

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Majandusarvestuse instituut

Finantsarvestuse õppetool

Arnold Oliinik

**ETTEVÕTTE ÜHISKONDLIK VASTUTUS AS ERICSSON
EESTI, AS TALLINK GRUPP JA AS TALLINNA
KAUBAMAJA GRUPP NÄITEL**

Bakalaureusetöö

Juhendaja: dotsent Natalja Gurvitš

Tallinn 2016

Olen koostanud töö iseseisvalt.

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

Arnold Oliinik.....

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 134183TABB

Üliõpilase e-posti aadress: oliinik.arnold@gmail.com

Juhendaja dotsent Natalja Gurvitš:

Töö vastab bakalaureusetööle esitatud nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(ametikoht, nimi, allkiri, kuupäev)

SISUKORD

ABSTRAKT	4
SISSEJUHATUS	5
1. ETTEVÖTTE ÜHISKONDLIK VASTUTUS	7
1.1. Ettevõtte ühiskondlik vastutus läbi ajaloo	7
1.1.1. Sidusgrupid.....	10
1.2. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandlus	11
1.3. Vastutustundlik investeeering.....	14
1.4. Ettevõtte eesmärk ühiskonnas.....	15
2. UURINGU KIRJELDUS JA ANALÜÜS	20
2.1. Meetod ja valim	20
2.1.1. Väljavalitud ettevõtete taustainfo.....	21
2.1.1.1. Ericsson Eesti AS.....	21
2.1.1.2. Tallink Grupp AS.....	22
2.1.1.3. AS Tallinna Kaubamaja Grupp	23
2.2. Sotsiaalse vastutuse aruannete analüüs	23
2.3. Ettevõtete sotsiaalse vastutuse aruandluste analüüs	24
2.3.1. Ühiskondlik tegevus.....	25
2.3.2. Keskkonnapoliitika.....	27
2.3.3. Kliendi rahuolu.....	28
2.3.4 Töötajate heaolu	30
2.3.5. Eetika.....	33
2.3.6. Saavutused.....	33

2.3.7. Püstitatud ühiskondliku vastutuse eesmärgid.....	34
2.3.8 Keskkonnajuhtimissüsteemide rakendamine	35
2.4. Tulemuste hindamine ja analüüs.....	35
2.5. Tulemuste võrdlus.....	39
2.6. Järeldused ja ettepanekud	41
KOKKUVÕTE	43
SUMMARY	45
VIIDATUD ALLIKAD.....	47
LISAD	49
Lisa 1. Ettevõtte ühiskondliku vastutuse kajastamine eraldi või majandusaruannetes.....	49
Lisa 2. Ühiskondlik tegevus.....	51
Lisa 3. Keskkonnapoliitika	54
Lisa 4. Kliendirahulolu	57
Lisa 5. Töötajate heaolu.....	60
Lisa 6. Eetika	64
Lisa 7. Saavutused	65
Lisa 8. Püstitatud ühiskondlikud eesmärgid	67
Lisa 9. Keskkonnajuhtimissüsteemide arendamine	68

ABSTRAKT

Töö pealkiri on: Ettevõtte ühiskondlik vastutus AS Ericsson Eesti, AS Tallink Grupp ja AS Tallinna Kaubamaja näitel

Ettevõtte ühiskondlik vastutus pärineb 1950-ndatest ning on olnud maailmas laialt kasutuses, kuid Eestisse see oli jõudnud tunduvalt hiljem. Ettevõtte ühiskondliku tegevuse alla kuuluvad ettevõtete tegevused, mis on suunatud ühiskonna probleemide lahendamisele. Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk oli selgitada välja aruandluse kvaliteedi ning teha ettepaneku sotsiaalse vastutuse aruannete kvaliteedi parandamise osas. Töö oli kirjutatud AS Ericsson Eesti, AS Tallink Grupp ja AS Tallinna Kaubamaja Grupp ettevõtete näitel ning uuritav aeg oli kümme aastat. Töö käigus oli välja selgitatud sotsiaalse vastutuse aruandluse kvaliteedi. Kõige paremini olid esitatud sotsiaalse vastutuse aruannetes töötajate rahuolu ning ühiskondliku vastutuse valdkonnad. Sotsiaalse vastutuse aruandluse kvaliteedi parandamiseks peavad ettevõtted koostama põhjalikumaid aruandeid. Selle võimalik saavutamise viis on sotsiaalse vastutuse aruande koostamine eraldi majandusaasta aruandest.

Võtmesõnad: ühiskondlik tegevus, keskkonnapoliitika, kliendi rahuolu, töötajate heaolu, eetika, saavutused, püstitatud ühiskondliku vastutuse eesmärgid, keskkonnajuhtimissüsteemide arendamine, ettevõtte ühiskondlik vastutus, eetiline juhtimine.

SISSEJUHATUS

Tänapäeval on inimeste heaolu oluliselt kõrgem, kui eelkäijatel. Kuid ka täna on maailmas palju probleeme, nagu nälg, haiguste epideemiad, keskkonnaprobleemid. Kahjuks antud probleemidega ei saa kohalikud valitsused alati hakkama. Seetõttu tänapäeval pööratakse üha rohkem tähelepanu ettevõtetele ühiskonna arengu küsimustes.

Äritegevus aina rohkem mõjutab ühiskonda, seega kasvab ka ettevõtete vastutus ühiskonna ees. Kui varem võis vaadata ettevõtet kui eraldi tegutsevat üksust, siis nüüd on saanud ettevõtetest üks ühiskonna osa, mis laiemalt vaadates on kogukeskkonna osa. Täna ükski ettevõtte ei saa tegutseda vaakumis ning omab tugevat kokkupuudet ümbritseva keskkonnaga, seega peab arvestama ka ühiskonnaga.

Ettevõtte ühiskondlikul vastutusel on maailmas tänapäeval oluline tähelepanu. Eesti iseseisvus ja uus kord majanduses andis võimalust tutvuda turumajanduses kehtivate võimalustega. Aastast aastase kasvab kohalike organisatsioonide arv, mis kasutavad ettevõtte ühiskondliku vastutuse instrumente oma äritegevuses.

Kuigi ettevõtte ühiskondliku vastutuse algus maailmas pärineb eelmise sajandi 50-ndatest aastatest, siis Eestis hakati huvi tundma selle vastu ainult 90-ndate lõpus. Lääneriikides on ühiskonnas väljakujunenud kindel arusaam ettevõtte ühiskondlikust vastutusest, kuid Eesti ühiskonnas selle mõiste arusaamine on tihti puudulik.

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk on selgitada välja sotsiaalse vastutuse aruandluse kvaliteedi ning teha ettepaneku sotsiaalse vastutuse aruannete kvaliteedi parandamise osas. Head finantsnäitajad ei tähenda ettevõtte jaoks veel edaspidist pikaajalist jätkusuutliku arengut. Ettevõtte edukaks arenguks on vaja pakkuda investoritele ja tarbijatele enam kui finantsnäitajaid.

Käesoleva töö uurimisküsimus, kuidas on Eesti ettevõtete sotsiaalse vastutuse aruandluse kvaliteet muutunud kümne aasta jooksul kolmes suuremas müügitulu järgi ettevõtetes aastal 2015.

Töö käigus olid püstitatud hüpoteesid, et ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandluse kvaliteet ja maht kasvab igal aastal ning, et parim tulemus on viimasel aastal, kui ettevõtted olid müügitulu järgi suurimad Eestis.

Bakalaureusetöö koosneb kahest peatükist, kus esimene osa hõlmab teoreetilisi seisukohti ning teises peatükis uurimismeetodi kirjeldus, viidud läbi uuring, näidatud tulemused ning tehtud analüüs. Samas peatükis autor teeb omapoolseid järeldusi ning ettepanekuid sotsiaalse vastutuse aruannete kvaliteedi parandamise osas. Teoreetilises osas selgitatakse mõistet ettevõtte ühiskondlik vastutus ja sellega seotud mõisteid ning selle rolli ühiskonnas, teooriaid ja mudeleid.

1. ETTEVÕTTE ÜHISKONDLIK VASTUTUS

Peatükis 1 autor toob välja ettevõtte ühiskondliku vastutuse teoreetilised seisukohad, mõisted, ajaloolist ülevaadet ning näiteid selle kasutamisest.

1.1. Ettevõtte ühiskondlik vastutus läbi ajaloo

Maailm ei ole kunagi olnud ideaalne, kuid inimkond on alati liikunud selles suunas. Riikide valitsused näevad vaeva, et tõsta oma elanikke heaolu kõrgemale tasemele. Täna aina rohkem on diskusioone sellest, mida saaksid teha ettevõtted ühiskonna jaoks.

Üks esimestest teadlastest, kes defineeris EÜV-d oli Howard Bowen (Bowen 1953). Tema on mõistnud EÜV-d, kui ettevõtjate kohustust viia läbi ettevõtte juhtimises sellist poliitikat, mis oleks kooskõlas ühiskonna soovitud väärtustega ja eesmärkidega. Bowen kirjutas oma töös, et paarsada suurimat ettevõtet on võimelised mõjutama ühiskonna erinevaid eluaspekte. Peter Drucker (Drucker 1984) mõistis EÜV-d, kui võimalust ettevõtetel ühiskonna probleeme muuta majanduslikeks võimalusteks, kasuks ettevõttele, tootlikuks võimsuseks, inimeste oskusteks, hästi tasustatud töökohtadeks ja rikkuseks. See tähendab, et ühiskondlik vastutus ei ole ainult kulu, vaid ka kasumi allikas.

Mõned autorid näevad võimalust ettevõtetel maksimeerida kasumit, kasutades ühiskondliku vastutuse põhimõtteid (Davis 1960, Johnson 1971, Drucker 1984). Ettevõtted, mis loobuvad ühiskondlikul vastutusel põhinevast strateegiast kaotavad oma konkurentidele, kes kasutavad EÜV poliitikat juhtimisprotsessis. EÜV põhimõtteid järgivad ettevõtted on tarbijate

jaoks silmapaistvamad (Davis 1960). Vastavalt Davisi formuleeritud printsiipidele, ettevõtted omavad ühiskondlikku vastutust ja juhul kui nad seda ei kasuta, siis teeb seda teine (Davis 1960). Seega EÜV on tänapäeval vajalik instrument ettevõtte juhtimises, et olla konkurentsivõimeline turu liige.

Votaw on kirjutanud, „Mõiste (EÜV) on geniaalne; see tähendab midagi, kuid mitte alati ühte ja sama asja kõikidele“. Tänapäeval olukord ei ole oluliselt muutunud ja mõiste tähendus ei ole üheselt defineeritud. Mõne jaoks see tähendab juriidilist vastutust või kohustust; teiste jaoks – sotsiaalset vastutust eetilises mõttes; kolmandate jaoks aga see, et nad „vastutavad“ juhuslikult; paljud aga samastavad seda panusega heategevusse (Votaw 1973). Tänapäeval olukord ei ole oluliselt muutunud ja mõiste tähendus ei ole ühtselt defineeritud.

Mõni autor leiab, et ühiskondliku vastutuse erinevad vormid tulevad meile hilisemast ajaloost. Seega leidub arvamusi, et ettevõtte ühiskondlik vastutus on sama vana kui ettevõtlus ise. (Asongu 2007)

Eestisse antud mõiste tänapäevases tähenduses on jõudnud tunduvalt hiljem, alles peale Nõukogude Liidu lagunemist. Seepärast mõisteid ei ole veel ühiskond omaks võtnud. Mõned tööde autorid näevad sarnasust selles, et mõiste „EÜV“ vastab oma olemusest nõukogude ajal kehtinud korraga, kui ettevõtted või kolhoosid kandsid hoolt oma töötajate eest. (Noorkõiv 2006)

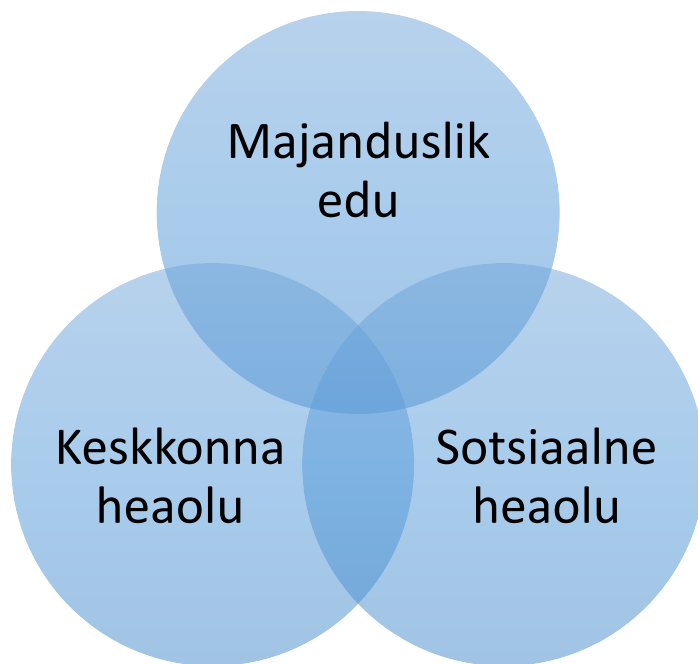
Täna Eestis puudub üks kindel definitsioon ja kasutuses on nii „ettevõtte sotsiaalne vastutus“, „vastutustundlik ettevõtlus“, kuid ka „ettevõtte ühiskondlik vastutus“. Kõik mõisted on erinevates töödes kasutatud ja see võib tekitada segadust. Autori arvates, kõige paremini sobib mõiste „ühiskondlik ettevõtlus“, sest selle sisus on mõiste tähendus, et ettevõtlus on suunatud ühiskonnale, seega antud mõiste oleks lihtsamini arusaadav.

EÜV defineerimisel kasutakse ühtlasi ka kolmese mõõdupuu, mille järgi juhid ja ettevõtjad peavad arvestama oma otsuste langetamisel mitte üksnes majandustulemusi, vaid samas sotsiaalseid ja ökoloogilisi aspekte, eesmärgiga mõjutada ühiskonda positiivselt (Garriga, Mele 2004). Joonis 1 illustreerib seda, milliseid aspekte peab ettevõtte kaasama, et tagada jätkusuutlikust. Et tagada jätkusuutlikust, ettevõtte peab järgima kõiki kolme aspekte.

Lähtuvalt kolmikmõõdu aspektidele majanduslik edu ei ole mitte ainult kasumi teenimine, kuid samuti see, kuhu raha edaspidi suunatakse. Ühiskondliku vastutusega ettevõtte reinvesteerib oma kasumi arengusse, et tagada jätkusuutlikust tulevikus. Selle aspekti alla kuulub olulisus oma

töötajate teadmiste arendamises ja nende töö eest õiglast töötasu maksmisel. Ettevõtte tegevus sõltub sellest, kas järgitakse ettevõttes kohalike seadusi, nagu näiteks vältimine altkäemaksu andmist või võtmist, maksupettuseid ja ebaõiglast tasustamist firmasiseselt, sest see kõik avaldab negatiivset mõju ettevõtte mainele, seeläbi ettevõtte jätkusuutlikkusele. (Uddin et al 2008)

Sotsiaalse heaolu aspekti tähenduse all mõeldakse, et ettevõtte austab oma kliente, töötajaid ja kogukonda. Ettevõtte tagab, et nende tegevuse tulemused on ohutud, kvaliteetsed ja omavad õiglast hinda. Esitatud kaebustele peab ettevõtte leidma kiire, ausa ja mõistliku lahenduse. Töötajatele peavad olema tagatud ohutud töötingimused, mittediskrimineeriv suhtumine ja arenguvõimalused. Panus kogukonda tähendab, et ettevõtte ei väldi võtmist tööle erivajadustega inimesi, toetab kohalikku sporti, kultuuri, haridust ning ühiskonnaalgatusi. Ettevõtte ei tohi väljastada eksitava informatsiooni oma hetkeolukorrast (*Ibid*).



Joonis 1. Kolmene mõõdupuu
Allikas: Autori koostatud

Keskkonna heaolu aspekt tähendab, et ettevõtte püüab vähendada negatiivset mõju looduskeskkonnale oma tegevusega. Selle alla kuuluvad jõupingutused kasutada säästlikumalt energiat ja püüdmine vähendada jäätmete koguseid oma tegevuses (*Ibid*).

Paljud autorid rõhutavad mitmetes töödes, et EÜV peaks ületama miinimumstandardeid (Nelson 2004). See tähendab, et ettevõtted nõustuvad tegema rohkem, kui seda on kohustatud seadustega või ühiskonnas vastuvõetud tavaga.

Autor on defineerinud ettevõtte ühiskondliku vastutuse, kui ettevõtte ja ühiskonna vahelist suhet, milles esimene vabatahtlikult nõustub osalema ühiskonna arengus ja teeb selleks rohkem, kui on kohustatud seadusandlusega. Mõlemad pooled saavad sellistest suhetest kasu, kui seda õigesti teostakse.

1.1.1. Sidusgrupid

Ühiskonna osad, mis suudavad mõjutada või on ise mõjutatud ettevõtte tegevustest või strateegiast on sidusgrupid (Clarkson 1995). Sidusgruppe on tänaseks jagatud erinevalt. Charkham on jaganud sidusgruppe vastavalt sellele, kas ettevõtte ja grupivaheline seos on lepinguline või mitte (Charkham 1992), nagu on toodud Tabelis 1.

Tabel 1. Ettevõtte sidusgrupid Charkhami järgi

Lepingulised sidusgrupid	Ühiskondlikud sidusgrupid
Töötajad	Tarbijad
Aksionärid	Kohalik kogukond
Kliendid	Kohalikud omavalitsused
Hankijad	Keskvalitsus
Edasimüüjad	Meedia
Võlausaldajad	Survegrupid

Allikas: Autori koostatud Charkhami põhjal

Clarkson oli jaganud sidusgruppe kaheks rühmaks ettevõttele tähtsuse järgi. Esimese rühma kuuluvad ettevõtte tegevuse jaoks esmatähtsad sidusgrupid. Kui esimese sidusgruppi kuuluv liige

muutub rahuolematuks ja loobub koostööst osaliselt või tervikuna, siis ettevõtte tegevus saab tõsiselt kahjustada või lõpeb. Teise sidusgruppi kuuluvad need, kes on seotud või mõjutatud ettevõtte tegevusest, kuid nad ei ole ettevõtte toimimiseks hädavajalikud. (Clarkson 1995).

1.2. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandlus

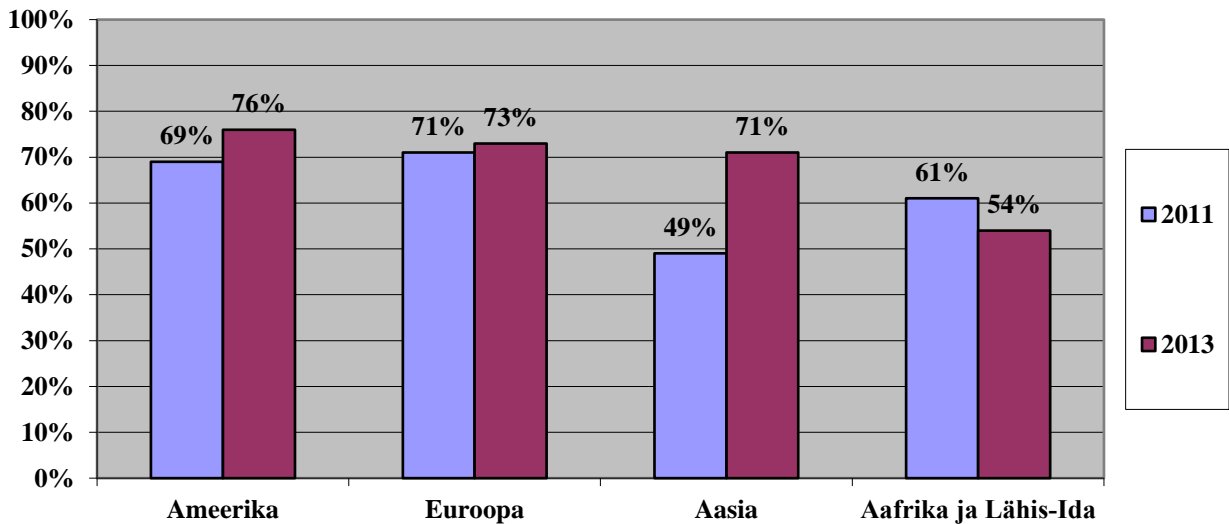
Ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruanne on ettevõtte ühiskondlikust vastutusest ajaliselt poole võrra uuem teema. Esimesi vastavaid aruandlusi olid esitanud ettevõtted 1990-ndatel. Täna on ühiskondliku vastutuse aruanded tavapärase nähtus, kuid seda enamasti suuremates ettevõtetes.

Sotsiaalse vastutuse aruandlusi tihti kritiseeritakse, selle tõttu, et need ei too koostajatele kasu, kuid ettevõtte jaoks nende koostamine on kulukas majanduslikult ja ajaliselt. Teised leiavad, et nende koostamine on ettevõttele kasulik. Pooldajad toovad välja, et sotsiaalse vastutuse aruanded aitavad kaasa ühiskonna probleemide lahendamisel. (The KPMG... 2013)

Paljudes riikides pole aruandluste esitamine seadustega veel reguleeritud. Kuid see teema on viimastel aastatel jõuliselt arenenud ja paljudes riikides on vastuvõetud esimesed meetmed, mis määravad ühiseid mängureegleid.

Sotsiaalse vastutuse aruandlusi on Eestis viimastel aastatel esitanud peamiselt suured ettevõtted. Suurematel ettevõtetel on suurem mõju ühiskonna elule, kui ka suuremad majanduslikud võimalused, et osaleda ühiskonna arengus.

Joonis 2 näitab, kuidas on muutunud osakaal aastatel 2011-2013 nende ettevõtete vahel, mis kasutavad ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandlusi. Võrreldes tulemustega 2011 on aastal 2013 tulemused kasvanud, väljaarvatud Aafrika ja Lähis-Ida regioonis. See tähendab, et viimasel ajal aina rohkem ettevõtteid soovib koostada lisaks kõikidele kohustatud aruannetele ka sotsiaalse vastutuse aruandlusi (*Ibid*).



Joonis 2. Ettevõtte ühiskondliku vastutuse aruanded regioonide kaupa protsentides

Allikas: Autori koostatud

Ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandlusi koostavad ettevõtted kasutavad oma aruannetes järgmisi instrumente (Baron 2014): printsiibid, juhised, standardid ning meetodid. Edasi järgnevad näited printsiipidest.

- Majanduskoostöö ja Arengu Organisatsioon (MNE Guidelines) on teinud omapoolseid soovitusi, mis olid vastuvõetud erinevate riikidega rahvusvaheliste ettevõtete vastu, mis tegutsevad nende jurisdiktsioonis. Soovitused puudutasid sotsiaal, keskkonna, finants, juhtimise ja omandi aspekte. Kuid ei määranud ühtegi konkreetset vormi (*Ibid*).
- ÜRO on koostanud oma printsiipe. Ei kohusta kasutama mingeid kindlaid raamistikke, kuid soovitab teatud juhtudel kasutada GRI põhimõtteid. Soovitused puudutavad inimõigust, korrupsiooni, keskkonna ja tööjõudu teemasid (*Ibid*).
- ISO 26000: Juhis sotsiaalses vastutuses. Vaatamata sellele, et on märgistatud kui rahvusvaheline standart, seda ta siiski pole. See hõlmab laialt EÜV teemat, kuid ei pakku konkreetseid juhiseid aruandlusi koostamiseks (*Ibid*).

- IFC (The International Finance Corporation Performance Standards on Environmental and Social Sustainability), mis kehtestab oma klientide tegevuse reegleid konkreetsetes valdkondades. IFC samuti ei määra raamistike tegevuses. (Baron 2014)
- Rio +20 kohtumisel avaldati kokkuvõttes, et peavad oluliseks pidama ühiskondliku vastutuse aruandlusi suurtes ettevõttes (*Ibid*).

Ühiskondliku vastutuse aruannete juhendite loojad on sõltumatud organisatsioonid. GRI (Global Reporting Initiative) määrab konkreetsed juhised, kuidas tuleks koostada ettevõtte ühiskondliku vastutuse aruandeid. GRI oli loodud 1997 aastal ja nende reeglistike järgivad enamus organisatsioone. Teine tuntud alternatiiv on AccountAbility. Samuti koostab standarde ja pakub erinevaid lahendusi, kuidas ühiskondliku vastutust integreerida ettevõtte strateegiasse (*Ibid*).

CDP (The Carbon Disclosure Project) küsimustik on veel üks näide lähenemisest ettevõtte sotsiaalsele aruandlusele. Antud juhul tähelepanu on keskkonnale ja täpsemalt kliimale, vee- ja metsaressurssidele. Selle järgi suured ettevõtted jälgivad oma tegevuse käigus tekitatud saaste koguseid (*Ibid*).

Mõned sotsiaalse vastutuse aruandluste standardid, mis sisaldavad meetodeid, nõuavad aruandluste kontrolli jaoks selleks akrediteeritud organisatsioonidelt. Euroopa Liidu EMAS (The European Union Eco-Management and Audit Scheme) saavad kasutada ettevõtteid, mis soovivad anda tarbijatele teada, milline on nende sooritatavate ostude keskkonnamõju. ISO standardi 14064-1 tehnilised nõudmised ja määrused organisatsioonidele on selleks, et leida äritegevuse käigus tekitatud kasvuhoonegaaside emissiooni ja pakkuda võimalusi, kuidas neid vähendada (*Ibid*).

Tänapäeval enamus riikides veel puuduvad reeglid sotsiaalse vastutuse aruandluse kohta, kuid see kiiresti areneb. Kõige populaarseim meetod Euroopa Liidus kuid on kohustada suurimaid ettevõtteid sotsiaalse vastutuse aruandeid koostama. Need võivad olla finantsiliselt või töötajate arvust suurimad ettevõtteid. Teistes riikides sellist kohustust omavad näiteks riigiettevõtteid (*Ibid*).

1.3. Vastutustundlik investering

Kutselised investorid kasutavad oma tegevuses ühiskondliku ettevõtluse põhimõtteid. Sellest on tulnud välja „eetiline“ investeerimissuund – vastutustundlik investeerimine. See on investeerimine mille juures arvestatakse majanduslike, sotsiaalseid ja keskkondlikke aspekte (Report... 2016).

Selline investeerimisviis tavaliselt tähendab loobumist investeringutest, mis ei ole kooskõlas ühiskondliku vastutuse põhimõtetega. Investeerimis potentsiaali analüüsimisel võetakse arvesse näiteks ettevõtte personalipoliitikat. Juhtudel, kui on alust arvata, et ettevõtte juhtimises eiratakse selliseid aspekte nagu tööohutus, töötajate kaasamine tööküsimustes, õiglase töötasu maksmine, ametiühingutega koostöö pidamine, siis sellisest investeringust loobutakse. Kõik alkoholi- ja tubakatööstusega seotud tegevused, näiteks tootmine (k.a alkoholi- ja/või tubakatootmiseks vajalik toodang), litsentseerimine, müük või muu seos ei vasta selliste investeringute põhimõtetega. Samad põhimõtted kehtivad ka hasartmängude valdkonnale. Jäetakse välja ka need firmad, mis on seotud relvatööstusega. Samasse kategooriasse kuuluvad ka organisatsioonid, mis on seotud tuumaenergiavaldkonnaga. Inimõiguste eiramine on üks olulisematest aspektidest ühiskondliku vastutusega investeerimise puhul, nagu näiteks põlisrahvaste õiguste ignoreerimine Birmas. Vastutustundliku investeringu puhul samuti analüüsitakse firmade mõju keskkonnale. Siia kuuluvad toodete või teenuste kasulikkus ühiskonnale, mõistlik energiakasutus, reostuse ja ohtlike jäätmete vältimine, ümbertöötlemine ja muud tegevused, mis aitavad säästa keskkonda ja loodust. Positiivsed tegurid on tolerantne suhtumine erinevatesse vähemustes, nagu naiste jõudmine kõrgematesse tööpositsioonidele, vähenenud töövõimega inimeste tööle võtmine, seksuaalvähemuste mitte diskrimineerimine. Eelistatakse selliste investeringute puhul organisatsioone, mis osalevad ühiskonna arengus läbi heategevuse, nagu näiteks toetavad haridust, osalevad heategevuse programmides. (Baron 2014)

On olemas ka teisejärgulised tegurid, millele pööratakse tähelepanu sotsiaalse vastutusega investeerimisel, kuid seda olenevalt juhtumist. Siia alla kuuluvad usulised arusaamad, näiteks tegevused, mis on seotud sealihatoodanguga ning intressi pealt saadud kasumiga, mis on keelatud islami usu puhul. Paljud usud keelavad konkreetseid meditsiinilisi protseduure (abort, vereloovutamine, kontratseptiivid) või nõuavad erilisi kooseluvorme. Ühiskond viimasel ajal ei

salli loomade peal testimist, seega see võib eemale tõugata selliseid investeeringuid. Vastutustundliku investeerimise puhul välditakse tihti ka pornograafiatööstust. (Baron 2014)

Investorid aastast aastase näitavad aina rohkem huvi ühiskondliku vastutusega investeeringutesse. Vastutustundlik investering on muutunud populaarsemaks, kui 1990-ndatel aastatel sellistel põhimõtetel tegutsevad fondid saavutasid suuremat tulusust. Vastutustundliku investeerimine turu suurus on aastal 2016 \$8,72 triljonit, mis annab kolmandiku kogu professionaalsetest juhitavatest investeeringutest USA-s. USA-s vastutustundlikute investeeringute maht kasvas 1995-2003 aastatel 40% kiiremine kui muu professionaalselt juhitud koguturg (Report... 2016).

1.4. Ettevõtte eesmärk ühiskonnas

Ajaloo jooksul on palju arutletud selle kohta, millised peamised rollid on ettevõttel ühiskonnas. Veel Theodor Roosevelt on toonud välja, et ettevõtted on hädavajalikud instrumendid meie ühiskonnas, kuid nad peavad olema kontrollitud ja reguleeritud sellisel viisil, et kõik tegutseks kogu ühiskonna huvides (Corporate... 2009).

Ettevõtte ühiskondliku vastutuse kohta oli kujunenud välja kaks vastupidist teooriat. Üks osapool väidab, et ettevõtted ei tohiks osaleda ühiskonna arengus ja see on ainult riigi eesmärk (Friedman 1970), kuid teised arvavad vastupidist, et riik ei suuda kõikide ühiskonna probleemidega tegeleda ja ettevõtted saavad võtta selle rolli enda peale, et mõjutada sidusgruppe, ehk inimesi enda ümber (Bowen 1953).

Esimese teooria põhiseisukoht on, et ühiskonna arengu eest vastutab riik, ja ettevõtte tegevus on ainult maksimeerida oma kasumit (Friedman 1962, Levitt 1958). Sellist teooriat nimetatakse peamiselt neoklassiliseks teooriaks või liberalistlikuks juhtimislähenemiseks. Majandusteadlane Milton Friedman arvas, et ettevõtted peavad kasutama oma ressursse ainult selleks, et suurendada oma ettevõtte kasumit, järgides üldisi eetikanorme. Sotsiaalset rolli, tema arvates, täidab üksnes riik. EÜV on tema jaoks kahjulik ühiskonnale, sest selle hinna sisse on arvestatud EÜV kulu ja see tähendab suuremat hinda tarbijale ja sellega toob kahju kogu ühiskonnale (Friedman 1962).

Teiselt poolt tuleb teooria, mis hõlmab eetika- ja moraalnorme ja väidab, et ettevõtted peavad kandma vastutust ühiskonna eest (Carroll 1979, Warhurst 2005). EÜV esimene sõnastaja Howard Bowen (1953) arvas, et ettevõtjad peavad viima läbi poliitikat, mis on kooskõlas ühiskonna eesmärkidega ja väärtustega. Tänapäeval lähenemist, mille juhul juhtkonna eesmärk on ainult maksimeerida omanikke kasumit on moraalselt vastuvõetamatu (Donalds, Preston 1995).

Carroll on antud distsipliini tuntuim teadlane. Vastavalt tema loodud ja hiljem täiendatud mudelile, ettevõtte peab olema majanduslikult kasulik, alluma seadustele, käituma eetilisel ja tegelema heategevusega, sest tema arvates, seda ootab ühiskond organisatsioonidelt (Carroll 1991). Selle koolkonna toetajad rõhutavad, et ebaeetiline juhtkonna juhtimine võib olla ohtlik ja ebaefektiivne ettevõtte arengus, sest sellised ebaeetilised otsused võivad olla kahjulikud.

Vaatamata olulistele erinevustele kahe teooria vahel, esineb ka sarnaseid seisukohti. Mõlemad teooriad on seisukohal, et esmane tähtsus on ettevõtte tulu suurendamisel. Alles peale seda tuleb ühiskondlik vastutus (Warhurst 2005). Kuid vaidluse teemaks jääb siiski see, kas kasumi teenimine üksnes omanikele on piisav tegevus ettevõtluses (Friedman 1970).

Täna on loodud EÜV mudelid, mille abil saab uurida ettevõtte rolli ühiskonnas. Ühe mudeli aluseks on võetud ühiskondliku vastutuse tasandid. Tabel 2 näitab, et ettevõtte ühiskondliku vastutuse mudeli alumine tasand tähendab seaduste järgimist, mille hulka kuuluvad maksud, tervise ja tööohutusereeglistikud, töötajate ja tarbijate õigused ja keskkonnaga seotud regulatsioonid. Ühiskondliku teiseks tasandiks on filantroopiline tegevus, ehk heategevus, mis ei ole ulatuslik ega regulaarne. Kolmanda ühiskondliku vastutuse tasandile jõudmine tähendab pikaajalisi ettevõtte ühiskondliku vastutuse strateegiate vastuvõtmisi. See tähendab, et püütakse saavutada oma erinevate sidusgruppide individuaalseid eesmärke, nagu töötajate ja klientide rahuolu saavutamine, seda kõike teenides tulu omanikutele, kuid samas vähendades negatiivseid mõjusid keskkonnale. Viimasel, neljandal ettevõtte ühiskondliku vastutuse tasandil püütakse positiivselt mõjutada ühiskonna arengut, seda püütakse saavutada majanduslike, sotsiaalsete ja keskkonna aspekte maksimeerimisel. (Swift, Zadek 2002)

Tabel 2. Ettevõtte ühiskondliku vastutuse tasandid

Tasandid	Protsessid ja tööriistad
4 tasand. Majandusliku, sotsiaalse ja keskkonna väärtuste maksimeerimine	Globaalsetest standartidest järgimine, kolmese mõõdupuu aspekte kasutamine äritegevuses.
3 tasand. Strateegiline ühiskondlik vastutus	Innovaatiline toodang või teenus, uued ärivõimalused, jätkusuutlik tegevus.
2 tasand. Vähene ühiskondlik tegevus	Filantroopiline tegevus, standartide järgimine.
1. tasand. Seaduste järgimine	Tööohutuse nõuete, töötajate/tarbijate õiguste ja keskkonna seaduste järgimine, maksude maksmine.

Allikas: Autori koostatud Swift ja Zadek 2002 põhjal

Ettevõtted jõuavad erinevalt kõrgematele ettevõtte ühiskondliku vastutuse tasanditele ja see sõltub palju ettevõtte juhtide maailmavaadetest ja väärtushinnangutest. Iga järgmise tasandiga sidusgruppi surve suureneb ja nõuab suuremat ja laiemat panust ühiskonna sotsiaalse ning keskkonnakaitse alaste aspektidesse. (Warhurst 2005)

Ühiskondliku ettevõtluse mehhanisme ettevõtte juhtimises hakati kasutama alates 1980-ndatest, kui olid toimunud maailmas suured keskkonnakatastroofid, nagu Bhopali tehase gaasilekke 1984 aastal, Tšernobõli tuumakatastroof 1986 aastal, Exxon Valdez'i õlitankeri uppumine 1989 aastal (Warhurst 2005). Big Pharma on sattunud kriitika alla, kui keeldus tegemast odavamast HIV/AIDS ravimeid arenevatele riikidele. (Angell 2004). Kõige selle järel ettevõtted muutsid suhtumist arengusse ja eelnev prioriteet majanduskasvule muutus ning selle asemele tuli jätkusuutlik areng. Jätkusuutlik areng on selline areng, mis rahuldab tänapäeva vajadusi, kuid samas ei kahjusta tulevast rahuolu (Noorkõiv 2006).

Alates 1990-ndatest on mitmed rahvusvahelised ettevõtted sattunud konflikti osaliseks, mis oli sundinud ettevõtteid vaatama üle oma juhtimispoliitikat ja valida jätkusuutlik areng edaspidiseks tegevuseks. Selliste konfliktide osaliseks on olnud näiteks Nike, keda süüdistati maksimises oma töötajatele „orjatöötasu“, kehvates töötingimustes ja lapstööjõu kasutamises oma tootmises. Royal Dutch/Shell on sattunud terava Greenpeace kriitika alla, kui toimus õnnetus Brent Spar naftaplatvormil. (Winn 2012)

Ühiskondlik vastutus ei tähenda veel ettevõtte jaoks jätkusuutliku arengut, samamoodi nagu tugev imago ja finantsilised näitajad. Seda näitab Volkswageni juhtum, kui esmapilgul ühiskondliku vastutusega liidri positsioone oma valdkonnas omav ettevõtte on petnud aastaid oma tarbijaid. Volkswageni autod olid programmeeritud näitama testidel paremaid väljaheitmete tulemusi, kui seda oli tegelikult. Selline tegevus on toonud ettevõttele tõsiseid probleeme, trahve näol, maine kaotamises tarbijate ja partnerite silmis. (Dans 2015)

Kuid maailma ajalugu näitab, et on olemas ka vastupidiseid näiteid, kus korporatsioonid võtavad enda peale ühiskondliku vastuse omal tahtel ja ilma ühiskonna surveta, sest näevad selles tuluallikat. Selline näide on ettevõtte Kellogg, mis oli asutatud üle saja aasta tagasi. Ettevõtte hakkas kasutama juba siis ühiskondliku vastutuse instrumente oma äritegevuses. Nii toodeti „hea maitsega ja kõrge kvaliteediga toite“ ja „investeeriti oma inimestesse“ ettevõtte asutamise ajast. See ettevõtte on ka täna oma valdkonna jätkusuutlik liider (Asongu 2007).

Suurim panus mida üks ettevõtte saab ühiskonnale teha, on uued väärtused ning jõulised äriideed, mis rahuldavad nii ühiskonna kui ka ettevõtjate huve, täites sellega klientide soove, arendades uusi tooteid ja teenuseid. (Nelson 2004)

Teine näide sellisest ettevõtte juhtimispoliitikast on Anita Roddick'i äriidee. Anita Roddick on The Body Shop'i asutaja, mis toodab "eetilisi" kosmeetikatooteid. Tootmises kasutakse ainult looduslike aineid ja tooteid ei testita loomade peal. Tema arvamus on, et ettevõttel on enda huvides olla ühiskondliku vastutusega, sest see on kasulik nende äritegevusele (Corporate social... 2009). Tänapäeval suured ettevõtted tahavad näidata, et nad soovivad osaleda ühiskonna arengus (The.. 2005). Suuremad korporatsioonid USA-s ja Suurbritannias on kokku kulutanud üksnes EÜV rohkem kui 15 miljardit dollarit aastal 2014 (The halo... 2015).

Mitmed autorid on viinud läbi uuringu, mille puhul otsiti korrelatsiooni EÜV ja finantstulemuste vahel. Erinevad tööd on näidanud positiivse korralatsiooni EÜV ja finantstulemuste vahel. (Garriga, Mele 2004)

Eelpool nimetatud näited tõestavad, et tänapäeval ei ole piisav ainult ettevõtte positiivsetest finantsnäitajatest ja suurest kasumist omanikutele. Jätkusuutlik ettevõtte on kohustatud järgima ühiskonna huve ja toetama ühiskonda. Sellisel juhul organisatsioon saab kasutada ühiskondliku vastutuse hüve, mille hulka kuulub hea maine, mis toob kaasa investoreid, kapitali, kliente ja tööjõudu, sest siis peetakse teda usaldusväärsemaks teistest. Iga ettevõtte on huvitatud kaadrivooluse vähendamises ja lojaalsetest klientidest, mis annab võimalust vähendada kulusid ja suurendada tulusid pikkemas perspektiivis. Oluliseks argumendiks olla ühiskondliku vastutusega ettevõtte on samuti võimalus saavutada paremaid tulemusi ekspordis, mis omakorda aitab vähendada äri ja reputatsiooni riske.

2. UURINGU KIRJELDUS JA ANALÜÜS

Peatükis 2 kirjeldab autor uurimisviisi ning valimit, toob välja uurimise analüüsi ja tulemused, mille põhjal teeb järeldused ja ettepanekud. Töö eesmärgi saavutamiseks autor kasutab kvantitatiivset ja kvalitatiivset meetodit.

2.1. Meetod ja valim

Antud bakalaureusetöö oli tehtud sotsiaalse vastutuse aruandluse analüüsil kolme Eestis tegutseva eraettevõtte põhjal. Töö hõlmab ettevõtete kümneaastast tegevust (2006-2015). Töö eesmärgi saavutamiseks analüüsiti AS Ericsson Eesti (edaspidi Ericsson), AS Tallink Eesti Grupp (edaspidi Tallink) ja AS Tallinna Kaubamaja Grupp (edaspidi Kaubamaja) sotsiaalse vastutuse aruannete kajastamist majandusaasta aruannetes või eraldi sotsiaalse vastutuse aruandega. Analüüs on tehtud põhinedes järgmistele ettevõtte ühiskondliku vastutuse valdkondadele:

1. Ühiskondlik tegevus;
2. Keskkonnapoliitika;
3. Kliendi rahuolu;
4. Töötajate heaolu;
5. Eetika;
6. Saavutused;
7. Püstitatud sotsiaalse vastutuse eesmärgid;
8. Keskkonnajuhtimissüsteemide arendamine.

Kvantitatiivse meetodi puhul oli tehtud hinnang arvestades mitu ühiskondliku vastutuse valdkonda oli aruandes kajastatud. Iga kajastatud valdkond oli hinnatud ühe punktiga. Hinnang oli tehtud nii aastate (10 aastat), kui ka valdkondade lõikes (8 valdkonda). Maksimaalne võimalik hinne on 80 punkti ja minimaalne 0. Suurim tulemus näitab paremat ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandluse kvaliteeti.

Kvalitatiivse meetodi puhul täiendavalt kaheksale valdkonnale oli tehtud ka üldine hinnang sotsiaalse vastutuse aruandele tervikuna, milles käigus arvestati aruandluse mitmekesisust, viimistletust, esitamise struktuuri ning vormi. Töö käigus autor väljendab ka oma isikliku arvamuse aruandluste kvaliteedi kohta.

2.1.1. Väljavalitud ettevõtete taustainfo

Bakalaureusetöö käigus väljavalitud ettevõtted on oma äritegevuse poolest erinevad. Selline erinevate valdkondades tegutsevate ettevõtete uuring annab põhjalikumalt ülevaadet sotsiaalsetest aruandlustest Eestis. Kõik kolm väljavalitud ettevõtet on aktsiaseltsid ja on suurimad tegutsevad ettevõtted Eestis müügitulu järgi. Nimekirjast jäi välja Eesti Energia, mis on olnud müügitulu poolest kolmandal kohal, kuid on riigile kuuluv ettevõtte, ning selle asemele oli valitud järgmisel kohal olev ettevõtte, aktsiaselts Tallinna Kaubamaja. Ükski uuritav ettevõtte ei ole koostanud sotsiaalse vastutuse aruannet eraldi või majandusaasta aruande osana terve uuritava aja jooksul, ehk aruandluse koostamise praktika antud organisatsioonides on alla kümne aasta. Lisas 1 on väljatoodud, kas ühiskondliku vastutuse tegevus on tehtud eraldi aruandena või majandusaasta aruande osana.

2.1.1.1. Ericsson Eesti AS

Ericsson Eesti AS on sidevõrguseadmete tootja. Peamine tegevus on sidevõrgu tugijaamade tootmine kõrgtehnoloogiliste seadmete abil, mis teevad võimalikuks andmeside edastamist kogu maailmas. Tegelevad uute digitaal- ja raadiotoodete arendamisega ja turule toomisega, toodete industrialiseerimisega ja testsüsteemide arendamisega. Ettevõtte tegeleb Eestis aastast 1996 ja aastal 2009 avas suure tehase. Praeguse seisuga ettevõttes töötab umbes 1418 töötajat.

Ericsson kajastab oma sotsiaalselt vastutustundlikud tegevused tegevusaruande osana aastast 2010. Eelneval aastal 2009 kuigi puudus sotsiaalse vastutuse teemasid puudutav peatükk, siiski oli plaanides kajastatud kliendirahuolu puudutav osa. Alates aastast 2010 majandusaastaruande vorm muutus ja tuli lisaks tegevusaruande osasse „keskkonna- ja sotsiaalsed mõjud“ peatükk. Seda muutust võib siduda ettevõtte suure laienemisega, mis leidis aset aastal 2009, kui Ericsson avas uue tehase ja töötajate arv kasvas. Kui aastal 2008 keskmine töötajate arv oli 112, ning aastal 2009 juba 557, siis aastaks 2010 töötajate arv peaaegu kolmekordistus võrreldes eelmise aastaga ja ulatus 1391. Osaliselt ühiskondliku vastutust puudutavad teemad olid järgmises peatükis „Plaanid 2011. aastaks ja aruandeperioodi järgsed sündmused“, ka edaspidi antud peatükis olid sotsiaalset vastutust puudutavad teemad. Aastal 2015 Sotsiaalse Vastutuse Foorum tunnustas organisatsiooni kuldmärgisega teist aastat järjest.

2.1.1.2. Tallink Grupp AS

AS Tallink Grupp on Euroopa juhtiv laevandusettevõtte, mis pakub kõrgetasemelist minikruisi- ja reisijateveoteenuseid Läänemerel. Samuti on ettevõtte üks juhtivatest kaubaveoteenuste pakujatest opereeritavatel liinidel. Pakub oma teenuseid kaubamärkide Tallink ja Silja Line mitmel laevaliinil Soome ja Rootsi, Eesti ja Soome, Eesti ja Rootsi ning Läti ja Rootsi vahel. Omab kokku 16 alust: kruisilaevad, ro-pax kiiralaevad ja ro-ro kaubalaevad. Lisaks kontserni kuulub neli hotelli Tallinnas ja üks Riias. Organisatsioonis töötas 2015 aastal keskmiselt 6966 inimest. On üks suurim ettevõtte töötajate arvu poolest.

Uuritavatest ettevõtetest Tallink'il on kõige suurem kogemus sotsiaalse vastutuse aruandluste koostamises. Tallink koostab eraldi sotsiaalse vastutuse aruandeid inglise keeles aastast 2007. Selle grupi aruandlus on kõige mahukam, erineb disaini ja kujunduse poolest. See on värviline ja on kasutatud illustreerivaid pilte. Aastal 2013 sotsiaalse vastutuse aruandes oli tehtud rõhk illustratiivsetele piltidele ja oli tavalisest vähem teksti. Mitmekordselt oli saanud tunnustust, kui ühiskondliku vastutusega ettevõtte.

2.1.1.3. AS Tallinna Kaubamaja Grupp

AS Tallinna Kaubamaja on 55 aastat tagasi alguse saanud ettevõtte ja tänaseks on kasvanud üheks tugevamaks jae- ja hulgikaubanduskontserniks. Tallinna Kaubamaja Grupp AS tütar- ja sidusettevõtted Kaubamaja AS, Selver AS, Kulinaaria OÜ, Viking Security AS, Tartu Kaubamaja Kinnisvara OÜ, Tallinna Kaubamaja Kinnisvara AS, TKM Auto OÜ, TKM Beauty Eesti OÜ, TKM Beauty Eesti OÜ, KIA Auto AS, Viking Motors AS, AS TKM King ja Rävåla Parkla AS on registreeritud Eesti Vabariigis. Selver Latvia SIA, SIA TKM Latvija, SIA Forum Auto on registreeritud Läti Vabariigis ja KIA Auto UAB Leedu Vabariigis. Viimasel uuritava aastal 2015 töötas ettevõttes keskmiselt 3946 inimest.

Tallinna Kaubamaja aastal 2016 esitas oma seitsmendat aastaaruannet, mille tegevusaruanne osana on olnud sotsiaalse vastutuse aruandlus. Aastast 2008 kuni 2014 oli peatükk „sotsiaalne vastutus“ tegevusaruandes. Aastal 2016 sotsiaalse vastutuse aruandluse vorm muudeti ja „sotsiaalsele vastutusele“ lisaks tulid juurde peatükid „vastutustundlik ettevõtlus“, „personali heaolu ja motivatsioon“ ja „vastutustundlikud tooted ja teenused“. Oluliselt suurenes võrreldes eelmiste aastatega sotsiaalse vastutuse aruandluse maht. Kuigi organisatsioon ei tee eraldi sotsiaalse vastutuse aruandeid, siiski on ettevõttel koduleheküljel info, et ettevõtte peab „oluliseks sotsiaalselt vastutustundliku ettevõtluse põhimõtete juurutamist oma igapäeva tegevuses“. Tallinna Kaubamaja toob välja oma peamised toetusvaldkonnad, mis on Eesti laste heaolu, tervis ja areng, suurpered, sport, kunst ja kultuur, vastutustundlik tarbimine, Eesti ühiskonna areng ning mitmekesisuse väärtustamine. Kaubamaja pälvis aastal 2014 oma tegevuse eest vastutustundliku ettevõtluse pronkstaseme märgise.

2.2. Sotsiaalse vastutuse aruannete analüüs

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk on välja selgitada, kuidas on muutunud sotsiaalse vastutuse aruandluste kvaliteeti Eesti müügitulu järgi suuremates eraettevõtetes viimase kümne aasta jooksul (2006-2015). Töö käigus osutusid valituks Ericsson Eesti AS, Tallink Grupp AS ja Tallinna Kaubamaja Grupp AS. Väljatoodud ettevõtted on oma müügitulu järgi Eesti suurimad

ettevõtted. Ericssonil ja Kaubamajal ei olnud eraldi sotsiaalse vastutuse aruandeid, kuid ettevõtte ühiskondliku vastutust puudutav osa oli välja toodud majandusaasta aruandes. Tallink koostab eraldi sotsiaalse vastutuse aruande.

Suurematel ettevõtetel on suurem mõju ümbritsevale keskkonnale ning sidusrühmadele, kelle arvamus on oluline ettevõttele. Investorid, tarbijad ja partnerid ootavad organisatsioonidelt rohkemat, kui häid majandustulemusi, seepärast ettevõtted oma tegevuses lähtuvad ühiskondlikkusest vastutusest.

2.3. Ettevõtete sotsiaalse vastutuse aruandluste analüüs

Bakalaureusetöö käigus valitud ettevõtete Ericsson Eesti AS, Tallink Grupp AS ja Tallinna Kaubamaja Gruppi AS sotsiaalse vastutuse aruandluse analüüsitakse viimased kümme aastat (2006-2015). Sotsiaalse vastutuse aruandluste kvaliteedi uurimiseks olid analüüsitud järgmised ettevõtte ühiskondliku vastutuse valdkonnad:

1. Ühiskondlik tegevus;
2. Keskkonnapoliitika;
3. Kliendi rahuolu;
4. Töötajate heaolu;
5. Eetika;
6. Saavutused;
7. Püstitatud ühiskondliku vastutuse eesmärgid;
8. Keskkonnajuhtimissüsteemide arendamine.

2.3.1. Ühiskondlik tegevus

Ühiskondlikud tegevused on kõik vabatahtlikud tegevused, mis on suunatud ühiskonna edendamiseks. Siia kuuluvad organisatsioonide toetused, annetused ja erinevates sotsiaalsetes projektides osalemine. Järgnevalt on toodud välja ühiskondliku tegevust puudutavad seisukohad aruannetes (Lisa 2).

Ericsson on aastal 2010 teinud koostööd Tallinna õpeasutustega eesmärgil suurendada noorte huvi oma tegevuse vastu ja aidata noortel lõputööde kirjutamisel ning toetas stipendiaatide programmi. Koostöös MTÜ Eesti Kvaliteediühinguga ning Eesti Infotehnoloogia ja Telekommunikatsiooni Liiduga erinevates sotsiaalsetes projektides. Oluline algatus on olnud vene keelt kõnelevatele töötajatele eesti keelt, kultuuri, ajalugu ja ühiskonda tutvustavate koolituste läbiviimine. Sellisel moel ettevõtte soovib aidata vene keelt emakeelena kõnelevatel inimestel paremini integreeruda ühiskonda. Järgneval 2010ndal aastal ettevõtte toetas lisaks IT Kolledži stipendiaatide programmi ning suurendas koostööd kutseõppeasutustega praktika teostamise osas. Samuti oli kavandatud koostöö alustamist lastekoduga, et toetada laste haridustaseme tõstmist ja abi töökohtade leidmisel. Aastal 2014 ettevõtte on toonud välja oma koostööd Mektory projektiga. Ning aastal 2015 alustati ülikoolides loengute läbiviimist elektroonikatööstusega haakuvatel teemadel. Samuti olid osalenud kutsehariduskomisjoni ümarlaual, olid suursponsoriks „Noor Meister 2015“ messi korraldamisel ja jagasid oma kogemust Ettevõtluse Arendamise Sihtasutusega välistööjõu importimisel ja integreerimisel Eesti ühiskonda.

Tallinki sotsiaalse vastutuse aruandes ühiskondlik tegevus on peatükkides „Tallink – hea kodanik“, „Partner ühiskonnale“ ning spordi sponsorlust puudutav peatükk, mille nimetus muutub aastast aastase. Tallink on toetanud aastast 2007 lapsi pakkudes neile võimalust osaleda spordi ja kultuursetes programmides. Samuti pakkus „Mini Riik“ programmi raames vene keelt emakeelena kõnelevatele lastele osaleda integreerumise üritusel. Tallink osales mitmes teises lastele suunatud haridus programmis. Organisatsioon oli mitmetes projektides sponsor ja toetas kultuuri, sporti ning lapsi. Tallink tegi koostööd Kaia Kanepiga, kes saavutas häid tulemusi maalima spordis. Aastal 2008 Tallink jätkas laste ja kultuuri toetamist. Osales mitmetes projektides kus võttis aktiivselt osa või oli sponsori rollis. Nii ettevõtte võttis osa projektis „Ei vägivald“, mille eesmärk on vähendada vägivalda laste suhtes, ning kampaanias „Naerata koolis“. Järgmistel aastatel

organisatsioon võttis osa uutes projektides. Sponsorlus oli edaspidi jäänud lastele, kultuurile ja ühiskonnale suunatud. Aastal 2011 Tallink on teinud koostööd SEB-ga heategevuslikul eesmärgil, mis oli suunatud lastele. Samal aastal organisatsioon toetas õpeasutusi.

Aastal 2012 Tallinki sotsiaalse vastutuse aruandluse vorm muutus ja eelmistele peatükkidele asemele tuli peatükk „Tegevused“, mis puudutasid ettevõtte ühiskondliku tegevust. Sellel aastal oma tegevuses ettevõtte muutis alkoholimüügi poliitikat, mille tulemusena ettevõtte ei müü alkoholi joobes inimestele. Teenindav personal peab jälgima alkoholi ostjate seisundit ning, kui on neil põhjust arvata, et klient on joobes, siis nad keelduvad müügist. Tallink alustas koostööd AIESEC-iga ning toetas selle organisatsiooni liikmete reisimist. Jätkati samuti koostööd SEB-ga, kuid teise projekti raames. Muud ühiskonda puudutavad toetused olid jäänud samadest valdkondadest, ehk kultuur, lapsed ning sport. Järgneval aastal 2013 Tallink korraldas oma laevadel klientidele võimalust olla veredoonoriteks. Ning edaspidi jätkati traditsiooni toetada meditsiini ja selleks toetati lastehaigla ehitamist ning meditsiinitarvete soetamist suure summaga. Aastal 2015 Tallink on allakirjutanud koostöölepingule Eesti Päästeliiduga ning jätkas spordi, laste meditsiini ja ühiskonna valdkondi toetamist.

Kaubamaja on võtnud osa mitmetes heategevusprojektis kümnete aastate jooksul. Alates aastast 1994 toetas organisatsioon merikotkaid Tallinna Loomaaias, on olnud pikaajaline TÜ meeskoori toetaja, sponseeris Nõmme Erahariduse Sihtasutust ning tegi koostööd „Heategu annab sooja“ projektiga ja SA Dharmaga, mis tegeleb paljulapseliste perede toetamisega. Samuti tegi koostööd mitmete heategevusorganisatsioonidega, kogudes raha loomade varjupaikadele, paljulapseliste peredele ja muude õilsate eesmärkide saavutamiseks. Aastal 2010 toetas Kaubamaja SOS Lasteküla. Kaubamajale kuuluv Selver korraldas kampaania „Koos on kergem“, kus koostöös klientidega kogutakse raha lastehaiglale. Eraldi Selver toetas ka Kõpu rahvamaja ning tegi koostööd „Shalomi abikeskusega“ annetades realiseerimaja lõpus olevaid toidukaupu. Aastal 2011 alustati koostöös Uuskasutuskeskusega kampaania „Heategu annab sooja“, mille käigus kogutakse rõivaid ja jalatseid, mis toimetakse varjupaikadesse. Sellel aastal samuti toodi välja mitu spordimeeskonda mida Selver toetas ning jätkati eelmiste aastate kampaaniatega. Järgmisel aastal Selver hakkas toetama väiksemaid ja suuremaid kultuuriprojekte ning jätkas uute meditsiini toetavate programmidega. Aastal 2014 koostöös SEB-ga Kaubamaja osales „Jõulusoovide puu“ kampaanias ning korraldas moekunsti üritusi.

2.3.2. Keskkonnapoliitika

Keskkonnapoliitika on riigi keskkonna aktide järgimine ja muu tegevus, mis on seotud keskkonna säästmisega. See tähendab, et järgitakse seadusi ning tehakse rohkem, kui seda nõuavad riigi reeglistikud. Järgnevalt on toodud välja keskkonnapoliitikat puudutavad seisukohad aruannetes (Lisa 3).

Ericsson pole kajastanud keskkonnapoliitikat puudutavaid aspekte oma majandusaastaaruandes kogu uuritava aja jooksul.

Tallink aastal 2007 oma sotsiaalse vastutuse aruandluses on pööranud palju tähelepanu keskkonnapoliitikale. Organisatsioon on oma sotsiaalse vastutuse aruandes toonud välja, et keskkonnapoliitika on nende jaoks prioriteet. Tallink on eraldi toonud välja oma keskkonnapoliitika tegevusi. Nii on detailselt käsitletud kolm keskkonna teemat nagu vesi, maa ja õhk. Eraldi olid toodud välja töötajatega seotud keskkonnategevused. Tallink järgib ISO ning MARPOL standarte ja IMO sertifikaate, mis puudutavad keskkonda. Kasutab saastete vähendamiseks kõrgtehnoloogilisi seadmeid, et vähendada igal tasandil negatiivset mõju keskkonnale. Organisatsioon on avaldanud iseseisvalt initsiatiive ning ühines teiste organisatsioonidega, et tegeleda keskkonna kaitsmisega. Oma igapäevases töös järgitakse keskkonda säästvat poliitikat nagu taaskasutamine, jäätmete sorteerimine, keskkonnasõbralikute toodete kasutamine ning säästlik energia kasutamine. On pööratud oluline tähelepanu töötajate koolitamisele keskkonnapoliitika osas. Koostööpartnerite valimisel on oluline, et nad järgiks samasuguseid keskkonnapoliitika väärtusi. Nii Tallink oli liitunud hüljeste kaitsmisega Läänemeres. Järgmised aruanded ei erinenud oluliselt eelmisest aastastest. Nii oli jätkatud sama tegevusega nagu eelnevatel aastatel ja järgitud samu põhimõtteid.

Aastal 2011 Tallink on liitunud projektiga MarMon. Projekti eesmärk oli välja töötada uudsed, ökosüsteempõhised, indikaatoritel põhinevad seire- ja hindamismeetodid mere elurikkuse seisundi hindamiseks. Järgneval aastal (2012) Tallink on teinud koostööd Maailma Looduse Fondiga ja kaasanud nende projekti oma töötajaid. Nii Tallinki töötajad volontääridena olid õppinud kuidas tuleb õli lekke korral tegutseda. Tallink plaanib alates järgmisest aastast vähendada saaste koguseid. Järgmisel aastal antud plaan nimetusega „SEEMP“ oli alustatud. Aastal 2013 Tallink tõi välja, et tegeleb sellega, et muuta oma tarbijaid keskkonnapoliitika valdkonnas

teadlikumaks. Kasutakse ainult sertifitseeritud kütuseüüjaid ja jälgitakse kütuse kvaliteeti. Sellel aastal oli toodud välja olulisus planeerida laevade marsruute, et minimeerida saastete koguseid. Sellel aastal on eraldi käsitletud hotellide tegevust keskkonnapoliitikas. Hotellid on liitunud Green Key programmiga, mis esindab keskkonnaalast vastutustundliku ja jätkusuutliku tegevust hotellinduses. Kõikides hotellides on paigaldatud automatiseeritud süsteemid, mis omavad ülevaadet energia ning ventilatsiooni kasutusest. On loobutud dokumentidest paberil ja võetud vastu ainult elektroonsete dokumentide süsteemid. Toetas keskkonna projekte nagu „Teeme ära“. Aastal 2014 oli toodud välja taaskasutamise näide, kui ettevõtte valmistas jõulu dekoratsioone taaskasutatud materjalidest. Samuti ettevõtte vähendas paberkataloogide kasutamist ning selle asemel võttis vastu elektroonsete kataloogide kasutamist. Veel üks uus keskkonnapoliitikat puudutav näide on olnud oma jäätmete ümbertöötlemine energiaks. Järgmisel aastal ettevõtte jätkas samade algatustega.

Kaubamaja ei kajastanud uuritava aja jooksul oma aruandes sotsiaalse vastutuse aspekte, mis puudutaksid keskkonnapoliitikat.

2.3.3. Kliendi rahuolu

Kliendi rahuolu valdkond tähendab kõiki ettevõtte tegevusi, mis parandab klientide rahuolu. Siia kuulub klienditeeninduse taseme tõstmine, tagasiside võimalus, paindlik lähenemine, kliendiprogrammid, hästi läbimõeldud ja kvaliteetsed tooted või teenused. Järgnevalt on toodud välja kliendi rahuolu puudutavad seisukohad aruannetes (Lisa 4).

Ericsson on antud teemat kajastanud läbi oma toodangu kvaliteeti. Aruandes olid väljatoodud plaanid tõsta klienditeenindust, „kliendirahuolu“ ning suurendada „lisandväärtusega teenuste pakkumist“ ja pakkuda tarbijatele „kõrgtehnoloogilised tooted“. Järgneval (2010) aastal aruandluses puudusid aspektid, mis puudutaksid kliendi rahuolu. Ericsson on uuesti antud aspekti juurde tulnud aastatel 2012 ja 2013, kui oli taas tekkinud soov tõsta oma toodangu kvaliteeti. Järgnevatel aastatel puudusid aruannetes kliendi rahuolu puudutavad aspektid.

Tallinki sotsiaalse vastutuse aruandluses on kogu aja jooksul kajastatud kliendi rahuloluga seotuid teemasid. Aastast 2007 kuni 2010 aruandluses on olnud peatükk „Kliendid“. Aastal 2007

ja 2008 aruandes olulisi erinevusi ei olnud. Tallink rõhutas oma aruannetes oma uusi lahendusi. Nii olid toodud välja kliendiprogramm ja registreerimissüsteem, mis peaksid olema mugavamad klientidele. Aastal 2009 kliendi rahuolu puudutav osa suurenes ja olid tulnud esile uued aspektid. Oli toodud välja kliendirahuolu uuring, mida organisatsioon viis läbi ja mis peaks oluliselt aitama tõsta ettevõtetel klienditeeninduse taset. Sellel aastal kajastati esimest korda uute laevade soetamist ja lisati, et ka edaspidi uuendatakse laevastiku. Uued logistika arendused pidid muutma teenuse kvaliteeti paremaks, nii kajastasid nad, et see teeb teenust „veelgi mugavamaks“. Samas osas on väljatoodud informatsioon kontserni kuuluvatest hotellidest, mis peaksid pakkuma külastajatele mugavat reisimist. Sellel aastal oli lõppenud registreerimisprogrammi arendus ja seda projekti nimetati edukaks. Aastal 2010 lisandus juurde kliendi rahuolu puudutavasse ossa uus internetis registreerimis võimalus ja D-terminali rekonstrueerimine, mis peaks võimaldama tulevikus mugavat reisimist.

Kahel järgneval aastal (2011-2012) peatükk kandis nimetust „Klienditeenindus“. Esimest korda oli kliendi rahuolu puudutavas osas väljatoodud tarbija õigusi reguleerivaid EU direktiivide ja printsiipide nimekiri, mida ettevõtte järgib. Lisaks ettevõtte on võtnud kohustust muuta klientide viibimist ooteterminalides mugavamaks. Selleks lihtsustas tabloidel oleva informatsiooni, pakus võimalust mugavalt transportida terminalides oma pagasi ja tegi võimalikuks kasutada kõiki oma teenuseid piiratud võimalustega inimestele. Samal aastal muutus neil samuti kaebuste käsitlemise süsteem. Uus süsteem peab olema kliendi jaoks mugavam ja kiirem. Järgnev aasta (2012) oluliselt ei erinenud, sest käsitleti samu aspekte, mis eelmisel aastal. Antud aastal rohkem pöörati tähelepanu oma teenuste tutvustamisele ja nende eelistele.

Aastal 2013 peatükk oli kandnud nimetust „Inimesed pardal“, mille sisu puudutas tarbijaid ning töötajaid. Sellel aastal on põhirõhk tehtud heale klienditeenindusele, selleks jälgitakse klientide harjumusi, et hiljem teha neile paremaid pakkumisi. Uuendati laevade interjööri ning tehti muudatused pardal pakkuvate söökide osas, et teha reisimist laevadel meeldivamaks. Toodi uuesti välja järgivaid printsiipe ja EU direktiive.

Oluline muutus vormis oli toimunud aastal 2014, kui peatükk sai nimetuse „Grupp, kui teenuse pakkuja“. Aastal 2014 sisu poolest ei ole olnud tulnud olulisi uuendusi. Põhirõhk oli tehtud edaspidi kliendi harjumuste monitooringule, et muuta paremaks klienditeenindust.

Kõige suuremad muutused olid aastal 2015, kui kliendi rahuolu puudutav osa kandis nimetust „Klienditeenindus ja rahuolu“. Aruandlus muutus detailsemaks. Sellel aastal organisatsioon kasutas uut kliendi rahuolu hindamis meetodid, et jälgida, kuidas tarbijad hindavad nende teenuste kvaliteeti. Klienditeeninduse poole pealt oli vastu võetud muudatus, mis peab muutma infoliinide tööd klientidele mugavamaks ja sellega pakkuma paremat teenindust. Oli esimest korda mainitud uuritava aja jooksul klientide andmete turvalisusest. Erilist tähelepanu oli saanud andmete turvaline haldamine ja kaebustele senisest operatiivsemalt vastamine. Eelnevad aspektid on saanud eraldi peatükke. Tallink toob välja, et ei jaga kliendi andmeid kolmandate osapooltega ja kliendisoovi korral neid andmeid võib kustutada. Kaebuste käsitlemise osas on põhjalikult seletatud, kuidas toimub kaebuste käsitlemis protsess ja millised tööd on tehtud, et seda muuta paremaks. Algusest alates, kui EU direktiivid ja printsiibid olid mainitud esimest korda, ei ole need muutunud.

Tallinna Kaubamaja majandusaruanne sotsiaalse vastutuse osas kajastub vähe kliendi rahulolu puudutavaid aspekte. Organisatsioon toob välja, et nemad pakuvad klientidele ainult kvaliteetseid tooteid ja samuti eristuvad teistest oma sortimendi poolest. Aruandluse kliendi rahuolu puudutav osa oli muutunud ainult viimasel uuritaval aastal (2015), kui muutus aruande struktuur. Lisandus peatükk „Vastutustundlikud tooted ja teenused“. Uuel aastal oli jäänud info eelmistest aastatest kvaliteetsete toodete ja eristumise kohta, kuid on hulgalta detailsemalt lahti seletatud ja lisatud juurde uusi aspekte. Kaubamaja rõhutab oma toodete kvaliteedile, mille nad saavutavad läbi tõhusale kontrollile ja tänu erinõuetele. Selleks, et pakkuda parimaid tooteid, arvestatakse klientide eelistustega.

2.3.4 Töötajate heaolu

Töötajate heaolu valdkond tähendab ettevõtte tegevust, mis on suunatud töötajate heaolu suurendamisele. Selleks töötajatele peavad olema tagatud ohutud töötingimused, mittediskrimineeriv suhtumine, ühisüritused ja arenguvõimalused, õiglane töötasu ja töötajate tagasisidega arvestamine. Järgnevalt on toodud välja ühiskondliku vastutuse tegevused, mis puudutavad töötajate heaolu (Lisa 5).

Ericssonis töötajate heaolu puudutavad küsimused on tegevusaruandes ja enamasti peatükis „Keskonna- ja sotsiaalsed mõjud“, kuid antud teema kajastub ka peatükis „Personaliga seotud riskid“. Aastal 2010 olid esimest korda töötajate rahuolu puudutavad aspektid toodud välja majandusaasta aruandes. Esimesel aastal oli rõhutatud koolitustele ning palga- ja preemiasüsteemidele. Ettevõtte motiveerib oma töötajaid ühisüritustega ja tunnustussüsteemiga. Nii tunnustakse „pikaajalise staažiga töötajaid“. Järgneval aastal (2011) olid lisatud spordi ja lisaoksuste omandamise võimalused. Ettevõtte oli korraldanud oma töötajatele spordiürituse ja pööranud tähelepanu tervisele. Oluliseks algatuseks peeti aruandeaastal vene keelt emakeelena kõnelevatele töötajatele eesti keelt, kultuuri, ajalugu ja ühiskonda tutvustavate koolituste läbiviimist.

Aastal 2012 jätkati eelmistel aastatel alustatud programmidega edasi. Mõnede programmide sisu oli ebaoluliselt muutunud. Alates aastast 2013 ettevõtte osaliselt kompenseeris töötajate tervisliku toidu. Osaletakse ja korraldaks erinevaid spordi ja ühisürituse. Töötajate heaolu puudutavaid uusi aspekte pole ka järgnevatel aastatel. Kogu aja jooksul ettevõtte ei ole palju uusi aspekte lisanud ja tegelenud pigem olemasolevatega. Nii olid muutunud koolituste- ja ühisürituste programmid.

Alates aastast 2009 Kaubamaja majandusaasta aruandes on palju töötajate heaolu puudutavaid aspekte. Töötajate heaolu puudutavad aspektid on väljatoodud peatükis „Personal“ ja hiljem lühidalt korratud üle järgmises peatükis „Sotsiaalne vastutus“. Oma esimesel sotsiaalse vastutuse aruandes Kaubamaja toob välja erinevate koolituste ning pidevat arengu võimalusest ja töökeskkonna ohutuse ja tervishoiu tagamist oma töötajatele. Nii ettevõtte toetab sportimist, pakub tervislike lõunaid, korraldas puhkeruumides lõõgastamisvõimalust (vererõhuaparaadid ja massaažitoolid) ning perearstiteenust. Järgneval aastal (2010) olulisi muutusi aruandes ei tulnud, kuid see kasvas mahuliselt. Sellel aastal eelmise aasta aspektid olid kirjutatud lahti täpsemalt. Lisatud olid ühisürituste korraldamine ning osalemine erinevatel rahvusüritustel.

Aastal 2011-2015 samamoodi erilisi erinevusi ei täheldatud. Olid muutunud koolituste programmid. Kaubamaja alustas aastal 2012 „liidriprogrammi, et jagada ja värskendada juhtide teadmisi juhtimises, mis peaksid võimaldama saada uusi teadmisi erinevatest valdkondades. Väljatöötatud oli ka uus koolitusprogramm uute töötajate väljaõppeks, et tagada uute töötajatele kõrge kvaliteedi ja õppimise tulemuslikkus. Samal aastast pöörati tähelepanu „rahaliste ja

mitterahaliste motivaatorite“ peale, kuid täpsemalt ei ole lahti seletatud, kuid seda oli ka mainitud järgnevatel aastatel. Töötajate rahuolu puudutavad aspektid uuritava aja jooksul muutusid Kaubamajas vähe.

Tallink käsitles oma sotsiaalse vastutuse aruandluses töötajate heaolu puudutavaid aspekte peatükis „Tallink – üks mainekaim tööandja“. Oma töötajatest antud aastal organisatsioon kirjutas eraldi mitu peatükki, kuid sotsiaalset vastutust puudutavaid teemasid käsitles eelnevalt mainitud peatükkis. Tallink oli toonud välja põhjusi, miks on hea töötada nende juures. Nii oli käsitletud karjääri võimalust, paindliku graafiku, „head töötasu“ ning lisa tulemustasu, võimalust saada aktsiaid, kursusi. Oluline tähelepanu on pööratud töötajate keeleoskusele, selle arendamiseks korraldatakse keelte kursusi. Sellele kõigile juurde Tallink pakub häid töötingimusi kaasaegses töökeskkonnas. Järgnevatel aastatel (2008-2010) peatükk kannab nimetust „Töötajad – Tallinki edu võti“. Nendel aastatel tehakse rõhk töötajate ühistegevusele. Seoses uue kontori ehitamisega oli pööratud uuesti tähelepanu komfortsetele töötingimustele. Muus osas olid jäänud muutmatuks eelmiste aastate töötajate rahuolu aspektid.

Töötajate rahuolu kirjeldav osa Tallinki sotsiaalse vastutuse aruandes oli muutunud aastal 2011. Peatüki nimetus muutus ja edaspidi kannab nimetust „Tööandja staatus“. Oluliselt muutus ka selle sisu ja erinevate töötajate rahuolu kirjeldavad osad grupeeriti. Nii alapeatükis „Koolitus“ oli lahti seletatud millised meetmed organisatsioon võtab vastu, et nende töötajad saaksid koolitusi. Koolitused olid tervist, müüki tooteid puudutavatel teemadel. Tallink on korraldanud oma töötajatele raamatukogu, sportimist ja organisatsiooni teenuste kasutamise võimalust, nagu sport hotellides ning laevadel. Töötajate tervisele samuti pööratakse palju tähelepanu, kaasaarvatud psühholoogilisele tervisele. Nagu eelnevatel aastatel korraldati palju ühisüritusi. Esimest korda olid välja toodud, et Tallink järgib ILO printsiipe, mis on töötajate õiguste ja põhi printsiipe reguleeriv reeglistik. Järgnev aasta (2012) on toonud juurde koolitusprogramme. Lisatud olid keele, klienditeeninduse, juhtimise ja personalijuhtimise koolitused.

Aastal 2013 oli uuesti muutunud sotsiaalse vastutuse aruandluse vorm, kuid sellega ei kaasnenud olulisi muudatusi sisus. Oli välja toodud oluliselt vähem ILO regulatsioone, kui mullu. Uus muudatus on olnud koolituste vormis. Tallink otsustas korraldada kogu personali hõlmava koolituse. Muus osas olid saamad töötajate heaolu puudutavad aspektid.

Järgmisel aastal (2014) muutus uuesti aruandluse vorm, ning töötaja heaolu puudutavad aspektid olid peatükis „Grupp kui tööandja“. Antud aruandluses oli tunduvalt vähem töötaja heaolu puudutavaid aspekte. ILO regulatsioonide arv, mida ettevõtte järgib, oli oluliselt suurenenud.

Juba järgmisel aastal toimus uuesti sotsiaalse vastutuse aruanne struktuuri muudatus. Töötajate heaolu puudutavad teemad olid peatükkides „Töösuhted“ ja „Inimõigused ja töökoha mitmekesisus“. Töötajate heaolu puudutav osa on olnud tunduvalt suurem ja detailsem. kui eelmistel aastatel, kuid suurem osa sisust oli eelmiste aastate saavutustest ja ettevõtte järgivatest printsiipidest. Ettevõtte on jätkanud edasi töötajate koolitamisi, toetas sporti, korraldas ühisüritusi, järgis ILO regulatsioone. Tagas tööohutuse- ja töötervisenõudmisi, kaasaarvatud pööras palju tähelepanu töövahendite valimisel ergonomikale. Kuid lisaks hakkas pakkuma oma töötajatele soodustusi, lühema tööpäeva ning pikemat puhkust.

2.3.5. Eetika

Mitmeid ettevõtteid on sõnastanud oma sisemises tegevuses eetika reegleid, millele tuginedes korraldatakse tööd organisatsioonis. Järgnevalt on toodud välja eetikat puudutavad seisukohad aruannetes (Lisa 6).

Tallinki sotsiaalse vastutuse aruandes on kajastatud eetika valdkonda ainult 2011, 2012 ja 2015 aastatel. Tallink oli toonud välja, „et tagada eetilist ja õiglast turunduskommunikatsiooni on vajalik selge organisatsiooni struktuur ja kohustuste piirid“. Organisatsioon täheldab oluliseks „eetilist juhtimist“ igapäevases tegevuses, mis on antud ettevõttes väljatoodud prioriteedina ning sellistest põhimõtetest hoidmist oodatakse ka oma partneritelt.

Ericsson ja Kaubamaja ei ole oma aruannetes eetika valdkonda kajastanud.

2.3.6. Saavutused

Selles bakalaureusetöö alapeatükis analüüsitakse ettevõtte saavutusi ühiskondlikus tegevuses (Lisa 7).

Tallink osales „Kiida teenindaja“ programmis ja saavutas selles tunnustust. Tallink jätkas osalemisega erinevates programmides, mis uurivad klienditeeninduse taseme ja saavutas nendes

tunnustust Eestis ja Soomes. Samuti olid saanud tunnustust seitse aastat järjest kui üks parim DUTY FREE müüja ning loetuim kliendi ajaleht. Organisatsioon saavutas tunnustust ka järgmistel aastatel, nii varem mainitud „Kliendid kiidavad“ programmis, kui ka Deloitte, Reader Digest, Grand Travel Award ja TNS Emor'i poolt. Tallink on saanud TNS Emori tööandjate maine uuringus tunnustust mitu aastat järjest. Aastal 2013 oli saanud Tallink tiitli „Parim tööandja“ CV Keskuselt.

Ericsson on saanud tunnustust Sotsiaalministeeriumi, Äripäeva ning ajakirja Pere ja Kodu korraldatud 2014. aasta parima tööandja konkursil, kus pälviti kõige töötajate- ja peresõbralikuma ettevõtte tiitel. Järgmisel aastal on saanud seda tunnustust teist korda, kuid juba kolmanda koha. Sotsiaalse Vastutuse Foorum tunnustas ettevõtet kuldmärgisega.

Tervislikku eluviisi edendamiseks Kaubamaja sai tunnustust „Tervisesõbralik ettevõtte 2010“. Aastal 2014 Kaubamaja pälvis vastutustundliku ettevõtluse eest pronkstaseme märgis.

2.3.7. Püstitatud ühiskondliku vastutuse eesmärgid

Selles alapeatükis analüüsitakse ettevõtte püstitatud ühiskondliku vastutuse eesmäärke (Lisa 8).

Ericssoni ja Kaubamaja aruannetes puudusid sotsiaalse vastutuse eesmärgid uuritava aja jooksul.

Tallinki sotsiaalse vastutuse aruannetes on täheldatud sotsiaalse vastutuse eesmäärke kogu sotsiaalse vastutuse aruandluse jooksul. Aastast 2007 kuni 2015 Tallink on toonud oma sotsiaalse vastutuse aruandes välja kolm sotsiaalset vastutust puudutavat eesmärki. Sotsiaalset vastutust puudutav esimene eesmärk on olnud soov, et Tallinki kasutuses oleksid ainult alla 20 aasta vanad laevad. Teised eesmärgid on olnud saaste koguste ja kütusekulu vähendamine oma laevadel.

2.3.8 Keskkonnajuhtimissüsteemide rakendamine

Keskkonnajuhtimissüsteemide rakendamine tähendab keskkonnaküsimustele tähelepanu pööramine organisatsiooni juhtumises. Ülemailmselt tuntud keskkonnajuhtimissüsteemid on ISO 14001 ja Euroopa Liidus on levinud EMAS nõuete kasutamine. Järgnevalt on toodud välja seda valdkonda puudutavad seisukohad aruannetes (Lisa 9).

Ericssoni ja Kaubamaja aruannetes puudusid sotsiaalse vastutuse eesmärgid uuritava aja jooksul.

Tallinki sotsiaalse vastutuse aruandes on kajastatud keskkonnajuhtimissüsteemide rakendamist. Organisatsioon kasutab ISO 14001 keskkonnajuhtimissüsteemi standarti. Tallink toob välja, et antud standardi kasutakse, et garanteerida, et ettevõtte väldib oma tegevuses intsidente, mis võivad olla ohtlikud nende teenuste kasutajatele ning keskkonnale.

2.4. Tulemuste hindamine ja analüüs

Töös hinnatakse iga sotsiaalse vastutuse valdkonda. Igas aruandes kajastatud valdkond saab 1 punkti juhul, kuid seda on käsitletud sotsiaalse vastutuse aruandes. Vastasel juhul, kui sotsiaalse vastutuse aruandes ei ole käsitletud valdkonda puudutavaid aspekte, saab ettevõtte vastav valdkond 0 punkti. Parema tulemuse saab ettevõtte, mis kogub kõige rohkem punkte uuritava aja jooksul (2006-2015).

Ericssonil on olnud mahu poolest kõige väiksem sotsiaalse vastutuse aruandluse osa. Tabelis 3 on kajastatud ettevõtte saadud tulemusi erinevate valdkondade lõikes ja kokku.

Kuigi kliendi rahuolu on olnud kõige esimene mainitud aruandes valdkond, siiski see valdkond ei olnud terve uuritava aja jooksul kajastatud. Ühiskondlik tegevus ja töötajate heaolu on olnud stabiilselt kajastatud aastast 2010. Selle tulemusena ettevõtte on saanud korduvalt tunnustust, kui ühiskondliku vastutusega ettevõtte.

Tabel 3. AS Ericsson Eesti

Valdkond	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Kokku
Ühiskondlik tegevus	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	6
Keskkonnapoliitika	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kliendi rahuolu	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	4
Töötajate heaolu	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	6
Eetika	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Saavutused	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
Püstitatud ühiskondliku vastutuse eesmärgid	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Keskkonnajuhtimissüsteemide arendamine	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tulemus kokku	0	0	0	1	3	2	3	3	3	3	18

Allikas: Autori koostatud

Ericsson saavutas ühiskondliku vastutuse valdkondade hindamisel 18 punkti. Ettevõtte tunneb stabiilselt huvi konkreetsete ühiskondliku vastutuse valdkondade vastu ning uuritava aja jooksul ei muutnud oluliselt prioriteete ning ei ole kajastanud nelja valdkonda. Ettevõtte aruannetes ei leidnud kajastamist keskkonnapoliitika, eetika, püstitatud ühiskondliku vastutuse eesmärgid ning keskkonnajuhtimissüsteemide arendamise valdkonnad.

Tabelis 4 on kajastatud ettevõtte saadud tulemusi erinevate valdkondade lõikes ning kokku. Tallink on alustanud sotsiaalse vastutuse aruandluste koostamist aastast 2009. Kõige rohkem oma aruannetes ettevõtte on kajastanud ühiskondliku tegevust, kliendi rahuolu ning töötajate heaolu. Kõik kolm valdkonda on stabiilselt kajastatud alatest sotsiaalse vastutuse aruannete koostamise hetkest. Selle tulemus on see, et ettevõtte on saanud kahel aastal tunnustust, kui ühiskondlikult vastutustundlik ettevõtte. Kõige rohkem oli erinevaid valdkondi käsitletud aruannetes aastatel 2010 ja 2014, kuis oli kajastatud neli erinevat valdkonda.

Tabel 4. AS Tallinna Kaubamaja

Valdkond	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Kokku
Ühiskondlik tegevus	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	7
Keskkonnapoliitika	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kliendi rahuolu	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	7
Töötajate heaolu	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	7
Eetika	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Saavutused	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	2
Püstitatud ühiskondliku vastutuse eesmärgid	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Keskkonnajuhtimissüsteemide arendamine	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Kokku	0	0	0	3	4	3	3	3	4	3	23

Allikas: Autori koostatud

Kaubamaja ei ole kajastanud oma sotsiaalse vastutuse aruannetes keskkonnapoliitika, eetika, püstitatud ühiskondliku vastutuse eesmärgid ning keskkonnajuhtimissüsteemide valdkondi. Tallink saavutas ühiskondliku vastutuse valdkondade hindamisel 23 punkti.

Tabel 5. AS Tallink Eesti

Valdkond	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Kokku
Ühiskondlik tegevus	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Keskkonnapoliitika	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Kliendi rahuolu	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Töötajate heaolu	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Eetika	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	3
Saavutused sotsiaalses vastutuses	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	6
Püstitatud ühiskondliku vastutuse eesmärgid	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Keskkonnajuhtimis süsteemide arendamine	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Tulemused kokku	0	7	7	7	7	8	7	7	6	7	63

Allikas: Autori koostatud

Tallinkil on olnud kogu uuritava aja jooksul eraldi koostatud inglise keelsed sotsiaalse vastutuse aruandeid. Sotsiaalse vastutuse aruannete maht varieerus 39 ja 76 lehekülje vahel. Uuritavate ettevõtte seast oli Tallinkil kõige suuremad aruanded mahu poolest ning sisu poolest kõige detailsemad. Tabelis 5 on kajastatud ettevõtte saadud tulemusi erinevate valdkondade lõikes ning kokku.

Ettevõttes oli koostatud mahukas esimene aruanne, mis uuritava aja jooksul muutus enamasti ainult sisu poolest, kuid alguses kajastatud valdkonnad olid käsitletud kogu uuritava aja jooksul.

Alates sellest hetkest, kui oli koostatud Tallinki esimene sotsiaalse vastutuse aruanne, ettevõtte kajastas stabiilselt kuus valdkonda. Nii olid kajastatud üheksa aastat järjest ühiskondlik tegevus, keskkonnapoliitika, kliendi rahuolu, töötajate heaolu, püstitatud ühiskondliku vastutuse eesmärgid, keskkonnajuhtimissüsteemide arendamise valdkonnad.

Tallink oli saanud 63 punkti kokku võimalikust 80 punktist. Ettevõttes oli kõige rohkem väljapakutud unikaalseid uusi valdkondi ja aastal 2011 oli saanud maksimaalse aasta kohta tulemuse, kui olid kajastatud tervet 8 valdkonda.

2.5. Tulemuste võrdlus

Uuritavatel ettevõtetel on olnud erinev lähenemine sotsiaalse vastutuse aruannete koostamisel (Lisa 1). Ericsson ja Kaubamaja on koostanud sotsiaalse vastutuse aruande oma majandusaasta aruanne tegevusaruandes. Tallink on koostanud eraldi põhjaliku sotsiaalse vastutuse aruande. Tallinki aruanne on olnud mahuliselt kordades suurem ja detailsem kui teistel. Kõige väiksema mahu poolest sotsiaalse vastutuse aruande osa koostas Ericsson, siis järgnes Kaubamaja, mille sotsiaalse vastutuse osa oli tavapäraselt kaks korda suurem, kui seda esimesel ettevõttel. Mõlema ettevõtete aruanded muutusid harva ja ebaoluliselt.

Tabel 6. Tulemuste võrdlus

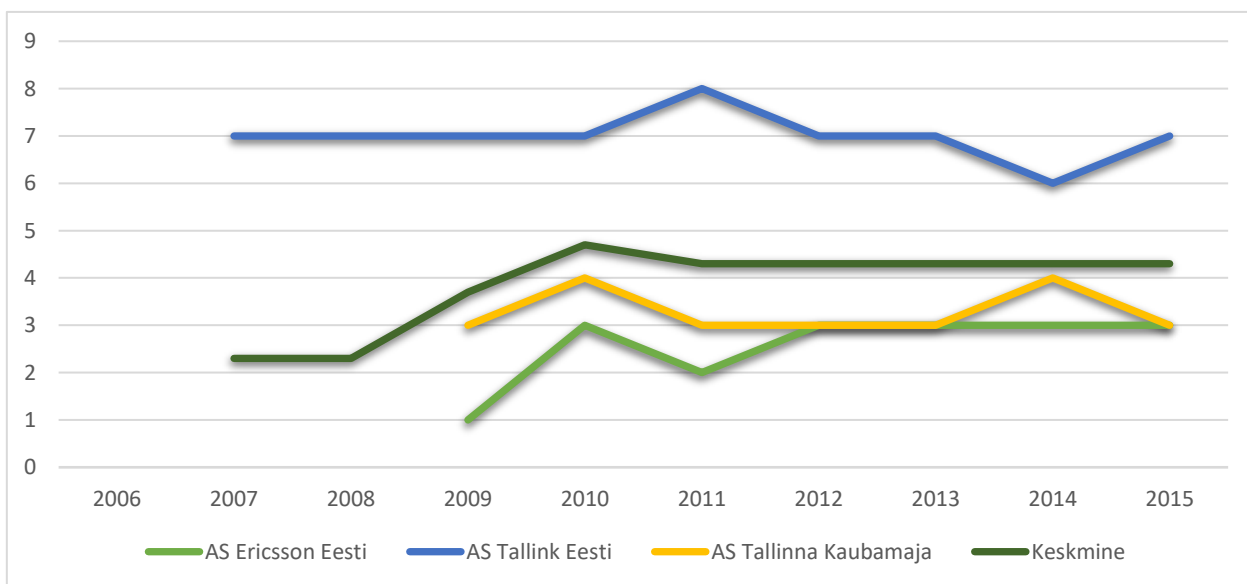
Ettevõtte	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Keskmine
AS Ericsson Eesti	0	0	0	1	3	2	3	3	3	3	1,8
AS Tallink Eesti	0	7	7	7	7	8	7	7	6	7	6,3
AS Tallinna Kaubamaja	0	0	0	3	4	3	3	3	4	3	2,3
Keskmine	0	2,3	2,3	3,7	4,7	4,3	4,3	4,3	4,3	4,3	

Allikas: Autori koostatud.

Tallink on hakanud esimesena koostama sotsiaalse vastutuse aruandeid ning kogu uuritava aja jooksul saanud kõige rohkem punkte. Ericsson ja Kaubamaja on hakanud ühiskondliku vastutusega seotud tegevusi kajastama oma majandusaasta aruannetes aastast 2009. Kaubamaja on koostanud alatest aastast 2009 sotsiaalse vastutuse aruande osa ning seda vormi pole hiljem oluliselt muutnud. Ericssoni esimene sotsiaalset vastutust puudutav valdkond oli käsitletud „Plaanide...“ osas ja sotsiaalset vastutust põhjalikumalt puudutav peatükk tekkis järgmisel aastal. Kuid samuti vorm ega sisu oluliselt ei ole muutunud uuritava aja jooksul.

Aastate lõikes kõige rohkem ühiskondliku vastutuse valdkondi oli kajastatud Tallinki sotsiaalse vastutuse aruandes. Keskmiselt oli kümne aasta jooksul kajastatud 6,3 valdkonda (Tabel 6). Tallink oli esimene, kes kajastas ühiskondliku vastutuse oma aruannetes ning oli näidanud kogu uuritava aja jooksul parimaid tulemusi.

Ericssonil ja Kaubamajal oli Tallinkist erinev lähenemine ühiskondliku vastutuse kajastamise osas. Mõlemad ettevõtted alustasid samal aastal ühiskondliku vastutuse kajastamist oma aruannetes ning tulemuste vahe on olnud minimaalne, 0,5 punkti.



Joonis 2. Tulemuste võrdlus

Allikas: Autori koostatud tabeli 6 põhjal

Joonisel 2 on toodud välja saadud tulemuste võrdlus, mis näitab, et alates aastast 2009, kui sotsiaalse vastutuse aruandlust on pidanud kõik kolm ettevõtet. Ericssonil on aastal 2009 võrreldes aastaga 2010 muutunud aruandluse kvaliteet 2 punkti võrra, mis on seotud sotsiaalse vastutuse aruandluse esitamist eraldi peatükina. Järgnevalt olid erinevused minimaalsed (1 punkt). Kaubamaja sotsiaalse vastutuse aruandluses olid samuti minimaalne varieeruvus. Kõige suurem varieeruvus on olnud Tallinkil, kui vahe maksimaalse ja minimaalse tulemuse vahel on olnud 2 punkti. Seda võib põhjendada ettevõtte tulemuste olulise erinevusega tulemustest teiste uuringus osalevate ettevõttega.

Käesoleva bakalaureusetöö käigus püstitatud hüpoteesid ei leidnud tõestust. Esimene hüpotees, et sotsiaalse vastutuse aruannete kvaliteet hakkab kasvama ei leidnud tõestust. Töö käigus saadud tulemuste põhjal sotsiaalse vastutuse aruannete kvaliteet on uuritava aja jooksul olnud stabiilne. Tulemuste muutused on olnud minimaalsed seega ei ole võimalik leida muutustes loogikat. Teine hüpotees, et paremaid tulemusi ettevõtted saavutavad viimasel uuritava aastal ei leidnud tõestust. Tulemused näitavad, et viimasel aastal sotsiaalse vastutuse aruannete kvaliteet ei ole muutunud.

2.6. Järeldused ja ettepanekud

Käesolevas bakalaureusetöös uuriti Eesti 2015 aasta müügitulu järgi suurimate ettevõtete sotsiaalse vastutuse aruandlusi. Sotsiaalse vastutuse aruandluse kvaliteet pole muutunud uuritava aja jooksul. On täheldatud, et alates sotsiaalse vastutuse aruannete koostamisest nende vorm ja sisu mitmekülgsus aastate jooksul oluliselt ei muutu.

Sotsiaalse vastutuse aruandluse esitamine ei ole kohustuslik ega reguleeritud, seega iga ettevõtte omab võimalust ise otsustada millist lähenemist valida. Töö käigus valitud ettevõtted tegutsevad erinevates valdkondades ning nende lähenemine sotsiaalse vastutuse aruandluste koostamisel on samuti erinev. Sotsiaalse vastutuse aruande kvaliteet oli märgatavalt parem, kui seda koostati eraldi sotsiaalse vastutuse aruandena.

Tallink on saavutanud kõige paremad tulemused. Nii oli ta kõige esimesena hakanud koostama sotsiaalse vastutuse aspekte puudutavat aruandlust ning seda ka kõige põhjalikumalt. Tallink on saanud aastal 2011 maksimaalsed kaheksa punkti ning kajastas üheksa aastat järjest kuus valdkonda.

Ericssoni ning Kaubamaja tulemused on oluliselt erinevad Tallniki tulemustest, seda põhjusel, et esimesed valmistasid sotsiaalse vastutuse aruandlust majandusaasta aruande osana, mis kokkuvõttes oli kordades väiksem ja muutused olid minimaalsed. Samamoodi mõlemad ettevõtted kajastasid sotsiaalset vastutust esimest korda samal aastal 2009. Ericssoni ja Kaubamaja tulemusi on parem võrrelda omavahel. Nii on parema tulemuse saanud Kaubamaja, kui kümme aasta jooksul oli kajastatud keskmiselt 2,3 valdkonda, mis teeb 0,5 punkti võrra rohkem kui Ericssonil (1,8 punkti). Kaubamaja on kajastanud aruandes maksimaalselt 4 valdkonda ja Ericsson 3 valdkonda.

Kõige rohkem tähelepanu pöörasid ettevõtted ühiskondlikule tegevusele ning töötajate heaolule. Selle põhjuseks võib olla Eestis esinev tööpuudus, mis sunnib ettevõtteid rohkem tegelema töötajate heaoluga ja ühiskondlik tegevus võimaldab ettevõtetel anda endast teada huvigruppidele ja sellisel moel tagada oma isiklike eesmärkide täitmist.

KOKKUVÕTE

Ettevõtte ühiskondlik vastutus sai alguse maailmas eelmise sajandi 50-ndatel aastatel, kuid Eestis hakati huvi tundma selle vastu ainult 90-ndate lõpus. Iga aastaga kasvab ettevõtete arv, mis peavad sotsiaalse vastutuse aruandlust.

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk oli selgitada välja sotsiaalse vastutuse aruandluse kvaliteedi ja teha ettepaneku sotsiaalse vastutuse aruandluste kvaliteedi parandamise suhtes. Töö käigus uuriti kolme Eesti müügitulu järgi suurimate ettevõtete sotsiaalse vastutuse aruandluste kvaliteedi muutust kümne aasta jooksul. Töö oli tehtud AS Ericsson Eesti, AS Tallinna Kaubamaja Grupp ja AS Tallink Grupp näitel.

Bakalaureusetöö käigus oli püstitatud kaks hüpoteesi. Esimese hüpoteesi järgi pidi sotsiaalse vastutuse aruannete kvaliteet ja maht kasvama igal aastal. Ning teise hüpoteesi järgi pidi olema parim tulemus viimasel uuritava aastal. Mõlemad hüpoteesid ei saanud tõestust töö käigus. Töö käigus saadud tulemuste põhjal sotsiaalse vastutuse aruannete kvaliteet on uuritava aja jooksul olnud stabiilne. Tulemuste muutused on olnud minimaalsed seega ei ole võimalik leida muutustes loogikat. Viimase aasta tulemused ei erinenud oluliselt eelmistest aastastest seega ei leidnud tõestust ka teine hüpotees.

Käesoleva bakalaureusetöö tulemused näitavad, et Eesti ettevõtted oluliselt ei muuda oma sotsiaalse vastutuse vormi ning sisu alates selle koostamise hetkest. Ettevõtted valivad oma tegevuse jaoks prioriteetsemad ühiskondliku vastutuse valdkonnad ning muudavad neid harva. Eesti ettevõtted omavad lühikest ajalood sotsiaalse vastutuse aruandluse koostamise osas. Seda ka antud bakalaureusetöö käigus kõik valitud ettevõtted on koostanud sotsiaalse vastutuse aruandlusi alla kümne aasta.

Ettevõtted on kõige rohkem oma aruannetes pööranud tähelepanu töötajate heaolule ning ühiskondlikule tegevusele. AS Tallink Grupp oli ainus ettevõtte, mis koostas eraldi sotsiaalse vastutuse aruandlust ning näitas kõige parema tulemuse kõikide parameetrite järgi ja kogu uuritava aja jooksul. AS Ericsson ja AS Tallinna Kaubamaja Grupp olid koostanud oma sotsiaalse vastutuse aruandeid majandusaasta aruanne osana ning nende tulemused erinesid kordades AS Tallink Grupp tulemustest.

Eesti ettevõtted alles alustavad ühiskondliku tegevuse kajastamist oma aruannetes. Sotsiaalse vastutuse aruandluste kvaliteedi parandamiseks on vajalik koostada põhjalikumaid aruandeid, mis tähendab rohkem erinevate ühiskondliku vastutuse valdkondade kajastamist. Üheks võimalikuks meetmeks, kuidas seda saavutada, on sotsiaalse vastutuse aruandluste esitamine eraldi aruandena.

SUMMARY

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON THE EXAMPLE OF AS ERICSSON EESTI AS, AS TALLINK GRUPP AND AS TALLINNA KAUBAMAJA GRUPP

Arnold Oliinik

Nowadays there are still many social problems in the world that haven't been solved. That's why people pay more attention to companies, because they have the ability and power to affect the society. In present days, the purpose of the organisation is more than just making profit for the stakeholders. Because of that reason, many companies are trying to be more socially responsible. Corporate social responsibility has a long history, but in Estonia it's a quite new phenomenon.

The aim of this work is to propose a development of corporate social responsibility reports in Estonia on the example of three biggest companies by revenue. The author of this work searched for the changes of quality in the reports and rated the versatility in them. The research interval was ten years. The research was based on the following companies - AS Ericsson Eesti, AS Tallinna Kaubamaja Grupp and AS Tallink Grupp. The hypotheses of this work are, that the company's corporate social responsibility reports' quality and quantity will grow with each year and that the best results are going to be in the last researched year's reports.

The analysis is based on eight categories of corporate social responsibility. The categories

were: social activities, environmental policy, customer care, care for employees, ethics, achievements, the stated goals of social responsibility, environmental management. Every category that was represented in corporate social responsibility report, got one point. The best result is the one that got the most points. Also, the author analysed the reports' form, quantity, structure, and versatility.

The results of this thesis show, that companies rarely change their corporate social responsibility reports. Starting from the beginning of corporate social responsibility reports, companies don't make any significant changes to the form of the report, it's structure, and diversity of fields stays also the same. The differences have been minimal and did not have any logical explanation. AS Tallink Grupp got the best results by all parameters by doing a separate corporate social responsibility report. AS Ericsson Eesti and AS Tallinna Kaubamaja Grupp made corporate social responsibility reports as a part of their annual reports and got similar results.

All the researched companies have made corporate social responsibility reports for less than ten years, which shows that given reports are a quite new phenomenon in Estonia. The author's advice is to include more social responsibility fields and to separate corporate social responsibility reports from the annual reports.

VIIDATUD ALLIKAD

- Angell, M. (2004). The truth about the drug companies:
How they deceive us and what to do about it? – *The BMJ*, Vol. 329, pp 862.
- Asongu J. J. (2007) The history of corporate social responsibility –
Journal of Business and Public Policy, Vol. 1, No. 2.
- Baron, R. (2014). The evolution of corporate reporting for integrated performance.
Background paper for the 30th round table on sustainable development.
- Bowen, H. (1953). The social responsibilities of the Businessman – *New York, Harper*.
1st edition, 1953.
- Carroll, A. B. (1978). A Three-dimensional conceptual model of corporate performance –
Academy of Management Review. Vol. 4, pp 497-505.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility:
Toward the moral management of organizational shareholders – *Business Horizons*.
Vol. 34, pp 39-48.
- Clarkson, B. E. M. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social
performance - *Academy of Management Review*. Vol. 20, pp 92-117.
- Charkham J. (1992). Corporate governance: Lessons from abroad -
European Business Journal 4 (2), 1992, pp. 131-154.
- Corporate social responsibility. The Economist.
<http://www.economist.com/node/14298797> (12.10.2016).
- Davis, K. (1960). Can business afford to ignore social responsibilities? -
California Management Review, 2, pp. 70–76.
- Dans E. (2015). Volkswagen and the failure of corporate social responsibility - *The Forbes*.
<http://www.forbes.com/sites/enriquedans/2015/09/27/volkswagen-and-the-failure-of-corporate-social-responsibility/#13476ffa6128> (12.11.2016).
- Donaldson, T., Preston, L. (1995). The stakeholder theory of the corporation: concept, evidence,
and implications – *Academy of management review*. Vol. 20, No. 1, pp 65-91.
- Drucker, P. F. (1984). The new meaning of corporate social responsibility –
California Management Review, 1984, pp. 53-63.

- Friedman (1970). The social responsibility of business is to increase its profits – *New York Times magazine*, 1970, pp 32-33.
- Friedman, M. (1962) Capitalism and freedom – *Chicago:University of Chicago Press*. 1962.
- Garriga, E., Mele, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory.- *Journal of Business Ethics* 53. pp 51-71.
- Johnson, L. H. (1971). Business in contemporary society: Framework and issues – *Belmont, Calif Wadsworth Pub. Co*, 1971.
- Levitt, T. (1958). The dangers of social responsibility – *Harvard Business Review*. 1958, pp 41-50.
- Noorkõiv T., Tamm K. (2006). Ettevõtte ühiskondlik vastutus – kontseptsioon ja hetkeolukord Eestis. Tartu Ülikool.
- Nelson, J. (2004). The Public Role of Private Enterprise: Risks, Opportunities, and new models of engagement. *Corporate Social Responsibility Initiative Working Paper No.1*, Cambridge, MA: John F. Kennedy School of Government, Harvard University.
- Sood, A., Arora B. 2006 The political economy of corporate responsibility in India. – *Technology, Business and Society* Nr 18, November.
- Swift, T., Zadek, S. (2002). Corporate Responsibility and the Competitive Advantage of Nations – *The Copenhagen Centre & AccountAbility*, 2002.
- The good company, The economist. <http://www.economist.com/node/3555212> (20.11.2016).
- The halo effect. The economist. <http://www.economist.com/news/business/21656218-do-gooding-policies-help-firms-when-they-get-prosecuted-halo-effect> (20.11.2016).
- The KPMG survey of corporate responsibility reporting 2013. KPMG International. <https://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/corporate-responsibility/Documents/corporate-responsibility-reporting-survey-2013-exec-summary.pdf> (1.11.2016).
- Report on US sustainable, responsible and impact investing trends 2016. The forum for sustainable responsible investment. 11th edition.
- Votaw, D. (1973). Genius becomes rare: A comment on the doctrine of social responsibility Pt. I – *California Management Review*, pp 25-31.
- Swift, T., Zadek, S. (2002). Corporate Responsibility and the Competitive Advantage of Nations – *The Copenhagen Centre & AccountAbility*, 2002.

LISAD

Lisa 1. Ettevõtte ühiskondliku vastutuse kajastamine eraldi või majandusaruannetes

Aasta	AS Ericsson Eesti	AS Tallink Grupp	AS Tallinna Kaubamaja Grupp
2006	-	-	-
2007	-	Sotsiaalse vastutuse aruandlus	-
2008	-	Sotsiaalse vastutuse aruandlus	-
2009	Tegevusaruandes peatükkis „Personaliga seotud riskid“	Sotsiaalse vastutuse aruandlus	Tegevusaruandes peatükk „Sotsiaalne vastutus“
2010	Tegevusaruandes peatükk „Keskkonna- ja sotsiaalsed mõjud“	Sotsiaalse vastutuse aruandlus	Tegevusaruandes peatükk „Sotsiaalne vastutus“
2011	Tegevusaruandes peatükk „Keskkonna- ja sotsiaalsed mõjud“	Sotsiaalse vastutuse aruandlus	Tegevusaruandes peatükk „Sotsiaalne vastutus“

Lisa 1 järg

2012	Tegevusaruandes peatükk „Keskkonna- ja sotsiaalsed mõjud“	Sotsiaalse vastutuse aruandlus	Tegevusaruandes peatükk „Sotsiaalne vastutus“
2013	Tegevusaruandes peatükk „Keskkonna- ja sotsiaalsed mõjud“	Sotsiaalse vastutuse aruandlus	Tegevusaruandes peatükk „Sotsiaalne vastutus“
2014	Tegevusaruandes peatükk „Keskkonna- ja sotsiaalsed mõjud“	Sotsiaalse vastutuse aruandlus	Tegevusaruandes peatükk „Sotsiaalne vastutus“
2015	Tegevusaruandes peatükk „Keskkonna- ja sotsiaalsed mõjud“	Sotsiaalse vastutuse aruandlus	Tegevusaruandes peatükid „Vastutustundlik ettevõtlus“, „personali heaolu ja motivatsioon“, „vastustundlikud tooted ja teenused“ ja „sotsiaalne vastutus“

Allikas: Autori koostatud

Lisa 2. Ühiskondlik tegevus

Aasta	AS Ericsson Eesti	AS Tallink Grupp	AS Tallinna Kaubamaja
2006	-	-	-
2007	-	Spordi toetamine, sponsorlus, kultuuri ja ühiskonna toetamine, laste toetamine,	-
2008	-	Spordi ja laste toetamine, sponsorlus, kultuuri ja ühiskonna toetamine	-
2009	-	Sponsorlus, sport, lastele suunatud projektid, ühiskonna projektid	Mitmed heategevusprojektid
2010	Ülikoolidega koostöö, Eesti Infotehnoloogia ja Telekommunikatsiooni Liidu projektid, toetas rahaliselt Inseneritehnilisi erialasid	Sponsorlus, sport, lastele suunatud projektid, ühiskonna projektid	Mitmed heategevusprojektid

Lisa 2 järg

2011	Õpeasutustega koostöö, praktikandid, Eesti Infotehnoloogia ja Telekommunikatsiooni Liidu projektid, koostööd lastekodudega, integreerumisprogrammid	Õpeasutustega koostöö, laste ning spordi toetamine, ühiskonnaprojektid, koostöö SEB-iga,	Mitmed heategevusprojektid, spordi toetamine
2012	Koostöö õpeasutustega, praktikavõimalused, integreerumisprogrammid, koostöö lastekodudega, Eesti Infotehnoloogia ja Telekommunikatsiooni Liidu projektid	Alkoholimüügi reeglid, AIESEC, koostöö SEB-iga, laste ning spordi toetamine, ühiskonnaprojektid	Mitmed heategevusprojektid, spordi toetamine, kultuuri toetamine
2013	Integreerumisprogrammid, koostöö lastekoduga, koostöö õpeasutustega, Eesti Infotehnoloogia ja Telekommunikatsiooni Liidu projektid	Sponsorlus, sport, lastele suunatud projektid, ühiskonna projektid, vere loovutamine	Mitmed heategevusprojektid, spordi toetamine, kultuuri toetamine
2014	Integreerumisprogrammid, koostöö lastekoduga, praktikavõimalused, Mektory, õpeasutustega koostöö, Eesti Infotehnoloogia ja Telekommunikatsiooni Liidu projektid	Sponsorlus, sport, lastele suunatud projektid, ühiskonna projektid, meditsiini suunatud toetused	Mitmed heategevusprojektid, spordi toetamine, kultuuri toetamine

Lisa 2 järg

2015	Integreerumisprogrammid, koostöö lastekoduga, koostöö õpeasutustega, loengud, sponsor, kutsehariduskomisjon, Eesti Infotehnoloogia ja Telekommunikatsiooni Liidu projektid, koostöö EAS-iga,	Uued koostööpartnerid, Sponsorlus, sport, lastele suunatud projektid, ühiskonna projektid, meditsiini suunatud toetused	Mitmed heategevusprojektid, spordi toetamine, kultuuri toetamine
------	--	---	--

Allikas: Autori koostatud

Lisa 3. Keskkonnapoliitika

Aasta	AS Ericsson Eesti	AS Tallink Grupp	AS Tallinna Kaubamaja
2006	-	-	-
2007	-	Zero spill, MARPOL konventsioon ja muude reeglistikke järgimine, kõrged standardid, keskkonnasõbralikud tehnoloogiad, väiksema kasutusajaga laevad, uued vähem keskkonda saastavad laevad, IMO ja ISO sertifikaadid, õli ja kemikaalide käsitlemine, ühines WWF ja ELF Läänemere vee kaitsva initsiatiiviga, vähem saasteid läbi õhu, paberi säästmine, printerite kassettide taaskasutus, jäätmete sorteerimine, energia kasutamise optimeerimine, keskkonnasõbralikud tooted, samade väärtustega partnerid, töötajate koolitamine, kallid veepuhastussüsteem, keskkonda vähem saastav kütus	-
2008	-	ISO ja IMO sertifikaadid, keskkonnasõbralikud ja bio-keemilised värvid, jäätmete taaskasutus, väiksema kasutusajaga laevad, MARPOL konventsioon, keskkonda vähem saastav kütus, zero spill, sertifikaadid ja regulatsioonide järgimine, taaskasutamine erinevatel tasanditel, sama väärtustega partnerid, töötajate koolitamine, energia kasutamise optimeerimine, keskkonnasõbralikud tooted, veepuhastus süsteem, vähem loodust saastav kütus, koostöö WWG ja ELF	-

Lisa 3 järg

2009	-	ISO ja IMO sertifikaadid, keskkonnasõbralikud ja bio-keemilised värvid, jäätmete taaskasutus, väiksema kasutusajaga laevad, MARPOL konventsioon, keskkonda vähem saastav kütus, zero spill, sertifikaadid ja regulatsioonide järgimine, taaskasutamine erinevatel tasanditel, sama väärtustega partnerid, töötajate koolitamine, energia kasutamise optimeerimine, keskkonnasõbralikud tooted, veepuhastus süsteem, vähem loodust saastav kütus, koostöö WWG ja ELF	-
2010	-	ISO ja IMO sertifikaadid, keskkonnasõbralikud ja bio-keemilised värvid, jäätmete taaskasutus, väiksema kasutusajaga laevad, MARPOL konventsioon, keskkonda vähem saastav kütus, zero spill, sertifikaadid ja regulatsioonide järgimine, taaskasutamine erinevatel tasanditel, sama väärtustega partnerid, töötajate koolitamine, energia kasutamise optimeerimine, keskkonnasõbralikud tooted, veepuhastus süsteem, vähem loodust saastav kütus, koostöö WWG ja ELF	-
2011	-	MARPOL konventsioon, ISO ja IMO sertifikaadid, väiksema kasutusajaga laevad, jäätmete sorteerimine, keskkonnasõbralikud värvid, MarMoni projektiga liitumine, zero spill, taaskasutus, sama väärtustega partnerid, töötajate koolitamine, energia kasutuse optimeerimine, keskkonnasõbralikud tooted, veepuhastus süsteem, vähem loodust saastav, süsteem, koostöö WWF ja ELF	-
2012	-	MARPOL konventsioon, LNG kütus, ISO ja IMO sertifikaadid, kütuse saastete vähendamine, SEEMP, taaskasutamine, jäätmete sorteerimine, keskkonnasõbralikud kemikaalid ning värvid, MarMoni projekt, töötajate kaasamine keskkonna probleemide lahendamisse, koostöö WWF-iga, koolitused, zero spill	-

Lisa 3 järg

2013	-	Seaduste ja regulatsioonide järgimine, koolitused töötajatele, energia kasutuse optimeerimine, taaskasutus, sama väärtustega partnerid, keskkonna aspektidega arvestamine otsuste langetamisel, audit ja kontroll, ISO sertifikaadid, MARPOL konventsioon, zero spill, tarbija teadlikus, koostöö WWF, bio-kemikaalid, keskkonnasõbralikud värvid, SEEMP, kütuse kontroll, kasutakse uuemaid laevu ja vanad müüdnud, kõrgtehnoloogia kasutus, LNG kütus, marsruudi planeerimine, logistiliselt head hotellide ja kontorite asutused, Green Key programm, automatiseeritud süsteemid, elektroonsed dokumendid, printerkasetide taaskasutus, MarMon, toetas „Teeme ära“ projekti	-
2014	-	Zero spill, emissiooni ja jäätmete vähendavad meetmed, saaste vähendamise projekt, seaduste ja reeglistikute järgimine, koolitused, samade väärtustega partnerid, kontroll ja audit, taaskasutamine, ISO ja IMO sertifikaadid, MARPOL, parem kütus, SEEMP, uued tehnilised lahendused, paberi kasutust vähendamine, jäätmete ümbertöötlemine energiaks, MarMon	-
2015	-	Intsidentide vältimine, säästvad tehnoloogiad, keskkonna sõbralikud lahendused, kõrgem prioriteet keskkonna kaitsele, kaitsta keskkonda, reeglite ja regulatsioonide järgimine, töötajate koolitamine, keskkonna sõbralikud energia ja materjalid kogu tegevuses, taaskasutus, nõuded tarnijatele ja hankijatele, arutelud keskkonna saaste vähendamise teemadel, inspeksioon ja audit, ISO, sertifikaadid, zero spill	-

Allikas: Autori koostatud

Lisa 4. Kliendirahulolu

Aasta	AS Ericsson Eesti	AS Tallink Grupp	AS Tallinna Kaubamaja
2006	-	-	-
2007	-	Uued võimalused läbi kliendiprogrammi, kõrgemad kiirused ja suurem sagedus, uued teenused, uus registreerimislahendus	-
2008	-	Aastaringselt kiire ühendus läbi mere, uued teenused, hästi toimiv registreerimislahendus,	-
2009	Klientidele parem teenindamine, kõrgtehnoloogiline tootmine	Klientide heaolu uuring, aastaringselt kiire ühendus läbi mere, uued laevad, suur majutusvõrk, uued logistikalahendused, mis aitavad parandada teenuse kvaliteeti, Riia hotell tutvustab teenuseid, registreerimise lahenduse arendus edukalt lõppenud, lojaalsuseprogramm, tunnustatud hea klienditeeninduse poolelt	Pakkuda klientidele orgaanilisi ja eestimaiseid tooteid, toodete sortiment
2010	Kliendi rahuolu tõstmine ning suurema lisandväärtusega teenuste pakkumine	Suur majutusvõrk, registreerimise lahenduse arendus edukalt lõppenud, uus interneti registreerimissüsteem, D terminali rekonstrueerimine, hea klienditeeninduse taseme saavutamine Eestis ja Soomes, loetuim kliendileht 7 aastat järjest, parim DUTY FREE müüja	Kvaliteetsed tooted, eestimaine kaup, toodete sortiment

Lisa 4 järg

2011	-	Hea klienditeenindus, mugavused terminalides, parem kaebuste töötlemissüsteem, hea klienditeeninduse taseme saavutamine, reisijaid puudutavaid direktiivide ja printsiipide (9) järgimine	Kvaliteetsed tooted, eestimaine kaup, toodete sortiment
2012	Toodangu kõrge kvaliteet	Kliendi õigusi puudutavaid EU direktiivide (6) ja printsiipide (9) järgimine, mugavused terminalides, parem kaebuste töötlemissüsteem, hea klienditeeninduse taseme saavutamine, tunnustused	Kvaliteetsed tooted, eestimaine kaup, toodete sortiment
2013	Toodangu kõrge kvaliteet	Reisijaid puudutavaid direktiivide ja printsiipide järgimine, rõhk heale teenindustasemele, pakkumiste koostamisel jälgitakse klientide harjumusi ja sellisel moel tehakse paremaid pakkumisi, tihe ja kiire ühendus mööda merd, maitsev toit, uuendatud laevad	Kvaliteetsed tooted, eestimaine kaup, toodete sortiment
2014	-	Direktiivide ja printsiipide järgimine, klientide harjumuste monitooring, et teha neile just neile parimaid pakkumisi, hea teenindus, puhtus, professionaalsus, turvalisus, tunnustus	Kvaliteetsed tooted, eestimaine kaup, toodete sortiment

Lisa 4 järg

2015	-	Usaldus, klienditeeninduse monitooringu süsteem, turvalisus, hea organiseeritud infolett, professionaalsus, hea teenindus restoranides ja meelelahutuskohtades, maitsev toit, direktiivide (6) ja printsiipide (9) järgimine, infoliinide õige info edastamine, innovatiivsus, turvalised infosüsteemid, kaebuste töötlemine	Kodumaine kaup, tuvastatud tootjad, tuvastatud tooted, sertifitseeritud tootmine, erilised nõuded, pidev kontroll, ostjate eelistustega arvestamine.
------	---	--	--

Allikas: Autori koostatud

Lisa 5. Töötajate heaolu

Aasta	AS Ericsson Eesti	AS Tallink Grupp	AS Tallinna Kaubamaja
2006	-	-	-
2007	-	Tuunustus, huvitav karjäär ja kasvamisvõimalused, paindlik graafik, „hea“ töötasu, lisa tulemustasu, aktsiad, kaasaegne töökeskkond, kursused	-
2008	-	Kursused, ühised spordivõimalused, ühisüritused, uus kontor komfortsete töötingimustega, tuunustus, huvitav karjäär ja kasvamisvõimalused, paindlik graafik, „hea“ töötasu, lisa tulemustasu, aktsiad, kursused	-
2009	-	Kursused, ühised spordivõimalused, ühisüritused, uus kontor komfortsete töötingimustega, tuunustus, huvitav karjäär ja kasvamisvõimalused, paindlik graafik, „hea“ töötasu, lisa tulemustasu, aktsiad, kursused	Töötajate areng, koolitused, tervislik eluviis, sport, lõõgastumine (massažitoolid ja vererõhuaparaadid) ja tervislikud lõunad, erialased täiendkoolitused, ohutuse ja töötervise tagamine, perearstiteenused

Lisa 5 järg

2010	<p>Palgad- ja preemiasüsteemid, motivatsiooniprogrammid, koolitused, erinevate ürituste korraldamine, perepäevad, tunnustussüsteem</p>	<p>Kursused, ühised spordivõimalused, ühisüritused, uus kontor komfortsete töötingimustega, tuunustus, huvitav karjäär ja kasvamisvõimalused, paindlik graafik, „hea“ töötasu, lisa tulemustasu, aktsiad, kursused</p>	<p>Eesmärgipärane areng, koolitused ja atesteerimisprogrammid ning muud motivatsioonivahendid, tervis, turvaline ja tervist säästev keskkond, spordivõimalused, tervislikud lõunad, puhketoad, regulaarne väljaõppe, lõõgastamisteenused, ühisüritused, rahvaspordiüritused</p>
2011	<p>Lisaoskuste omandamine, sport, töötajate oskuste arendamine, palgad- ja preemiasüsteemid, motivatsiooniprogrammid, koolitused, erinevate ürituste korraldamine, perepäevad, tunnustussüsteem</p>	<p>Kursused, spordi võimalused hotellides ja laevadel, tervisekeskused, raamatukogud, ILO regulatsioonid, ühisüritused</p>	<p>Koolitused ja atesteerimisprogrammid, motivatsioonivahendid, tervislik eluviis, tervist säästev ja turvaline töökeskkond, sportimisvõimalused, lõõgastamine, tervislikud lõunad, puhketoad, täiendkoolitused, koolitusprogrammid, tervisekontroll, ühisüritused</p>

Lisa 5 järg

2012	Keelte, ajalugu ja ühiskonda tutvustavad koolitused, tunnustusüritus, sportimine, motiveerimine ja arendamine	Kursused, spordi võimalused hotellides ja laevadel, tervisekeskused, raamatukogud, ILO regulatsioonid, ühisüritused	Eesmärgipärane areng, koolitused ja atesteerimisprogrammid, motivatsioonivahendid, tervislik eluviis, sport, lõuna ja puhkepausid mugavas keskkonnas, erialane väljaõppe, ohutuse ja töötervishoiu tagamine, tervisekontroll, ühisüritused, rahaline ja mitterahaline motivatsioon, soodustused
2013	Sportimine, tunnustussüsteem, motiveerimine ja arendamine, sotsiaalne areng, karjäärivõimalused, integreerimine, tervise edendamine, kompensatsioon	Turvalisus, koolitused, ILO regulatsioonid, ühisüritused, kogupersonalile koolitused, tervis ja sport	Areng, koolitused ja atesteerimisprogrammid, motiveerimisvahendid, tervislik eluviis, turvaline ja tervist säästev töökeskkond, sportimis ja lõõgastamisvõimalus, tervislikud lõunad, puhketoad, täiendkoolitused, tervisekontroll, ühisüritused, rahaline ja mitterahaline motivatsioon

Lisa 5 järg

2014	Tunnustusüritused, sportimine, sotsiaalne areng, tervise edendamine, kompensatsioon	Kogupersonali koolitused, tervis, ühisüritused, ILO regulatsioonid	Areng, koolitused ja atesteerimisprogrammid, motiveerimisvahendid, tervislik eluviis, turvaline ja tervist säästev töökeskkond, sportimis ja lõõgastamisvõimalus, tervislikud lõunad, puhketoad, täiendkoolitused, tervisekontroll, ühisüritused, rahaline ja mitterahaline motivatsioon, soodustused
2015	Sotsiaalne areng, tervise edendamine, sport, kompensatsioon	ILO regulatsioonid, tervis, turvalisus, soodustused, lühem tööaeg, pikem puhkus, keeleõppe, ergonoomika, ühisüritused	Koolitused ja atesteerimisprogrammid, motivatsioonivahendid, sisekoolitused, juhtimiskompetentside arendamine, koolitusprogrammid, turvaline töökeskkond, töötervishoid, tervisekontroll, ühisüritused, rahaline ja mitterahaline motivatsioon

Allikas: Autori koostatud

Lisa 6. Eetika

Aasta	AS Ericsson Eesti	AS Tallink Grupp	AS Tallinna Kaubamaja
2006	-	-	-
2007	-	-	-
2008	-	-	-
2009	-	-	-
2010	-	-	-
2011	-	Eetiline käitumine, eetiline juhtimine, eetilised partnerid	-
2012	-	Eetiline käitumine, eetiline juhtimine, eetilised partnerid	-
2013	-	-	-
2014	-	-	-
2015	-	Eetiline äritegevus, eetiline juhtimine, eetilised partnerid, eetiline käitumine	-

Allikas: Autori koostatud

Lisa 7. Saavutused

Aasta	AS Ericsson Eesti	AS Tallink Grupp	AS Tallinna Kaubamaja
2006	-	-	-
2007	-	TNS Emori tunnustus „Parim tööandja“	-
2008	-	TNS Emori tunnustus „Parim tööandja“	-
2009	-	Äripäeva ja Sotsiaalse vastutuse Foorumi kõrge koht Ettevõtte Sotsiaalse Vastutuse Indeksi järgi, Kliendid Kiidavad	-
2010	-	Kliendid Kiidavad, Duty free & Travel Retail Shops 2010	Tervisesõbralik ettevõtte 2010
2011	-	Vastutustundlik Ettevõtte 2011, The 2011 Top 500 report by Deloitte ranks, Reader's Digest nominated the Silja Line lines belonging to Tallink as the most trustworthy cruise operators in Finland 2011	-
2012	-	-	-
2013	-	TNS Emori tunnustus „Parim tööandja“, CV Keskuse tiitel „Parim tööandja“	-

Lisa 7 järg

2014	Sotsiaalse vastutuse Foorum tunnustas kuldmärgisega, Sotsiaalministeeriumi ja Äripäeva ning Pere ja Kodu poolt pälviti kõigi töötajate- ja peresõbralikum ettevõtte tiitel	-	Vastutustundliku ettevõtluse pronkstaseme märgis
2015	Sotsiaalministeeriumi ja Äripäeva ning Pere ja Kodu poolt pälviti kõigi töötajate- ja peresõbralikum ettevõtte tiitel 3 koht	-	-

Allikas: Autori koostatud

Lisa 8. Püstitatud ühiskondlikud eesmärgid

Aasta	AS Ericsson Eesti	AS Tallink Grupp	AS Tallinna Kaubamaja
2006	-	-	-
2007	-	Välja vahetada kõik üle 20. aasta vanemad laevad uuemate vastu	-
2008	-	Vähendada saasteid, välja vahetada kõik üle 20. aasta vanemad laevad uuemate vastu	-
2009	-	Välja vahetada kõik üle 20. aasta vanemad laevad uuemate vastu, vähendada saasteid,	-
2010	-	Välja vahetada kõik üle 20. aasta vanemad laevad uuemate vastu	-
2011	-	Vähendada kütusekulu ühe reisija kohta	-
2012	-	Vähendada saasteid	-
2013	-	Vähendada saasteid	-
2014	-	Vähendada saasteid	-
2015	-	Vähendada saasteid	-

Allikas: Autori koostatud

Lisa 9. Keskkonnajuhtimissüsteemide arendamine

Aasta	AS Ericsson Eesti	AS Tallink Grupp	AS Tallinna Kaubamaja
2006	-	-	-
2007	-	ISO 14001	-
2008	-	ISO 14001	-
2009	-	ISO 14001	-
2010	-	ISO 14001	-
2011	-	ISO 14001	-
2012	-	ISO 14001	-
2013	-	ISO 14001	-
2014	-	ISO 14001	-
2015	-	ISO 14001	-

Allikas: Autori koostatud