlikkuse ja hoiakud mitmete oluliste sotsiaalse ja keskkonnaalaste teemade kohta nagu sotsiaalse ja keskkonna vastutuse aruande koostamine ja selle kasumlikkus finantstulemustele, ettevõtete elluviidud vastutustundlikud projektid, jätkusuutlikkuse standardid ja sertifikaadid. Uuringu tulemusena selgus, et väga väike osa ehitusettevõtetest koostab sotsiaalse vastutuse aruanne ning pisut suurem osa küsitletutest koostab keskkonnavastutuse aruannet. Küll aga teadvustavad juhid mitmeid olulisi sotsiaalseid ja keskkonnaalaseid aspekte. Suur osa vastanutest pooldab keskkonnavastutuse aruande kohustuslikkust töötlevatele tööstustele. Kuid sotsiaalse vastutuse aruande kohustuslikkust pooldavad vähesed. Pisut alla poole küsitletutest usub, et keskkonnavastutuse aruanne võib pikemas perspektiivis (>3 aastat) lisada ettevõttele väärtust ja kulusid vähendada.

Uuringu tulemustele toetudes selgus, et püstitatud hüpotees „Eesti ehitussektoris on potentsiaali teadlikkuse tõstmiseks vastutustundlikust ettevõtlusest ja selle arendamiseks ning rakendamiseks“ leiab kinnitust. Eesti ehitusettevõtjate teadlikkus ei ole küll märkimisväärselt suur, kuid selgelt paistab välja juhtide huvi antud teema vastu ning suur osa küsitletud juhtidest teadvustab käsitluse olulisust.

## **SUMMARY**

### **MANAGERIAL ATTITUDES TOWARD SOCIAL AND ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY (EXAMPLE OF ESTONIAN CONSTRUCTION COMPANIES)**

Marili Lillemäe

Sustainability is a topic of recent decades which has become more and more important and a great number of companies around the world are implementing sustainability standards such as ISO 26000 - Social Responsibility Standard and ISO 14000 - Environmental Management Standard. It has also increased the number of companies who communicate with their stakeholders by creating a social and / or environmental responsibility reports. Primary interests for most company's are: to increase profits, to be successful and effective. Many chief executive officers are not aware of the benefits for company to be socially and environmentally responsible. This is also one of the reasons why the majority of enterprises have not paid attention to their activities in sustainable development. So far the success of the company is measured by its financial performance, but the more companies recognize the importance of being responsible, all the more there is hope that in the future they will also pay attention to social and environmental outcomes.

The main purpose of the present thesis is to identify and map managerial attitudes toward social and environmental responsibility in Estonian construction companies, carrying out a questionnaire survey to Estonian construction managers. On the basis of the survey the author will identify the leading employees awareness and attitudes regarding a number of key social and environmental issues such as social and environmental responsibility report, and its profitability to company's financial results.

The following working hypothesis was posed: Estonia's construction sector has the potential to raise awareness of CSR and its development and implementation.

The following work tasks were posed to serve the purpose of this research:

1. Provide an overview of social and environmental responsibility and reporting.
2. Carry out a questionnaire to Estonian construction managers.
3. Evaluate the leading employee's awareness and attitudes toward social and environmental responsibility.

To verify the hypothesis of the research and find the answers to the work tasks, a quantitative method is used and survey questionnaire-based study to Estonian construction companies was carried out. Also previously conducted researches on that topic are analyzed by the author.

Present thesis consists of two chapters. The first part is methodical, in which the author gives an overview of corporate social responsibility and environmental nature of its formation and evolution. Also, the author introduces social and environmental responsibility and accountability stakeholders and responsible reporting. In addition, the author makes an overview of previously conducted researches on that topic. Previously conducted studies have revealed that in many cases the managers in different countries are aware of importance of social and environmental problems.

The second chapter is an overview of the results obtained in studies of Estonian construction managers. The study revealed that a very small part of the construction companies prepare social responsibility report, and a slightly higher part of the respondents prepare a report on the environmental responsibility. However, the leaders are aware of a number of important social and environmental aspects. Most of the respondents advocated mandatory environmental responsibility reporting for the processing industries. Slightly less than half of the respondents believe that environmental responsibility report can have long-term (> 3 years) benefit, adding value to the company and reducing costs. During the research the hypothesis was affirmed: Estonia's construction sector has the potential to raise the awareness of CSR and its development and implementation.

Present thesis may be helpful for construction or any other enterprises who are interested in opportunities that social- and environmental responsibility and reporting can offer and for people who are interested in that topic and wish to raise their awareness of social and environmental responsibility.

## VIIDATUD ALLIKAD

- Antal, A. B., Dierkes, M., McMillan, K., Marz, L. Corporate Social Reporting Revisited. (2002). Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH.
- Argandona, A. (1998). The stakeholder theory and the common good. – Journal of Business Ethics, vol. 17, no. 9/10, pp. 1093-1102.
- Atkinson, G. (2000). Measuring Corporate Sustainability. – Journal of Environmental Planning and Management, vol. 43, no. 2, pp. 235-252.
- Bergman J. (2001). Darwin's Influence on Ruthless Laissez-Faire Capitalism. Institute for Creation Research/Acts and Facts.
- Boatright, J. R. (1993). Ethics and the Conduct of Business. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall.
- Bondy, K., Matten, D., Moon, J. (2007). Codes of conduct as a tool for sustainable governance in MNCs. In S. Benn, & D. Dunphy (Eds.), Corporate governance and sustainability: Challenges for theory and practice, pp. 165-186. London: Routledge.
- Bowen, H. R. Social Responsibilities of the Businessman. (1953). New York University Press.
- Bowman, E. H., Haire, M. (1976). Social Impact Disclosure and Corporate Annual Reports. *Accounting, Organizations and Society*, vol 1, no. 1, pp. 11, 13.
- Brown, C. C. (1979). Beyond the Bottom Line. New York: Macmillan Publishing, pp. 20.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct. – *Business and Society Review*, vol. 38, no. 3, pp. 268–296.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. – *Business Horizons*, vol. 34, no. 4, pp.
- CSR live Contribute Discover Share. (2010). CSR Newswire.
- Cummings, J. L., Doh, J. P. (2000). Identifying Who Matters: Mapping Key Players in Multiple Environments. – *California Management Review*, vol. 42, pp. 83-104.



- Davis K., Blomstrom R. L. (1975). *Business & Society: Environment & Responsibility*. Tokyo: McGraw-Hill.
- Davis, K. (1960). Can Business Afford To Ignore Social Responsibilities? – *California Management Review*, vol 2, no. 3, pp. 70.
- Developing Value The business case for sustainability in emerging markets. (2002). International Finance Corporation.
- Dierkes, M. Antal, A. B. (1986). Wither Corporate Social Reporting: Is It Time to Legislate? – *California Management Review*, vol. 28, no. 3, pp. 106
- DiMaggio, P., Powell, W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields – *American Sociological Review*, vol.48, no. 2, pp. 147.
- Dixon-Fowler, H. R., Slater, D. J., Johnson, J. L., Ellstrand, A. E., Romi, A. M. (2013). Beyond "does it pay to be green?". – *Journal of business ethics*, vol. 112, no. 2, pp. 353-366.
- Doh, J. P., Guay, T. R. (2004). Globalization and Corporate Social Responsibility: How nongovernmental organizations influence labor and environmental codes of conduct. *Management International Review*, vol. 2, pp. 7-29.
- Donaldson, T., Preston, L. E. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. – *Academy of Management Review*, vl. 20, pp. 65, 91.
- Donham, W. B. (1927). The Social Significance of Business. – *Harvard Business Review*, vol. 5, pp. 406, 406.
- Environmental management systems- ISO 14001. (2004). Geneva: International Organization for Standardization.
- Eras, J. J. C., Gutiérrez, A. S., Capote, D. H., Hens, L., Vandecasteelem, C. (2012). Improving the environmental performance of an earthwork project using cleaner production strategies. – *Journal of Cleaner Production*, vol. 47, pp. 368–376.
- Fernández, J. L. (2001). *Ética de los Negocios y Áreas Funcionales de la Empresa* (“Business Ethics in Firms and Business Units”), ed. J. F. Aguado, *La Ética en los Negocios* (Business Ethics). Barcelona: Ariel, pp. 194–257.
- Filios, V. P. (1984). Corporate Social Responsibility and Public Accountability. – *Journal of Business Ethics*, vol 3, no. 4, pp. 305-314
- Frederick, W. C. (2006). *Corporation, be Good! The Story of Corporate Social Responsibility*. Dog Ear Publishing.

- Freeman, I., Hasnaoui, A. (2011). The Meaning of Corporate Social Responsibility: The Vision of Four Nations. – *Journal of Business Ethics*, vol. 100, no. 3, pp. 419-443.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Mersfield: Pitman Publishing.
- Freeman, R. E., Reed, D.L. (1984). Stakeholders and Stockholders: A New Perspective on Corporate Governance. – *California Management Review*, vol. 15, no. 3, pp. 88–106.
- Fry, F. L., Hock, R. (1976) . Who Claims Corporate Responsibility? The Biggest and the Worst. – *Business & Society Review*, pp. 62.
- Furrer, O. Egri, C. P., Ralston, D. A., Danis, W., Reynaud, E., Naoumova, I., Molteni, M., Starkus, A., Darder, F. L., Dabic, M., Furrer- Perrinjaquet, A. (2010). Attitudes toward Corporate Responsibilities in Western Europe and in Central and East Europe. – *Management International Review*, vol. 50, no. 3, pp. 379-398.
- Global Sullivan Principles.  
[http://heartland.org/sites/all/modules/custom/heartland\\_migration/files/pdfs/6789.pdf](http://heartland.org/sites/all/modules/custom/heartland_migration/files/pdfs/6789.pdf)  
 (27.03.2014).
- Gray, R. (2002). The Social Accounting Project and Accounting Organizations and Society: Privileging Engagement, Imaginings, New Accountings and Pragmatism over Critique. – *Accounting, Organizations and Society*, vol.27, pp. 687, 690.
- Guidance on social responsibility- ISO-26000. (2010). Geneva: International Organization for Standardization.
- Guthrie, J., Parker, L., D. (1989). Corporate Social Reporting: A Rebuttal of Legitimacy Theory. *Accounting and Business Research*, pp. 342, 351.
- Haas, W., A. (1980). *Corporations and their Critics: Issues and Answers on the Problems of Corporate Social Responsibilities*. McGraw Hill.
- Harris J., McDonald C. (2000). Post-Fordism, the Welfare State and the Personal Social Services: A Comparison of Australia and Britain. – *British Journal of Social Work*, no. 51, pp. 54-55.
- Hill, C. W. L., Jones, T. M. (1992). Stakeholder Agency Theory. – *Journal of Management Studies*, vol. 29, pp. 131 154.
- Ismail, M., Kassim, M. I., Amit, M. R. M., ja Malaisias, R. M. R. (2012). Attitudes, and Competencies of Managers of CSR – Implementing Companies in Malaysia.
- Jacques, A. (2010). Socially conscious: Companies share CSR best practices. – *Public Relations Tactics*, vol. 17, no. 7, pp. 12-13.
- Keskkonnavastutus. Keskkonnaministerium. <http://www.envir.ee/1121871> (20.03.2014).

- Keynes, J. M. (1973). *The General Theory of Employment, Interest and Money*. London: BN Publishing.
- Krebsbach, C. Dierkes, M. (1974). Evaluierung Sozialer Programme Entscheidungsgrundlage für die Politische Planung. – *Batteile Information*, no. 20, vol. 28.
- Lacy, P., Cooper, T., Hayward, R., Neuberger, L. (2010). *A New Era of Sustainability UN Global Compact-Accenture CEO Study 2010*.
- Loew, T., Ankele, K., Braun, S., Clausen, J. (2004) Significance of the CSR debate for sustainability and the requirements for companies.
- Longo, M., Mura, M., Bonoli, A. (2005). Corporate social responsibility and corporate performance: the case of Italian SMEs. *Corporate Governance*, vol. 5, no. 4, pp. 28-42.
- Mainstreaming CSR among SMEs in the Baltic States, quantitative research final report Estonia. (2007). PW Partners.
- Majanduse Pulss 2013. (2013).  
<http://www.kpmg.com/EE/et/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/MajandusePulss/Documents/majanduse-pulss-2013-est-veeb.pdf> (18.03.2014).
- McGuire, J. W. (1975). *Business and Society*. New York: McGraw-Hill, pp. 144.
- Merchant, R. *Creating the Corporate Soul: The Rise of Public Relations and Corporate Imagery in American Big Business* (1999). The University of California Press.
- Michael, B. (2003) Corporate Social Responsibility in International Development: An Overview and Critique. – *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, vol. 10, pp. 115-128.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., Wood, D. J. (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *The Academy of Management Review*, vol. 22, no. 4, pp. 853-886.
- Moore, W. M., and Newman, R. J. (1975). On the Prospects for American Trade Union Growth: A Cross Section Analysis. - *The Review of Economics and Statistics*, vol. 57, no. 4, pp.635.
- Mullerat, R. (2013). *Corporate Social Responsibility: A European Perspective*.  
[http://aei.pitt.edu/43368/1/Mullerat\\_CSR\\_Europa.pdf](http://aei.pitt.edu/43368/1/Mullerat_CSR_Europa.pdf) (15.04.2014).
- Nehme, M., Wee, C. K. G.(2008). *Tracing the Historical Development of Corporate Social Responsibility and Corporate Social Reporting*.
- Nielsen, W. A. (1978). *Midcontinent Perspectives: Corporate Social Responsibility*.

- Orlitzky, M. (2005). Payoffs to social and environmental performance. – *Journal of Investing*, vol. 14, no. 3, pp. 48.
- Ostlund, L. E. (1977). Attitudes of Managers Toward Corporate Social Responsibility. *California Management Review*, vol. 19, no 4, pp. 35-49.
- Porter, M., Kramer, M. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. – *Harvard Business Review*, vol. 84, no. 12.
- Ramanathan, K. V. 'Toward (1976). A Theory of Corporate Social Accounting. – *The Accounting Review*, vol. 51, no. 3, pp. 516, 517.
- Reich, R. B. (2008) *Supercapitalism: The Transformation of Business, Democracy, and Every Day Life*. New York : Vintage Books, a division of Random House.
- Shreuder, H. (1981), Employees and the Corporate Social Report: The Dutch. – *Accounting Review*, vol. 52, no. 2, pp. 294, 295.
- Sohn, H. F. (1982). Prevailing Rationales in the Corporate Social Responsibility Debate. – *Journal of Business Ethics*, vol. 1, no. 2, pp. 139-144.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review*, vol. 20, no. 3, pp. 571, 574.
- The Economist Intelligence Unit, *The Way of the Merchant: Corporate Social Responsibility in Japan*. (2005). The Economist.
- The Social Responsibility of Corporations Report. (2006). Corporations and Markets Advisory Committee, Australian Government. pp. 34-54.
- Valor, C. (2005). Corporate Social Responsibility and Corporate Citizenship: Towards Corporate Accountability– *Business and Society Review*, vol. 110, no. 2, pp. 191–212.
- Wood, D. J. (1991). Corporate Social Performance Revisited – *Academy of Management Review*, vol. 16, no. 4, pp. 691–718.

# LISAD

## Lisa 1. Ehitusettevõtete seas läbiviidud küsitlus

### Sotsiaalse ja keskkonnavalase vastutuse ja aruandluse uuring

Lugupeetud vastaja,

Käesoleva uuringu eesmärgiks on Tallinna Tehnikaülikooli magistritöö raames välja selgitada ja kaardistada ehitusettevõtete juhtkonna suhtumine ja väärtused sotsiaalsesse ja keskkonnavalasesse vastutusse ja aruandlusesse.

Teie poolt antud vastused jäävad ainult küsimustiku autori teada ning need avaldatakse peale andmetöötlust üldistatud kujul. Soovi korral saadame tulemused Teile e-postiga.

Ette tänades,  
Marili Lillemäe  
E-mail: marililillemae@gmail.com

\* Required

**Teie positsioon organisatsioonis: \***

Tegevjuht  
Direktor  
Juhataja  
Finantsjuht  
Raamatupidaja  
Muu

**Kui valistite "Muu" siis palun täpsustage.**

**1. Valige kas "jah" või "ei". \***

|   | Jah                   | Ei                    |
|---|-----------------------|-----------------------|
| a) Kas Teie organisatsioon koostab sotsiaalse vastutuse aruannet?                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| b) Organisatsiooni ülesanne ja vastutus on teavitada töötajaid sotsiaalsetest reeglitest. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

## Lisa 1 järg. Ehitusettevõtete seas läbiviidud küsitlus

|   |                                  |                                  |
|---|----------------------------------|----------------------------------|
| c) Et saavutada parem efektiivsus ettevõttes, peavad organisatsioonid täitma oma sotsiaalseid kohustusi.                  | <input type="radio"/>            | <input checked="" type="radio"/> |
| d) Informatsioon organisatsiooni töötaja tervise ja ohutuse kohta peaks olema avalikult kättesaadav.                      | <input type="radio"/>            | <input type="radio"/>            |
| e) Raamatupidajate koolitamine keskkonnaalaste ja sotsiaalse vastutuse teemadel aitaks suurendada ettevõtte efektiivsust. | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/>            |
| f) Kas Teie organisatsioon koostab keskkonna vastutuse aruannet?  | <input type="radio"/>            | <input type="radio"/>            |
| g) Keskkonna vastutuse aruande esitamine peaks olema kohustuslik organisatsioonidele, kes tegelevad töötleva tööstusega.  | <input type="radio"/>            | <input type="radio"/>            |
| h) Keskkonna vastutuse aruande avalikustamine aitab organisatsioonil saavutada paremat konkurentsieelist.                 | <input type="radio"/>            | <input type="radio"/>            |
| i) Organisatsioonide keskkonnategevuse tulemuslikkuse suhtes tuleks rakendada sõltumatut kontrolli riigiasutuse poolt.    | <input type="radio"/>            | <input type="radio"/>            |
| j) Kasvuhoonegaaside heitekoguste summa avalikustamine peaks olema töötlevatele tööstustele kohustuslik.                  | <input type="radio"/>            | <input type="radio"/>            |

## Lisa 1 järg. Ehitusettevõtete seas läbiviidud küsitlus

|   |                       |                                  |                       |                       |                       |
|---|-----------------------|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| k) Ekspertide kaasamine organisatsiooni tegevusse   |                       |                                  |                       |                       |                       |
| aitaks raamatupidajatel paremini toime tulla keskkonnaalase arvestusega.                                      |                       | <input checked="" type="radio"/> |                       |                       | <input type="radio"/> |
| l) Ettevõtte juhtimisel pööran tähelepanu ka säästva arengu edendamisele.                                     |                       | <input type="radio"/>            |                       |                       | <input type="radio"/> |
| m) Investeeringud keskkonnakaitsesse aitavad tõsta usaldust ettevõtte vastu.                                  |                       | <input type="radio"/>            |                       |                       | <input type="radio"/> |
| <b>2. Valige skaalal 1-5. *</b>   |                       |                                  |                       |                       |                       |
|   | 1- jah                | 2- pigem jah                     | 3- pigem ei           | 4- ei                 | 5- ei oska öelda      |
| a) Sotsiaalse vastutuse aruande avalikustamine parandab organisatsiooni välist ilmet.                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| b) Sotsiaalse vastutuse aruande avalikustamine parandab organisatsiooni konkurentsivõimet.                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| c) Ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruanne peaks olema kohustuslik kõikidele organisatsioonidele.              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| d) Sotsiaalse vastutuse aruande avalikustamine tõstab ettevõtte atraktiivsust potentsiaalsete töövõtjate ees. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>            | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

## Lisa 1 järg. Ehitusettevõtete seas läbiviidud küsitlus

|   |                       |                       |                       |                       |                       |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| e) Enamus organisatsioone ei avalda keskkonna vastutuse aruannet, sest nad usuvad et nende ettevõtte tegevusel ei ole olulist mõju keskkonnale.   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| f) Enamus organisatsioone ei avalda keskkonna vastutuse aruannet, sest neil ei ole selleks piisavalt ressursse                                    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| g) Keskkonna vastutuse aruande avalikustamine aitab lisada väärtust organisatsioonile ja vähendada kulusid lühiajaliselt (<3 aastat)              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| h) Keskkonna vastutuse aruande avalikustamine võib lisada väärtust organisatsioonile ja aitab vähendada kulusid pikemas perspektiivis (>3 aastat) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| i) Kas sotsiaalse vastutuse aruanne ja keskkonna vastutuse aruanne peaksid olema üksteisest eraldatud?  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |



## Lisa 1 järg. Ehitusettevõtete seas läbiviidud küsitlus

|  |                       |                       |                       |                       |                       |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| j) Sotsiaalse vastutuse realiseerimiseks ja efektiivseks mõjuks on vaja kodanikke pidevalt harida.                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| k) Surve aktsionäridelt mõjutab keskkonnavalase informatsiooni avalikustamist organisatsioonis.                      | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| l) Enne oluliste keskkonnavalaste otsuste langetamist, peaksid organisatsioonide juhid konsulteerima aktsionäridega. | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| m) Keskkonnavalaste maksude kehtestamine võib olla oluliseks keskkonda kaitsvaks teguriks.                           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| n) Minu keskkonnavalane käitumine on mõjutatud kohalikust kultuurist.  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

### 3. Sotsiaalse vastutuse aruanne peaks olema avalikustatud: \*

Märkida väited, millega nõustute (võib ka mitu valida)

- a) Eraldiseisva aruandena
- b) Peaks sisalduma ettevõtte majandusaasta aruandes
- c) Informatsioon peaks olema avalikustatud ettevõtte koduleheküljel
- d) Peaks olema ettevõtte enda vastutus saata huviüksustele (näiteks aktsionäridele)

## Lisa 1 järg. Ehitusettevõtete seas läbiviidud küsitlus

- e) mujal

**Kui valisite "mujal" siis palun täpsustage.**

### **4. Keskkonna vastutuse aruanne peaks olema avalikustatud: \***

Märkida väited, millega nõustute (võib ka mitu valida)

- a) Eraldiseisva aruandena
- b) Peaks sisalduma ettevõtte majandusaasta aruandes
- c) Informatsioon peaks olema avalikustatud ettevõtte koduleheküljel
- d) Peaks olema ettevõtte enda vastutus saata huviüksustele (näiteks aktsionäridele)

- e) mujal

**Kui valisite "mujal" siis palun täpsustage.**

### **5. Kes peaks koostama sotsiaalse vastutuse aruande? \***

- a) Tegevjuht
- b) Finantsjuht
- c) Raamatupidaja
- d) Personalijuht
- e) Kõik eelnevalt nimetatud koostöös
- f) Keegi muu

**Kui valisite "keegi muu" siis palun täpsustage.**

### **6. Sotsiaalse vastutuse aruandes peaksid olema avalikustatud järgmised punktid: \***

- a) ettevõtte sotsiaalsed väärtused
- b) tehtud investeeringud sotsiaalsesse vastutusse
- c) toetused, stipendiumid ja annetused
- d) toetatud ühiskonna projektid
- e) ettevõtte panus töötajate tervisesse ja tööohutusse
- f) ettevõtte panus töötajate koolitamisesse
- g) muu

**Kui valisite "muu" siis palun täpsustage.**

## Lisa 1 järg. Ehitusettevõtete seas läbiviidud küsitlus

### 7. Keskkonna vastutse aruandes peaksid olema avalikustatud järgmised punktid: \*

- a) ettevõtte keskkonnavalased väärtused
- b) tehtud investeeringud keskkonnakaitsesse
- c) läbi viidud keskkonnavalased projektid
- d) näitajad ettevõtte tegevusest tekkivate ohtlike jäätmete koguse kohta
- e) näitajad ressursikasutuse kohta
- f) muu

**Kui valisite "muu" siis palun täpsustage.**

### 8. Suurimad kasusaajad ettevõtte sotsiaalsest ja keskkonnavalasest aruandlusest on: \*

- a) organisatsiooni töötajad (ka. juhtkond)
- b) kliendid
- c) tarnijad
- d) kreditorid
- e) riigiametid
- f) muu

**Kui valisite "muu" siis palun täpsustage.**

### 9. Milliseid järgnevatest projektidest ja tegevustest on Teie organisatsioon ellu viinud? \*

- a) Heategevus- ja sotsiaalprojektid
- b) Keskkonnahoiu ja energiasäästu projektid
- c) Töökeskkonda parandavad projektid
- d) Töötajate koolitamine
- e) Spordisoodustused töötajatele
- f) Taaskasutuse juurutamine
- g) Eetikakoodeksi rakendamine
- h) muu

**Kui valisite "muu" siis palun täpsustage.**

### 10. Milliste järgnevate standardite olemasolust ja sisust olete teadlik? \*

- a) ISO26000 (Juhis sotsiaalseks vastutuseks, ingl *Social responsibility Standard*)

## Lisa 1 järg. Ehitusettevõtete seas läbiviidud küsitlus

- b) ISO 14001 (Rahvusvaheline keskkonnajuhtimise standard, ingl *Environmental Management Standard*)
- c) SA 8000 (Sotsiaalse vastutuse standard, ingl *Social Accountability Standard*)
- d) ISO 9001-(Kvaliteedijuhtimine ja -tagamine, ingl *Quality management systems*)
- e) OHSAS 18001 (Töötervishoiu ja tööohutuse juhtimise standard, ingl *Occupational Health and Safety Standard*)
- f) ISO 50001 (Energia juhtimise süsteemi standard, ingl *Energy management systems standard*)

### **11. Milliseid järgnevatest standarditest rakendate oma organisatsiooni tegevuses? \***

- a) ISO26000 (Juhis sotsiaalseks vastutuseks, ingl *Social responsibility Standard*)
- b) ISO 14001 (Rahvusvaheline keskkonnajuhtimise standard, ingl *Environmental Management Standard*)
- c) SA 8000 (Sotsiaalse vastutuse standard, ingl *Social Accountability Standard*)
- d) ISO 9001-(Kvaliteedijuhtimine ja -tagamine, ingl *Quality management systems*)
- e) OHSAS 18001 (Töötervishoiu ja tööohutuse juhtimise standard, ingl *Occupational Health and Safety Standard*)
- f) ISO 50001 (Energia juhtimise süsteemi standard, ingl *Energy management systems standard*)
- g) Ei rakendata ühtegi standardit
- h) muu

**Kui valisite "muu" siis palun täpsustage.**