

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL  
Majandusteaduskond  
Majandusarvestuse instituut  
Finantsarvestuse õppetool

Ave Jõgibert

**ETTEVÕTETE SOTSIAALSE VASTUTUSE  
AVALIKUSTAMISE TASE EESTI EDUKAIMATE  
ETTEVÕTETE NÄITEL NING SELLE SEOTUS  
FINANTSTULEMUSTEGA**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: dotsent Natalja Gurvitš

Tallinn 2015

Olen koostanud töö iseseisvalt.

Töö koostamisel kasutatud kõikidele teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele on viidatud.

Ave Jõgibert .....

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 113219

Üliõpilase e-posti aadress: [ave.jogibert@gmail.com](mailto:ave.jogibert@gmail.com)

Juhendaja dotsent Natalja Gurvitš:

Töö vastab bakalaureusetööle esitatud nõuetele .....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele .....

(ametikoht, nimi, allkiri, kuupäev)

# SISUKORD

<b>ABSTRAKT .....</b>	<b>4</b>
<b>SISSEJUHATUS.....</b>	<b>6</b>
<b>1 ETTEVÕTTE SOTSIAALNE VASTUTUS .....</b>	<b>8</b>
1.1 Sotsiaalse vastutuse definitsioonid ja tõlgendused.....	8
1.2 Lähedased mõisted .....	13
1.3 Sotsiaalse vastutuse mõiste erinevtes ühiskondes .....	14
1.4 ESV mõiste läbi ajaloo .....	16
<b>2 NAABERRIIKIDE UURINGUD ESV AVALIKUSTAMISE KOHTA .....</b>	<b>20</b>
2.1 Leedus läbiviidud uuring.....	20
2.2 Soomes läbiviidud uuring.....	21
2.3 Rootsis läbiviidud uuring.....	22
<b>3 UURING.....</b>	<b>24</b>
3.1 Ettevõtete tutvustus.....	25
3.2 Uuringu tulemused .....	30
3.3 ROE ja ROA analüüs.....	33
3.4 Järeldused ja ettepanekud .....	36
<b>KOKKUVÕTE.....</b>	<b>38</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>40</b>
<b>VIIDATUD ALLIKAD .....</b>	<b>42</b>

## ABSTRAKT

Töö pealkiri on: Ettevõtete sotsiaalse vastutuse avalikustamise tase Eesti edukaimate ettevõtete näitel ning selle seotus finantstulemustega.

Töö eesmärk on välja selgitada kümne Eesti edukaima ettevõtte sotsiaalse vastutuse avalikustamise tase ning võrrelda seda ettevõtete majandusnäitajatega. Töö autor analüüsib seost ettevõtete sotsiaalse vastutuse info avalikustamise ning kõrgeimate finantsnäitajate vahel, võttes aluseks Eesti edukaimad ettevõtted 2013 aastal. Diplomiöö autorit huvitas, kas firma kodulehel sotsiaalse vastutuse infot avalikustanud või sotsiaalse vastutuse aruannet koostanud ettevõtted on paremate majandustulemustega, kui infot vähem või mitte üldse avaldanud ettevõtted.

Teema on aktuaalne, kuna ühe rohkem peetakse oluliseks ettevõtete sotsiaalselt vastutustundliku käitumist nii Eestis kui ka Euroopas. Sarnaseid uuringuid ettevõtete sotsiaalse vastutuse aruandluse, mõju ettevõtte turuväärtusele ning põhjustele, mis mõjutab info avalikustamise suurust ja mahtu ettevõtete kodulehel on tänaseks palju uuritud ning kindlasti uuritakse ettevõtete sotsiaalse vastutusega seotud küsimusi ka edaspidi.

Töö probleemiks on leida vastus küsimusele, kas leidub seos ettevõtte sotsiaalse vastutustundlikkuse ja finantsnäitajate ROE ja ROA vahel? Analüüsist tuleb välja, et seos ettevõtte edukuse ja ettevõtte sotsiaalse vastutuse avalikustamise vale puudub. Kümnest uuritud ettevõttest esitas sotsiaalse vastutuse infot vaid viis firmat. Viru Keemia Grupp täitis ainukesena kõik uuringu kriteeriumid, kuid majandustulemustelt oli alles pingereas eelviimane.

Analüüs viidi läbi skooringu meetodil, uurides firmade kodulehel, sotsiaalse vastutuse aruannetes või aastaruannetes toodud infot sotsiaalse vastutuse avalikustamise kohta. Analüüsi käigus koguti infot kuue erineva sotsiaalse aspekti kohta nagu keskkonna kaitse, sertifikaatide olemasolu, töötajate areng, sponsorlus, stipendiumid ning CSR indeks.

Tööst tuleb välja, et ettevõtte sotsiaalse vastutuse avalikustamine ja aruandlus on vähe levinud. Analüüsist tuleb välja, et kõige kõrgema ESV skoori saanud Viru Keemi Grup on

nimekirjas eelviimane ehk üheksas, seega saame järeldada, et puudub seos sotsiaalse vastutuse info avalikustamise ning kõrgeimate majandustulemuste osas.

Autori hinnangul peaksid ettevõtted rohkem panustama ühiskonna heaolu tõstmisesse ning sellised edukad ettevõtted nagu on käsitatud uuringus peaksid olema eeskujuks väiksematele firmadele. Ettevõtete sotsiaalne vastutus vajab Eestis rohkem tähelepanu nii valitsuse kui ka ühiskonna poolt.

Autori hinnangul võiks tulevikus uurida sotsiaalse vastutuse mõju ettevõtte turuväärtusele.

Võtmesõnad: Ettevõtte sotsiaalne vastutus, tulemuste kolmikmõõde, omakapitalirentaablus, kogukapitalirentaablus.

## SISSEJUHATUS

Bakalaurusetöö teemaks on ettevõtete sotsiaalse vastutuse avalikustamise tase Eestis ning selle seotus finantstulemustega. Analüüsitavateks ettevõteteks on Äripäeva TOP 100 2013 aasta esimesed kümme ettevõtet. Töö autor uurib seost ettevõtete sotsiaalse vastutuse avalikustamise taseme ja majandustulemuste nagu omakapitalirentaablus ning kogukapitalirentaablus vahel. Töös on edaspidi kasutatud lühendi ESV- ettevõtte sotsiaalne vastutus. Teema on aktuaalne, kuna ühe rohkem peetakse oluliseks ettevõtete sotsiaalselt vastutustundliku käitumist nii Eestis kui ka Euroopas. Ettevõtetele kehtivad seadusandlus ja ettekirjutised, mis on kohustuslikud kõikidele ettevõtetele, kuid ülejäänud vabatahtlikud sotsiaalsed tegevused on reguleerimata ning aruandlus puudub. Sarnaseid uuringuid ettevõtete sotsiaalse vastutuse aruandluse, mõju ettevõtte turuväärtusele ning põhjustele, mis mõjutab info avalikustamise suurust ja mahtu ettevõtete kodulehel on tänaseks palju uuritud ning kindlasti uuritakse ettevõtete sotsiaalse vastutusega seotud küsimusi ka edaspidi. Bakalaurusetöö autorile tundus huvitav sarnaselt Lina Dagielenele uurida ettevõtete sotsiaalse info avalikustamise seost finantsnäitajatega Eesti edukimate ettevõtete näitel.

Töö eesmärgiks oli leida seos ettevõtete sotsiaalse vastutuse info avalikustamise ning kõrgeimate finantsnäitajate vahel võttes aluseks Eesti edukaimad ettevõtted 2013 aastal. Diplomiot autorit huvitas, kas firma kodulehel sotsiaalse vastutuse infot avalikustanud või sotsiaalse vastutuse aruannet koostanud ettevõtted on paremate majandustulemustega, kui infot vähem või mitte üldse valdanud ettevõtted.

Analüüs viidi läbi kontentanalüüsi meetodil, uurides firmade kodulehel, sotsiaalse vastutuse aruannetes või aastaruannetes toodud infot sotsiaalse vastutuse avalikustamise kohta. Analüüsi käigus koguti infot kuue erineva sotsiaalse aspekti kohta nagu keskkonna kaitse, sertifikaatide olemasolu, töötajate areng, sponsorlus, stipendiumid ning CSR indeks. Kõikidele ettevõtetele anti tulemuste põhjal ESV skoor, mis jäi nulli ja kuue vahele. Kõrgeima skoori sai Viru Keemia Grupp, kellel oli täiedatud kõik uuritavad aspektid. Kümnest ettevõttest viis said skooriks null, ehk sotsiaalse vastutuse info avalikustamine oli puudulik. Kõik kümme edukaimat ettevõtet aastal 2013 reastati majandusnäitajate

omakapitalirentaablus ning kogukapitalirentaabluse järgi, alustades kõige paremate finantsnäitajatega ettevõttest, kuni kõige madalamate tulemustega ettevõteteni. Analüüsist tuleb välja, et kõige kõrgema ESV skoori saanud Viru Keemi Grup on nimekirjas eelviimane ehk üheksas, seega saame järeldada, et puudub seos sotsiaalse vastutuse info avalikustamise ning kõrgeimate majandustulemuste osas.

Töö esimeses peatükis on antud ülevaade ettevõtte sotsiaalse vastutuse erinevatest definitsioonidest, ajaloost ning lähedastest mõistetest. Käsitletakse erinevate ajastute kirjeldusi ettevõtte sotsiaalse vastutuse kohta ning erinevaid teooriaid, kuidas sõnastada ja mõista ettevõtte sotsiaalse vastutuse mõistet. Sotsiaalse vastutuse olulisus ettevõtte ning ühiskonna jaoks.

Töö teises osas on ülevaade käesolevale bakalaaurusetööle sarnastest teadusuuringutest. Leedus Lina Dagiliene poolt läbiviidud uuring tõstatab küsimuse, kas sotsiaalse vastutuse avalikustamine mõjutab ettevõtte turuväärtust? Soomes 2000. aastal läbi viidud uurimistöös tegeleti Soome jaoks uudse ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandluse uurimisega. Rootsis uuriti, mis selgitab ettevõtte sotsiaalse vastutuse ja keskkonna kaitse alase info avalikustamise sisu ja mahtu ettevõtete kodulehel? Proovides leida seoseid ettevõtte suuruse, tegevusala, omandisuhete ning ESV info avalikustamise vahel.

Kolmandas peatükis on analüüsitud kümne Eesti 2013 aasta edukaima ettevõtte sotsiaalse vastutuse avalikustamise mahtu ning toodud välja majandusnäitajate omakapitalirentaabluse ja kogukapitalirentaabluse edetabel võrreldes seda ESV skooriga. Peatüki lõpus tehakse saadud info kohta järeldused ning ettepanekud.

# 1 ETTEVÕTTE SOTSIAALNE VASTUTUS

Üha rohkem ettevõtteid on eesmärgiks seadnud vabatahtlikult vastutada lisaks omanike huvidele ka töötajate, keskkonna, looduse, kultuuri ning muude ühiskonna osade huvide eest. Tänapäeva maailmas on ettevõtetel oluline roll lisaks kasumi teenimisele, majandusliku heaolu ja töökohtade loomisele lisaks tuua kasu ka kogu ühiskonnale ning keskkonnale. Sotsiaalselt vastutustundlik ettevõtlus on oluline kogu ühiskonna jaoks, see on kasulik sotsiaalses, looduslikus ja majanduslikus plaanis. Vastutustundlik ettevõtlus võimaldab ettevõtjatel teenida kasumit läbi ühiskondliku heaolusse panustamisel. Sotsiaalselt vastutustundlikud ettevõtted on investorite, kogukonna ning töötajate seas hinnatud ja tunnustatud.

## 1.1 Sotsiaalse vastutuse definitsioonid ja tõlgendused

Läbi ajaloo on mitmed professorid püüdnud kõige selgemalt, arusaadavamalt ning üheti mõistetavalt seletada sotsiaalse vastutuse mõistet. Ühtsele arusaamale pole seni jõutud, kuid erinevaid hinnanguid võib mõista sarnaselt. ESV sisaldab endas nii ettevõtte kasumliku toimimist kui ka panust ühiskonna ning keskkonna arengusse, tagades samaaegselt jätkusuutliku arengu.

Howard Bowen mees, keda võib lugeda sotsiaalse vastutuse esiisaks, defineeris mõiste 1953 nii: “ärimeeste otsused ettevõtte juhtimisel, mis järgivad nii poliitilisi, õiguslike reegleid kui ka ühiskonna soove”. See tähendab, et ettevõtete juhid vastutavad oma otsustega nii kasumi, kui ka ühiskonna heaolu eest.

Keith Davis tõlgendas 1960 ESV kui: “juhtide otsused ja rakendatud meetmed, mis on vähemalt osaliselt väljaspool ettevõtte majanduslike ja tehnilisi huvisid”. Tema sõnul on sotsiaalse vastutuse piirid hägused, ning seda tuleks kaaluda kui ettevõtte mainekujunduse võimalusena”.



Friedmani (1970) arvates on ettevõtteid vaid üks eesmärk, teenida kasumit nii, et see järgib kõiki reegleid ning tegutseb avatud ja vabas konkurentsivõttes ilma pettusteta. Tema sõnul ei peaks ettevõtteid tegelema sotsiaalsete küsimustega, vaid keskenduma omanike huvide täitmisele.

Euroopa komisjon määratleb ettevõtte sotsiaalset vastutust kui: kontseptsioon, mille kohaselt ettevõtteid otsustavad vabatahtlikult kaasa aidata parema ühiskonna ja puhtama keskkonna säilimise nimel. Kontseptsioon, mille kohaselt ettevõtteid ühendavad sotsiaal- ja keskkonnaküsimused oma äritegevusse ning suhetesse nende sidusrühmadega vabatahtlikult.

Ogrizeki sõnul on ESV konkurents tehnoloogia, kvaliteetsete teenuste ja hinna alal, tegelikult kõigis valdkondades, kus konkurentsivõttes on lühiajaline või puudub. Ta defineerib, et ESV ei ole mitte ainult osalus heategevuses, heategevuslik või sotsiaalne tegevus, vaid ka äritava, mis sisaldavad keskkonnajuhtimissüsteeme, inimressursside poliitikat ja strateegiliste investeeringute jätkusuutlikkuse tagamine tulevikus.

Sotsiaalselt vastutustundliku ettevõtte organisatsioon defineerib ESV kui ettevõtte ärilise edu saavutamise viisi, mis austab eetilisi väärtusi ja austab inimesi, kogukonda ja looduskeskkonda. (Ştefania 2013)

### **Friedmani kitsas lähenemine ettevõtete sotsiaalse vastutusele**

Laiemale avalikkusele tutvustati Friedmani kitsast lähenemist ESV suhtes 1970 aastal *New York Times* ajakirjas, artikkel põhines Friedmani 1962 aastal kirjutatud raamatul *Capitalism and Freedom* (Kapitalism ja vabadus). Tema hinnangul on ettevõtte ainus kohustus teenida kasumit, tehes seda reegleid järgides ja ilma pettusega. Friedmani hinnangul on seaduste järgimine ettevõtte kohustus ning läbi seaduste järgimise täidab ettevõtte oma sotsiaalset vastutust ühiskonna ees. Kui ettevõtte käitub kasumi maksimeerimisel ebaetiliselt või kahjustab ühiskondlike sotsiaalseid hüvesid, siis tema hinnangul tuleks valitsusel või valitsusasutustel muuta seadusi nii, et firmal tuleb seadust järgides käituda sotsiaalselt vastutustundlikult. (Ştefania 2013)

### **Carroll'i mõõtmised**

Carroll'i hinnangul koosneb ettevõtte sotsiaalse vastutuse kontseptsioon nelja tasemega püramiidist. Need neli mõõdet on:

- Majanduslik - Tema seisukohast on püramiidi alus majandus, põhiliselt majanduslikud ülesanded: kasumi maksimeerimine ja turuosa meetmed, säilitades tugeva konkurentsipositsiooni, nendele alustaladele toetub ettevõtte sotsiaalne vastutus.
- Õiguslik- Järgmine tase püramiidis on ettevõtte juriidiline vastutus. Ettevõtte peab järgima seadusi ja regulatsioone, mis on kehtestatud kohalike omavalitsuste ja riigi poolt.
- Eetiline – Kolmas tase püramiidis on ettevõtte eetiline vastutus. Need on tegevused, mis ei ole seadusega reguleeritud või kehtestatud, kuid on oodatud ühiskonna liikmete poolt. Standardid ja normid, mida ühiskond, töötajad ja aktsionäärid peavad õiglaseks, austatuks ning moraalseks.
- Heategevuslik – Püramiidi tipus on heategevuslikud kohustused. Need on ettevõtte poolt vabatahtlikult ette võetud programmid või tegevused, mis tõstavad kogu ühiskonna heaolu ning on kõrgelt hinnatud kõikide ühiskonnaliikmete poolt. (Štefania 2013)



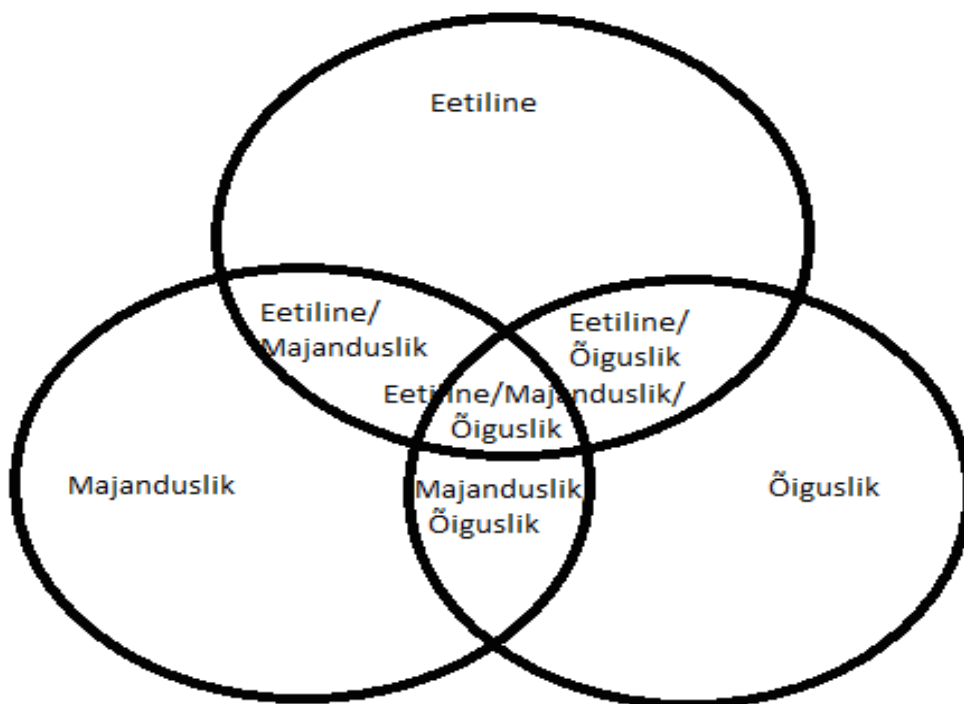
Joonis 1. Carroll'i püramiid

Allikas: Carroll 1991 (autori koostatud)

### Schwart'si dimensioon – Ettevõtte sotsiaalse vastutuse kolme domeeni mudel

Kolme domeeni mudel püüab siduda kaks koolkonda, need kelle arvates on ettevõtte ainukeseks eesmärgiks maksimeerida kasumit – Friedman, ning Corroll'iga nõustuv koolkond, kelle arvates on ettevõtte eesmärgiks lisaks kasumi maksimeerimisele ka ühiskonna heaolu loomine.

Schwarts'i teooria on väga sarnane Corroll'i omale, kuid tema hinnangul ei koosne ESV neljast valdkonnast vaid kolmest. Nendeks on majanduslik, õiguslik ning eetiline valdkond. Tema hinnangul saab heategevuslik valdkond lähtuda vaid majanduslikest või eetilistest kaalutlustest. Schwart'i hinnangul ei tohiks erinevaid ESV valdkondi paigutada püramiidi, nii tekib hierarhia ja võib jääda mulje nagu heategevuslik valdkond oleks püramiidi tipus kõige olulisemana ning majanduslik pool püramiidi all kõige vähemolulisem. Tema hinnangul peaksid kolm valdkonda olema paigutatud sfääridena, osaliselt paigutatud üksteise kohale, nii et kohakuti olevad osad tekitavad ühisosa. (Ştefania 2013)



Joonis 2. Schwartsi sfäärid

Allikas: Schwarts ja Carroll 2003 (autori koostatud)

### **Mõjutussfäärid - Maailma Säästva Arengu nõukogu tõlgendus**

Maailma Säästva Arengu nõukogu (World Business Council for Sustainable Development - WBCSD) jaotab ESV kolme mõjusfääri, mis ettevõtet mõjutab ning mis suunab ettevõtte juhte tegema sotsiaalselt vastutustundlike otsuseid. Need kolm mõjusfääri on:

- Otsene mõjusfäär – tarbijate mõjutused ettevõttele, keskkondlikud mõjutused
- Kaudne mõjusfäär – koostööpartnerite ja teiste sidusrühmade mõjutused, ärietika
- Sisemine mõjusfäär – töötajate tervishoid, head töötingimused, töötajate kaasatus ning areng

WBCSD hinnangul on ESV oluliseimad aspektid tänapäeval: inimõigused, töötajate õigused, keskkonna kaitse, suhted tarnijatega ning kaasatus ühiskonnas. Ettevõtte juhtimisel tuleb sotsiaalse vastutuse tegevusi lisada ärikultuuri ja see peaks olema osa ettevõtte pikaajalisest või lühiajalisest strateegiast. Selle saavutamiseks ning pikaajalise kasumi ja kasvu tagamiseks, peavad ettevõtted võtma oma sotsiaalse vastutuse tegevustesse selliseid väärtusi, põhimõtteid, strateegiaid ja tavasid, mille rakendamine on jätkusuutlik ning püsiv. (Štefania 2013)

### **Euroopa Liidu tõlgendus**

Euroopa Komisjoni määratletud sotsiaalne vastutus on põhimõte, mille kohaselt ettevõtted vabatahtlikult hoolitsevad ning investeerivad sotsiaalsete hüvede ja keskkonnaga seotud heaolu tõstmisesse nende igapäevases töös ja nende suhetes sidusrühmadega. Ettevõtete sotsiaalne vastutus viitab ettevõtte tegevusele, mis ületab oma õiguslikke kohustusi ühiskonna ja keskkonna ees. (Štefania 2013)

Vastutustundlik ettevõtlus tähendab seda, et ettevõtjad teevad oma igapäevases äritegevuses vabatahtlikult rohkem, kui on seadusega nõutud, et saavutada sotsiaalsed ja keskkonnavalased eesmärgid. (Euroopa Komisjon 2015)

## 1.2 Lähedased mõisted

Ettevõtte sotsiaalne vastutus on väga lai mõiste, selle all võib mõiste erinevaid ettevõtte tegevusi ja toiminguid, mis on seotud ettevõtte sotsiaalsete tegevustega. Firma juhtide jaoks on oluline tagada klientide, koostööpartnerite ning omanike rahulolu ning selle saavutamiseks peavad juhid suutma luua jätkusuutliku ettevõtte toimise ja üheaegselt toota kasumit. Väga oluline on leida tasakaal heade majandustulemuste ning sotsiaalselt vastutustundliku käitumise vahel.

Jätkusuutlikkus ehk kestlikkus kogu vastutustundliku ettevõtluse teema on tihedalt seotud jätkusuutlikkuse mõistega. Võib öelda, et vastutustundliku tegevusega töö-, turu- ja looduskeskkonnas ning kogukonnas panustab ettevõtte otseselt või kaudselt oma kestlikkusesse. Klientide, investorite ning omanike huvidest lähtudes tagatakse pikaajaline ning jätkusuutlik ettevõtte majandamine. Rahuldades ettevõtte juhtide ja töötjate tänaseid vajadusi ei seata ohtu tulevaste põlvete heaolu.

Sotsiaalse ettevõtte puhul on peamine küsimus millise tegevusega ühiskonda paremaks muudetakse ja kuidas see mõjutab tulevaste põlvete elutingimusi. Sotsiaalse ettevõtte eesmärk on muuta ühiskonda paremaks ettevõtluse abil. Vastutustundliku ettevõtja eesmärk on teenida kasumit, arvestades oma tegutsemisviiside valimisel võimalikult palju ka ühiskonna huvidega laiemalt. (Marrewijk 2003)

Tulemuste kolmikmõõde on põhimõte, mille kohaselt ettevõtte või muu organisatsiooni terviklikku tulemuslikkust tuleb mõõta peale majandusnäitajate ka keskkonna- ja sotsiaalsete kriteeriumide alusel. Säästev areng eeldab majandusliku heaolu, keskkonnakvaliteedi ja sotsiaalse õigluse tagamist, seetõttu tuleks ettevõtjal rahalise kasumi kõrval arvestada ka oma tegevuse keskkonna- ja sotsiaalseid aspekte.

Tulemuste kolmikmõõde mõiste mõtles esimesena välja 1994 aastal John Elkington. Tema sõnul peaks ettevõtted kasutama kolme erinevat tulemuste mõõtmise kontot. Esiteks majanduslik kasu konto ettevõttes, teiseks inimeste või töötajate konto ja kolmandaks planeedi või ühiskonna konto. Majandusliku kontot on väga lihtne arvestada, ettevõtte majandustulemusi jälgides saab aru kuhu poole on ettevõtte suundumas kas kasumi või

kahjumi poole, kuid keerulisem on töötajate ja ühiskonna konto arvestamisega. Töötajate ja ühiskonna kontode all peetakse silmas ettevõtte mõjutusi sotsiaalsel tasandil ja ühiskonna konto all keskkonna mõjutusi. Elkingtoni arvates peaks ettevõtte suutma toimida kasumlikult sealjuures arvestades sotsiaalseid ja keskkondlike mõjutusi.

Tulemuste kolmikmõõdme idee on paljusid ettevõtteid pannud jälgima sotsiaalset vastutust, kliimamuutuste vastast võitlust ning õiglase kaubanduse põhimõtteid. Kasvatadlikkus nendes valdkondades on sundinud mitmeid ettevõtteid, sealhulgas Nike ja Tesco vaatama uuesti läbi oma hankepoliitika ja hoidama tihedamat silma peal eetikanormide täitmisel. (Hindle 2009)

### **1.3 Sotsiaalse vastutuse mõiste erinevtes ühiskondes**

Erinevates riikides ning ühiskondades mõistetakse sotsiaalse vastutuse mõistet erinevalt näiteks Filipiinidel mõistetakse sotsiaalset vastutust kui ettevõtte ülesannest toetada ühiskonda. Ghanas mõistetakse ettevõtte sotsiaalset vastutust kui elatusvahendi loomist, mis austab erinevaid kultuure, loob võimalusi ettevõtluse jaoks ning tõstab töötajate haridustaset. Ameerika Ühendriikides tähendab sotsiaalne vastutus pigem heategevust ettevõtete poolt. Firmad toodavad kasumit ja maksavad makse ning osa kasumist suunatakse heategevuseks, kui organisatsioon püüab heategevusest kasu lõigata näiteks reklaami näol, siis see mõjub ettevõtte mainele kahjustavalt. Sealses ühiskonnas peetakse heategevust vabatahtlikuks ning omakasupüüdmatuks. Eurooplaste jaoks tähendab ettevõtte sotsiaalne vastutus pigem seda, et ettevõtte lähtub oma tegemistes ühiskondliku heaolu tõstmisele. Selle mudeli juures saab sotsiaalne vastutus ettevõtte igapäevaste tegevuste osaks. Pööratakse rõhku, et tööprotsessid oleksid keskkonda säästvad, töötajate areng oleks tagatud, toetatakse kultuuri ning sporti.

Euroopa komisjon määratleb ettevõtte sotsiaalset vastutust kui: Kontseptsioon, mille kohaselt ettevõtted otsustavad vabatahtlikult kaasa aidata parema ühiskonna ja puhtama keskkonna säilimise nimel. Kontseptsioon, mille kohaselt ettevõtted ühendavad sotsiaal- ja keskkonnaküsimused oma äritegevusse ning suhetesse nende sidusrühmadega vabatahtlikult. (Euroopa Komisjon 2015)

Whartoni ülikooli professor innovatsiooni ja ettevõtluse alal Ian C. MacMillan arvates kasutavad paljud ettevõtted sotsiaalset vastustundliku käitumist reklaamina. *“See näeb hea välja. See kõlab hästi. Ja see on “õige” asi, mida teha”*

Tema arvates on tänapäeval sotsiaalse vastutuse ignoreerimine tõsine ärisrisk. Nii tarbijad kui ka teise ettevõtte väldivad koostööd ebaeetiliste firmadega. Vaieldamatult satuvad ebaeetilised ettevõtte ka rohkem erinevatesse kohtuvaidlustesse.

Ettevõtte hoolivad sotsiaalsest vastutusest, kuna nende tarbijate jaoks on see oluline. Landor Associates poolt läbiviidud küsitluses vastas 77% vastjates, et nende jaoks on ettevõtete sotsiaalselt vastutustundlik käitumine oluline.

Sotsiaalne vastutus on olulisel kohal ka talentide leidmisel ja hoidmisel. Uuringutest on välja tulnud, et ettevõtte sotsiaalselt vastutustundlik käitumine on uute töötjate leidmisel 3 oluliseima kriteeriumi hulgas ning ettevõtte maine 10 oluliseima kriteeriumi hulgas. Tänapäeva noortele on oluline olla osa ühiskonna paremaks muutmise protsessist. Sotsiaalselt vastutustundlik käitumine peaks olema osa äritegevusest mitte eraldi oskakond vaid selleks, et teha reklaami. (Time 2012)

Eetikaveeb sõnastab ettevõtte sotsiaalset vastutust nii: Ettevõtte sotsiaalne vastutus on mõiste, mis iseloomustab majanduslike, sotsiaalsete ja keskkondlike mõjude arvestamist äritegevuses. Sotsiaalne vastutus on ettevõtte eesmärgipärane, järjepidev ja vabatahtlik, seaduse nõudmistest kaugemale ulatuv panus ühiskonna huvide täideviimiseks. Sotsiaalne vastutus puudutab kõiki ärireeetika valdkondi: oma töötajate, nende töö- ja elutingimuste eest hoolitsemine nii kodu- kui ka välismaal, vastutustundlikkus investeeringute tegemisel ja tootmise planeerimisel, kogukonna vajaduste arvesse võtmine ja koostöö, tahe säästa keskkonda ning edendada sotsiaalset õiglust ja heaolu. Laiemas tähenduses on sotsiaalne vastutus mis tahes eetiline piirang kasumi püüdlisel; kitsamalt on see ettevõtte võetud kohustus edendada sotsiaalseid hüvesid, sõltumata kasumitaotlusest.

Sotsiaalse vastutuse rubriigis on peamine tähelepanu pööratud kitsamale tähendusele: eelkõige ettevõtte seostele ühiskonna ja kohaliku kogukonnaga. (Eetikaveeb 2015)

Kotleri ja Zaltmani definitsiooni järgi erineb sotsiaalne turundus teistest turunduse kontseptsioonidest vaid turundaja ja tema organisatsiooni eesmärkide olemuse poolest. Sotsiaalse turunduse eesmärk on mõjutada või suunata ühiskondlikku käitumist ja hoiakuid. Erinevalt n-ö tavaturundusest ei ole sotsiaalse turunduse keskmes toode ja selle müügist saadav tulu, vaid ühiskond ja selle teadlikkuse arendamine mingil konkreetsel teemal. Kasu saab siinjuures eelkõige turunduse sihtgrupp, mitte turundaja ise. Eriti levinud on sotsiaalne turundus tervishoiusektoris ja keskkonnakaitses.

Sotsiaalseosega turunduse puhul on turundajal mängus ka majanduslikud huvid.

Sotsiaalseosega turunduse peamiseks eesmärgiks on pikaajaline ja oluline muudatus brändi imidžis, mis toob kaasa tulude kasvu, kliendilojaalsuse jms. Sotsiaalseosega turundust võib defineerida ka kui strateegilist positsioneerimis- ja turundusvahendit, mis seob firmat või brändi teatud heategevusettevõtte või -üritusega ühise kasu eesmärgil.

Suurbritannia heategevusorganisatsioon Business in the Community sõnastab sotsiaalseosega turunduse nii: “Kommertstegevus, mille kaudu äriettevõtmised ja heategevusorganisatsioonid või sotsiaalhuvid moodustavad omavahel partnerluse imidži, toote või teenuse vastastikku kasulikuks turundamiseks.” Kasu on siinjuures mõlemal poolel – nii heategevusorganisatsioonil kui sotsiaalsel turundajal, kui ka äriettevõttel kui sotsiaalseosega turundajal.

Sotsiaalseosega turundus ei ole heategevus selle tavapärase mõistes, kuna raha, mida sotsiaalseosega turunduses kasutatakse, ei ole otsene annetus heategevusorganisatsioonile. (Reede 2005)

## **1.4 ESV mõiste läbi ajaloo**

Ettevõtte sotsiaalne vastutus on tänapäeval väga palju kajastust saanud teema olgugi, et tegelikult pole seda suudetud lõpuni lahti defineerida. Erinevad autorid mõistavad ESV erinevalt ning liigitavad erinevad aspektid sotsiaalse vastutuse alla. Endiselt puudub üksmeel universaalse ESV definitsiooni leidmisel. Ettevõtte sotsiaalne vastutus ei ole uus mõiste, see on läbi ajaloo muutunud ning täienenud, et see oleks ühtselt mõistetav nii akadeemikutele, ühiskonnale kui ka ettevõtjatele, kes seda mõistet oma igapäevastes toimetustes rakendavad.

Alates 1950ndatest kuni tänapäevani on sotsiaalse vastutuse definitsioon väga palju muutunud. Siin on toodud mõned näited, kuidas on püütud ESV mõistet teha arusaadavamaks ning läbipaistvamaks. (Lucy Hack 2014)

### **1950 ja 1960 – ettevõtte mõju ühiskonnale**

Bowen (1953) sõnul ettevõtted kasvavad ning muutuvad üha rahvusvahelisemaks ning seetõttu peaksid nad arvestama planeedi maavarade kasutamise ning oma mõjule maailmas.

Spencer (1958) sõnul tehnoloogiline areng ja kasvavad ettevõtted omavad maailmas juhtivat rolli ning, et nende suurimaks väljakutseks ei ole kasumi teenimine, vaid sotsiaalse



kasu loomine. Seega olid 50 ndatel ning 60 ndaltel ESV märksõnadeks ühiskondlik kasu ning töötajate heaolu. (Lucy Hack 2014)

### **1970 – äri ja sotsiaalse vastutuse ühildamine**

1950ndatel ja 60ndaltel peeti oluliseks, et ettevõtte juht oleks sotsiaalset vastutustundlik ning hoolitseks töötajate heolu eest, siis Bowen'i sõnul peaks kogu ettevõtte meeskond vastutama ühiskonna heaolu eest. 70ndtel hakati mõistma, et ESV on vabatahtlik ning ei saa eeldada, et kõik ettevõtted on kohustatud sellist mõtteviisi omaks võtma. Sel perioodil oli ESV kirjeldatud kui ettevõtete vastutust sidusrühmade jaoks, nimelt töötajate, klientide, ühiskonna ja keskkonna jaoks ning see annab aja jooksul ettevõttele konkurentsieelise. Friedman (1970) väitis kategooriliselt, et "konkurentsieelise väide" ESV osas on ülehinnatud. Lisaks väitis ta, et üldine eesmärk äril on teenida kasumit aktsionäridele ja mitte osaleda tegevuses, mis juhtib tähelepanu kõrvale kasumi teenimiselt. Selline mõtteviis tekitas palju vastukaja ning lahkavamusi. Selleks, et tagada ettevõtete ja sotsiaalse vastutuse põimumine, väitis Sethi (1975), et sisuliselt on sotsiaalne vastutus see, kuidas äri teenib kasumit, teeb koostööd sidusrühmadega ning, et see protsess peab olema kooskõlas eetiliste standardite, õiguse ja ühiskonna ootustega. (Lucy Hack 2014)

### **1980 ja 1990 – sotsiaalküsimuste selgitamine**

ESV omas ühiskonnas üha suuremat rolli, ning ettevõtted, kes olid omaks võtnud sotsiaalse vastutuse programmi olid ühiskonna silmis hinnatumad ning edukamad. Jones (1980) sõnul aga peaksid ettevõtete sotsiaalsed programmid peegeldama rohkem ühiskonna huve, kui investorite ning omanike soove.

Wartick ja Cochran (1985) sõnul ei saa panna ettevõtetele kohustust vastutada sotsiaalsete küsimuste eest, mis lahendamist vajavad. Nende sõnul on ettevõtte eesmärk teenida võimalikult suurt kasumit omanikele ning investoritele ning juhid, kes kasutavad firma rahasid, et edendavad sotsiaalselt vastutustundliku tegevust varastavad omanike, investorite dividendide ning töötajate palkade tagant.

Drucker (1984) teatas, et ettevõtte sotsiaalse vastutuse mõiste ei pea olema keeruline, sest see on ärivõimaluste nägemine sotsiaalsete küsimuste lahendamisel. Seega võib ESV kirjeldada tema sõnul kui: "... taltsutada lohet, mis omakorda võtab arvesse sotsiaalse probleemi majanduslikke võimalusi ja majanduslikku kasu, arvestab tootmisvõimsust, inimesete pädevust ning loob uusi hästi tasustatud töökohti tootes ühtlasi rikkust omanikele ning investoritele."

Reder (1994) sõnastas ettevõtte sotsiaalse vastutust kui kõikehõlmav mõiste, mis sisaldab kahte protsessi, kuidas firma teostab oma sisemise töö ehk kuidas ta kohtleb oma töötajaid ning laiem protsess, kuidas firma suhtub end ümbritsevasse maailma.

Sarnaselt Rederile sõnastas Carroll (1999) ESV läbi kolme ringi mudeli; ringi esimene funktsioon on majanduslik kasu, vahefunktsioonid on need, mis näitavad tundlikkust muutuvate sotsiaalsete väärtuste suhtes ja välimine ring on ekstra sotsiaalne vastutust, mis on ettevõtte endale vabatahtlikult kohustuseks võtnud. On kindlaks määratud õiguslikud ja majanduslikud kohustused, mis moodustavad algtaseme ja mõned täiendavad eetilised ja heategevuslikud kohustused, mis ettevõtte on endale vabatahtlikult võtnud niioelda "ekstra miil."

Holcomb, Upchurch ja Okumus (2007) jäid eelnevate teooriate suhtes kriitiliseks ja nimetasid neid kui "kirsi korjamise" tegevuseks. Nende hinnangul ei peaks olema ESV isereguleeritav, kuna ettevõtted ei ole võimelised ise hindama, millisele sotsiaalsele valdkonnale nad peaksid keskenduma. Sellisel juhul valivad "kirsi korjamise" meetodil endale sobivaima sotsiaalse valdkonna, millega äratada ühiskonna tähelepanu ja keskenduses valdkonnale nii vähe kui võimalik. Nende hinnangul peaks olema ESV reguleeritud ning kindlalt määratletud. Vastasel juhul jäävad "kirsi korjamise" meetodiga tegelikult tähelepanu vajavad valdkonnad tähelepanuta ja lahendamata. (Lucy Hack 2014)

## **21 sajand – prioriteetide kehtestamine**

21 sajandil kasutatakse ühe rohkem ESV defineerimisel mõistete mõju sidususrühmadele, seda mõistetakse kui ettevõtte mõjutusi nii inimeste kui keskkonna suhtes.

Selge ja vankumatu arusaam ESV mõistetst on kui, eetiline ja vastutustundlik viis ettevõtet juhtida, luues kõrgema elatustaseme, tagades ettevõtte kasumlikkuse ning hoolida inimestest ettevõtte sees kui ka väljaspool.

Karnani sõnul on sotsiaalne heaolu tagatud ka juhul, kui ettevõtted keskenduvad vaid kasumi tootmisele, sest parem majanduslik olukord tõstab kogu ühiskonna heaolu. Tema hinnangul ei ole ESV mitte midagi muud kui püüdlus heade tavade ja moraalselt aksepteeritava käitumise suunas.

Selleks, et mõista, milline on sotsiaalselt vastutustundlik ettevõtte proovisid Crowther and Aras (2008) nimetada niiöelda tüüpilised omadused “ideaalse inimese” kohta, kuid tegelikkuses on võimatu kanda sarnaselt üle tüüpilisi omadusi ideaalsele sotsiaalselt vastutustundlikule ettevõttele, kuna maailmas ei eksisteeri ideaalset inimest ega ka ideaalselt vastutustundlikku ettevõtet. (Lucy Hack 2014)

See, kas ettevõtte toimib sotsiaalselt vastutustundlikult või mitte jääb iga juhi otsutada, kuid ühiskond aksepteerib paremini neid firmasid, kes teenivad suuri kasumeid, luues majanduslikku heaolu ning kelle panus ühiskonna ning keskkonna arengusse on suuremad. Samuti jääb ettevõtte juhtide otsutada, millistele sotsiaalselt olulistele aspektidele peaks just nende ettevõtte rõhku pöörama. Tänapäeva maailmas on kõrgelt hinnatud firmad, kes panustavad keskkonna säilimisse ning kelle prioriteediks on toimida oma igapäevatoos nii, et see kahjustaks võimalikult vähe meid ümbritsevat loodust. Järjest olulisemaks on saanud ka niiöelda “õiglane kaubandus” inglise keeles “fair trade”. See tähendab, et ettevõtte maksab õiglast hinda tooraine eest, mida ostetakse sisse arengumaadest või väiketootjatelt.

Õiglane kaubandus on partnerlussuhe, mis põhineb läbipaistvusel ja aususel, tagamaks võrdsemat ning ausamat rahvusvahelist kaubandust. (World Fair Trade Organization 2015,

Mõned tänapäeva edukad ettevõtted, kes on rahvusvaheliselt tuntud kui sotsiaalselt vastutustundlikud ning järgivad õiglase kaubanduse tavasid on The Body Shop, Starbucks jpt.

## **2 NAABERRIIKIDE UURINGUD ESV AVALIKUSTAMISE KOHTA**

Sarnaseid uuringuid, milles käsitletakse ettevõtete sotsiaalset vastutust on läbi viidud ka mitmetes teistes riikides. Üha enam tuntakse huvi ettevõtete panusesse sotsiaalsel pinnal. Tänapäeva ühiskonna jaoks on oluline, et ettevõtted oleksid ühiskonnaga suuremas kontaktis, tagades töötajate, koostööpartnerite ning tarbijate heaolu. Firmad ei ole mitte eraldiseisvad omanikele ja investoritele ainult kasumit tootvad üksused, vaid kuuluvad ühiskonna juurde, mõjutades oma tegevusega mitmete huvigruppide rahulolu. Erinevaid uuringuid ESV kohta on tehtud maailmas väga palju, on uuritud ESV aruannete mõju kohta ettevõtte edu saavutamisel, ESV aruannete kasjustamise kohta ja palju muud. Selles peatükis toob autor välja kolm uuringut ESV kohta Leedus, Soomes ja Rootsis.

### **2.1 Leedus läbiviidud uuring**

Leedus on läbi viidud mitmeid uuringuid ESV kohta, näiteks Dagiliene (2011) uuris Leedu piimatööstuse sotsiaalse vastutuse avalikustamist meedias ning veebilehtedel. Sellest uuringust tuli välja, et ettevõtted avalikustavad ESV aruandeid peamiselt brändi reklaami eesmärgil. Aastal 2012 uurisid Leitonienė ja Sapkauskienė, Dagiliene ja Leitonienė ESV aruandluse kajastamise probleeme. Uuringust tuli välja, et põhiprobleemiks on sotsiaalse aruandluse reguleerimatus Leedus. Kuid senini ei olnud uuritud ESV aruandluse mõjutusi ettevõtte väärtusele või finantstulemustele. Sellele küsimusele proovis lahendust leida Lina Dagiliene, kes viis läbi uuringu “Sotsiaalse aruandluse mõju ettevõtte väärtusele arenevas majanduses”. Uuring viidid läbi 2013 aastal Vilniuse börsil oleva 13 ettevõtte kohta. Uuringu käigus reastati need kolmteist ettevõtet vastavalt kodulehel ja aastaaruandes toodud ESV kajastamise järgi. Kõrgema hinnangu said ettevõtted, kes kajastasid rohkem infot ESV kohta ning tekkinud pingerida võrreldi ROA ja MVA alusel. Nii saadi ülevaade, kuidas mõjutab ESV kohta kajastatud info ettevõtte finantstulemusi. (Dagiliene 2013)

ROA (*Return on assets*) ehk kogukapitalirentaablus näitab, kui edukalt kapitalistliku ettevõtet majandatakse. (Laidre 2004)

MVA ehk lisandunud turuväärtus. Lisandunud turuväärus on ettevõtte turuväärtuse ning ettevõttesse paigutatud vahendite (omakapital + võõrkapital) raamatupidamisväärtuse vahe. Ehk teisisõnu komponentideks on üheltpoolt ettevõtte vastu suunatud kapitalinõuded ja teisalt omakapitali ning laenukoorma ehk võõrkapitali turuväärtus. Mida kõrgem MVA, seda parem näitaja see on. Kõrge MVA väärtus näitab, et ettevõtte on loonud olulist väärust omanikele. (Dsiss 2006)

Uuringust tuleb välja, et kaks kõige rohkem infot avalikustanud ettevõttel on madal MVA. Sellest saab järeldada, et kõrgema sotsiaalse informatsiooni avalikustamine sidusrühmadele ei suurenda turu lisandväärtust Vilniuse börsiettevõtete. Kõrgeima ROA näitajatega ettevõtted kuuluvad aga sotsiaalset informatsiooni vähe avaldanud ettevõtetele. Uuringust saab järeldada, et ettevõtted, mille turuväärtus ja bilansiline väärtus on kõrgemad ei ole sotsiaalselt vastutustundlikumad. Leedus läbiviidud uuringust tuleb välja, et ESV kohta rohkem informatsiooni edastavatel ettevõtetel ei ole kõrgem ROA ega MVA. (Dagiliene 2013)

## **2.2 Soomes läbiviidud uuring**

Soomes viidi läbi uuring “Ettevõtete sotsiaalse vastutuse aruandlus ja inimeressursi avalikustamine Euroopa kontekstis: Soome ettevõtete analüüs”. Uuring keskendus ettevõtte sotsiaalse vastutuse alla kuuluva asbekti töötajate arengu ja heaolu uurimisele Soome firmades 2000 aastal. Oluline on ära märkida, et Soomes on tööturu ja kollektiivsed töösuhted rangelt reguleeritud ning Soome valitus omab juhtivat rolli sotsiaalteenuste- ja toetuste tagamisel. 1997 aastal muutus üha olulisemaks inimkapitali jälgimine Soome ettevõtetes. Vastavalt üldisele määratlusele, tähendab inimkapital üksiku töötaja isiklike oskusi ja teadmisi. Üha enam hakati tähelepanu suunama indikaatoritele nagu töötajate väljaõppe kulud, töötajate haridustase, personali keskmine vanus, keskmine tööhõive aastate arv, personalivoolavus ja lisandväärtus töötaja kohta. Need indikaatorid annavad ülevaate, milline on üksiku töötaja olulisus ettevõtte jaoks ning kui hästi suudetakse töötajaid rakendada ettevõtte kasumi teenimisel.

“Ettevõtete sotsiaalse vastutuse aruandlus ja inimesressursi avalikustamine Euroopa kontekstis: Soome ettevõtete analüüs” uuring kriteeriumidele vastasid 205 Soome edukamat ettevõtet, nendes firmades oli rohkem kui 200 töötajat. Kuid vastanud oli 160, kelle aastaaruannete andmeid 2000. aasta uuringu läbiviimisel kasutati. Uuring viidi läbi kontentanalüüsina uurides aastaaruandeid ning sotsiaalse vastutuse raporteid.

Kõige rohkem oli aruannetes infot teemade: väljaõpe ja töötajate areng, töötasu ja boonused, töötajate kaasamine ning töötajate tervise ja heaolu kohta. Kõige vähem avalikustati infot töötaja töö ja eraelu tasakaalu kohta. Oluline on välja tuua, et üks kolmandik ettevõtetest olid läbi viinud töö atmosfääri ja rahulolu uuringu. 2000 aastate alguses oli ESV ja sellest raporteerimine Soomes algfaasis. Lisaks sellele, et mitmed ettevõtted olid avaldanud oma väärtusi või viidanud ESVle, eetika või jätkusuutlikkusele oma aruannetes näitab, et ettevõtted on hakanud pöörama nendele küsimustele tähelepanu. Uuringust tuli välja, et ettevõtetel puudub ülevaade, kuidas esitada ettevõtte sotsiaalse vastutuse ning inimressursi raporteid, kuna aruannetes toodi välja firmade poolt väga erinevaid indikaatoreid, kuid tegelikult jäi ettevõtete võrdlemine nende indikaatorite alusel puudulikuks. Ühiselt kokkulepitud suunised ja kriteeriumid tulemuste mõõtmiseks ja aruandluseks Euroopa tasandil tagaks sidususe tulemuste avalikustamisel ning võimaldaks nii ettevõtteid omavahel võrrelda. (Vuontisjärvi 2006)

### **2.3 Rootsisis läbiviidud uuring**

Empiiriline uuring Rootsi ettevõtete kohta “Mis selgitab ettevõtte sotsiaalse vastutuse ja keskkonna kaitse alase info avalikustamise sisu ja mahtu ettevõtete kodulehel?” viidi läbi 2007 aastal. Infot koguti 267 ettevõtte kodulehelt 2006 aasta finantsaruannetest ning ESV raportitest. Uuringu eesmärgiks oli leida seos ettevõtte suuruse, tööstusharu, kasumlikkuse, omandi suhete ja sotsiaalse vastutuse avalikustamise vahel ettevõtte kodulehel.

Uuringu käigus jõuti järeldusele, et ettevõtte suurusel ning ESV info avalikustamise vahel on seos. Suurematel ettevõtetel on rohkem töötajaid ning investoreid, kes on otseselt organisatsiooniga seotud ning nende huvi ESV avalikustamise kohta on suurem. Tarbekaupade tööstusharu osas leiti, et eetiliste väärtuste rõhutamine on rohkem levinud, kui teiste tööstusharude osas, seda mõjutab tarbijate eelistused eetiliselt valmistatud ja töödeldud

kaupade osas ning massimeedia eetiliste väärtuste laialdane kajastamine. Toorainet töötlevate ettevõtete kodulehtedel oli enam avalikustatud infot keskkonnakaitse, töötervishoiu ning tööohutuse osas. IT ettevõtete puhul oli sotsiaalsete andmete avalikustamine väga madal, seda võib seletada asjaoluga, et IT valdkonnas esineb sotsiaalseid küsimusi väga vähe või need puuduvad. Uuringust tuleb välja, et seos on olemas ettevõtte kasumlikkusel ning sotsiaalse info avalikustamisel. Kõrgemate omakapitalirentaabluse (ROE) näitajatega ettevõtete panus sotsiaalse heaolu tõstmisesse oli suurem. Riigi omandis olevad firmad avalikustasid rohkem sotsiaalset infot kui eraomandis olevad organisatsioonid. Seda võib seletada asjaoluga, et riigile kuuluvad ettevõtted peavad olema eeskujuks eraomandis olevatele ettevõtetele ning nende panus ühiskonna heaolusse on suurem. (Torbjörn Tagesson 2009)

### 3 UURING

Uuringus käsitletakse 2013 aastal Äripäeva poolt nimetatud 10 edukaima Eesti ettevõtte analüüsi ning nende sotsiaalse vastutuse panust meie ühiskonnas. Standardiseeritud kontentanalüüsi käigus uuritakse edukamimate ettevõtete kodulehel toodud infot või eraldi aruandeid sotsiaalse vastutuse kohta. Uurigu eesmärgiks on leida seos firmade sotsiaalselt vastutustundlikult käitumise ja ettevõtte edukuse vahel. Info kogumine toimub tutvudes 10 edukaima ettevõtte kodulehekülgede, aastaaruannete ning eraldiseisvate sotsiaalse vastutuse aruannetega. Kõige põhjalikum ülevaade ettevõtte sotsiaalse vastutuse kohta on toodud Viru Keemia Grupp kodulehel, neil on mahukas Säästva arengu aruanne, enamikel ettevõtetest on toodud lühikene kokkuvõtte arendustegevusest ning säästvast arengust, kuid viiel ettevõttel puudub kodulehel info sotsiaalse vastutuse või keskkonda säästva arendustegevuse kohta.

TOP100 esikümme:

1. Skinest Rail AS - raudtee infrastruktuuri ettevõtte
2. Spacecom AS - raudteeveeremi rentimine
3. Nordmet AS - hulgikaubandus
4. IDEAB Project Eesti AS - hoonestusprojektide arendus
5. DBT AS - laadungikäitlus
- 6.–7. Petromaks Spediitori AS - ekspedeerimine
- 6.–7. Olympic Entertainment Group AS - meelelahutus
8. Viru Keemia Grupp AS - keemiatööstus
9. Baltic Maritime Logistics Group AS - ekspedeerimine
10. ALSTOM Estonia AS – ehitus



### 3.1 Ettevõtete tutvustus

Äripäeva poolt koostatud TOP 100 nimekirja koostamisel seati ettevõtted pingeritta kuue näitaja põhjal: 2012. aasta käive, käibe kasv 2011. aastaga võrreldes, 2012. aasta ärikasum, ärikasumi kasv 2011. aastaga võrreldes, rentaablus aastal 2012 ja varade tootlikkus aastal 2012. (Sarapik 2013)

1. Skinest Grupp tegutseb põhiliselt raudteesektoris, kuid grupi tütarettevõtted tegelevad muu hulgas ka alternatiivenergiaga, kinnisvara alal ning autode hulgi- ja jaemüügiga. AS Skinest Grupi huvide skaala ulatub tuulegeneraatorite abil toodetavast elektrienergiast (Skinest Energia), kütusetarnimisest Eesti ühele suurimale tanklateketile (Alexela Oil), vedelkütuste ümbertankimisest naftasadamates Paldiskis, Sillamäel ja Bergenis (Alexela logistics) kuni kasutatud autode jaemüügini (Skinest Car Trading). ASile Skinest Grupp kuuluvad lisaks ASile Skinest Rail teised Skinest kaubamärgi all tegutsevad ettevõtted – kinnisvara, finants-, investeringute ning alternatiivenergia valdkonnas. Hetkel on AS Skinest Grupp üks Eesti juhtiv holding company. (Skinest Rail 2015) **Puudub info sotisaalse vastutuse kohta.**
2. Spacecom AS on Baltimaade suurimaid tsisternvagunite renditeenuseid pakkuvaid ettevõtteid. Operatiivsus, personaalne lähenemine ja kõrged korporatsiooni standardid teevad meist usaldusväärse partneri raudteeäris. (Spacecom 2014) **Puudub info sotisaalse vastutuse kohta.**
3. Nordmet AS tegeleb metalli kokkuostu, müügi ning töötlemisega. (Nordmet 2015) **Puudub info sotisaalse vastutuse kohta.**
4. IDEAB Project AS on rahvusvaheline projekteerimisfirma, mis kasutab Saksamaal arendatud uuenduslike ehitustoodete tehnoloogiaid. Ideab Project AS omab Euroopa

kõrgemin litsents "A" disaini, inseneriteentuste, tehniliste operatsioonide ja kontrolli osas. ISO 9001-2008 setrifikaat. Rahvusvaheline luba disainida, konstrueida ning ehitada hooneid. (Ideab Project 2009)

5. AS DBT on Muuga sadamas asetsev mineraalväetiste ümberlaadimise terminal. Usaldusväärsus ja töökindlus, operatiivsus ja kvaliteet ning protsessi ökoloogiline turvalisus - need on meie terminali võtmesuunad klientide vajaduste rahuldamisel. Osutatavate teenuste kvaliteedi pideva tõstmise protsess toimib tänu kõrge kvalifikatsiooniga spetsialistide jõupingutustele ja ettevõtte kollektiivi ühtsustundele. Kuppel-ladude rajamise projekt tunnistati Eesti 2001. aasta parimaks projektiks, sest see võitis Eesti Ehitusmaterjalide Tootjate Liidu poolt korraldatud konkursil "Aasta betoonehitis 2001" esimese koha. Vääriliseks tasuks saavutatud tulemuste ja oma töö pideva täiustamise eest oli AS-ile DBT 17. septembril 2001. aastal antud kvaliteedisüsteemi ISO 9001:2000 standardi sertifikaat. Kvaliteedisüsteem on pideva järelevalve all. Terminal on edukalt läbinud akrediteeritud inspekteerimisorganite poolt korraldatavad iga-aastased auditid. 2007. aasta septembris, pärast järjekordse auditi edukat läbimist kinnitas AS DBT oma vastavust rahvusvahelise standardi kvaliteedisüsteemi nõuetele ning talle antud kvaliteedisüsteemi ISO 9001:2000 standardi sertifikaati pikendati järgmiseks kolmeks aastaks, st 2010. aasta septembrini. AS DBT on rahvusvahelise mineraalväetiste tootjate assotsiatsiooni (IFA), mille peakontor asub Pariisis, samuti Eesti Kaubandus-Tööstuskoja, Tallinna sadama operaatorite liidu ja Eesti Transiidiassoatsiooni alaline liige. Terminali kasv jätkub aastast aastasse tänu pidevatele investeeringutele tootmisse, tehnoloogia täiustamisse ja uue tehnika juurutamisse, samuti tänu töötajate suurele professionaalsusele. Amuuri kutsikate nimepäev Tallinna Loomaaias. Meie koostöö loomaaiaga jätkamise kinnituseks sai vaderileping, millele kirjutasid alla Tallinna Loomaaia Sõprade Seltsi juht Alar Lõhmus ja AS DBT juhatuse esimees Aleksandr Volohhonski. (DryBulkTerminal 2012)

6. Ettevõtete grupp Petromaks on rahvusvaheline veo- ja logistikafirma, mille asjatundlik, konkurentsivõimeline ja usaldusväärne teenindus põhineb tütar- ja sidusettevõtete laitmatul tööol ning tugevatel aastatepikkustel koostöösuhetel maailma juhtivate liinioperaatorite, liikuvkoosseisude omanike, vedajate ja ekspediitoritega. Firmal on olemas rahvusvahelised kvaliteedistandardi setrifikaadid ISO 9001:2008 ja ISO 14001: 2004. Ettevõtte pakub efektiivset ning keskkonnasõbraliku lastimist ning maapealset teenindust. Moodne ning kõrgtehnoloogiline sadam pakub oma partneritele laisaldasi võimalusi kaupade käsitlemisel ning ladustamisel, sadamates töötavad kõrge töökultuuriga kvalifitseeritud töötjad. (Petromaks 2015)
7. Olympic Entertainment Group AS ja tema tüdarettevõtted (edaspidi „Kontsern”) on juhtiv hasartmänguteenuste osutajad Balti riikides (Eestis, Lätis ja Leedus) ning opereerib kasiinosid Poolas, Slovakkias, Valgevenes ja Itaalias. Vastutustundliku ettevõtte olemise me osa ühiskonnast ning käitumise sellele vastavalt kõigis oma ärivaldkondades. Osaleme regulaarselt heategevusprogrammides ja väärt ettevõtmistes ning toetame seeläbi ühiskondlikke algatusi, mis meie kõigi elukeskkonda paremaks muudavad. Sotsiaalselt vastutustundliku ettevõtte suunab Olympic Entertainment Group iga-aastaselt heategevusse kindla osa oma eelarvest. Sponsorlusuundadeks on sport, kultuur ja sotsiaalvaldkond. Spordi puhul toetame tuntumaid ja armastatumaid spordialasid. Sotsiaalvaldkondade puhul eelistame lastega seotud projekte ning kultuurivaldkonna puhul lähtume üldjuhul ettevõtmise ulatuslikkusest. Olympic Entertainment Group kaasab aktiivselt ka oma töötajaid heategevusürituste läbiviimisel. Olemise käivitunud liikumise, mille käigus üritame ühiselt erinevaid heategusid ette võtta nagu näiteks veredoonorlus, ühised kingituste kogumised erinevatele abivajajatele. Siinjuures on just oluline, et töötajad panustavad oma aega ja energiat, mitte ei kogu ainult raha. Meie kogemus kinnitab, et rahast on olulisem just abivajajatele pühendatud ja nendega koosveedetud aeg. Kontsern on välja töötanud oma töötajate jaoks täiendavate tasude süsteemi, mis innustab kollektiivi liikmeid andma endast pidevalt paremaid tulemusi. Igal aastal tehakse Kontsernis koolituskava, mis on koostatud vastavalt iga-aastastele arenguestlusele välja tulnud vajadustele. Kontsernis ei eelistata naisi meestele ega vastupidi. Kontsernis tehakse pidevat tööd riskide ennetamiseks töökeskkonnas, samuti viiakse läbi töörahulolu-uuringuid, et parandada töötajate heaolu. (Olympic-casino 2015)

8. Viru Keemi Grupp on Eesti suurim põlevkiviõli ja kemikaalide tootja.

Tunnustus 2013. aastal

VKG sai neljandat aastat järjest Eesti vastutustundliku ettevõtte tiitli.

12. aprillil tunnustas Eesti Kaubanduskoda Viru Keemia Grupi juhatuse esimeest Priit Rohumaad II klassi aumärgiga eriliste teenete eest Eesti ettevõtluse piirkondlikul ja tööstussektori edendamisel ning Eesti kui investeringute sihtkoha aktiivsel tutvustamisel.

Teist aastat järjest sai VKG ka kultuurisõbraliku ettevõtte tiitli.

VKG sotsiaalse vastutuse ja säästva arengu terviklik poliitika sai alguse 2009. a ning selle eesmärk on teadvustada, hinnata ja juhtida kontserni üleüldist mõju riigi majandusele, sotsiaalelule ja keskkonnale.

2010. aastal ühines VKG maailma mõjukaimate sotsiaalse vastutuse algatustega, milleks on GRI ja UN Global Compact.

VKG on Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumi liige. Ettevõtte sai 2010., 2011., 2012. ja 2013. aastal Eesti vastutustundliku ettevõtte tiitli. 2013. aasta vastutustundliku ettevõtluse indeksi põhjal anti VKG-le välja pronkstaseme kvaliteedimärgis (lisainfo [www.csr.ee](http://www.csr.ee)).

Toetus- ja sponsorlustegevuses on VKG selge sihtrühm Ida-Virumaa piirkond ning siin töötavad ja elavad inimesed. Erandkorras toetab VKG ka üle-eestiliselt tähtsaid projekte ja institutsioone.

Keskkonnahoid. VKG keskkonnahoiupoliitika sai alguse 2001. a. Viimase 9 aasta jooksul on kontsern investeerinud keskkonda üle 66 mln euro. VKG investeeringud perioodil 2012 – 2020 eeldavad veel ligi 60 mln euro väärtuses keskkonnainvesteeringuid.

Ühiskondlik aruandlus ehk täielik andmete avalikustamine sotsiaalse, majandusliku ja keskkonnavalase mõju kohta vastavalt globaalse aruandluse algatusele (ingl global reporting initiative, GRI).

Sotsiaalselt vastutustundlik tootmiskorraldus nii ettevõttes endas (ohutute töötingimuste loomine, töötajate motiveerimine, lisasoodustused, lisamaksud,

pidev dialoog töötajate ja tööandja vahel) kui ka töötajate hulgas (igapäevast vastutab kõige eest).

Ettevõttes heaks kiidetud avalikkusega suhtlemise standardid, mille järgi on keelatud esitada valesid või ebatäpseid andmeid.

Rahvusvaheliste organisatsioonide heakskiidetud sotsiaalse vastutuse põhimõtete (GRI, ÜRO globaalne kokkulepe) juurutamine ettevõttes.

Eritähelepanu pööramine piirkonna arengule ja kohalikele elanikele (eelkõige sponsorluse ja vabatahtliku töö kaudu).

VKG on Eesti esimene ja seni ainuke ettevõtte, mis avalikustab kogu oma ressursikasutuse ja keskkonnainfo kooskõlas maailma sotsiaalse vastutuse aruandlusstandardiga GRI G3

Toimime rahvusvahelisele standardile ISO 14001 vastava keskkonnajuhtimissüsteemi alusel.

Ettevõtte heaks partneriks on Kohtla-Järve Keemikute Ametiühing, kellega sõlmiti 2013. aasta detsembrikuus uus kollektiivleping järgnevat kaheks aastaks. Ettevõtte maksab sünnitoetust ja kurvematel sündmustel matusetootust.

VKG maksab oma töötajatele ausat ja motiveerivat tasu. Kontserni töötajate keskmine brutotöö- tasu 2013.aastal oli 1300 eurot. Võrreldes 2012. aastaga suurenes töötajate keskmine kuu bruto- töötasu 10,1%.

Maksame oma töötajatele lisatasu õhtusel ja öisel ajal töötamise eest, lisaks sünnitoetust ja kurvematel sündmustel matusetootust. Väikelaste emadel võimaldame kasutada täiendavalt tasustatavat lisapuhkust.

Meie töötajad saavad kasutada tervishoiupunkti teenust, kus osutavad abi kvalifitseeritud meditsiinitöötajad. Pakume võimalust vaktsineerida gripi vastu. (VKG 2013)

9. Baltic Maritime Logistics Group AS (BMLG) on asutatud 2000. a. ning põhineb 100 % erakapitalil. BMLG on strateegilise planeerimise ja finantsjuhtimisega tegelev holding-firma, kes on investeerinud firmade asutamise ja ülevõtmise kaudu kuue Euroopa Liidu liikmesriigi ning Vene Föderatsiooni, Kasahstani ja Valgevene logistikaettevõtetesse. 30. septembri 2013. a. seisuga kuulus BMLG kontserni 5 tütarkontserni ja 3 tütarettevõtet, mis on tegevad kaupade ekspedeerimises, laeva- ja

liiniagendi teenuste osutamises, ookeani konteinerlaevaliinide esindamises, prahtimises, mere-, raudtee- ja maanteevedude korraldamises ning sadama- ja stividoriteenuste osutamises. (Baltic Maritime Logistics Group 2015) **Puudub info sotsiaalse vastutuse kohta.**

10. Alstom Estoni AS tegeleb elektriküttesüsteemide paigalduse, katlamajade soojusenergeetikaseadmete paigalduse, seadistuse ja remondiga, Elektriliste energiasüsteemide, küttesüsteemide, valgustuse ja toiteliinide jne projekteerimisega. **Puudub info sotsiaalse vastutuse kohta. Puudub kohalik kodulehekül.**

### 3.2 Uuringu tulemused

Uuringu läbiviimiseks kasutab töö autor skooringu meetodit. Ettevõtteid võrreldakse kuue erineva kriteeriumi alusel, mis kuuluvad sotsiaalse vastutuse alla. Kõik kriteeriumid iseloomustavad erinevaid sotsiaalse vastutuse liike, nii ühiskonna, keskkonna kui ka töötajate seisukohast. CSR indeks on kriteerium, mis sisaldab kõiki sotsiaalse vastutuse liike. CSR indeks on Eesti vastutustundliku ettevõtte tiitel, mis antakse välja igal aastal Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumi poolt. CSR indeksiga pärjatakse ettevõtted, kelle sotsiaalse vastutuse programm ühiskonna ees on väga olulisel kohal ning ettevõtted, kelle panus ühiskonna, keskkonna ning töötajate arengusse on eeskujuks teistele ettevõtetele. CSR indeks on rahvusvaheliselt tunnustatud kvaliteedimärgis.

Sertifikaadid on rahvusvahelised kvaliteedimärgised või keskkonnamärgised. Erinevate sertifikaatidega ettevõtted pakuvad rahvusvaheliselt tunnustatud kvaliteetseid tooteid ning teenuseid. Keskkonناسertifikaat annab kindluse, et töö tegemisel on arvestatud kõigi keskkonnakaitse ja õigusaktide nõuetega. Sertifikaatide olemasolu annab ka kindluse, et ettevõtte tegutseb jätkusuutlikult ning tuleviku vaatavalt.

Keskkonnakaitse kriteeriumina on välja toodud ettevõtted, kes panustavad keskkonna säilimisse ning kelle tööprotsessid on muudetud võimalikult loodust säästvaks. Nii puhta õhu, pinnase ning merevee säilimine on olulised looduskeskkonna kui ka ühiskonna jaoks väga olulised. Loodusressursside jätkusuutlik kasutamine tagab ettevõtete edu praegu kui ka

tulevikus.

Sponsorluse all on silmas peetud firmate vabatahtliku toetust spordi, kultuuri ning hariduse edendamise osas. Mitmed ettevõtted on sponsoriteks silmapaistvatele sportlastele, kes ühtlasi esindavad Eesti riiki ning on reklaamnäoks konkreetse ettevõtte jaoks rahvusvahelistel võistlustel. Erilise näitena võib välja tuua AS DBT, kes on Tallinna Loomaia amuuri kustikate vederiks.

Töötajate arengusse panustamine tagab töötajate rahulolu, paremad töötulemused ning kõrgema motiveerituse. Töötajate arendamine ei ole mitte ainult ettevõtte jaoks kasulik, vaid see on oluline kogu ühiskonna jaoks, kõrgema spetsialiteediga töötajad toodavad suuremat kasu kogu ühiskonna jaoks.

Stipendiumid on mõeldud edukatele üliõpilastele, kes juba töötavad või keda ettevõtted soovivad oma kollektiivis tulevikus näha. VKG eesmärgiks on saada oma meeskonda tublid insenerid, kelle õppimist toetades ülikooli ajal loodetakse saavutada pikaajaline koostöö.

ESV skoor tähistab autori poolt hinnangut ettevõtetele ettevõtte sotsiaalse vastutuse kuue uuringus käsitletud asbekti osas.

Tabel 1. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse uuritavad asbektid ning skoor

	Sertifikaadid	Keskkonna kaitse	Sponsorlus	Töötajate areng	Stipendiumid	CSR indeks	ESV skoor
Skinest Rail							<b>0</b>
Spacecom							<b>0</b>
Nordmet							<b>0</b>
IDEAB	1						<b>1</b>
DBT	1	1	1				<b>3</b>
Petromaks	1	1		1			<b>3</b>
Olympic			1	1			<b>2</b>
VKG	1	1	1	1	1	1	<b>6</b>
BML							<b>0</b>
ALSTOM							<b>0</b>

Allikas: Autori koostatud (Autori uuring, ESV hinnang)

Kõige parema ülevaate annab Viru Keemia Grupp koostatud säästva arengu aruanne. Pikk ja põhjalik aruanne seletab lahti ettevõtte hetkeolukorra sotsiaalse vastutuse seisukohast ning plaanid tulevikuks. Viru Keemia Grupp on ainukene ettevõtte kümnest edukaimast ettevõttest kellel, on täidetud kõik kriteeriumid käesoleva uuringu seisukohast. Märkimisväärne on ka see, et Viru Keemia Grupi on saanud 2010., 2011., 2012. ja 2013. aastal Eesti vastutustundliku ettevõtte tiitli. 2013. aasta vastutustundliku ettevõtluse indeksi põhjal anti VKG-le välja pronkstaseme kvaliteedimärgis. VKG panustab nii keskkonna kaitsesse kui ka töötajate arengusse. Viru Keemia Grupp sponsoreerib nii kultuuri, sporti ning tublimaid õpilasi ja töötajaid, kellel on soov oma erialaseid teadmisi täiendada.

Petromaks ja DBT on mõlemad kuuest kriteeriumist täitnud kolm. Mõlemad ettevõtted panustavad keskkonna säästmisesse ning omavad rahvusvahelisi kvaliteedistandardite sertifikaate. DBT on Tallinna Loomaaia toetaja ning sealsete Amuuri kutsikate sponsor.

Olympic Entertainment on täitnud kaks kriteeriumi, nendeks on töötajate arengusse ja mugavatesse töötingimustesse panustamine ning spordi ja kultuuri sponsoreerimine. Olympic on olnud pikaajaline sportlaste toetaja.

Ideab Project AS omab rahvusvahelisi sertifikaate hoonete ehitamise ning disainimise kohta.

Ülejäänud viiel ettevõttel ei ole kodulehel ega aastaaruandes toodud infot sotsiaalse vastutuse kohta. Nii raudteesektoris, metalli käitlemisel kui ka transpordisektoris on seatud riigi poolt teatavad keskkonda säilitavad piirangud ja ettekirjutused ning nende järgimine on kõikidele ettevõtetele kohustuslik, siis on ka need viis ettevõtet nimekirjast keskkonna säilitamisega soetud, isegi kui see ei ole nende kodulehele märgitud. Töö autor usub, et kõik kümme ettevõtet nimekirjast on vähemal või suuremal määral soetud kõikide tabelis käsitletud kriteeriumitega. Tänapäeva ühiskonnas on väga lihtne rikkuda ettevõtte maine olles hoolimatu keskkonna, töötajate või ühiskonna suhtes. Hoolimatu käitumine rikub maine nii konkurentide, koostööpartnerite, töötajate kui ka kogu ühiskonna silmis. Väga edukad ettevõtted peavad olema eeskujuks ning juhtfiguuriks väiksematele ettevõtetele, kuna ühiskonna tähelepanu sotsiaalse vastutuse suhtes on suunatud edukamatele ning suuremat kasumit tootvatele ettevõtetele. Ühiskond soovib, et suure kasumiga ettevõtted annaksid ühiskonnale tagasi suuremaid hüvesid, nagu sponsorlus, panus kogu ühiskonna heaolu tõstmisele ning ka töötajate arengusse. Väga oluline on oma head tahet näidata sellistel edukatel ettevõtetel, nagu



on käsitletud uuringus, kuna avalikkuse tähelepanu on nende ettevõtete suhtes suurem.

### **3.3 ROE ja ROA analüüs**

Arvestades ROE ja ROA saab ülevaate, kui hästi ettevõtteid majandatakse. Uuringu läbiviimiseks on valitud Eesti 10 kõige paremate majandusnäitajatega ettevõtted, andmed põhinevad Äripäev TOP 100 andmetel. ROE arvestamisel võtab autor arvesse ettevõtte puhaskasumi enne tulumaksuga maksutamist 2013 aastal ja keskmise omakapitali aastal 2013. Keskmise omakapitali leitakse arvestades kokku omakapital 2012 ning 2013 aasta lõpu seisuga ning jagades tulemuste kahega. ROA arvestamisel võetakse arvesse ärikasumit 2013 aastal ning keskmist kogukapitali aastal 2013. Keskmise kogukapitali leitakse arvestades kokku kogukapital 2012 ning 2013 aasta lõpu seisuga ning jagades tulemuste kahega. Pannes tulemuste alusel ettevõtted järjekorda ning võrreldes neid sotsiaalse vastutuse tabeli alusel saadud skooriga saame vastuse küsimusele, kas edukamalt majandavad ettevõtted on ka sotsiaalselt vastutustundlikumad ning seisvad ühiskonna heaolu eest rohkem, kui madalamate ROE ning ROA näitajatega firmad.

ROE ja ROA on finantsnäitajad, mille alusel on võimalik teha järeldusi, kui edukalt ettevõtet juhitakse. ROE ehk omakapitalirentaablus annab ülevaate, omakapitali kasutamisest ning selle tasuvusest. ROA ehk kogukapitalirentaablus annab ülevaate kogukapitali kasutamise efektiivusest ning tasuvusest.

ROE (Return on equity) ehk omakapitalirentaablus väljendab ettevõtte omanike poolt tehtud investeeringu tasuvust. Seda mõõdetakse puhaskasumi suhtena omakapitali suurusesse. ROE rehkendamisel võetakse aluseks raamatupidamislik puhaskasum sest just see jääb omanike käsutusse peale kõiki mahasrvestamisi (ärikulud, intressid, tulumaks). (Laidre 2004)

Tabel 2. ROE ja ESV skoori võrdlus

	ROE	ESV skoor
Petromaks Spediitori AS	112%	3
Olympic	26%	2
AS Skinest Rail	25%	0
Baltic Maritime	23.6%	0
AS Spacecom	15.1%	0
DBT	13%	3
Nordmet AS	10%	0
Alstom	9%	0
VKG	6.3%	6
IDEAB	-46%	1

Allikas: Autori koostatud (Autori uuring, ROE ja ESV skoor)

Kõrgeima omakapitalirentaablusega ettevõtte on Petromaks, kuid EVS skoori põhjal on ettevõtte sotsiaalse vastutuse avalikustamise tase keskmise, kõrgeima ESV skooriga Viru Keemia Grupp on ROE suhtes eelviimane.

ROA (Return on assets) ehk kogukapitalirentaablus näitab, kui edukalt kapitalistlikku ettevõtet majandatakse. Sisuliselt mõõdetakse sellega kogukapitali kasutamise efektiivsust. Selle näitaja arvutamisel võetakse aluseks ärikasum (EBIT- Earnings before interest and taxes), millest peavad osa saama kapitali omanikud ja valitsus. (Laidre 2004)

Tabel 3. ROA ja ESV skoori võrdlus

	ROA	ESV skoor
Petromaks Spediitori AS	93%	3
Alstom	33%	0
Olympic	28%	2
AS Spacecom	12.2%	0
DBT	12%	3
AS Skinest Rail	11%	0
Baltic Maritime	9.1%	0
Nordmet AS	9%	0
VKG	3.9%	6
IDEAB	-23%	1

Allikas: Autori koostatud (Autori uuring, ROA ja ESV skoor)

Tabelitest leiab võrdluse ettevõtete majandusnäitajate ROE ja ROA võrdluse ESV skooriga. Selline võrdlus annab ülevaate, kas edukamalt juhitud ettevõtted on ka sotsiaalselt vastutustundlikumad. Kõige kõrgema skoori sotsiaalse vastutuse koha pealt saanud Viru Keemia Grup majandusnäitajate ROE ja ROA suhtes eelviimasel kohal. Siin kohal ei saa väita, et kõige paremate majandustulemustega ettevõtte oleks sotsiaalselt kõige vastutustundlikum.

Parimate omkapitalirentaabluse näitajatega Petromaks Spediitori AS ja Olympic on saanud ESV skoorid vastavalt 3 ja 2 punkti. See tähendab, et väga heade

majandustulemustega ettevõtted siiski panustavad keskkonnakaitsetesse, töötajate arengusse ja teistesse sotsiaalsetesse valdkondadesse.

Kõrgeima kogukapitalirentaabluse näitajaga ettevõtte on Petromaks Spediitori AS ESV skooriga 3. Ka siit tuleb välja, et hästi majandatud ettevõtte on valmis panustama ühiskonna heaolu tõstmisesse, kuid kõige kõrgem panus on tabelis alles eelviimasel kohal olev VKG. Kahjuks kümnest ettevõttest viiel ei olnud kodulehel ega ka aastaaruannetes avalikustatud üldse infot sotsiaalse vastutuse, heategevuse või mõne muu ühiskonna heaolusse panustava tegevuse kohta. Edukad ettevõtted võiksid ja peaksid olema eeskujuks väikesematele ettevõtetele hea tahte näitajatena. Enamik uuringus käsitletud ettevõtetest on seotud rohkem idanaabrite kui Eesti ettevõtetega, see võib olla põhjuseks, miks ei ole ettevõtte juhid huvitatud meie ühiskonna heaole parendamisest. Kohalike koostööpartnerite puudumisel ei pea ilmselt ettevõtete juhid vajalikuks oma maine tõstmiseks tutvustada ennast kui sotsiaalselt vastutustundlikult käituvat ettevõtet, vaid maine kujundamiseks kasutatakse muidu meetmeid. VKG on ainsa ettevõtteks sellest nimekirjast, kelle tooraine on kohaliku päritolu ning tootva tööstusena on nende maine kujundamisel väga oluline hoolida keskkonnast, töötajate tervise ja heaolu eest ning eriala spetsiifilisuse tõttu toetada ka tulevase inseneri.

### **3.4 Järeldused ja ettepanekud**

Autori poolt läbi viidud uuringus tuli välja, et sotsiaalse vastutuse info avalikustamine Eesti edukaimates ettevõtetes on madal. Kümnest ettevõttest viiel oli kodulehel või aastaaruandes toodud info EVS kohta. Kõige rohkem infot on Viru Keemia Grupi kodulehel, neil on eraldi olemas lisaks aastaaruandele ka säästva arengu aruanne, mis seletab lahti kõik keskkonnaga seotud küsimused, töötajate arengu ja muude sotsiaalsete valdkondade panused selle ettevõtte poolt. VKG on ainsana tunnustatud vastutustundliku ettevõtluse pronkstaseme kvaliteedimärgisega. Sellisest tunnustusest võiks eeskujuna võtta ka teised edukad Eesti ettevõtted.

ROE ja ROA analüüsist tuli välja, et kõige paremate majandusnäitajatega ettevõtte ei ole sotsiaalselt kõige vastutustundlikum, kuid majandustulemuste järgi kõige edukamal ettevõttel Petromaks Spediitori AS on välja teeninud ESV skoori 3, mis tähendab, et ettevõtte

on sotsiaalselt vastutustundlik kolmel uuritud aspekti osas. Võttes arvesse asjaolu, et kümnest ettevõttest viiel ei olnud üldse sotsiaalse vastutuse infot avalikustatud, siis skoor 3 kuuest punktist on hea tulemus.

ROE ja ROA analüüsist saab välja tuua, et puudub seos parimate majandusnäitajate ja sotsiaalse vastutuse avalikustamise osas, sest kõige paremate tulemustega ettevõtte ei avaldanud kõige rohkem ESV kohta käivat infot. Kõige rohkem infot avaldanud ettevõtte oli majandustulemuste analüüsi põhjal eelviimane ehk nimekirja järgi üheksas.

Autori hinnangul on väga oluline, et ettevõtted oleksid rohkem sulandunud ühiskonda ning nende panus ühiskonna heaolu tõstmisesse oleks suurem. Väga oluline on keskkonna kaitse ja see peaks olema kõikide ettevõtjate prioriteediks. Puhtas keskkonnas säilivad head elu- ja töötingimused nii ettevõtjate enda kui ka töötajate jaoks. Autori hinnangul peaksid kõik ettevõtete juhid panustama töötajate arengusse ning tervist mitte kahjustavate töötingimuste loomisse. Väljaõppinud spetsialistid ning suurte teadmistepagasiga töötajad on ettevõtte edu ning kasvu aluseks. Heade töötingimuste loomine tähendab, et terved ja rahulolevad töötajad toodavad ettevõttele pikema aja jooksul kasu. Tänapäeva kosmopoliitses ühiskonnas on väga oluline hoida ettevõttes valdkonna insenere ning suurte teadmistega töötajaid. Samuti on firmadel võimalik oma mainet ühiskonna, koostööpartnerite ning klientide silmis tõsta olles keskkonnast ning oma töötajatest hoolivad, omada vastava valdkonna rahvusvaheli sertifikaate ning sponsoreerida erinevaid ühiskonna gruppe.

## KOKKUVÕTE

Bakalaurusetöö eesmärk oli uurida Eesti 2013 aasta edukaimate ettevõtete sotsiaalse vastutuse info avalikustamist ning uurida, kas kõige rohkem infot avalikustanud ettevõtted on ka majandustulemuste omakapitalirentaabluse ning kogukapitalirentaabluse poolest edukamad. Sarnase uuringu on läbi viinud ka Lina Dagielen Leedust. Lina uuris Leedu börsiettevõtete sotsiaalse vastutuse avalikustamise ning ettevõtte väärtuse omavahelist seost. Tema uuringust tuleb välja, et kaks kõige rohkem infot avalikustanud ettevõtet on madala lisandunud turuväärtusega. Sellest saab järeldada, et et kõrgema sotsiaalse informatsiooni avalikustamine sidusrühmadele ei suurenda turu lisandväärtust Vilniuse börsiettevõtete. Sarnaselt käesolevale bakalaurusetööle on kõrgeimaid omakapitalirentaabluse näitajaid omavad ettevõtted avalikustanud suhteliselt vähe infot ESV kohta.

Bakalaurusetöö käigus läbiviidud uuringu läbiviimiseks olid valitud Eesti edukaimad ettevõtted 2013 aastal Äripäeva TOP 100 nimekirjast esimesed kümme firmat. Autor uuris ettevõtete:

- Skinest Rail AS - raudtee infrastruktuuri ettevõtte
- Spacecom AS - raudteeveeremi rentimine
- Nordmet AS - hulgikaubandus
- IDEAB Project Eesti AS - hoonestusprojektide arendus
- DBT AS - laadungikäitlus
- Petromaks Spediitori AS - ekspedeerimine
- Olympic Entertainment Group AS - meelelahutus
- Viru Keemia Grupp AS - keemiatööstus
- Baltic Maritime Logistics Group AS - ekspedeerimine
- ALSTOM Estonia AS – ehitus

sotsiaalse vastutuse info avalikustamise kohta firmade kodulehelt, sotsiaalse vastutuse aruannetest ning aastaaruannetest. Ettevõtteid võrreldi kuue sotsiaalse aspekti alusel ning selle põhjal anti igale ettevõttele ESV skoor. Kümnest ettevõttest viis said skooriks 0, see tähendab, et ESV infot ei olnud kodulehtedel ega ka aruannetes avalikustatud. Ainukesena kümnest

ettevõttest kõik uuritavad aspektid olid sotsiaalse vastutuse aruandes välja toodud Viru Keemia Grupil. Iga ettevõtte kohta arvestati välja ka omakapitalirentaablus ning kogukapitalirentaablus, ning ettevõtteid majandusnäitajate alusel reastades võrreldi ettevõtteid ka ESV skoori alusel. Tuli välja, et kõige paremate majandusnäitajatega ettevõtte ei ole saanud kõrgeimat ESV skoori. Kõrgeima ESV skoori kuue punktiga saanud Viru Keemia Grup oli finantstulemsute arvestuses alles üheksas ehk eelviimane.

Rootsis 2007 aastal läbiviidud uuringu “Mis selgitab ettevõtte sotsiaalse vastutuse ja keskkonna kaitse alase info avalikustamise sisu ja mahtu ettevõtete kodulehel?” ja bakalaaurusetöös uuritavate ettevõtete vahel on võimalik leida seoseid. Kõik kümme Eesti ettevõtet on eraomandis ning omanike ring on suhteliselt väikene, see võib olla põhjuseks, miks ei peeta vajalikus avalikustada palju infot ESV kohta. Ettevõtted majandavad edukalt ning omanike ringi suurendamiseks ei ole huvi ega tarvidust. Enamik ettevõtetest tegeleb transpordi või tootva tööstuse valdkonnas ning seetõttu pööratakse rõhku erinevate sertifikaatide ja lubade olemasolule ning keskkonnakaitsele. Eetilistele väärtustele rõhutamine ei ole sellistel tööstusharudel kuigi oluline. Pigem peetakse oluliseks töötajate heaolu ning tervisesse panustamist. Vastupidiselt Rootsis läbiviidud uuringule ei saa väita, et Eesti kõrgeimate finantstulemustega ROE ja ROA oleks seos ESV info avalikustamisega.

Autori hinnangul peaks ettevõtted rohkem panustama ühiskonna heaolu tõstmisesse ning sellised edukad ettevõtted nagu on käsitletud uuringus peaksid olema eeskujuks väiksematele firmadele. Ettevõtete sotsiaalne vastutus vajab Eestis rohkem tähelepanu nii valitsuse kui ka ühiskonna poolt.

## **SUMMARY**

# **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE LEVEL OF THE MOST SUCCESSFUL COMPANIES ON THE EXAMPLE OF ESTONIA AND ITS RELATIONSHIP TO THE FINANCIAL PERFORMANCE**

**Ave Jõgibert**

The subject of the thesis in hand is a analysis of corporate social responsibility disclosure involvement in financial results. The purpose of this thesis was to examine the best performing companies in the 2013, their corporate social responsibility disclosure level and wheter the companies disclosing more information about the corporate social responsibility have the best economic results in terms of return on equity and return on assets.

A similar study has been conducted by Lina Dagielenė from Lithuania. Dagielenė studied correlation between Lithuaninan social responsibility disclosure and the value of the company. From this study appears that the two companies disclosing the most information have the lowest market value added. It can be concluded that the higher social information disclosure to stakeholders does not increase the added value of the market for listed companies in Vilnius.

Author of the thesis in hand conducted a content analysis by researching the companies websites and annual reports. The author examined top ten most successful Estonian companies from Äripäev's TOP 100 in 2013. The companies were compared by six social aspects and each one got the score based on the research aspects. Out of ten companies five got the score 0, it means that the companies did not have any information about the corporate social responsibility on their websites or annual reports. Viru Keemia Grupp was the only company, who got the maximum score. The author of the thesis counted financial results: return on equity and return on assets for each company and compared the result with the CSR score.



As a result the company with the best economic performance has not received the highest scores of the CSR disclosure. Viru Keemia Grupp has the highest CSR score, but compared to financial results the company was ninth. In conclusion the companies higher level of corporate social responsibility disclosure does not influence the financial results. In Estonia corporate social responsibility disclosure is still underdeveloped and needs more attention from government and society.

## VIIDATUD ALLIKAD

Ştefania, Mihalache Silvia. „Aspects regarding corporate social responsibility definition and dimensions.“ *Proceedings of the International Conference Marketing - from Information to Decision*, 11 2013. a.: 130-144.

*Baltic Maritime Logistics Group AS*. 2015. <http://www.bmlg.ee/en/> (kasutatud 22. 04 2015. a.).

Dagiliene, Lina. „The Influence of Corporate Social Reporting to Company's Value in a Developing Economy.“ *ScienceDirect* 5 (2013): 212-221.

*DryBulkTerminal*. 2012. <http://www.dbtmuuga.ee> (kasutatud 21. 04 2015. a.).

Dsiss, Margus. *Inetellektuaalne kapilart organistastiooni juhtimises*. Magistritöö, Tartu: Tartu Ülikool, 2006.

*Eetikaveeb*. 2014. <http://www.eetika.ee/et/arieetika/sotsiaalnevastutus> (kasutatud 28. 04 2015. a.).

*Euroopa Komisjon*. 2015. <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=331&langId=et>.

Foorum, Vastutustundliku ettevõtluse. *Vastutustundliku ettevõtluse Foorum*. 2012. <http://www.csr.ee/upload/fck/Vastutustundlik-ettevotlus-Eestis---naidete-kogumik-2012.pdf>.

Hindle, Tim. *The Economist*. 17. 11 2009. a. <http://www.economist.com/node/14301663>.

*Ideab Project*. 2009. <http://www.ideabpro.com/> (kasutatud 21. 04 2015. a.).

John, Dudovskiy. *Research Methodology*. 30. 11 2013. a. <http://research-methodology.net/carrols-csr-pyramid-and-its-relation-to-modern-environment/> (kasutatud 29. 04 2015. a.).

Kalmus, Veronika. „Standardiseeritud kontentanalüüs.“ *Tartu Ülikool*. 2015. <http://samm.ut.ee/kontentanalyyis> (kasutatud 20. 04 2015. a.).

Laidre, Armin. „Kasum, rentaablus ja ettevõtte väärtus.“ *Netekspert*. 2004. [http://www.netekspert.com/download/kasum\\_rentaablus\\_vaartus.pdf](http://www.netekspert.com/download/kasum_rentaablus_vaartus.pdf) (kasutatud 20. 04 2015. a.).

Lucy Hack, Alexandra J Kenyon, Emma H Wood. „A Critical Corporate Social Responsibility (CSR) Timeline: how should it be understood now?“ *International Journal of Management Cases*, 1. 12 2014. a.: 46-55.

Madrakhimova, Firuza S. „EVOLUTION OF THE CONCEPT AND DEFINITION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY.“ *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 2013: 113-118.

Marrewijk, Marcel van. „Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion.“ *Journal of Business Ethics*, 01. 05 2003. a.

*Nordmet*. 2015. <http://www.nordmet.ee/> (kasutatud 21. 04 2015. a.).

*Olympic-casino*. 2015. [http://www.olympic-casino.com/ettevotte\\_sotsiaalne\\_vastutus](http://www.olympic-casino.com/ettevotte_sotsiaalne_vastutus) (kasutatud 21. 04 2015. a.).

*Petromaks*. 2015. <http://www.petromaks.ee/et/> (kasutatud 21. 04 2015. a.).

Reede, Tiina. *Director*. 09 2005. a. <http://www.director.ee/sotsiaalne-vastutus-kui-rahamasin/> (kasutatud 29. 04 2015. a.).

Sarapik, Rivo. „Eesti edukaimad ettevõtted.“ *Äripäev*, 29. 11 2013. a.

*Skinest Rail*. 2015. [http://skinest.ee/?page\\_id=128&lang=et](http://skinest.ee/?page_id=128&lang=et) (kasutatud 21. 04 2015. a.).

*Spacecom*. 2014. <http://www.spacecom.ee/> (kasutatud 21. 04 2015. a.).

*Time*. 28. 05 2012. a. <http://business.time.com/2012/05/28/why-companies-can-no-longer-afford-to-ignore-their-social-responsibilities/> (kasutatud 23. 04 2015. a.).

Torbjörn Tagesson, Veronica Blank, Pernilla Broberg, Sven-Olof Collin. „What Explains the Extent and Content of Social and Environmental Disclosures on Corporate Websites: A Study of Social and Environmental Reporting in Swedish Listed Corporations.“ *Wiley InterScience*, 30. 03 2009. a.: 352-364.

*VKG*. 2013. <http://www.vkg.ee/cms-data/upload/saastev-areng/vkg-saa-2013.pdf> (kasutatud 21. 04 2015. a.).

Vuontisjärvi, Taru. „Corporate Social Reporting in the European Context and Human Resource Disclosures: An Analysis of Finnish Companies.“ *Journal of Business Ethics*, 2006: 331-354.

*World Fair Trade Organization*. 2015. <http://wfto.com/fair-trade/definition-fair-trade> (kasutatud 28. 04 2015. a.).