

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Majandusarvestuse instituut

Finantsarvestuse õppetool

Katerina Navross

**SOTSIAALNE AUDIT: HETKEOLUKORD JA
ARENGUPERSPEKTIIVID EESTIS**

Magistritöö

Juhendaja: dotsent Natalja Gurvitš

Tallinn 2016

Olen koostanud töö iseseisvalt.

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

Katerina Navross

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 113853

Üliõpilase e-posti aadress: knavross@gmail.com

Juhendaja dotsent Natalja Gurvitš:

Töö vastab magistritööle esitatud nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(ametikoht, nimi, allkiri, kuupäev)

SISUKORD

LÜHENDITE LOETELU.....	4
ABSTRAKT	5
SISSEJUHATUS	6
1. SOTSIAALSE AUDITI ARENG.....	9
1.1. Sotsiaalse auditi ajalugu, areng ja olulisus	9
1.2. Sotsiaalse auditi aruandlus ja standardid	16
1.3. Sotsiaalse auditi etapid ja metodoloogia.....	21
1.4. Sotsiaalse auditi areng Euroopas ja Ameerika Ühendriikides	28
2. SOTSIAALNE AUDIT EESTIS	35
2.1. Eestis tegutsevate audiitorite seisukohtade analüüs läbi küsitluse.	35
2.2. Eestis tegutsevate audiitorite seisukohtade analüüs läbi intervjuu	43
2.3. Eesti börsiettevõtete vastuste analüüs.....	48
2.4. Tulemuste arutelu.	52
KOKKUVÕTE	54
SUMMARY	57
VIIDATUD ALLIKAD	60
LISAD	65
Lisa 1. GRI Kategooriad ja aspektid.....	65
Lisa 2. Audiitoritele edastatud küsimustik	66
Lisa 3. Vastused küsimusele “Kes Te olete?”	69
Lisa 4. Vastused küsimusele “Kas olete sotsiaalsest vastutusest midagi kuulnud?”	70
Lisa 5. Vastused küsimusele “Kas olete sotsiaalsest auditist midagi kuulnud?”	71
Lisa 6. Vastused küsimusele “Milliste sõnadega assotsieerub sotsiaalne audit? (mitu vastust)”	72
Lisa 7. Vastused küsimusele “Mis arvate, milleks võib sotsiaalset auditit teostada? (mitu vastust) Selleks, et”	73
Lisa 8. Vastused küsimusele “Miks Teie firma ei paku sotsiaalse auditi teenust?”	74

Lisa 9. Vastused küsimusele “Kas Te tahaksite seda teenust tulevikus pakkuda?”	75
Lisa 10. Vastused küsimusele “Mis arvate, kas sotsiaalsel auditil on tulevikku Eestis?”	76
Lisa 11. Vastused küsimusele “Millistele firmadele pakutakse teenust? (mitu vastust)”	77
Lisa 12. Vastused küsimusele “Kui kaua olete seda teenust osutanud?”	78
Lisa 13. Vastused küsimusele “Kuidas olete endale sotsiaalse auditi kliente leidnud?”	79
Lisa 14. Intervjuu käigus esitatud küsimused	80
Lisa 15. Intervjuu BIG4 esindajaga	81
Lisa 16. Intervjuu Deloitte Audit Eesti AS’i esindajaga	84
Lisa 17. Eesti ettevõtted, mis on esitatud Tallinna börsil	87
Lisa 18. Börsiettevõtetele saadetud küsimustik	88
Lisa 19. Vastus küsimusele “Kas olete sotsiaalsest vastutusest midagi kuulnud?”	91
Lisa 20. Vastus küsimusele “Kas olete sotsiaalsest auditist midagi kuulnud?”	92
Lisa 21. Vastus küsimusele “Milliste sõnadega assotsieerub sotsiaalne audit? (mitu vastust)”	93
Lisa 22. Vastus küsimusele “Mis arvate, milleks võib sotsiaalse auditi teenust osta? (mitu vastust). Selleks, et”	94
Lisa 23. Vastus küsimusele “Kas Te tahaksite seda teenust tulevikus osta?”	95

LÜHENDITE LOETELU

BIG4 – neli kõige suuremat rahvusvahelist audiitorbürood: Deloitte, KPMG, PWC, Ernst&Young

ESV – ettevõtte sotsiaalne vastutus

EKI – Eetilise Kauplemise Initsiatiiv

ERM – *Enterprise Risk Management* – Ettevõtete riskijuhtimise raamistik

GRI – *Global Reporting Initiative*

ÜRO – Ühinenud Rahvaste Organisatsioon

COSO – *the Committee of Sponsoring Organisations*

ABSTRAKT

Töö pealkiri on: Sotsiaalne audit: hetkeolukord ja arenguperspektiivid Eestis.

Magistritöö eesmärk oli välja selgitada, kui palju praktiseeritakse sotsiaalset auditit Eestis ja kas sellel teenusel on võimalikke arenguperspektiive Eestis, ning saadud tulemuste põhjal hinnata sotsiaalse auditi teadlikkust ja vajadust ning pakkuda lahendused selle teenuse arendamiseks ja edendamiseks.

Töö esimene peatükk keskendus sotsiaalse auditi teoreetilisele aspektile. Kirjeldati selle olemust, vaadeldi sotsiaalse auditi ajalugu ja arengut. Läbi erialase kirjanduse käsitlemise selgitati välja sotsiaalse auditi etapid ja standardid. Töö käigus uuriti, kuidas areneb sotsiaalne audit Euroopas ja Ameerika Ühendriikides. Uuring näitas, et Euroopa Liidus märgati sotsiaalse auditi olulist kasvutrendi.

Töö teises peatükis analüüsiti audiitorbüroode vastuseid esitatud küsimustele ja BIG4 esindajatelt intervjuude käigus saadud kommentaare. Lisaks küsitleti Tallinna börsil noteeritud ettevõtteid. Tulemused näitasid, et ainult väike osa vastanutest audiitorbüroode esindajatest on teadlik sotsiaalse auditi teenusest. Intervjuus ja küsitluses osalenud audiitorid olid seisukohal, et sotsiaalsel auditil on tulevikku Eestis. Börsiettevõtetes läbiviidud küsitlus näitas, et suurim osa Tallinna börsil noteeritud ettevõtete esindajatest on teadlikud sotsiaalse auditi teenusest, kuid enamik vastanutest olid seisukohal, et ei näe sotsiaalse auditi läbiviimise vajadust. Kõik küsitluses osalenud börsiettevõtete esindajad arvasid, et sotsiaalsel auditil on tulevikku Eestis.

Saadud tulemuste põhjal võib järeldada, et Eestis asub sotsiaalne audit arengu alguses ning sellel teenusel on perspektiive, kuid see teema vajab veel arendamist ja edendamist. Käesolevat magistritööd võib kasutada õppevahendina sotsiaal- ja majandusteaduse õppekavade koostamiseks ja täiendamiseks, abimaterjalina sotsiaalse auditi läbiviimisel ning alusena edasiste uuringute läbiviimiseks. Töö on kasulik erinevatele huvirühmadele: ettevõtete omanikele, juhtkonnale, tarnijatele, klientidele, konkurentidele, jne.

Võtmesõnad: sotsiaalne audit, huvigrupid, ettevõtte sotsiaalne vastutus, rahvusvahelised standardid, jätkusuutlikkus, arenguperspektiivid.

SISSEJUHATUS

Viimasel ajal on väga populaarseks muutunud ettevõtete sotsiaalne vastutus, mis sai oma alguse Ameerika Ühendriikidest (USA-st) 19. sajandi alguses. Alates sellest ajast hakati aru saama, et ettevõtetal on inimeste suhtes kohustusi, mille tulemusel tekkisid sellised mõisted nagu sotsiaalne ja eetiline vastutus. Euroopas hakati seda mõistet uurima ja analüüsima alles 25 aastat tagasi. Kahjuks ei ole Eestis seda teemat palju uuritud, kuid see on muutunud aktuaalseks viimastel aastatel. Selleks, et olla edukas ja perspektiivne, peavad ettevõtted hoolitsema oma töötajate, klientide ja teiste huvigruppide eest. Sotsiaalne vastutus hõlmab endas viit elementi: inimõigused, tööga seotud õigused, keskkonnavastutus, suhted huvigruppidega, missioonist ja mandaadist tulenev laiem vastutus kogu ühiskonna eest praegu ja tulevikus (Holm 2006). Ettevõtete sotsiaalse ja eetilise vastutuse mõõtmise ja parendamise oluliseks instrumendiks on sotsiaalne audit.

Üle kogu maailma rakendatakse sotsiaalse vastutuse aruande koostamist. Eelkõige koostavad selliseid aruandeid globaalsed, rahvusvahelised ettevõtted, kelle jaoks on väga oluline hea maine ja reputatsioon huvigruppide ees. Nende aruannete koostamine ei ole kohustuslik, vaid on ettevõtte enda vabatahtlik otsustus. Kõige olulisemaks probleemiks võib paljude teadlaste arvates pidada seda, et sotsiaalne aruandlus on vabatahtlik ning ettevõtte võib ise otsustada, millist infot avaldada ning millist mitte. Sellega võib ettevõtte iseloomustada ennast palju positiivsemast küljest, kui see tegelikult on. Seda probleemi on viimastel aastatel uurinud erinevad teadlased ja spetsialistid. Iga aruandlus peab olema reguleeritud standarditega, seepärast on sotsiaalse aruande koostamiseks välja pakutud erinevaid standardeid, mida tuleb rakendada. Oluline probleem seisneb selles, et standardeid on palju ning ettevõtte peab ise valima, millist ta kasutab, see teeb aga kõik sotsiaalsed aruanded mittevõrreldavateks.

Sotsiaalse aruande koostamisel eksisteerib risk, et ettevõtete koostatud aruanded ei ole läbipaistvad ja usaldusväärsed. Näiteks, finantsaruandluse puhul tellivad ettevõtted välisaudiitoreid, kes toetudes enda teadmistele ja kogemustele ning kasutades asjakohaseid standardeid, kontrollivad ettevõtete finantsaruandlust. Selle aruandluse tarbijad võivad olla

kindlad selles, et aruandes esitatud finantsnäitajad ja informatsioon on õige, usaldusväärne ja asjakohane. Sotsiaalse aruandluse tarbijad on kõigepealt erinevad huvigrupid, kes on samuti huvitatud sellest, et sotsiaalne aruanne oleks koostatud õigesti ja õiglaselt.

Sotsiaalse aruande audit on vabatahtlik protsess, kuid mõningates riikides, näiteks Ameerika Ühendriikides, on teadlased ja riigiorganisatsioonid jõudnud seisukohale, et see tuleb teha kohustuslikuks.

Maailmas uuritakse ja praktiseeritakse sotsiaalset auditit juba ammu, kuid Eestis ei ole see teenus populaarne. Seda õppeainet ei õpetata ülikoolides ning väga harva kirjutatakse sellest ajalehtedes ja ajakirjades. See sundis autorit uurima seda teemat Eesti tasandil.

Käesoleva töö uurimisobjektiks on sotsiaalse auditi teenuste perspektiiv ja nende areng Eestis.

Magistritöö eesmärk on välja selgitada, kui palju esineb sotsiaalset auditit Eestis ja kas sellel teenusel on arenguperspektiive. Saadud tulemuste põhjal hindab autor sotsiaalse auditi teadlikkust ja vajadust ning pakub lahendusi selle teenuse arendamiseks ja edendamiseks.

Autor on esitanud kaks hüpoteesi, mida tuleb kontrollida:

Hüpotees 1: Eestis tegutsevad audiitorbürood ei paku sotsiaalse auditi teenust selle huviliste nappuse tõttu.

Hüpotees 2: Eestis tegutsevad audiitorbürood ei paku sotsiaalse auditi teenust selle eriala spetsialistide puudumise tõttu.

Eesmärgi saavutamiseks püstitab autor järgmised ülesanded:

1. Läbi töötada vastav erialane kirjandus, kõigepealt peab see olema ingliskeelne kirjandus, kuna Eestis ei ole seda veel palju uuritud. Läbi erialase kirjanduse käsitlemise peab tekkima arusaam sotsiaalse auditi teoreetilisest ja ajaloolisest taustast ning meetoodilistest probleemidest. Välja selgitada, kui palju praktiseeritakse / rakendatakse sotsiaalset auditit maailmas ning milliseid uuringuid on maailmas läbi viidud.
2. Anda ülevaade sotsiaalse auditi arengust Eestis, selle hetkeolukorrast ja perspektiividest. Selleks tuleb läbi viia küsitlused ja intervjuud Eestis tegutsevate audiitorbüroode esindajatega. Olulised on ka teise poole arvamused ehk potentsiaalsete klientide seisukohad, selleks viiakse läbi küsitlus Tallinna börsil noteeritud börsiettevõtetes.

3. Analüüsid küsimustiku ja intervjuu abil saadud tulemusi, kinnitada või ümber lükata hüpoteesid ning esitada ettepanekud sotsiaalse auditi arendamiseks Eestis.

Magistritöö esimene osa käsitleb teoreetilisi aspekte. Uuritakse sotsiaalse auditi mõisteid ja selle komponente. Antakse ülevaade selle arengust Euroopas ja Ameerikas. Seejärel toob töö autor välja sotsiaalse auditi etapid ja selle läbiviimiseks kasutatavad standardid.

Teises osas viiakse läbi sotsiaalse auditi uuring ning analüüsitakse küsimustiku abil saadud tulemusi. Uuringu eesmärgiks on kontrollida autori hüpoteeside paikapidavust. Autori koostatud küsimustik saadetakse kõigile Eestis tegutsevatele audiitorbüroodele ning kahe audiitorbüroo puhul tehakse intervjuud. Selle osa peamiseks eesmärgiks on aru saada, kuidas areneb sotsiaalne audit Eestis ja miks see ei ole Eestis nii populaarne. Oluline on saada vandeaudiitorite arvamused ja ettepanekud. Kindlasti tuleb uurida ka Eestis tegutsevate firmade juhtide seisukohti.

1. SOTSIAALSE AUDITI ARENG

1.1. Sotsiaalse auditi ajalugu, areng ja olulisus

Juba 19. sajandi alguses hakkasid ettevõtete omanikud aru saama, et äri edukus ei sõltu ainult positiivsetest finantstulemustest, vaid ka muudest teguritest. 1960-1970. aastatel on ühiskonnas hakanud levima rahulolematuse seoses tootmise kasvu negatiivse mõjuga. Ettevõtete pideva kasumi suurendamise „võidujooks“ on toonud kaasa keskkonna reostuse, inimõiguste diskriminatsiooni, töökeskkonna ohutuse alandamise, kaupade kvaliteedi halvenemise, jne.

Ettevõtte peab hoolitsema oma töötajate, klientide, partnerite ja paljude teiste sotsiaalse elu osapoolte eest. Sellist vastutustundlikku käitumist oma töötajate, klientide ja teiste osapoolte ees nimetatakse ettevõtte sotsiaalseks vastutuseks (ESV). Kui ettevõtte oskab ja suudab olla sotsiaalselt vastutustundlik, annab see kindlasti talle eelise konkurentide ees. Konkurentideks ei ole ainult sama teenust või toodet pakkuvad firmad, vaid ka teised tööandjad, potentsiaalsed kliendid, jt. Sotsiaalselt vastutustundlik ettevõtte on valmis koolitama oma töötajaid tööohutuse alal ning andma neile piisavalt puhkust, jälgib ergonomilise töökeskkonna nõuete täitmist, korraldab erinevaid sotsiaalseid üritusi ja osaleb sponsorkeskkonnas (Lindam 2013, 7).

Ettevõtte sotsiaalse vastutuse areng on põhjustanud sotsiaalse auditi tekke. Läbi sotsiaalse auditi teostamise on võimalik välja selgitada, kas ettevõtte on sotsiaalselt vastutustundlik või mitte ning mida peab ettevõtte tegema selleks, et saada sotsiaalselt vastutustundlikuks.

Esimesena kirjeldas sotsiaalse auditi mõistet Ameerika Stanfordini ülikooli ärimajanduse professor Theodore J. Kreps. 1940. aastal avaldas ta monograafia pealkirjaga „Äri sotsiaalse aspekti mõõtmine“. Peaaegu 20 aastat hiljem ilmus Kreps'i artikkel, kus ta viitab Aristoteles'e väitele, et raha teenimine versus kaupade tootmine on aluseks

majandusüksuse sotsiaalse auditi arenguks, mis kinnitab, et sotsiaalse auditi terminit kasutati juba enne Kreps'i monograafia ilmumist. (Carroll, Beiler 1975, 589)

Sotsiaalse auditi teostamise kriteeriumite leidmiseks teeb Kreps analüüsi, kasutades 22 majandusharu, 9 majandusharu gruppi ja selle aja 3 kõige suuremat firmat: General Motors, United States Steel, American Telephone ja Telegraph. Kreps kasutas 20 aasta andmeid (perioodil 1919-1938). Uuringu olulisteks probleemideks kujunesid aja- ja raharessursside nappus ning selle tõttu ei saanud teadlane koguda kõiki vajalikke andmeid. Sotsiaalse auditi läbiviimiseks on ta kasutanud ainult 6 näitajat:

- tööhõive,
- tootmine,
- tarbijate ettepanekud,
- tarbijate rahavahendite kasutamine,
- töö tasustamine,
- dividendid ja intressid.

Oma uuringus tunnistab Kreps, et kasutades ainult toodud näitajaid, ei ole võimalik teostada täielikku sotsiaalset auditit, kuna need andmed ei anna informatsiooni võimsuse potentsiaali, tegevuse stabiilsuse ja moderniseerimise vajaduse kohta.

Saadud gruppide andmeid on Kreps võrrelnud eelpool märgitud kuue kriteeriumi järgi. Peale seda on ta võrrelnud neid gruppe omavahel ning seejärel reastanud neid kriteeriumite järgi. Analüüsi tulemusel oli tööstusettevõtte kolmandal kohal tootmise järgi, teisel kohal tööhõive järgi ja esimesel kohal töö tasustamise järgi. Lõpuks on kõik majandusharu grupid saanud reitingus omad kohad. Sellise järjestuse järgi on ta võrrelnud ka ülejäänud kolm firmat. Oma sotsiaalse analüüsiga on Kreps tahtnud näidata seda, et sotsiaalset auditit võib läbi viia nii erinevate majandusharudega ettevõtetes, erinevate majandusharudega ettevõtete gruppides kui ka konkreetsetes ettevõtetes.

Peaaegu 15 aastat hiljem, 1953. aastal panustas Ameerika teadlane H. R. Bowen sotsiaalse auditi arengusse. Bowen on pühendanud kümneid lehekülgi sotsiaalsele auditile oma raamatus „Ärimehe sotsiaalne vastutus“ („Social Responsibilities of Businessman“). Sotsiaalse auditi teostamiseks on Bowen teinud ettepaneku kasutada kaheksa näitajat (Carroll, Beiler 1975, 594):

- hinnad,
- palgad,

- teadus- ja arendustegevus,
- reklaam,
- avalikud suhted,
- inimeste suhted,
- ühenduse suhted,
- tööhõive stabiliseerumine.

Bowen oli veendunud selles, et sotsiaalse auditi tulemused peavad olema ettevõtte juhtkonnale kasulikud. Töö autor nõustub Bowen'i arvamusega. Finantsandmed ja finantsauditi tulemused näitavad ettevõtte juhtkonnale ainult finantspoolt ehk seda, mis seisus on ettevõttesse paigutatud kapital. Sotsiaalne audit erineb finantsauditist selle poolest, et näitab ettevõtte sotsiaalseid aspekte, näiteks: töötajate ja klientide rahulolu. Seoses sellega, et ettevõtte tegevus on tihedalt seotud töötajate ja klientidega, on sotsiaalse auditi läbiviimine hea vahend sotsiaalsete aspektide hindamisel.

Bowen'i arvamusel peavad sotsiaalset auditit teostama pigem välisaudiitorid ehk need, kellel pole konkreetsetes ettevõttes mingeid huve ning kes võiks analüüsitava ettevõtte suhtes objektiivsemaks jääda. Lisaks sellele peab sotsiaalset auditit teostav isik olema orienteeritud sotsiaalsetele probleemidele ning omama teadmisi õiguses, majanduses, sotsioloogias, psühholoogias, filosoofias, teoloogias ning paljudes muudes sotsiaalse kontekstiga valdkondades. Sotsiaalse auditi edukaks teostamiseks peab moodustama kompetentse meeskonna, kuhu oleksid kaasatud erinevate teadmistega isikud. Käesoleva magistritöö autor on Bowen'i seisukohaga nõus, et peab moodustama meeskonna, kuhu kuuluksid erinevate teaduste esindajad. Selline meeskond on võimeline tuvastama probleeme erinevates valdkondades ning pakkuma lahendusi nende probleemide lahendamiseks.

Bowen pakkus välja, et sotsiaalse auditi aruanne ei pea olema avalikustatud, kuna tema eesmärk on anda firma juhtkonnale rohkem kasulikku informatsiooni otsuste langetamiseks. Tema väitega on raske nõustuda, kuna sotsiaalse auditi aruanne on mõeldud just ettevõtte huvigruppidele ehk töötajatele, klientidele, partneritele, tarnijatele ja teistele huvitatud osapooltele, seepärast peab aruanne olema avalikustatud.

Teiste allikate kohaselt on esimesena kirjutanud sotsiaalsest auditist George Goyder (1950). Tema väitis, et sotsiaalse auditi eesmärk oli teha äri läbipaistvamaks ettevõtte huvigruppide jaoks, et ettevõtete tegevuste mõjud ühiskonnale oleksid arusaadavamad.

Goyderi eesmärk oli näidata, et ühiskonnal peab olema oluline ja mõjuv roll ettevõtte arenemisel ja globaliseerumisel.

Goyder väitis, et finantsaudit näitab ettevõtte tegevust ühelt poolt (st selle finantspoolt) ning see info on täielik siis, kui ettevõtted on väikese või keskmise suurusega, kuid suurte ettevõtete tegevusest arusaamiseks tuleb teostada ka sotsiaalset auditit (Zadek et al 2013, 17).

Arvatavasti oli Goyder'i sotsiaalse auditi kirjeldus ja eesmärk ammendav. Tema arvamusel pakub sotsiaalne audit palju laiemat majandus- ja finantsperspektiivi ning aitab uurida mitte ainult finants-, vaid ka sotsiaalseid näitajaid, mida ei mõõdeta rahalises ekvivalendis. Läbi sotsiaalse auditi on seotud osapooltel võimalik hinnata mõju ühiskonnale, mida tekitab ettevõtete tegevus.

Kuigi sotsiaalse auditi terminit hakati kasutama juba 1940.–1950. aastatel, pöörasid teadlased ja ärimehed olulist tähelepanu sellele nähtusele alles aastal 1970. (Fetyko 1975). Courville sõnul tekkis esialgselt huvi ettevõtte sotsiaalse vastutuse vastu ning seejärel juba sotsiaalse auditi vastu (Courville 2013).

Rahim ja Vicario (2015) arvamusel on sotsiaalse auditi vajadus tekkinud tänu ettevõtte sotsiaalse vastutuse populaarsuse kasvule 1960. aastal. Ettevõtte sotsiaalne tegevus on hakanud saama oluliseks aspektiks ühiskonnas, kuna sotsiaalsel tegevusel on nii positiivne kui ka negatiivne mõju huvigruppidele ning ühiskonnale tervikuna. Seepärast on paljud ettevõtted sattunud ühiskonna tähelepanu alla. Mõõtes erinevate ettevõtete sotsiaalset vastutust, saavad huvigrupid mõjutada nende ettevõtete sotsiaalset tegevust, näiteks investeerides ainult sotsiaalselt vastutavasse ettevõttesse ja minnes vähem sotsiaalselt orienteeruvast ettevõttest mööda. (Rahim, Vicario 2015)

1970. aastatel oli sotsiaalne audit vahendiks, mis aitas ettevõtetel kontrollida, mõõta ja hinnata oma sotsiaalset efektiivsust ja tegevust. Sethi (1972) väitis, et sotsiaalse auditi eesmärk on murda ESV mõistet, jagada see mõiste komponentideks ning leida meetoodika, mis aitaks neid komponente mõõta (Sethi 1972). Magistritöö autor on Sethi väitega nõus. ESV mõiste on liiga üldine ning on raske aru saada, kuidas ja mida peab kontrollima. Samas, kui jagada see mõiste komponentideks, on lihtsam leida asjakohast meetoodikat.

Viimastel dekaadidel hakkas sotsiaalse auditi praktika levima ka üle Atlandi ookeani ning arenema Lääne-Euroopas. Prantsusmaal on sotsiaalse auditi teemat uurinud P. Candau, J.-M. Peretti, J. Igalens, M. Combemale, H. Landier ja paljud teised.

Kuni 1978. aastani on sotsiaalse auditi metodoloogiat arendatud Inglismaa sõltumatus teaduskeskuses ja 1981. aastal ilmus esimene sotsiaalse auditi juhend (*Social Audit - A Management Tool for Co-Operative Working in Free Spreckling*). Juhendit uuriti ja täiendati pidevalt ning 2000. aastal publitseeriti esmakordselt sotsiaalse auditi läbiviimise vahendina, mis oli mõeldud kõigepealt sotsiaalselt vastutavatele ettevõtetele. Sotsiaalse auditi arengu oluliseks sammuks oli ka Šveitsi rahvusvahelise organisatsiooni Migros Cooperative poolt avalikustatud sotsiaalse auditi aruanne. Kohe peale seda pakkus Uus Majandusalane Fond (New Economic Foundation) koostöös Steathclyde Community Business Ltd-ga oma meetodit sotsiaalse auditi läbiviimiseks. (Hazarika 2015, 219)

1980. aastal huvi sotsiaalse auditi vastu mingiks perioodiks langes, kuna ettevõtete eesmärgiks oli teenida maksimaalselt palju kasumit. Kuid alates 1990. aastast on hakanud tekkima sotsiaalse auditi arenguperspektiivide tunnused. Näiteks Taanis, Inglismaal ja USA-s on paljud suured ettevõtted hakanud avaldama infot enda sotsiaalsest mõjust (Zadek, Evans, and Pruzans 2013).

Sotsiaalse auditi populaarsus hakkas kasvama maailmas 1990. aastate keskel (Gray et al, 1996), siis kui hakkasid ilmuma esimesed sotsiaalselt vastutustundlikud organisatsioonid.

Skandinaavia riikides kasutatakse sotsiaalset auditit rohkem avalikus sektoris kui erasektoris. Kõige rohkem viiakse läbi sotsiaalset auditit riigiasutustes, ülikoolides, koolides, jm. (Smith, Hawtin 2007)

Sotsiaalne audit on organisatsiooni tegevuste mõõtmise ja aruandluse protsess, mis aitab mõista ja oluliselt parandada organisatsiooni tegevusi ning nende mõju huvigruppide jaoks (Holm 2006, 7). Holm'i arvates aitab sotsiaalse auditi läbiviimine:

- „analüüsida organisatsiooni suhteid huvigruppidega;
- hinnata oma tegevuse mõjusust, tõhusust ja väärtust erinevate huvigruppide jaoks;
- teha kindlaks, kuivõrd oma tegevuses järgitakse avalikult deklareeritud väärtusi;
- arvestada tulevikus tekkida võivate probleemidega juba strateegilise planeerimise faasis;
- suurendada läbipaistvust oluliste huvigruppide jaoks;
- suurendada organisatsiooni legitiimsust“. (Holm 2006, 7)

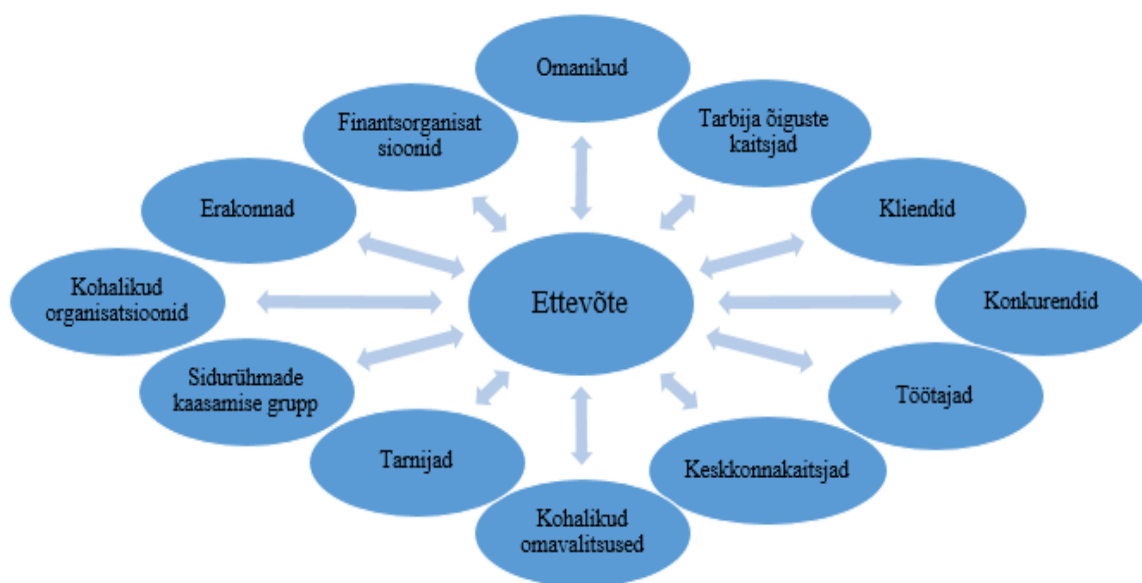
Sotsiaalne audit on ettevõtte sotsiaalse tegevuse analüüsi, mõõtmise ja aruandluse vahend, mille abil uuritakse ettevõtte mittefinantstegevust, mis kas otseselt või kaudselt mõjutab huvigruppe (Ghonkrota, Lather 2007). Björkman ja Wong'i sotsiaalse auditi kirjeldus

on veidi detailsem ning nende arvates, sotsiaalne audit on vahend, mis aitab avalikult mõõta ja kirjeldada ettevõtte sotsiaalse ja keskkonnaalase tegevuse taset, jälgides pidevalt andmeid, mida saadakse dokumentide ülevaatamisel, intervjuude ja ettevõtte territooriumil teostatud kontrollide käigus. Seda sotsiaalse auditi kirjeldust võib täiendada Timane ja Chavan'i mõistega, et sotsiaalne audit on ettevõtte mehhanismide läbipaistev kontroll ja monitooring, mille efektiivsust saavad huvilised ehk huvigrupid hinnata, rakendades vastavaid standardeid.

Kuriani arvates mängib sotsiaalne audit ettevõtte jaoks sama olulist rolli nagu finantsaudit, mis tagab ettevõtte finantsaruandluse õige ja õiglase koostamise. Sotsiaalne audit aga näitab, millisel määral on konkreetne ettevõtte sotsiaalselt vastutav ja kas ta kajastab kõiki olulisi aspekte oma aruannetes. (Kurian 2005)

Rahim ja Vicario (2015) väidavad oma artiklis, et sotsiaalne audit aitab ettevõttel tõsta oma imagot ja tootlust ning edastada infot, kuidas organisatsioon saab hakkama selliste sotsiaalsete aspektidega, nagu ettevõtte stabiilsus, töötajatest hoolimine ja mõju keskkonnale. Selline informatsioon stimuleerib tervet ja ausat konkurentsi, mis paneb ettevõtteid tõstma oma sotsiaalset tootlust nii huvigruppide kui ka investorite jaoks. Sotsiaalse auditi aruanne aitab huvigruppidel ja investoritel hinnata ettevõtete saavutusi, välja selgitada, kas ettevõtte täidab püstitatud eesmärgi, ning paneb ettevõtteid tegutsema ja võitlema parema maine ja suurema turuosa saavutamiseks ning säilitamiseks. Kõige olulisemaks sotsiaalse auditi elemendiks huvigruppide jaoks on aruannete läbipaistvus. (Kurian 2005).

Sotsiaalne audit on vahend, mis aitab huvigruppidel hinnata, kas ettevõtte käitub sotsiaalselt vastutustundlikult või mitte. Huvigrupid võivad olla primaarsed ja sekundaarsed. Primaarsed huvigrupid on ettevõtte omanikud, töötajad, kliendid, tarnijad ja sekundaarsed on kõik ülejäänud subjektid, keda mõjutavad ettevõtte tegevus või vastupidi, kes saab ettevõtte tegevust mõjutada, nendeks võivad olla tarbijad, meedia, valitsus, konkurendid, avalikkus ja ühiskond (Weiss 1994, 32). Autori arvates on kõige ammendava huvigruppide ülevaate teinud R. Edward Freeman (vt joonis 1).



Joonis 1. Ettevõtte huvigrupid

Allikas: (Freeman 1984, 25)

Joonis 1 näitab erinevate huvigruppide mõju ettevõtte tegevusele. Need on nii poliitilised grupid kui ka kaubanduskojad, erinevad ühiskonna liidud, tarbijate advokaadid. Sotsiaalse aruande koostamisel peab ettevõtte kõikide nende huvigruppide ettepanekuid, huve ja mõjusid silmas pidama.

Sotsiaalne raamatupidamine ja audit on loogiline raamistik, mis võimaldab ettevõttel (Social Audit Network...):

1. Tõestada – sotsiaalse auditi aruanne koosneb ettevõtte sotsiaalsetest, ökoloogilistest ja finantsnäitajatest ning nende mõjudest ühiskonnale.
2. Parandada – sotsiaalse auditi aruanne aitab koguda edasiste tegevuste planeerimiseks ja tootmise tõstmiseks vajalikku informatsiooni.
3. Koostada aruanne – aruande koostamisest saavad kasu mitte ainult ettevõtte omanikud vaid ka teised osapooled, kes on huvitatud ettevõtte tegevusest, näiteks töötajad.

Äripäeva ajakirjaniku Anu Kasmel'i sõnul on ettevõtte edukuse eeldus majandusauditi kõrval sotsiaalse auditi läbiviimine. Sotsiaalne audit aitab keskenduda oluliselt laiemale edukuse indikaatorite mõõtmisele ja analüüsile ning võimaldab kaasata pehmed indikaatorid, mis peegeldavad jätkusuutlikku arengut, huvigruppide kaasatust otsustamisse. Ettevõtte sotsiaalne tegutsemine ja vastutus aitavad määrata probleemsed kohad ning leida nende

ökonoomsemad lahendusviisid, mis omakorda võimaldab saavutada töötajate elukvaliteedi ja tervise arengu, toodangu mahu ja kvaliteedi kasvu, perede heaolu kasvu. Kasmel tunnistas, et Eestis on see vaid tagasihoidlikult nähtav ja tajutav, samas ta usub, et Eesti ärikeskkond on suuteline muutma oma juhtimismeetodeid progressiivsemaks. (Kasmel 2005)

1.2. Sotsiaalse auditi aruandlus ja standardid

Sotsiaalse auditi läbiviimise efektiivsus sõltub paljudest erinevatest faktoritest. Üks olulisematest on vastava seadusandluse puudus, mis reguleeriks sotsiaalsete audiitorite tegevust ja seadusandluse mõju sotsiaalsete audiitorite otsustele (Barrientos and Smith 2007, 713).

Teine faktor, mida kritiseeritakse, on asjakohaste andmete kogumise ja analüüsi piir, mis võimaldaks leida olulisi mitteefektiivsusi ja mittevastavusi. Lisaks on sotsiaalse auditi läbiviimise ajaperiood nii lühike, et ei võimalda täpsemini hinnata ja välja selgitada rikkumisi (Björkman and Wong 2013).

Viimasel ajal pööratakse üha rohkem tähelepanu sotsiaalse audiitori sõltumatusel. Eriti juhul, kui sotsiaalse audiitori tööandjaks on auditeeritav ettevõtte ise. See fakt oli välja toodud PWC poolt tehtud Hiina ja Korea tööreeglite läbivaatamise ettekandes.

O'Rourke (2000) poolt läbiviidud uuringus avastati olulised PWC sotsiaalse auditi läbiviimise metodoloogia probleemid. Kõige olulisem probleem oli auditi protsessi juhtimise tendentslikkus. Tema uuring näitas, et suurem osa informatsioonist oli kogutud juhtidelt ning väike osa informatsioonist oli saadud tavalistelt töötajatelt. Probleemi vältimiseks peab sotsiaalse auditi läbiviimiseks kaasama välisaudiitoreid ehk siis kolmanda sõltumatu isiku. Kindlasti ei välista kolmanda sõltumatu isiku kaasamine pettust, kuna välisaudiitorile maksab ettevõtte juhtkond tasu ning juba selle poolest ei saa sotsiaalne audiitor olla sõltumatu, kuid see võimaldab riski oluliselt vähendada. (Courville 2003, 269)

Maailmas on muutunud aina populaarsemaks sotsiaalse auditi vabatahtlik läbiviimine, mida otsustab ettevõtte juhtkond. Samas ei ole vabatahtliku sotsiaalse auditi aruande koostamine alati õigustatud. Graham ja Woods arvates võib sellel olla ka negatiivne mõju. Näiteks, ettevõtte võib tellida sotsiaalse auditi teenuse ning koostab detailse ettevõtte vastutustundlikkuse aruande, mis annab väärtuslikku ja konfidentsiaalset informatsiooni konkurentidele. (Graham, Woods 2006)

ESV aruandluse populaarsus on pidevalt kasvanud, kuid selle esitlusviis ei ole standardiseeritud, mis on raskendanud erinevate aruannete võrreldavust analüüsi ja järelduste tegemiseks. Gray arvates võimaldas sotsiaalsete aruannete koostamise reguleerimise puudus firmadel ise valida, millist informatsiooni avalikustada. Seepärast oli sotsiaalsete aruannete standardiseerimisele pööratud rohkem tähelepanu, kui sotsiaalse auditi efektiivsele läbiviimisele ja vastavate standardite läbitöötamisele. (Gray2001)

Huvigruppide kindluse tagamiseks oleks vaja töötada välja uus standard, mille abil võiks garanteerida aruannete täpsuse ja läbipaistvuse ning mis võiks reguleerida ettevõtte ja sotsiaalse välisaudiitori suhteid ja auditi etappe, mida tuleb järgida auditi läbiviimisel (Dando, Swift 2003,195).

Rahim ja Vicario väidavad, et sotsiaalse auditi reguleerimise arengu viimaste aastate kasv on tingitud mõningatest skandaalitest („green wash“), mille käigus tuvastati olulised mittevastavused sotsiaalse auditi läbiviimisel (Rahim, Vicario 2015).

Kõige edukamad katsed ettevõtete mittefinantsaruandluse reguleerimiseks kõikides majandusharudes toimusid Ameerika Ühendriikides ja Euroopa Liidu riikides: Inglismaal, Prantsusmaal ja Taanis.

Maailmas eksisteerib mitu organisatsiooni, kes tegelevad sotsiaalse auditi läbiviimise standardite väljatöötamise ja arendamisega nii rahvusvahelisel tasandil kui ka konkreetse riigi tasandil. Nendeks organisatsioonideks on Majandusliku Koostöö ja Arengu Organisatsioon (Organization for Economic Co-operation and Development ehk OECD), ÜRO Globaalse kokkuleppe algatus (UN Global Compact), Rahvusvaheline Tööorganisatsioon (International Labor Organisation) ja Globaalne Aruandlusalgatus (Global Reporting Initiatives). Need organisatsioonid tegutsevad vabatahtlikult, kuid nende uuringud saavad aidata kaasa õigusnormide loomisel ja õigusaktide koostamisel (Hazarika 2015, 231).

ESV aruandluse populaarsust võib märgata rohkem arenenud riikide ja suurettevõtete seas, kuid Euroopa Komisjon töötab selle nimel, et tõsta sotsiaalse vastutuse teadlikkust Euroopas ja suunata ka väike- ja keskmise suurusega ettevõtteid (VKE) aruandeid koostama. Paljude riikide valitsused ei reguleeri ESV aruandlust, seepärast on selle rolli võtnud enda peale huvigrupid (Lindam 2013, 19).

Sotsiaalse aruannete koostamiseks on võimalik kasutada alljärgnevat aruandluse vorme:

1. Aruandlus vabas vormis. Aruandlus vabas vormis on näiteks brošüüride ja buklettide levitamine. Samuti võib finantsaruandluses eraldada sotsiaalsele aruandlusele eraldi osa. Sellist aruandlust on ettevõtetel lihtsam kasutada, kuid ta võib kohati olla ebaefektiivne. Paljudele rahvusvahelistele organisatsioonidele ei ole selline aruandlus aktsepteeritav, kuna koostatud aruandeid on raske omavahel võrrelda.
2. Kompleksaruanne – tulemuste kolmikmõõte (*Triple Bottom Line*) meetod. Sellist tüüpi aruannet pakkus inglise konsultatsioonifirma asutaja John Elkington aastal 1994. Tema arvas, et ettevõtete tulemuslikkust peab kontrollima nii majandusnäitajate kui ka keskkonna- ja sotsiaalsete kriteeriumite alusel. Esimene rida on ettevõtte puhaskasumi rida, mida näidatakse kasumiaruandes. Teine rida on inimesed ja kolmas rida on planeet, ehk rida, mis näitab, kui vastutustundlikult suhtub ettevõtte ökoloogilistesse probleemidesse (*The Economist...*).
3. Standardiseeritud aruandlus. Standardiseeritud aruanded tehakse kindlaksmääratud indikaatorite alusel. Tänapäeval erinevad sotsiaalsed aruanded oluliselt oma pikkuse, formaadi ja sisu poolest, samal ajal kui maailmas eksisteerib mitu erinevat rahvusvahelist aruandluse standardit.

Majanduskoostöö ja Arengu Organisatsiooni printsiibid (*Guidelines for Multinational Enterprises OECD*) kujutavad endast soovitusi, mis on välja töötatud valitsusorganisatsioonide poolt ning mida saavad kasutada suured rahvusvahelised ettevõtted. Need printsiibid koosnevad mittekohustuslikest nõuetest. Neid printsiipe kasutatakse selleks, et stimuleerida ettevõtteid tegema positiivseid samme rahvusvahelisse ökoloogilisse, sotsiaalsesse ja majandusprogressi.

Globaalse Aruandlusalgatuse juhend (*The Global Reporting Initiative Reporting Guidelines*) on rahvusvaheline aruandluse juhend, mida saavad kasutada vabatahtlikult need ettevõtted, mis täidavad jätkusuutliku maailmamajanduse eesmärki. Juhend aitab organisatsioonil kaardistada oma majandusliku, keskkonnavalase ja sotsiaalse mõju ning rolli säästva arengu toetamisel (Holm 2013). Juhendis on välja toodud konkreetset sotsiaalse, ökoloogilise ja majandusalase ettevõtte tegevuse aruandluse näitajad. Juhend võimaldab kasutada pakutud soovitusi järk-järgult, mis kergendab organisatsiooni aruandluse protsessi. Seda tüüpi juhendit on hea kasutada neil ettevõtetel, kes alles alustavad oma jätkusuutlikkuse aruannete koostamist. Juhend näeb ette võimalust koostada aruannet kas ühe või mitme

ettevõtte tegevuse valdkonna järgi. GRI järgi koostatud aruandlusele ei väljastata sertifikaate, kuid selle juhendi järgimine võimaldab tulevikus neid andmeid teiste aruannetega võrrelda. Juhendis on välja toodud kolm kategooriat: majandusalane, ökoloogiline ja sotsiaalne kategooria. Iga kategooria koosneb mitmest erinevast aspektist:

1. Majandusalane kategooria koosneb majandustulemustest, turupositsioonist, kaudsest majanduslikust mõjust, riigihangete tavast.
2. Ökoloogiline kategooria sisaldab olulisust, energiat, vett, bioloogilist mitmekesisust, heitmeid ja jäätmeid, tooteid ja teenuseid, nõuetele vastavust, transporti, tarnija keskkonnamõju hindamist.
3. Sotsiaalne kategooria koosneb alamkategooriatest (iga alamkategooria koosneb omakorda erinevatest aspektidest): töökorraldus, töötingimused, inimõigused, ühiskonna ja tootega seotud vastutus (vt Lisa 1).

Rahvusvaheliste finantsorganisatsioonide standardeid (*The International Finance Corporation's Performance Standards*) muudeti viimati aastal 2012. Jätkusuutlikkuse tagamise strateegia koosneb poliitikast ja rahvusvaheliste finantsorganisatsioonide tegevuse standarditest, mis tagavad ökoloogilise ja sotsiaalse jätkusuutlikkuse informatsiooni juurdepääsu. Standardid on loodud klientide jaoks ja sisaldavad soovitusi riskide tuvastamiseks. Rahvusvaheline finantsorganisatsioon nõuab oma klientidelt nende standardite kasutamist ökoloogiliste ja sotsiaalsete riskide juhtimiseks. Rahvusvaheline finantsorganisatsioon pakub kaheksa standardit, mida klient peab järgima ettevõtte projekti kogu tsükli jooksul:

- ökoloogiliste ja sotsiaalsete riskide hindamine ja juhtimine,
- tööjõud ja töötingimused,
- ressursside ratsionaalne kasutamine ja keskkonnareostuse ennetamine,
- töökaitse ja elanikkonna turvalisuse tagamine,
- maa soetamine ja sunniviisiline ümberasustamine,
- bioloogilise mitmekesisuse säilitamine ja jätkusuutlik eluslooduse ressursside juhtimine,
- põlisrahvas,
- kultuuripärand.

Aruandluse Kindluse Standardid AA1000 (*Accountability's AA1000 Assurance Standards*) on välja töötanud Inglismaa Sotsiaal- ja Eetikainstituut (*Institute of Social and*

Ethical Accountability) 1999. aastal, selleks, et edendada eetilise ja sotsiaalse vastutuse arengut ja tagada sotsiaalse auditi kvaliteet. Graham ja Woods'i arvates, on tänu nendele standarditele toimunud oluline areng sotsiaalse ja ökoloogilise auditi standardiseerimisel (Graham, Woods 2006). AA1000 standardid eeldavad, et organisatsioon töötab välja koostöös oma huvigruppidega kindlad indikaatorid, mille järgi koostatakse sotsiaalne aruanne. Nagu ka GRI puhul ei väljastata organisatsioonidele sertifikaate. Vastavalt AA1000 standardile tuleb sotsiaalse aruandluse protsessil kinni pidada alljärgnevatest printsiipidest:

- olemasolevate seisukohtade täielik kajastamine;
- ettevõtte tegevuse ja vastava informatsiooni täielikkus, avalikustamine ja levitamine;
- korrektsus, aja- ja asjakohasus;
- kvaliteedi tagamine: sotsiaalse auditi läbiviimine sõltumatu ja pädeva isiku poolt;
- integratsioon: sotsiaalse aruandluse ja auditi protsessi organisatsiooni igapäevatoösse elluviimine.

Rahvusvaheline kindlustandvate teenuste standard 3000 (*International Standard on Assurance Engagements, ISAE 3000*). ISAE 3000 standardeid võib kasutada sotsiaalse auditi läbiviimiseks. Standard kehtestab põhiprintsiibid ja protseduurid, mida peab läbi viima sotsiaalse auditi teostamisel. Lisaks annab standard juhiseid kutselistele audiitoritele kindlustandvate töövõtude teostamiseks ehk nende töövõtude teostamiseks, mis ei ole seotud finantsauditiga või ülevaatussega.

Sotsiaalse Vastutuse Aruandluse standard 8000 (*Social Accountability 8000, SA8000*). Standard loodi Rahvusvahelise Sotsiaalse Aruandluse Organisatsiooni poolt 1997. a. Organisatsioonile, kes koostab oma aruandlust vastavalt Sotsiaalsele Aruandlusele 8000, antakse välja sertifikaat, kuid ainult juhul, kui organisatsioon täidab kõiki vajalikke kriteeriume. Standardi oluliseks eesmärgiks on kaitsta inimõigusi ja tagada head ning õiglasel töötingimused.

Ühiskondliku vastutuse alase ISO 26000 standardi koostas Rahvusvahelise Standardiseerimise Organisatsioon aastal 2010. Standardi väljatöötamisest võtsid osa peaaegu 400 erinevate valdkondade spetsialisti erinevatest huvigruppidest. Standard koosneb seitsmest olulisemast punktist (Vastutustundliku Ettevõtluse Foorum ...):

- organisatsiooni valitsemine,
- inimõigused,

- tööjõukasutus,
- keskkond,
- aus tegutsemine,
- tarbijaküsimused,
- kogukonna kaasamine ja arendamine.

Need standardid võimaldavad huvigruppidel analüüsida ja hinnata sotsiaalse aruande ja läbiviidud sotsiaalse auditi kvaliteeti.

Eetilise Kauplemise Initsiatiiv, EKI (*The Ethical Trading Initiative, ETI*), mis loodi 1998. aastal. Initsiatiivi eesmärk on parandada töötajate töötingimusi ja elu globaalses tarneahelas. EKI käsitleb peaaegu samu aspekte nagu SA8000, kuid sisaldab üheksa peamist aspekti (Idowu 2015, 193):

- sunnitöö on keelatud,
- kollektiivi õigused peavad olema austatud,
- tööohutus peab olema tagatud,
- lapstööjõudu kasutamine on keelatud,
- töötasu makstakse töötajale õigeaegselt,
- ületunnitöö on keelatud,
- diskrimineerimine on keelatud,
- tööhõive peab olema tagatud regulaarselt,
- töötajatesse suhtumine peab olema inimlik.

KPMG 2008. a. läbiviidud uuring näitas, et kõikidest loetletud standarditest kasutatakse kõige rohkem Globaalse Aruandlusalgatuse „Jätkusuutlikkuse aruandluse juhendit“ ja Aruandluse Kindluse Standardit AA1000.

1.3. Sotsiaalse auditi etapid ja metodoloogia

Tuginedes rahvusvahelisele kirjandusele võib väita, et sotsiaalne audit koosneb 11 elemendist (Hazarika 2015, 266):

- mittefinantsalane informatsioon,
- ettevõtte sotsiaalne vastutus,
- ettevõtte jätkusuutlikkus,

- mõju ühiskonnale,
- mõju keskkonnale,
- aruandlus,
- huviliste mudel,
- maine oht,
- sotsiaalne tulemuslikkus,
- sotsiaalne mõju,
- kogukonnad.

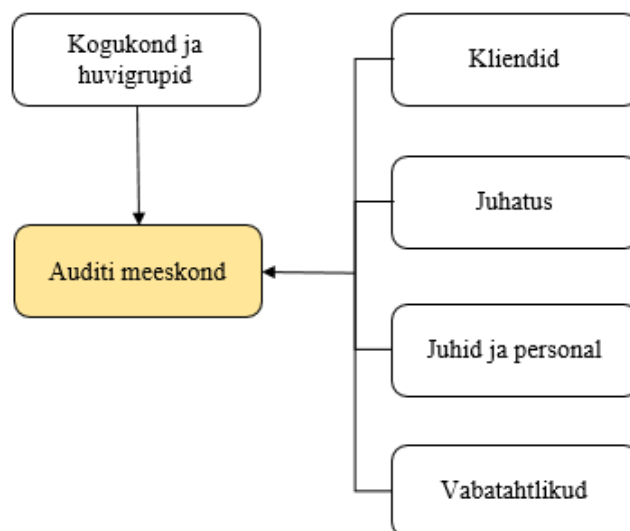
Sotsiaalse auditi läbiviimisel peab lähtuma nendest elementidest ning pöörama nende uurimisele kõrgemat tähelepanu.

Sotsiaalse auditi läbiviimist võib jagada viieks etapiks (*A guide for performance Improvement and outcome measurement*, 2005):

Sotsiaalse auditi ettevalmistusetapp (auditi meeskonna moodustamine).

Ettevalmistusetapis on vaja kokku leppida tingimustes ettevõtte omanikega ning tagada juhtkonna kaasamise sotsiaalse auditi läbiviimisesse. Juhtkonna huvi sotsiaalse auditi läbiviimise vastu tekib üldjuhul ainult siis, kui ettevõttes eksisteerivad mingisugused sotsiaalsed probleemid ning ettevõtte juhtkond soovib leida nende probleemide lahendusi.

Ettevalmistusetapp eeldab kompetentse meeskonna moodustamist sotsiaalse auditi korraldamiseks, mida illustreerib joonis 2.



Joonis 2. Sotsiaalse auditi meeskond

Allikas: Social Audit Toolkit...

Kompetentse meeskonna olulisteks liikmeteks peaksid olema välisaudiitorid, ettevõtte juhtpersonal, huvigrupid ja organisatsiooni arenguga seotud eksperdid. Kompetentse meeskonna eesmärgiks on välja töötada uurimise metodoloogia ja küsimustik, mis oleks rakendatav auditeeritavale ettevõttele. Ettevõtetal on erinevad tegevusalad, eesmärgid, visioonid, huvigrupid ja muud aspektid, seetõttu peab sotsiaalse auditi metodoloogia koostamisel lähtuma konkreetse auditeeritava ettevõtte omadustest. Moodustatud sotsiaalse auditi meeskond peab hakkama koguma vajalikke andmeid, küsitama huvigruppe, tutvuma ettevõtte dokumentidega.

Sotsiaalse auditi planeerimisfaasis tuleb audiitoril määratleda eesmärgid ja tuvastada kõik võimalikud huvigrupid. Samas on vaja välja selgitada, millised on ettevõtte peamised sotsiaalsed elemendid ja protsessid ning leida metoodika, mille abil saab neid elemente ja protsesse mõõta ja analüüsida. Sotsiaalse auditi käigus peab tuginema järgmistele aspektidele (*Social audit toolkit 2005, 5*):

1. Eetika. Pööratakse tähelepanu ettevõtte sotsiaalsele poliitikale. Ettevõtte sotsiaalne poliitika peab peegeldama ettevõtte eetilist käitumist ning näitama, et ettevõtte tegevus ei ole solvav tema huvigruppide jaoks.
2. Tööjõud. Ettevõtte sotsiaalne poliitika peab olema suunatud oma töötajate väljaõppele, nende karjääri planeerimisele, töötajate boonuste ja ergutuste võimaldamisele, eraelu ja tööaja piiri järgimisele ning samuti diskrimineerimise vastu suunatud mehhanismide arendamisele.
3. Keskkond. Ettevõtte poliitikas peavad olema koostatud plaanid, mis on suunatud keskkonna kahjuliku mõju vähendamisele.
4. Inimõigused. Organisatsioon peab võitlema inimõiguste nimel.
5. Kogukond. Ettevõtte sotsiaalne poliitika peab ette nägema ettevõtte partnerlust teiste organisatsioonidega, finantsasutustega ja oma töötajatega. Sotsiaalselt orienteeritud ettevõtte poliitika eeldab, et ettevõtte osaleb erinevates projektides, mis on seotud vaesuse vähendamisega, töötuse elimineerimisega, haridustaseme parendamisega jne.
6. Ühiskond. Sotsiaalselt vastutav ettevõtte on valmis osalema erinevates heategevuslikes üritustes.

7. Lubaduste täitmine. Ettevõtte jälgib oma töäjõu muutusi ning töötab selle nimel, et elimineerida töäjõu kõrget voolavust, osaleb aktiivselt oma toodete tootluse kvaliteedikontrollis, jm.

Peale seda, kui sotsiaalsed audiitorid on selgitanud välja auditeeritava ettevõtte sotsiaalsed aspektid, tuleb tuvastada huvigrupid. Planeerimise faasis on vaja välja selgitada, kes on need põhilised huvigrupid, keda auditeeritava organisatsiooni tegevus mõjutab kõige rohkem. Õigete ja asjakohaste huvigruppide leidmine aitab teostada efektiivset ja kvaliteetset auditit.

Huvigruppide mõiste oli esimest korda mainitud 1963. aastal Stanfordini Uurimisinstituudi (*Stanford Research Institute*) dokumentides. Freeman defineeris huvigruppide mõistet kui füüsilist isikut või inimeste gruppi, kes saavad mõjutada ettevõtte tegevust või vastupidi, võivad olla mõjutatud ettevõtte tegevuse poolt. Huvigruppide alla võivad kuuluda töötajad, kohalik kogukond, aktsionärid, tarnijad, omanikud, kliendid, kohalik omavalitsus, finantseerijad, konkurendid, koostööpartnerid, ametiühingud ja kutseliidud, võimuorganid, looduskeskkond, ühiskond tervikuna, meedia. (Holm 2006, 12)

Sotsiaalse auditi teostamisfaas, mille käigus tuleb hakata koguma vajalikke andmeid.

Peale kriitiliste valdkondade ja huvigruppide leidmist, tuleb hakata koguma vajalikku informatsiooni, mis on nende valdkondadega otseselt seotud. Selleks tuleb määrata sotsiaalse auditi ajaperiood ning otsustada, milline informatsioon on oluline ja vajalik.

Courville pakus välja neli erinevat isikut või organisatsiooni, kes võivad koguda sotsiaalse auditi läbiviimiseks vajalikku informatsiooni:

1. Andmed võivad olla kogutud organisatsiooni töötajate poolt, mis on aga Courville sõnul ebaefektiivne meetod, kuna puudub kindlus, et kogutud andmed on asjakohased ja usaldusväärsed.
2. Sõltumatu välisaudiitor võib koguda andmeid ise, see on palju kindlam viis informatsiooni kättesaamiseks.
3. Andmeid võivad koguda sõltumatud organisatsioonid.
4. Spetsiaalsete valitsuspoolsete organisatsioonide poolt saadud andmeid on usaldusväärsed. (Courville 2003)

Maailmas eksisteerib mitu erinevat meetodit informatsiooni kogumiseks. Sotsiaalse auditi puhul on kõige olulisemateks informatsiooni saamise viisideks intervjuud ja küsitlused, kus osalevad erinevate huvigruppide esindajad.

Küsitlus on meetod, mille käigus kogutakse infot läbi huvigruppidele suunatud küsitluse. Kõige populaarsemad küsitluste liigid on:

1. Postiküsitlus, mis on kõige odavam, kuid samas väga kasulik meetod, kuna postiküsitlused saadetakse suuremale inimeste ringile ning saadud andmeid ja vastuseid on lihtne analüüsida ja tõlgendada. Selle meetodi miinus seisneb selles, et küsitletavate aktiivsus on üsna madal. Seepärast on väga oluline pöörata tähelepanu küsimustiku koostamisele.
2. Grupi küsitluse puhul on respondendid paigutatud ühte gruppi ning küsitletuid käsitletakse ühe grupina. Meetodi plussiks on see, et küsitletavad saavad kiiresti vastata ning omavahel konsulteerida, et leida kõige täpsem vastus.

Huvigruppidega võib läbi viia intervjuusid, mis on palju efektiivsem ja usaldusväärsem informatsiooni kogumise viis. Antud meetod võimaldab sotsiaalsel audiitoril saada probleemist detailsemat informatsiooni, kuna vestluse käigus saab esitada täiendavaid küsimusi. Meetodi miinuseks on see, et intervjuu läbiviimine on aja- ja töömahukas. Samuti tehakse ka gruppintervjuud, mis võimaldab saada informatsiooni mitme isiku käest. Intervjuud võib teha kas otseselt silmast-silma või siis telefoni teel. Selle meetodi miinuseks on näiteks see, et sotsiaalne audiitor ei pruugi kõikide huvigruppide telefoninumbreid teada.

Semi-struktureeritud intervjuu on meetod, mille käigus võib osaleda 2–4 isikut erinevatest valdkondadest ning kes saavad esitatud küsimust enda vahel arutada ja vastata palju detailsemalt, kui küsimusele vastaks vaid üks inimene.

Ettevõtte kohapeal ülevaatus meetod (*Walking tour*) on hea meetod, mida saab teha, viibides auditeeritava organisatsiooni territooriumil. Sotsiaalne audiitor peab tegema ülevaatus, jalutades ettevõtte osakondades, tehases, kontoris ja muudes ettevõtte olulistest osades, ning isiklikult kontrollima ja jälgima, kuidas käib ettevõtte tööprotsess, millistes tingimustes tehakse tööd, jne (Rihma 2012, 76).

Rihma sõnul on vajalik tutvuda ja analüüsida ka alljärgnevaid dokumente (Rihma 2012, 75):

1. Ettevõtte äri- ja tegevusplaan, kust saab leida ettevõtte juhtkonna poolt püstitatud eesmärgid, missiooni, visiooni, jms.
2. Nõukogu ja juhatuse otsused ning protokollid. Nendest materjalidest on samuti võimalik hankida olulist informatsiooni.
3. Majandusaasta aruanded, mis sisaldavad nii finantstulemusi, kui ka muid andmeid.

4. Sise-eeskirjad ja muud ettevõtte korrad.

Andmete analüüs ja tulemuste interpreteerimine.

Saadud tulemuste ja andmete analüüsiks on vaja välja selgitada, millised andmed on sotsiaalse audiitori jaoks olulised ja millised on väheolulised. Selleks tuleb audiitoril, tuginedes oma kogemustele, leida andmete olulisus (*materiality*), mille audiitor peab määrama, lähtudes oma kogemustest ning kasutades ISAE 3000 (*Revised, Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information paragraphs 67-70*). Saadud andmeid peab audiitor võrdlema püstitatud eesmärkidega ning välja selgitama, kui suures määras on nad erinevad. (Social Toolkit...)

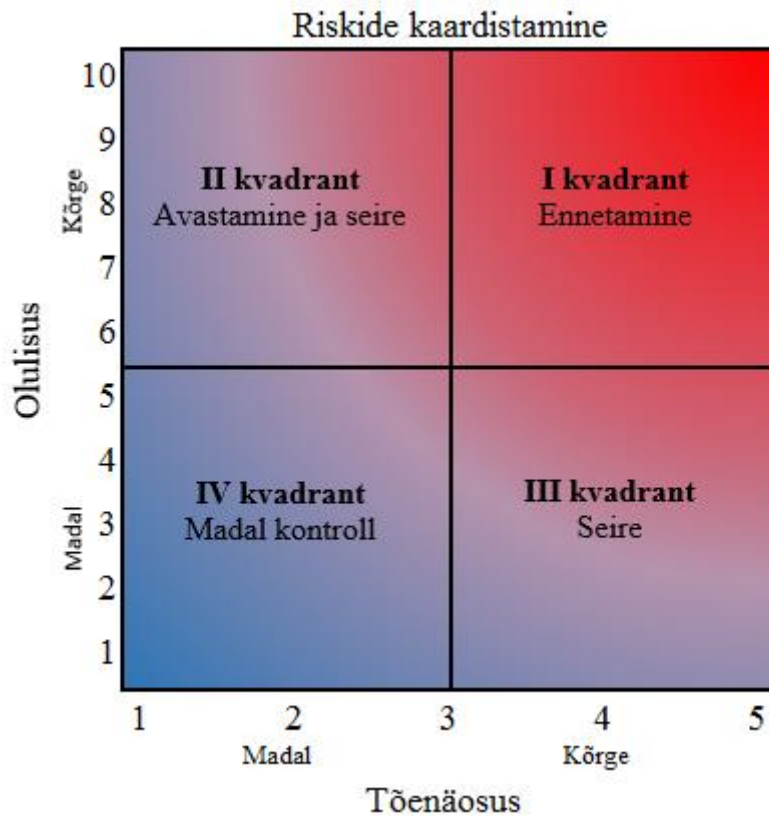
Analüüsi käigus võib kasutada nii kvalitatiivseid kui ka kvantitatiivseid meetodeid.

Üheks populaarseks kvalitatiivseks meetodiks on näiteks Benchmarking ehk võrdlev analüüs, mis aitab audiitoril võrrelda ettevõtte sotsiaalseid aspekte teiste konkureeritavate firmadega antud majandusharus, riigis ning samas majandusharu ja riigi keskmiste näitajatega (Осипова, 2009).

Eriti tihti kasutatakse SWOT analüüsi, mille kaudu kaardistatakse auditeeritava ettevõtte tugevused, nõrkused, võimalused ja ohud.

Andmete ja informatsiooni analüüsimisel peab audiitor oma tulemusi interpreteerima. Kõigepealt tuleb jaotada kõik auditi käigus leitud riskantsed kohad kolmeks tüübiks: kõrge oht; keskmine oht ja madal oht. Iga riski määramisel peab audiitor kirjeldama, miks ta jaotab need riskid nendesse tüüpidesse. Audiitor peab selgitama, kuidas tuvastatud risk mõjutab ettevõtte sotsiaalset tegevust ning tegema ettepaneku riski maandamiseks või elimineerimiseks.

Rihma pakkus Eesti ettevõtetes rakendavat sotsiaalse auditi mudelit (vt joonis 3), milles sisaldub neli riski liiki (Rihma 2014, 77):



Joonis 3. Arthur Andersen Äririski mudel

Allikas: Arthur Andersen (Rihma, 2014)

1. Riskid, mida tuleb ennetada (*Prevent at Source*). Need on esmased riskid ehk riskid, mis omavad kõige kõrgemat ohtu ja on kriitilise tähtsusega. Selliseid riske tuleb elimineerida või oluliselt minimeerida, selleks on vaja läbi viia ennetavaid protseduure.
2. Riskid, mida peab avastama ja jälgima (*Detect and Monitor*). Need riskid on samuti olulise tähtsusega, kuid need on vähetõenäolised ning vajavad pidevaid ennetavaid protseduure.
3. Riskid, mida tuleb pidevalt jälgida (*Monitor risks*). Neid riske ei peeta olulisteks, kuid nende tekkimise tõenäosus on väga suur. Nende riskide puhul piisab minimaalsest seiresüsteemist.
4. Madal kontroll (*Low control*). Nende riskide tekkimise tõenäosus on madal ja neid ei saa pidada olulisteks riskideks, kuid samas need riskid eksisteerivad ning vajavad minimaalset seiresüsteemi.

Rihma arvates, kui sotsiaalne audiitor kirjeldab tuvastatud riske Andersen'i mudeli järgi, tagatakse selgem pilt kõigist kriitilistest ja potentsiaalsetest riskidest, mis võivad mõjutada ettevõtte sotsiaalset tegevust või kutsuda esile kahtlusi ettevõtte sotsiaalse tegevuse usaldusväarsuse kohta. (Rihma 2014)

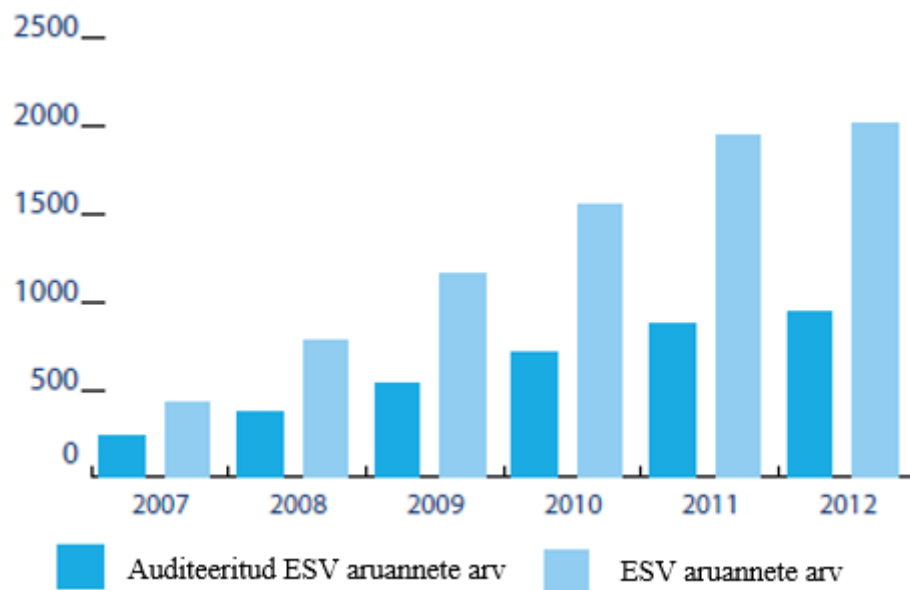
Lõpetamisetapp ehk audiitori aruanne. Peale andmete analüüsi ja riskide kaardistamist peab sotsiaalne audiitor koostama memo ehk aruande oma märkustega ning andma ettevõtte juhtkonnale tagasiside. Sotsiaalse audiitori aruanne peab hõlmama sotsiaalse auditi läbiviimise metodoloogiat kirjeldust, andmete tõlgendust, tuvastatud riskikohti ja nende riskikohtade võimalikku maandamist või elimineerimist. (Rihma et al 2014, 117)

Peale auditiaruande koostamist peab sotsiaalne audiitor suhtlema ettevõtte juhtkonnaga ja omanikega ning esitama aruande. Kinkela arvates peab sotsiaalne audiitor pidevalt teostama ettevõtte monitooringut ja kontrollima, kas ettevõtte täidab enda püstitatud eesmärgi ning kas kriitilistes valdkondades on audiitori ettepanekuid arvesse võetud. (Kinkela 2015, 67)

1.4. Sotsiaalse auditi areng Euroopas ja Ameerika Ühendriikides

Euroopa Liidu riikides on sotsiaalsete aruannete koostamine oluliselt ja märgatavalt kasvanud. Kui varem oli sotsiaalne aruanne finantsaruande osa, siis viimasel ajal avalikustatakse sotsiaalset aruannet juba iseseisva aruandena. 2012. aastal viis KPMG läbi uuringu, milles analüüsis suuri top 100 ettevõtteid 11 riigist. Nendest riikidest üheksa olid Euroopa riigid ning 49% ettevõtetest olid Inglismaalt. Uuring näitas, et sotsiaalsete aruannete koostamine kasvab oluliselt (KPMG, 2002). Owen väitis oma uuringus, et kõige olulisem sotsiaalsete aruannete koostamise tõus oli Euroopa riikides: Saksamaal, Prantsusmaal ja Skandinaavias (Owen 2003).

2013. aastal GRI poolt läbi viidud uuring näitas, et alates 2001. aastast on jätkusuutlikkuse info avalikustamise tase oluliselt kasvanud. 95% suurtest rahvusvahelistest ettevõtetest avalikustavad sotsiaalse vastutuse aruandeid. Alates 2007. aastast kasvab auditeeritud sotsiaalsete aruannete arv oluliselt, vt joonis 4:



Joonis 4. ESV aruanded vs auditeeritud ESV aruanded

Allikas: Global...

Jooniselt 4 on näha, et publitseeritud ESV aruannete arv on viimastel aastatel oluliselt kasvanud, samuti on märgatavalt kasvanud ka auditeeritud ESV aruannete arv. GRI esindajad väidavad, et selline tõus on tingitud viimasel ajal üles kerkinud globaalse soojenemise probleemist.

Simnett et al (2007) viisid läbi ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruannete analüüsi perioodil 2002-2004, milles võrreldi 2113 suurema rahvusvahelise ettevõtte ESV aruandeid, millest 527 olid Jaapani ettevõtted, 385 Inglismaa ettevõtted ja 339 Ameerika Ühendriikide ettevõtted. Nende väitel avalikustavad nende kolme riigi ettevõtted kõige rohkem ESV aruandeid. Samuti näitas uuring, et 655 analüüsitavast ettevõttest ehk 31% on lasknud oma aruandeid auditeerida. Lisaks näitas uuringu tulemus, et ESV aruandeid koostavad ettevõtted on kõige enam seotud tootmisega (1174 ettevõtet), kommunaalteenuseid pakkuvaid ettevõtteid oli 365 ja finantsettevõtteid 268. Uuringus toodi välja, et sotsiaalse auditi teenust pakuvad nii audiitorbürood kui ka audiitortegevusele mittespetsialiseerunud ettevõtted. Kusjuures suurema osa auditeeritud aruannetest kontrollisid audiitortegevusele mittespetsialiseerunud ettevõtted (397 aruannet) ning audiitorbürood 275 aruannet, 99% nendest auditeeritud aruannetest kontrollisid BIG4 esindajad. Audiitorbüroodest on kõige populaarsemad sotsiaalset auditit pakkuvad ettevõtted PWC, mis moodustab 34,18% ja

KPMG – 27,27%. Uuringu autorid on jõudnud järeldusele, et huvi sotsiaalse auditi vastu on kõige rohkem märgatav nendes firmades, kes:

- soovivad tõsta oma autoriteeti ühiskonnas,
- tegutsevad väga märgataval tegevusalal,
- asuvad riikides, kus on väga palju erinevaid huvigruppe.

Brown-Liburd ja Zamora (2014) viisid läbi uuringu, mille käigus tuvastasid, et aktsiate hinnad on palju kõrgemad nendel ettevõtetel, kes koostavad ESV aruandeid ning lasevad neid auditeerida (Brown-Liburd ja Zamora 2014).

2013.a. tegi KPMG uuringu, milles osales top 100 ettevõtet 41 erinevast riigist. Valim oli moodustatud 4100 ülemaailmselt tegutsevast ettevõttest. Uuringu käigus analüüsisid KPMG esindajad finantsaruande osana esitatud ja eraldi avalikustatud ESV aruandeid. Uuring näitas, et kõige rohkem ehk 43% ettevõtetest avalikustavad jätkusuutlikkuse aruandeid (*reports of sustainability*) ja 25% ettevõtetest avalikustavad ESV aruandeid (*reports of corporate social responsibility*).

KPMG uuris 250 suurimate rahvusvaheliste ettevõtete koostatud ESV aruannete kvaliteeti. Uuring näitas, et kõige kvaliteetsemad ESV aruanded olid koostatud Itaalia, Hispaania ja Inglismaa ettevõtetes. Samuti näitas uuring, et võrreldes Ameerika Ühendriikide ja Aasia ettevõtetega, on Euroopa ettevõtted koostanud kõige kvaliteetsemad ESV aruandeid. KPMG poolt 2011. aastal läbi viidud uuringus oli jõutud järeldusele, et 95% 250st ülemaailmselt tegutsevast suurest ettevõttest on hakanud koostama ESV aruandeid. See fakt sundis KPMG esindajaid tunnistama, et ESV aruandluse koostamine võib varsti saada kohustuslikuks.

Sulkowski ja Waddock väidavad oma uuringus, viidates KPMG poolt läbi viidud analüüsile, et üle 80 ülemaailmselt tegutsevat suurt ettevõtet (s.h. Coca-Cola, Microsoft, Unilever, Marks and Spenser jt) ning 50 institutsionaalset investorit koostöös raamatupidamisbüroodega ja vastavate organisatsioonidega tegelevad ESV aruandluse ühisstandardite väljatöötamisega (Sulkowski, Waddock 2014, 8). Ameerika Ühendriikides eksisteerib praktika, et mõned seadused, standardid ja juhiste elemendid näevad ette jätkusuutlikkusega seotud andmete avalikustamist ettevõtte majandusaasta finantsaruandes ning mõned standardid juba nõuvad selle informatsiooni avalikustamist integreeritud aruandes. Selleks, et investorid ja ühiskond tervikuna saaksid rohkem kasu olemasolevast

informatsioonist, peab integreeritud ESV aruandlus olema rohkem arusaadav, usaldusväärne ja võrreldav. (Sulkowski, Waddock 2014, 32)

Kinkela väidab, et Ameerika Ühendriikide korporatiivsed huvigrupid näevad ettevõttes lisaväärtust, kui ettevõtte demonstreerib oma püüdlust täita eesmärged sotsiaalse keskkonna ja ökoloogiliste aspektide kaitsmisel (Kinkela 2015). Üheks juhtivaks Ameerika Ühendriikide organisatsiooniks, mis tegeleb sotsiaalse aruandluse arendamise ja edendamisega, on Sponsororganisatsioonide Komitee (*the Committee of Sponsoring Organisations, COSO*), kuhu kuuluvad Ameerika Majandusarvestuse Assotsiatsioon (*American Accounting Association, AAA*), Ameerika Sertifitseeritud Audiitorite Instituut (*American Institute of Certified Public Accountants, AICPA*), Rahvusvaheline Finantsjuhtide Organisatsioon (*Financial Executives International, FEI*), Raamatupidajate Instituut (*The Institute of Management Accountants, IMA*) ja Siseaudiitorite Instituut (*Institute of Internal Auditors, IIA*). COSO on saanud populaarseks tänu 2002. a. vastuvõetud *Sarbanes-Oxley* aktile ning aastal 2013 publikatsioonis juhiseid „*Demystifying Sustainability Risk: Integrating the Triple Bottom Line into and Enterprise Risk Management System*“ (COSO White Paper 2013).

Finantsaruannete koostamiseks kasutatakse Ameerika Ühendriikides Üldtunnustatud raamatupidamisprintsipi (*GAAP, Generally Accepted Accounting Principles*), kuid samas ei ole Ameerika Ühendriikides ühtegi standardit, mis käsitleks ettevõtte sotsiaalse aruande koostamise põhimõtteid. COSO soovib kasutada ettevõtte riskijuhtimise raamistikku (*Enterprise Risk Management, ERM*). ERM on süstemaatiline ja globaalne lähenemisviis ESV keskkonna riskide tuvastamisel ja hindamisel. ERM protsess koosneb kaheksast etapist (Kinkela 2015):

1. Sisemise keskkonna hindamine. Selles etapis peab ettevõtte analüüsima oma sisemist keskkonda, aru saama ressursside tugevatest ja nõrgematest külgedest.
2. Eesmärkide püstitamine. Eesmärkide püstitamisel tuleb lähtuda sellest, milliseid tulemusi soovitakse saada ja analüüsida.
3. Riskide tuvastamine. Riskide tuvastamine on oluline protsess, mille käigus valitakse ja määratakse riske, mis avaldavad kõige olulisemat mõju ettevõtte süsteemidele.
4. Riskide hindamine. Peale riskide tuvastamist peab ettevõtte hindama riskide tõenäosust ja tagajärgesid.

5. Riski maandamise vahendite leidmine. Kui riskid on tuvastatud ja hinnatud, siis peab ettevõtte juhtkond hindama kahju taset ja võimalikke riskide maandamise meetodeid ning instrumente.
6. Riskijuhtimise protsessi loomine. Selles etapis tuleb luua efektiivsed sisekontrolli mehhanismid, millega peab tegelema ettevõtte juhtkond.
7. Informatsioon ja kommuniqueerimine. Kui hindamisprotsess on tehtud, siis tuleb saadud tulemused kommuniqueerida asjakohasele ja pädevale organisatsiooni juhtkonnale, kes vastutab otsuste vastuvõtmise eest. Suhtlemine on vajalik selleks, et vajalikke muudatusi saaks rakendada õigeaegselt.
8. Monitooring. Selles etapis kinnitatakse sotsiaalse auditi eesmärgid ning selgitatakse välja, kuidas mõõdetakse ja hinnatakse eesmärkide täitmist.

Kinkela analüüsis 4 kõige suurema rahvusvahelise ettevõtte (The BIG4 United States Accounting firms: Ernst and Young LLP; KPMG LLP; Deloitte LLP ja PwC LLP) seisukohti ja ettepanekuid COSO poolt pakutud juhiste jaoks. (Kinkela 2015)

2013. aastal viis Ernst and Young läbi jätkusuutlikkuse uuringu ning tõi välja kuus peamist trendi (E&Y Sustainability Survey, 2013):

1. „Signaal ülevalt“ on võti kõrgendatud teadlikkusele ja jätkusuutlikkuse riski valmisolekule.
2. Valitsused ja mitmepoolsed institutsioonid ei mängi olulist rolli ettevõtete jätkusuutlikkuse kavades.
3. Tänapäeval on kõrgendatud tähelepanu jätkusuutlikkusele ja loodusressursside nappusel.
4. Ettevõtte riskid ei ole eriti suunatud jätkusuutlikkuse probleemide reageerimisele.
5. Integreeritud aruandlusel on aeglane kasv.
6. Investorite ja aktsionäride uuringute läbiviimised on kasvuteel.

Ernst and Young LPP läbiviidud uuring näitas, et enamik Ameerika Ühendriikide ettevõtteid ei kasuta jätkusuutlikkuse põhimõtteid strateegilisel planeerimisel.

Oma artiklis kirjutas Kinkela, et PricewaterhouseCoopers (PwC) omab strateegilise jätkusuutlikkuse praktikat, rakendades COSO juhiste printsiipe. PwC väidab, et jätkusuutlikkuse populaarsus kasvab ning seda integreeritakse aina rohkem ettevõtte strateegilisse planeerimisse.

Kinkela töös analüüsitakse Deloitte LPP praktikat sotsiaalse auditi arendamisel ja edendamisel. Tema väidab, et Deloitte LPP on üks peamistest sotsiaalset auditit praktiseeritavatest organisatsioonidest, kes on publitseerinud oma uuringu nimega „Jätkusuutlikkuse planeerimise aeg“ („*The Era of Sustainability Planning*“). (Kinkela 2015)

Deloitte LPP on ühendanud kogutud informatsiooni keskkonna-, sotsiaal- ja juhtimiskomponendiga. Deloitte esindajad väidavad, et tänapäevased turud on üha rohkem huvitatud immateriaalsetest varadest, näiteks goodwill või brand, mis võivad hõlmata endas uuringuid ja arenguväljundeid, brändi prestiiži, keskkonna-, sotsiaal- ja välisfaktorite juhiseid. Paljud arvavad, et traditsioonilised finantsnäitajad ei saa efektiivselt kirjeldada pikaajalist ettevõtte väärtuse kujundamise potentsiaali, vaid on pigem lühiajaliste perspektiivide indikaatorid. Kaasaegses maailmas kasvab keskkonna, sotsiaal- ja juhtimiskomponentide olulisus. (Sullivan, Deloitte Internal Audit 2014)

KPMG LPP soovib jätkusuutlikkuse arendamist ja rakendamist oma klientidele selleks, et integreerida jätkusuutlikkuse aspekt oma äristrateegiasse. KPMG LPP pakub kuus etappi jätkusuutlikkuse äristrateegiasse integreerimisel (*KPMG Sustainable Business Model*):

1. Analüüs. Pikaajalise väärtuse ehitamiseks on vaja analüüsida organisatsiooni sotsiaalseid ja keskkonnaalaseid aspekte.
2. Planeerimine. Ettevõtte eesmärgid ja etapid peavad olema täielikult integreeritud ettevõtte äristrateegiasse.
3. Rakendamine. Ettevõtte vajab terve rida muutusi selleks, et efektiivselt realiseerida strateegiat.
4. Monitooring. Selleks, et jälgida tulemuslikkust, peab ettevõtte osalema andmete kogumise protsessis, kasutama asjakohaseid analüüsivahendeid ja meetodeid.
5. Aruanne ja kinnitus. Sotsiaalse vastutuse aruanne on tänasel päeval tavapärane praktika, mida rakendatakse kõikjal maailmas.
6. Hindamine. Regulaarsel hindamisel on oluline roll efektiivse jätkusuutlikkuse ärimudeli koostamisel.

Nagu näitas Kinkela uuring, on Ameerika Ühendriikides jätkusuutlikkuse aruandluse populaarsus kasvanud ning selle arendamise ja edendamise tegeleb spetsiaalne organisatsioon, mis koosneb erinevatest spetsialistidest (Kinkela 2015).

GRI esindajad arvavad, et sotsiaalne audit on tõusu teel ning sellel teenusel on suured arenguperspektiivid (GRI, 2013).

Sotsiaalse aruandluse koostamise ja selle auditeerimise populaarsus kasvab iga aastaga. Suuremal määral on see tingitud sellest, et finantsnäitajad ei saa alati anda õiget ja asjakohast ettekujutust firma tegevusest. Samas mängivad sotsiaalsed faktorid olulist rolli maailmaturul. Oluliselt on kasvanud mure keskkonna seisundi pärast, mis on ilmtingimata seotud globaalsete kliimamuutustega, sh globaalse soojenemisega. Sotsiaalne sfäär on oluline kõikidele huvigruppidele, seepärast peavad ettevõtted üha rohkem pöörama tähelepanu oma ettevõtte sotsiaalsetele aspektidele.

Selgus, et sotsiaalset auditit pakuvad mitte ainult audiitorbürood, vaid ka teiste tegevusalade esindajad, näiteks inseneribürood. Oluline on rahvusvaheliste standardite õige kasutamine ning rakendamine. Kõige populaarsemad sotsiaalse auditi teenuse pakkujad on BIG4 esindajad ning nendest - PWC.

2. SOTSIAALNE AUDIT EESTIS

2.1. Eestis tegutsevate audiitorite seisukohtade analüüs läbi küsitluse.

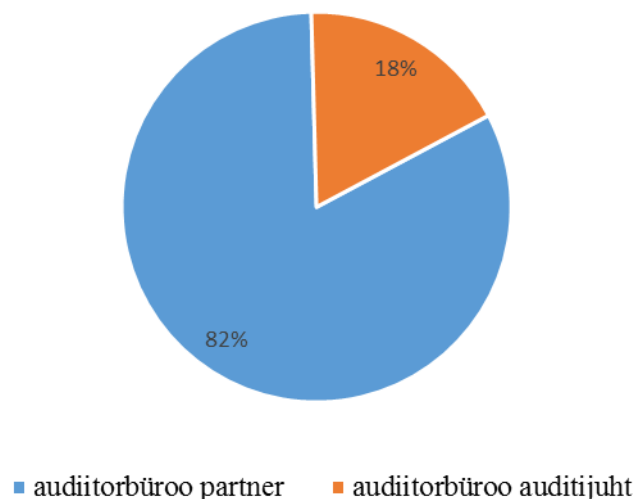
Analüüsi teostamiseks kasutati audiitoritegevuse kodulehel asuvat audiitorite kontaktandmete nimekirja. Sealt valiti välja kõik kehtivad audiitorbüroode kontaktandmed ning saadeti laiali magistritöö autori koostatud küsimustik (Lisa 2).

Eestis tegutseb 07.11.2015 seisuga 148 audiitorit.

Küsimustik saadeti 07.11.2015 ja korduvalt edastati audiitoritele 20.11.2015.a. Küsimustik oli edastatud 148 audiitorile, millest kaheksa kirja tuli tagasi ning korduv saatmine ei andnud tulemust. Seega kokku on küsimustiku saanud 140 audiitorit.

Küsimustikule vastas kokku 34 audiitorit.

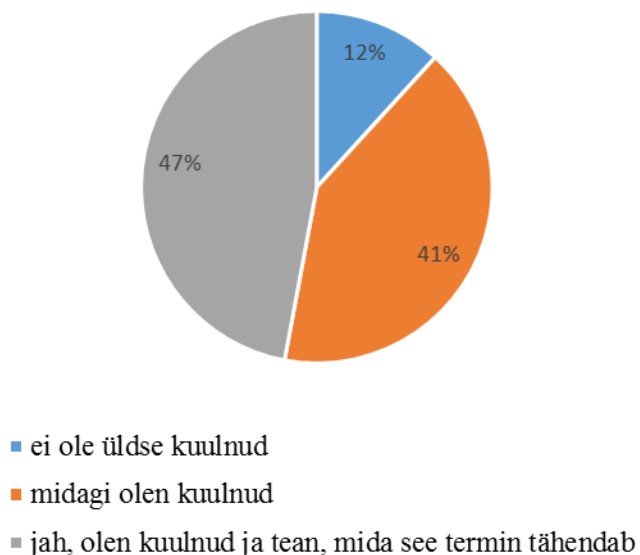
Joonis 5 näitab, et 82% vastanutest olid audiitorbüroode partnerid (Joonis 5).



Joonis 5. Vastanud ameti lõikes

Allikas: Lisa 3

Esimeseks eesmärgiks seati uurida audiitoritelt, kas nad on sotsiaalsest vastutusest midagi kuulnud. Kuna ettevõtte sotsiaalne vastutus on sotsiaalse auditi komponent ehk see, mida analüüsitakse ja kontrollitakse sotsiaalse auditi käigus, siis tuleb välja selgitada, kas audiitorid on sellest terminist midagi kuulnud. Vastused küsimusele on leitavad joonisel 6.

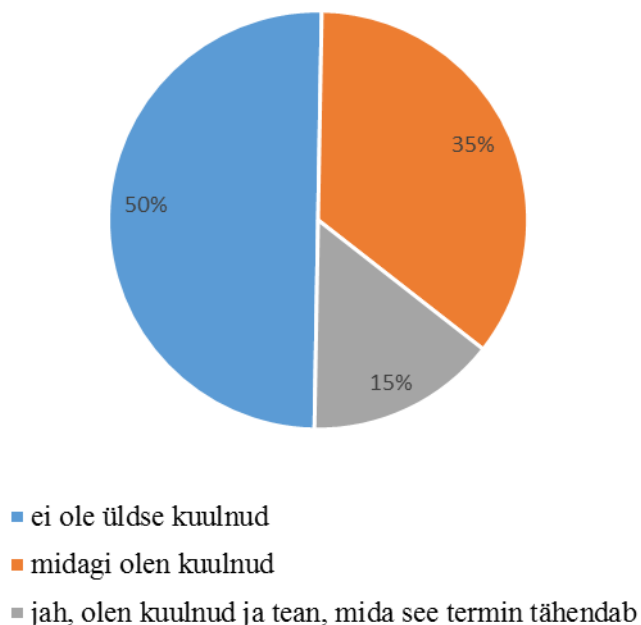


Joonis 6. Sotsiaalse vastutuse teadlikkuse tase

Allikas: Lisa 4

Uuring näitas, et 47% küsitatud audiitoritest on sotsiaalsest vastutusest midagi kuulnud ja teavad, mida see termin tähendab ja 41% vastas, et on midagi kuulnud, aga ei oska vastata, mida see termin võib tähendada. Üldiselt võib öelda, et enamik audiitoritest on sotsiaalse vastutuse terminiga kursis.

Magistritöö uuringuobjektiks on sotsiaalne audit, seepärast tuleb välja selgitada, kas Eestis tegutsevad audiitorid on sotsiaalsest auditist midagi kuulnud. Vastused küsimusele on esitatud joonisel 7.

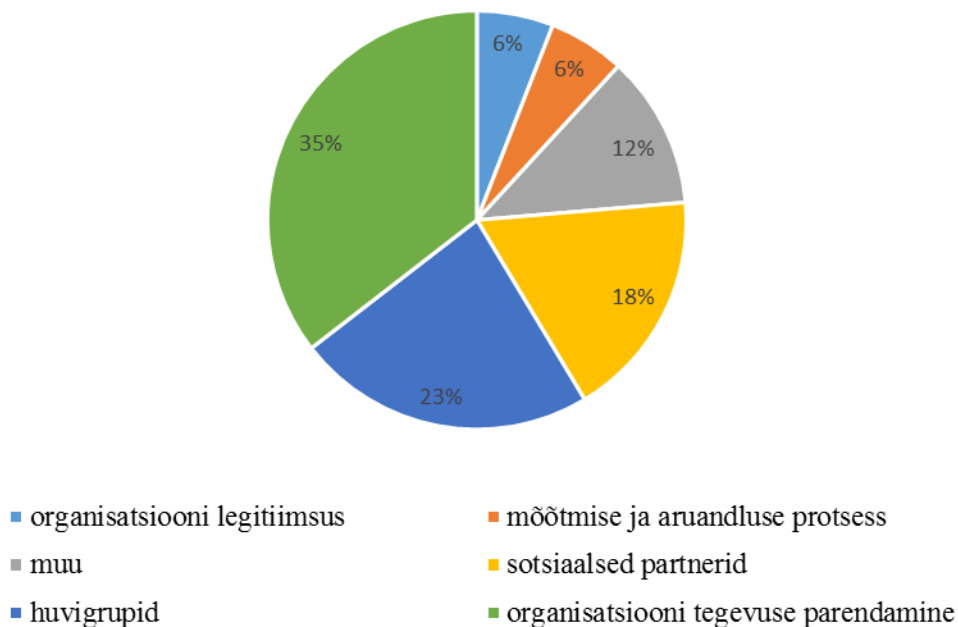


Joonis 7. Sotsiaalse auditi teadlikkuse tase

Allikas: Lisa 5

Võrreldes sotsiaalse vastutusega ei ole sotsiaalne audit nii tuntud termin ning ainult 15% küsitletavatest vastasid, et on sotsiaalsest auditist midagi kuulnud ning teavad, mida see termin tähendab. 50% vastanutest väidavad, et ei ole sotsiaalse auditi terminist üldse midagi kuulnud. Saadud tulemus näitab, et „sotsiaalne audit“ kui termin ei ole Eesti audiitorite seas eriti tuntud, kuna paljud audiitorid ei tea isegi, mida see termin tähendab.

Paljud Eestis tegutsevad audiitorid ei tea, mida sotsiaalne audit tähendab. Seepärast otsustas magistritöö autor välja selgitada, milliste sõnadega assotsieerub sotsiaalne audit. Audiitorite vastuseid illustreerib joonis 8.

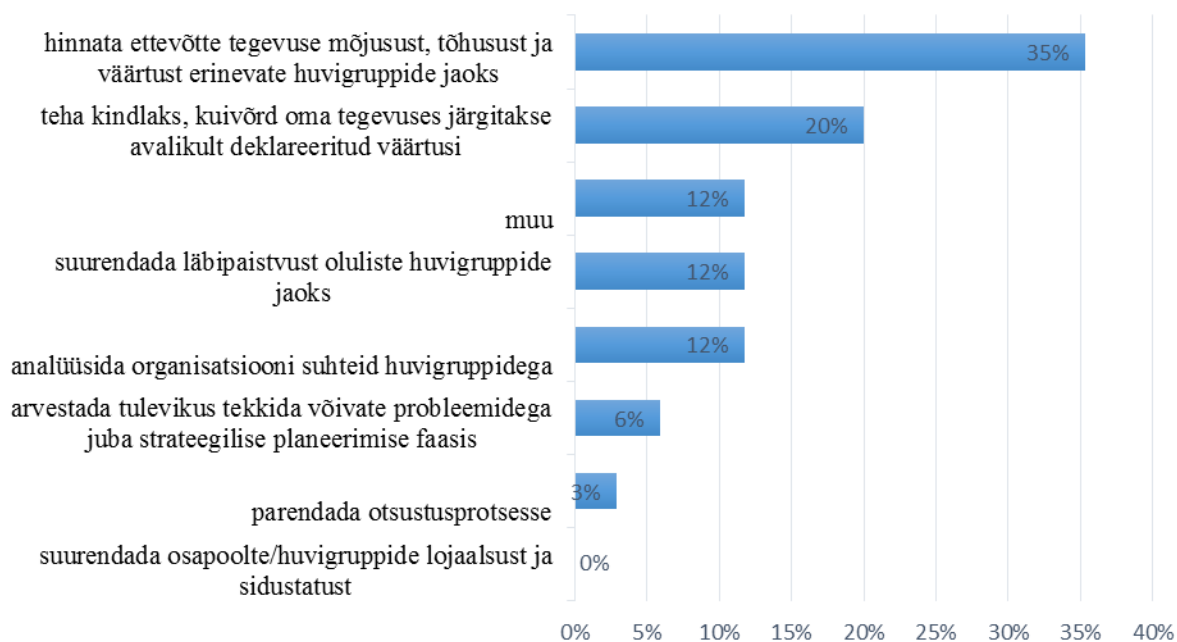


Joonis 8. Sotsiaalse auditi terminiga assotsieeruvad mõisted

Allikas: Lisa 6

Uuring näitab, et kõige rohkem assotsieerub sotsiaalne audit organisatsiooni tegevuse parendamisega (35%) ja huvigruppidega (23%).

Järgmiseks eesmärgiks oli aru saada, kas audiitorid kujutavad ette, milleks peab sotsiaalset auditit teostama. Autor on pakkunud välja Kaidi Holm presentatsioonis välja toodud sotsiaalse auditi läbiviimise eesmärgid (Holm 2006,7 ja 8). Audiitorite vastused on leitavad jooniselt 9.



Joonis 9. Sotsiaalse auditi teostamise peamine eesmärk

Allikas: Lisa 7

Suurim osa uuringus osalenud audiitoritest vastasid, et sotsiaalset auditit peab teostama selleks, et hinnata ettevõtte tegevuse mõjusust, tõhusust ja väärtust erinevate huvigruppide jaoks. Selliseid vastuseid oli 35%. Teine populaarne vastus (20%) oli teha kindlaks, kuivõrd oma tegevuses järgitakse avalikult deklareeritud väärtusi.

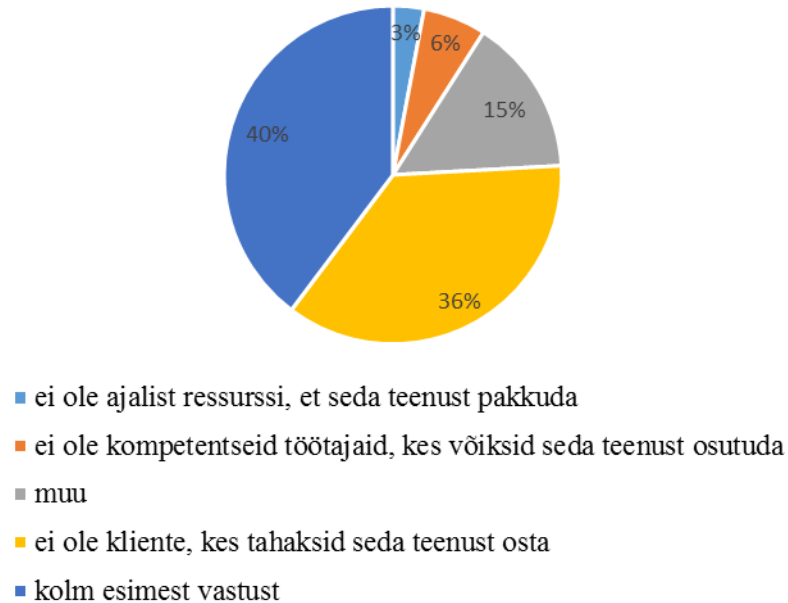
Kuna eelpool kirjeldatud tulemustest selgub, et suur osa Eestis tegutsevaid audiitoreid ei ole sotsiaalsest auditist midagi kuulnud, siis on loogiline, et Eestis pakub sotsiaalse auditi teenust äärmiselt väike osa audiitoritest. Käesoleva töö autori eesmärgiks oli ka välja selgitada, et kui mingi osa audiitoritest pakub sotsiaalset auditit, siis kui palju selliseid audiitoreid Eestis üldse on. Vastuse saamiseks oli audiitoritele suunatud küsimus, et kas nende firmad pakuvad sotsiaalset auditit. Joonis 10 näitab audiitorite vastuseid.

Uuring näitab, et küsitluses osalenud audiitoritest pakub sotsiaalse auditi teenust ainult 1 audiitor ning tegemist on ühe suurema rahvusvahelise audiitorbürooga, kes ei soovinud oma nime avalikustada. Teadaolevalt pakuvad sotsiaalse auditi teenust vähemalt neli kõige suuremat rahvusvahelist audiitorbürood: Ernst and Young, PricewaterhouseCoopers, Deloitte, KPMG (Rahim, Idowu 2015, 71).

Uuringu eesmärgiks oli välja selgitada, miks audiitorid ei paku sotsiaalse auditi teenust. Autor pakkus välja järgmised variandid:

- ei ole kompetentseid töötajaid, kes võivad seda teenust osutada;
- ei ole kliente, kes tahaksid seda teenust osta;
- ei ole ajalist ressursi, et seda teenust pakkuda.

Joonis 10 näitab audiitorite vastuseid küsimusele: „Miks Teie firma ei paku sotsiaalse auditi teenust?“.



Joonis 10. Sotsiaalse auditi teenuse mitteosutamise põhjused

Allikas: Lisa 8

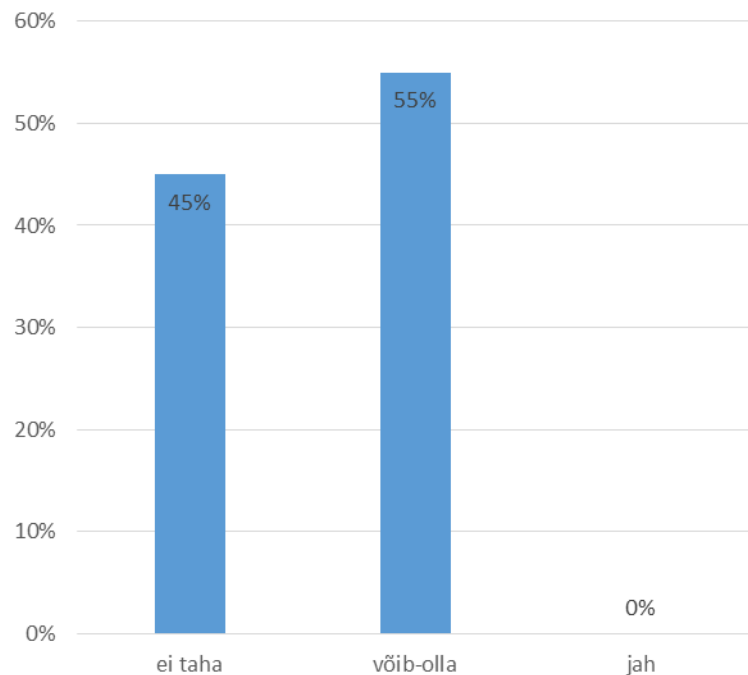
Enamik küsitletavatest vastas, et ei paku sotsiaalse auditi teenust vastava kompetentsusega töötajate puuduse tõttu, muudeks põhjusteks toodi välja teenuse nõudluse puudus ning kolm põhjust, mida pakkus magistritöö autor. Väike osa küsitletavatest vastas, et ei tunne huvi sotsiaalse auditi vastu.

Vastavat kompetentsi omavate töötajate puudus on tingitud sellest, et Eestis on raske omandada sotsiaalse auditi läbiviimiseks vajalikke teadmisi ja oskusi. Seega, probleemi lahendamiseks on vaja võimaldada Eestis tegutsevates kõrgkoolides õppivatele tudengitele pakkuda valikainet, mille raames saaksid üliõpilased omandada vastavaid teadmisi.

Klientide osas peab tõstma sotsiaalse auditi teadlikkuse taset ning teha klientidele selgeks sotsiaalse auditi eelised.

Ajaline ressurss pareneb 2016. aastal, kuna seoses Euroopa Liidu direktiiviga tõstetakse finantsauditi piirmäärasid, mille tõttu kaotavad paljud audiitorbürood mõningaid oma kliente ning neil tekib ajaline ressurss sotsiaalse auditi teenuse osutamiseks.

Järgmisena küsiti, et juhul kui kõik mainitud probleemid oleksid lahendatud, kas nad tahaksid sotsiaalse auditi teenust pakkuda. Vastuseid näitab joonis 11.

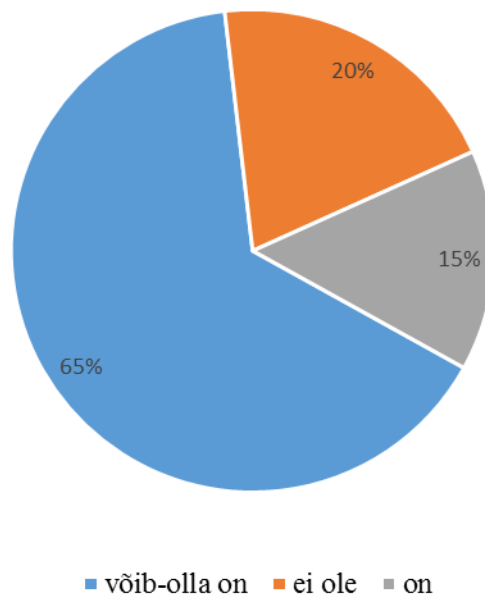


Joonis 11. Audiitorite soovid sotsiaalse auditi teenuse pakkumise osas

Allikas: Lisa 9

Uuring näitas, et 55% audiitoritest tahaksid seda teenust tulevikus pakkuda ning 45% arvasid, et ei taha ja ei hakka seda teenust pakkuma, kuna see valdkond ei paku neile huvi.

Nendele audiitoritele, kes ei ole sotsiaalse auditi teenust osutanud, esitati viimane küsimus sotsiaalse auditi tuleviku kohta ning vastuseid küsimusele illustreerib joonis 12.



Joonis 12. Sotsiaalse auditi tulevik Eestis

Allikas: Lisa 10

20% küsitletavatest vastasid, et sotsiaalsel audital ei ole tulevikku Eestis, kindla vastuse selles osas andsid ainult 15% vastanutest. Ülejäänud ehk 65% ei ole kindel, kas sellel teenusel on tulevikku või mitte.

Kõikidest küsitluses osalenud audiitoritest oli ainult 1 audiitor, kes vastas, et pakub sotsiaalse auditi teenust. Küsimusele, millistele firmadele pakutakse seda teenust, vastati, et ainult suurtele ettevõtetele (Lisa 11). Teiseks oluliseks küsimuseks oli, kui kaua seda teenust osutatakse, millele audiitor vastas, et 0–5 aastat (Lisa 12). Seega võib väita, et sotsiaalne audit asub hetkel arengu algfaasis.

Audiitorile pakuti vastata küsimusele klientide otsimise kohta, et kuidas otsitakse kliente, kellele võib seda liiki teenust pakkuda ja osutada. Audiitor vastas, et kliendid küsivad seda teenust ise ehk pöörduvad audiitori poole ise (Lisa 13).

Läbiviidud küsitlus näitas, et enamik audiitoritest ei ole sotsiaalse auditi terminiga kokku puutunud ja Eestis ei ole sotsiaalse auditi teenus populaarne. Sotsiaalse auditi populaarsuse tõstmiseks on vaja tõsta inimeste teadlikkuse taset. Kuidas seda teha, selgitab magistr töö autor välja läbi intervjuude kahe kõige suurema Eestis tegutseva audiitorbüroo esindajaga.

2.2. Eestis tegutsevate audiitorite seisukohtade analüüs läbi intervjuu

Sotsiaalse auditi hetkeolukorra uurimiseks Eestis viidi läbi kahe intervjuu suurimate Eestis tegutsevate audiitorbüroode esindajatega. Valik tehti, lähtudes Simnett et al (2009) läbiviidud uuringu tulemustest, mis näitasid, et peamised audiitorbürood, kes pakuvad sotsiaalse auditi teenust ülemaailmselt, on BIG4. Need ettevõtted tegutsevad ka Eestis. Nende audiitorbüroode esindajatele ehk partneritele oli pakutud läbi viia intervjuu neile sobivatel tingimustel, lisaks saadeti neile küsimused ette. Ainult kaks nende audiitorbüroode esindajat nõustusid osalema intervjuus. Nende esindajatega viidi läbi intervjuud, kuna see meetod aitab küsitljal saada palju rohkem informatsiooni tänu sellele, et vestluse käigus võivad tekkida täiendavad küsimused, mida saab ka kohe küsitletavale esitada. Nimekiri nende intervjuude käigus esitatud küsimustest asub lisa 14. Intervjuude transkriptsioonidega saab tutvuda lisa 15 ja 16.

Esimeseks audiitorbürooks, mille esindaja nõustus osalema intervjuus, oli AS Deloitte Audit Eesti, mis tegutseb Eesti turul pikka aega. Intervjuu viidi läbi audiitorbüroo partneriga – Veiko Hintsoviga. Teiseks audiitorbürooks oli BIG4 esindaja, kes palus mitte avalikustada firma ja tema nime. Intervjuus osales selle audiitorbüroo ärinõustaja (edaspidi BIG4 esindaja).

Küsimusele, kust ja millal on intervjuueeritavad esmakordselt kuulnud ettevõtte sotsiaalsest vastutusest ja sotsiaalsest auditist, vastas BIG4 esindaja, et ta on nende terminitega esmakordselt kokku puutunud seminaridel, konverentsidel, koolitustel ja samuti ka läbi firma rahvusvahelise võrgustiku. AS Deloitte Audit Eesti esindaja vastas, et on nendest terminitest esmakordselt kuulnud koolitustel ja on ka ise lugenud.

Audiitoritele pakuti vastata küsimustele, et kuidas nad võivad sotsiaalset auditit oma sõnadega kirjeldada. BIG4 esindaja vastas, et sotsiaalne audit on ettevõtte sotsiaalse, keskkonnavalase ja vastutustundliku turu-käitumise analüüs, nende aspektide strateegilisuse, esitatud nõuete, reaalse praktika ja riskide määramine, aruande auditeerimise puhul selles toodud informatsiooni vastavus tegelikkusele. AS Deloitte Audit Eesti esindaja vastas, et sotsiaalne audit on selline protsess, mille käigus üritatakse aru saada, kas ettevõtte või organisatsioon lähtub nendest põhimõtetest, mis olid kokku lepitud ehk kas sotsiaalselt vastutustundlik ettevõtte järgib neid põhimõtteid, mida on ta deklareerinud avalikkusele ning kas ta avalikustab kogu vajaliku informatsiooni.

Järgmisena küsiti, et mida audiitorid arvavad sotsiaalse auditi teenusest, miks ja milleks võib seda teostada ja millistele firmadele nad sellist teenust soovitaksid. BIG4 esindaja arvas, et sotsiaalne audit annab ettevõtte huvigruppidele kindlust, et ettevõtte käitub vastutustundlikult. Sotsiaalne audit kinnitab seda, et ettevõtte jälgib põhimõtteid, mida on ta avalikkusele edastanud ja et need põhimõtted vastavad tõele ning aruanne on korrektne ja läbipaistev. Sotsiaalse auditi läbiviimist soovitas ta eelkõige nendele ettevõtetele, kes peavad tegema palju koostööd tarneahela ja ekspordi partneritega välisurgudel. Sotsiaalset auditit võib kasutada selleks, et tugevdada ettevõtte väärtust avalikkuse ees. Seetõttu on see oluline avalikkuse kõrgendatud tähelepanu all olevatele organisatsioonidele. AS Deloitte Audit Eesti esindaja soovitab sotsiaalse auditi läbiviimist pigem riigi omanduses ja munitsipaalomandis olevatele firmadele ehk neile firmadele, kes on avaliku huvi üksused ning kasutavad riigi kodanike raha ning läbi selle pakuvad meile igasuguseid teenuseid. Sellised ettevõtted peavad kindlasti olema sotsiaalselt vastutustundlikud. Audiitor soovitas seda teenust firmadele, kes reostavad loodust ja kasutavad linna ruumi, looduskaitsealasid nii, et see mingil määral mõjutab inimeste käitumist.

Küsimuste hulgas oli ka küsimus klientide osas, et millistele klientidele pakuvad need audiitorbürood sotsiaalse auditi teenust, kas suurtele, börsi- ja/või keskmise- ja väikese suurusega ettevõtetele, riigiasutustele, sihtasutustele? BIG4 esindaja väitis, et nende esimesed kogemused selleteemaliste teenuste pakkumisel on olnud alles viimaste aastate jooksul. Kui pidada sotsiaalse auditi all silmas aruande auditeerimist, siis on tema sõnul Eestis seni üldse vaid üks ettevõtte, kes on lasknud oma aruannet auditeerida. Audiitor ütles, et tavaliselt nad aitavad ettevõttel seda tüüpi aruannet koostada ja arendada vastavalt kehtivatele standarditele. Tema väitel ei ole Eestis selliseid kliente seni veel eriti palju olnud, samas on see maailmas kasvav trend. Kliendid, kellele nad sotsiaalse auditi teenust pakkuda saaksid, on eelkõige avaliku huvi üksused, riigiettevõtted ja börsiettevõtted. AS Deloitte Audit Eesti audiitor vastas, et ei ole veel eriti seda tüüpi teenust pakkunud, kuid on olnud mingid väikesed projektid. Seda tüüpi teenust on nad valmis pakkuma avaliku huvi üksustele ja börsiettevõtetele ning lihtsalt nendele ettevõtetele, kelle jaoks on see oluline valdkond, et saaks kogukonnaga sidustada. Detsembris on neile saabunud pakkumine osutada sellist teenust riigi omanduses olevale ettevõttele ning selleks moodustavad nad vastavate teadmistega meeskonna.

Mõlemale audiitorile esitati küsimus, millistes majandusharudes tegutsevad nende kliendid. BIG4 esindaja vastas, et olenevalt sellest, mida pidada sotsiaalseks auditiks, on ka vastus erinev. Kitsamalt võttes on reaalseid näiteid Eestis veel vähe selleks, et tuua välja mustrit. Sotsiaalset auditit laiemalt võttes on sihtgrupiks peamiselt tootmisettevõtted, ettevõtted, mis teevad palju koostööd tarneahela partneritega ja need firmad, millede tegevus on suunatud ekspordile. AS Deloitte Audit Eesti audiitor vastas, et hetkel ei ole neil selliseid kliente Eestis, kuid üle maailma on neid palju.

Kuna sotsiaalse auditi läbiviimisel on oluline kasutada asjakohast metodoloogiat ning peab lähtuma maailmas eksisteeritavatest standarditest, siis küsiti audiitorite käest, et millistest standarditest nad tavaliselt lähtuvad ning milliseid standardeid kasutavad nende kliendid oma sotsiaalse aruande koostamisel. BIG4 esindaja vastas, et nemad ja nende kliendid kasutavad kõige rohkem Globaalne Aruandlusalgatuse standardeid (GRI), Aruandluse Kindluse Standardeid AA1000 (*Accountability's AA1000 Assurance Standards*), Euroopa Rekonstrueerimise Panga poolt väljapakutud standardeid, Keskkonna standardeid ISO 14001, Töötervishoiu ja tööohutuse juhtimise standardit OHSAS 18000. AS Deloitte Audit Eesti audiitor vastas, et peamiselt Globaalse Aruandlusalgatuse standardeid (GRI).

Nagu ka finantsauditite puhul peavad sotsiaalsed audiitorid oskama määrata ka riskivaldkonnad. Seepärast küsiti audiitorite käest, et millised on peamised ja sageli esinevad riskivaldkonnad nende klientidel. BIG4 esindaja vastas, et peamised riskivaldkonnad on tavaliselt alljärgnevad:

- kliendi sotsiaalne tegevus ei ole üldise äristrateegiaga seotud;
- töötervishoiuohud;
- heade töötajate leidmine on läbiv väljakutse, lisaks on personalijuhtimine riskivaldkond väikestes ettevõtetes;
- kogukonnale suunatud heategevus ja toetus ning avatud suhtlus kogukonnaga, siin on audiitori väitel ka teatud kitsaskohad.

AS Deloitte Audit Eesti audiitor ei osanud sellele küsimusele vastata, kuna ei oma veel suurt kogemust selles valdkonnas.

Kuna Eestis ei ole sotsiaalne audit nii populaarne nagu teistes maailma riikides, siis ei ole Eestis arvatavasti palju spetsialiste selles valdkonnas. Sellest tulenevalt küsiti audiitoritelt, kes nende firmades sellist teenust osutab ja kust on nad vastavad teadmised saanud? BIG4 esindaja sõnul tegelevad neil selle teenusega kõigepealt ärinõustajad (vajadusel koostöös

audiitoritega), kes on osalenud erinevatel Eestis korraldatud koolitustel ning saanud veebipõhist õpet. Nemad kasutavad enda ettevõtte rahvusvaheliselt kättesaadavat metoodikat, mida saab leida ettevõtte võrgustikust. Üle kogu maailma osutavad seda teenust nende ettevõtte ekspertide meeskonnad ning neil on olemas omad välja töötatud metoodikad, mida saavad kasutada ka teistes riikides asuvad kolleegid. Lisaks viiakse läbi ka täiendkursuseid välisriikides. Seega omandavad nad teadmisi erinevatest allikatest. AS Deloitte Audit Eesti audiitor vastas, et nemad saavad teadmisi seminaridelt ja koolitustelt ning kooskõlastavad oma teadmisi firmasiseselt. Jagavad oma kolleegidega vastavaid teadmisi, protsesside kirjeldusi ja põhimõtteid. Nende ettevõttes on olemas asjakohased küsitlus-listid ja standardid, mida iga töötaja saab kasutada ning praktikas rakendada. Audiitori arvates peab sotsiaalse auditi läbiviimiseks moodustama pädeva meeskonna, kuhu võib kaasata erinevate teadmistega inimesi, näiteks finants-, audiitorluse ja juriidilise taustaga töötajaid.

Järgmiseks küsiti, kuidas need audiitorbürood on endale kliente leidnud? Kas on nad seda teenust klientidele pakkunud või on klient küsinud seda teenust ise? Kust nad teavad, et klient vajab sellist teenust? BIG4 esindaja vastas taas, et trendi on lühikese praktika puhul keeruline välja tuua, ent tavaliselt küsib klient ise pakkumist ja näiteks ka kliendiga kohtumisel võib tekkida arusaam, et kliendil on vajadus selle teenuse saamiseks ning siis nad pakuvad kliendile seda teenust. AS Deloitte Audit Eesti audiitor vastas, et kliendi leidmiseks on neil kaks viisi. Esimene viis on selline, et kui on olemas gruppi kuuluv rahvusvaheline klient, siis tuleb see info teistes riikides töötavatelt kolleegidelt, et see vastav klient peab olema auditeeritud ning tema aruanne peab olema vastavuses kehtivate põhimõtetega. Teine viis on avatud kutsed, näiteks riigiettevõtete puhul. Mõningatel juhtudel küsivad kliendid ise seda teenust.

Magistritöö eesmärk on hinnata sotsiaalse auditi vajadust ja arenguperspektiive Eestis ja sellest tulenevalt küsiti audiitoritelt, kas sotsiaalsel audital on tulevikku Eestis? BIG4 esindaja arvates on küll sotsiaalsel audital tulevikku Eestis ja sellel teenusel on tõusev trend, ning tema põhjendus on lihtne, et kaasaegses maailmas peame arvestama nende keskkonna tingimustega, kuhu püüdleme jõuda ja nende partnerite soovidega, kellega tahame äri teha. Kuna Eesti püüab teha rohkem rahvusvahelist äri kiiresti arenevate riikide turgudel (näiteks arenenud jõukad lääneriigid ja Põhjamaad, lisaks Aasia, Brasiilia jm), siis peavad Eesti ettevõtted arvestama oma koostööpartnerite tingimuste ja vajadustega, kuna nende jaoks on need sotsiaalsed probleemid väga olulise tähtsusega. Seetõttu peame suutma seda teenust

pakkuda. AS Deloitte Audit Eesti esindaja vastas, et kindlasti on sotsiaalsel auditil tulevikku Eestis, kuid see teenus on tõenäoliselt väikesemahuline. Sotsiaalne audit ei ole nõ laiatarbekaup, vaid on mõeldud pigem konkreetsete ettevõtete jaoks. Sotsiaalse auditi populaarsus aina kasvab, kuna sellest hakati rohkem rääkima. Ettevõtte sotsiaalne vastutus on nii globaalse ettevõtte kui ka riigiettevõtete teema, mis näitab nende ettevõtete suhtumist keskkonnaalastesse ja sotsiaalsetesse probleemidesse. Riigiettevõtete puhul näitab see riigi suhtumist oma rahvasse, riik peab eeskuju näitama.

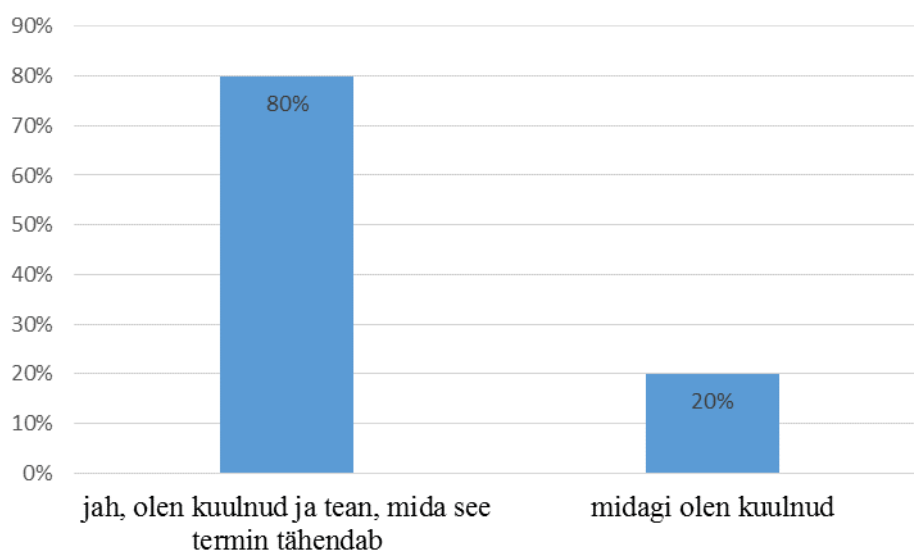
Intervjuu lõpus küsiti audiitoritelt, mida võib riigi tasandil teha selleks, et sotsiaalse auditi areng oleks parem ja kiirem? BIG4 esindaja vastas, et lisaks kohustusele võib riik soodustada sotsiaalse vastutuse arendamist ning tulenevalt sellest tekib vajadus sotsiaalse auditi vastu. Riik peab näitama, et seda on kasulik teha ja siis ka ettevõtted hakkavad niimoodi mõtlema. Riik võib edendada sotsiaalset vastutust ning saab seda ka ise tellida. Riigi osalus võib olla väljendatud näiteks riigihangete kaudu. Näiteks selleks, et riigiasutus ostaks mingisugust teenust, peab teenust pakkuv ettevõtte olema sotsiaalselt vastutustundlik. Teadlikkust võib tõsta ka poliitikute retoorika ja koolitusprogrammide toetamise kaudu. EAS'i toetuste jagamisel võib see punkt ka tingimustes olla, et toetus antakse ainult sotsiaalselt vastutustundlikule ettevõttele. Ülikoolid saavad samuti sotsiaalse auditi edendamisel aidata, näiteks võivad vastava õppeaine õppekavasse ja/või paralleelselt teistesse õppeainetesse sisse viia. Eesti Vabariik on maailmas tuntud kui e-riik, aga Eestil võib olla ka sotsiaalselt vastutustundliku riigi maine. AS Deloitte Audit Eesti esindaja vastas, et riik peab tegema sotsiaalse auditi kohustuslikuks teenuseks ning tema arvates, varem või hiljem see nii ka juhtub. Sotsiaalsest auditist tuleb rohkem rääkida nii foorumitel kui ka infopäevadel, koolitustel.

Võttes arvesse kompetentsete inimeste seisukohti ja praktikat, võib öelda, et sotsiaalsel auditil on tulevikku Eestis ning mingil määral seda tehakse juba praegu, aga seda tuleb veel edendada ja arendada ning riik on üks neist abistajatest, kes võib soodustada sotsiaalse auditi arengut. Audiitorite arvates võivad sotsiaalse auditi teenust kasutada nii riigiasutused kui ka ülejäänud suuremad eraettevõtted, kes soovivad globaalselt rahvusvahelistel turgudel tegutseda. Eesti ei ole veel nõudlust selle teenuse vastu, mis on seotud info puudumisega. Eestist võib saada sotsiaalselt vastutustundlik riik, aga riik peab töötama selle nimel. Intervjueeritavad väitsid, et nii ülejäänud maailmas kui ka Eestis on GRI standardid kõige populaarsemad.

2.3. Eesti börsiettevõtete vastuste analüüs

Peale audiitorite seisukohtade ja arvamuste analüüsi tuleb uurida ka Eesti suurimate ettevõtete juhtide seisukohti ehk sotsiaalse auditi teenuse teise poole seisukohti. Uuringu läbiviimiseks otsustati läbi viia küsitlus Eesti börsiettevõtetes. Börsil noteeritud ettevõtted olid leitud NASDAQ OMX Tallinna börsi kodulehelt (NASDAQBALTIC.com). Tallinna börsil on noteeritud 16 Eesti ettevõtet (vt Lisa 17). Neile edastati e-maili teel küsimustik (Lisa 18). Küsimustikule vastas kokku viis börsiettevõtet, mis moodustab 31% Tallinna börsil noteeritud ettevõtetest. Vastanute seas oli kaks 2014. aasta jätkusuutliku ettevõtluse märgise saajat: Tallinna Vesi AS ja Kaubamaja AS.

Kõigepealt küsiti, kas nende börsiettevõtete juhtkond on kuulnud midagi ettevõtte sotsiaalsest vastutusest? Vastuseid illustreerib joonis 13.

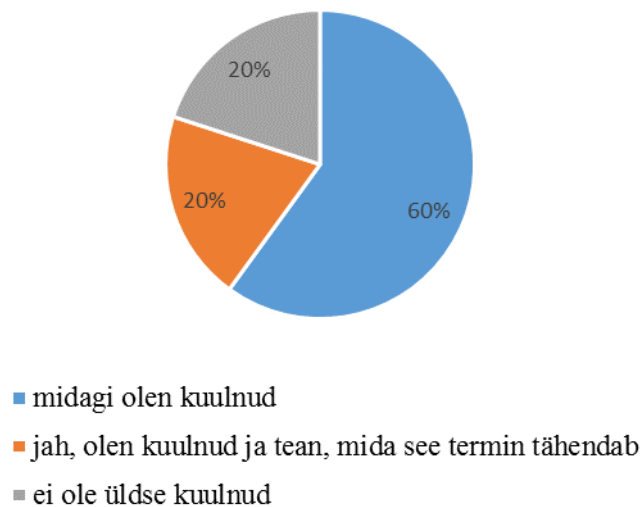


Joonis 13. Sotsiaalse vastuse teadlikkuse tase

Allikas: Lisa 19

Joonis näitab, et 80% vastanutest on ettevõtte sotsiaalsest vastusest midagi kuulnud ning teavad, mida see termin tähendab ning ainult üks ettevõtte esindaja vastas, et on midagi kuulnud sellest.

Teiseks küsimuseks oli: Kas olete sotsiaalsest auditist midagi kuulnud? Tulemus peab näitama börsiettevõtete teadlikkust sotsiaalse auditi teenusest (vt joonis 14).

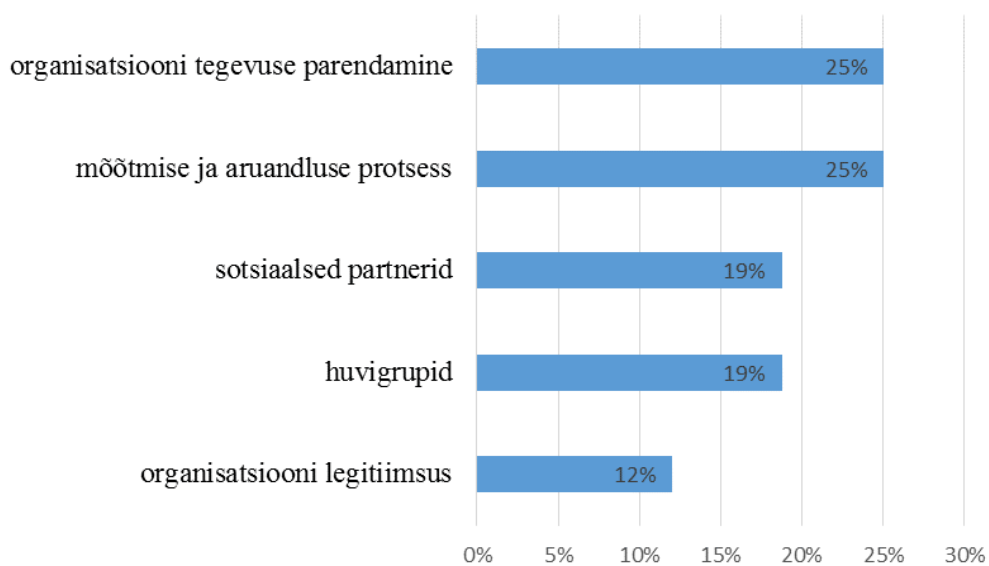


Joonis 14. Sotsiaalse auditi teadlikkuse tase

Allikas: Lisa 20

Uuring näitab, et vastanud börsiettevõtete juhtkond on sotsiaalsest auditist teadlik ning ainult 1 börsiettevõtte esindaja ei tea, mida see termin tähendab ja ei ole sellest kunagi kuulnud.

Järgmisena küsiti, milliste sõnadega assotsieerub börsiettevõtte esindajatel sotsiaalne audit? Küsimusele võib esitada mitu vastust (vt joonis 15).

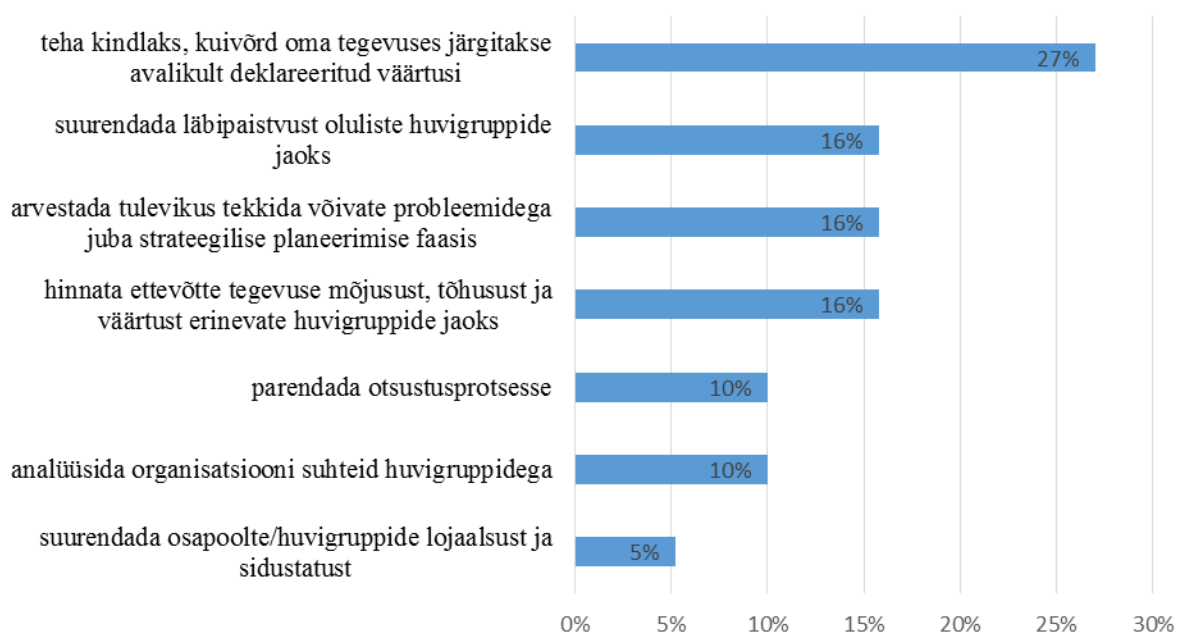


Joonis 15. Sotsiaalse auditi terminiga assotsieeruvad mõisted

Allikas: Lisa 21

Jooniselt on näha, et kõige populaarsemad vastused olid mõõtmise ja aruandluse protsess ning organisatsiooni tegevuse parendamine. Seega võib öelda, et börsiettevõtete juhtkond kujutab ette, milleks võib sotsiaalset auditit kasutada.

Järgmisena oli pakutud vastata küsimusele: Mis arvate, milleks võib sotsiaalse auditi teenust osta? Tulemus peab näitama, mida börsiettevõtete juhtkond ootab sotsiaalselt auditilt ning mis kasu see võib nende firmadele tuua (vt joonis 16).



Joonis 16. Sotsiaalse auditi teenuse kasutamise peamised põhjused

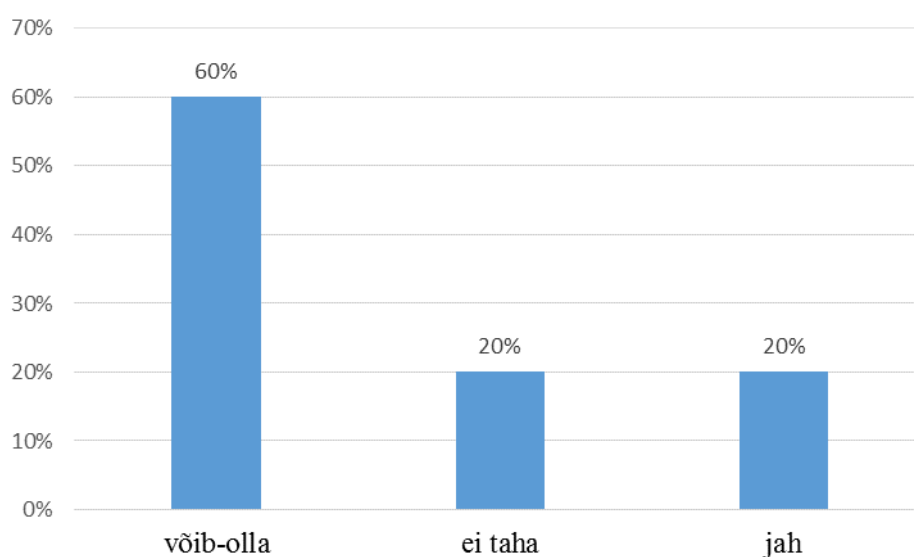
Allikas: Lisa 22

Uuring näitab, et sotsiaalse auditi teenust peab ostma kõigepealt selleks, et teha kindlaks, kuivõrd oma tegevuses järgitakse avalikult deklareeritud väärtusi. Samuti börsiettevõtete juhtkond arvab, et sotsiaalne audit võib suurendada läbipaistvust oluliste huvigruppide jaoks, arvestada tulevikus tekkida võivate probleemidega juba strateegilise planeerimise faasis ja hinnata ettevõtte tegevuse mõjusust, tõhusust ning väärtust erinevate huvigruppide jaoks.

Kõik küsitluses osalenud börsiettevõtete esindajad vastasid, et ei ole sotsiaalse auditi teenust ostnud. Samas küsiti, miks need firmad ei osta sotsiaalse auditi teenust? Enamik vastanutest olid seisukohal, et nende firmadel ei ole sellist vajadust. AS Tallinna Vesi esindaja väitis, et „sotsiaalse auditi teenust kui tervikut ei osta, kuid ostame teenust sisse

seoses määratletud huvigruppidega. Samuti koostame CSR aruannet, mida auditeeritakse“. Saadud vastusest selgub, et Tallinna Vesi AS koostab ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruannet ning ostab sotsiaalse auditi teenust. Harju Elekter Elektrotehnika AS esindaja vastas, et „me küll tajume selle teenuse olulisust, kuid hetkel ei ole see mahtunud keeruliste aegade tõttu turul meie tegevuste prioriteetide hulka“. Nii et vähemalt kaks börsiettevõtet näevad sotsiaalses auditis olulisust.

Börsiettevõtete esindajatele oli pakutud vastata küsimusele, et kas nad soovivad seda teenust tulevikus osta? Vastused saab leida jooniselt 17.



Joonis 17. Sotsiaalse auditi tulevik Eestis

Allikas: Lisa 23

Enamik vastanutest soovivad seda teenust tulevikus osta ning ainult üks ettevõtte ei soovi, kuna sotsiaalne audit ei paku neile huvi.

Viimaseks küsiti, kas nad näevad sotsiaalsel auditil tulevikku Eestis? Kõik küsitletavad vastasid, et sotsiaalsel auditil on tulevikku Eestis.

2.4. Tulemuste arutelu.

Eestis tegutsevate audiitorite seas läbi viidud küsitlus näitas, et audiitorid on teadlikud ettevõtte sotsiaalsest vastutusest ning enamik vastanud audiitoritest kujutavad ette, mida see termin tähendab. Sotsiaalse auditiga on aga vastupidine olukord, kuna pool küsitluses osalenud audiitoritest väitsid, et ei ole kunagi sellest teenusest midagi kuulnud ning 35% väitsid, et on midagi kuulnud. Seega võib öelda, et Eestis ei ole seda tüüpi teenust eriti praktiseeritud ning see asub praegu oma arengu teel.

Suur osa küsitletud audiitoritest vastasid, et sotsiaalne audit assotsieerub kõigepealt organisatsiooni tegevuse parendamisega ja huvigruppidega ning sotsiaalset auditit peab teostama selleks, et hinnata ettevõtte tegevuse mõjusust, tõhusust ja väärtust erinevate huvigruppide jaoks.

Sotsiaalse auditit teenust pakub minimaalne osa audiitorbüroodest. Audiitorid väitsid, et seda mõjutab kolm peamist faktorit:

- ei ole kompetentseid töötajaid, kes võivad seda teenust osutada;
- ei ole kliente, kes tahaksid seda teenust osta;
- ei ole ajalist ressursi, et seda teenust pakkuda.

Kui need asjaolud välja jätta, siis vastasid audiitorid, et nad soovivad seda teenust tulevikus pakkuda.

Magistritöö eesmärk oli uurida, kas sotsiaalsel auditil on tulevikku Eestis. Sellele küsimusele vastas suur osa audiitoritest, et sotsiaalsel auditil on tulevikku Eestis.

Uuringu teiseks etapiks oli intervjuude läbiviimine kahe suurima Eestis tegutseva audiitorbürooga.

BIG4 esindavad firmad pakuvad sotsiaalset auditit ülemaailmselt, sh ka Eestis. Nende arvates annab sotsiaalne audit ettevõtte huvigruppidele kindluse, et ettevõtte käitub vastutustundlikult ning kinnitab seda, et ettevõtte jälgib avalikkusele deklareeritud põhimõtteid. Eestis soovitaksid nad seda teenust kõigepealt nendele firmadele, mis teevad palju koostööd tarneahela ja ekspordi partneritega, edasimüüjatega ning ka riigi omanduses olevate ettevõtetega.

Nende arvates on Eestis väga vähe neid kliente, kes kasutavad sotsiaalse auditit teenust ning selle teenuse põhilised tarbijad on globaalsed rahvusvahelised ettevõtted, näiteks Coca-

Cola, Swedbank, jt. Deloitte esindaja arvates on sotsiaalse auditi teenuse põhilised kliendid avaliku huvi üksused, riigi omanduses olevad ettevõtted ja kindlasti ka börsiettevõtted.

Audiitorite arvates on peamised majandusharud, kus peaks sotsiaalset auditit teostama, tootmine, ekspordile suunatud ettevõtted ning kindlasti ka avalik sektor.

Audiitorid olid seisukohal, et Eestis kasutatakse kõige rohkem järgnevaid standardeid: GRI, AA1000, ISO14001 ja OHSAS 18000.

Peamiste riskivaldkondade kohta oskas vastata ainult BIG4 esindaja ning peamised riskivaldkonnad on tavaliselt seotud sellega, et kliendi sotsiaalne tegevus ei ole seotud üldise äristrateegiaga, lisaks on oluline riskivaldkond ka inimeste töötervishoid ja töötingimused.

Mõlemad audiitorid väitsid, et sotsiaalsel auditil on tulevikku Eestis. BIG4 esindaja lisas, et sotsiaalsel auditil on tõusev trend ning seoses kaasaegse maailma tingimustega on sotsiaalsel aspektidel väga oluline tähtsus. Deloitte esindaja sõnul on sotsiaalsel auditil küll tulevikku, kuid peab seda teenust tõenäoliselt väikesemahuliseks.

Sotsiaalse auditi populaarsuse tõstmisel peab aitama riik. Riik peab näitama, et seda on kasulik teha ja siis ka ettevõtted hakkavad niimoodi mõtlema. Teadlikkust võib tõsta ka poliitikute retoorika ja koolitusprogrammide toetamise kaudu. Ülikoolid saavad samuti sotsiaalse auditi edendamisel aidata, näiteks võivad vastava õppeaine õppekavasse ja/või paralleelselt teistesse õppekavadesse sisse viia. Sotsiaalsest auditist tuleb rohkem rääkida nii foorumitel kui ka infopäevadel, koolitustel.

Uuringu kolmas etapp ehk börsiettevõtetele saadetud küsimustiku analüüs näitas, et suur osa börsiettevõtetest on sotsiaalse auditi eksisteerimisest teadlikud ja nemad defineerivad seda terminit kui mõõtmise ja aruandluse protsessi ning organisatsiooni tegevuse parendamist. Börsiettevõtete esindajate arvates võib sotsiaalse auditi teenust osta selleks, et teha kindlaks, kuivõrd oma tegevuses järgitakse avalikult deklareeritud väärtusi. Vastanutest vähemalt kaks börsiettevõtte esindajat arvavad, et sotsiaalne audit on väga oluline teenus nende firmade jaoks. Kõik küsitluses osalenud börsiettevõtete esindajad vastasid, et sotsiaalsel auditil on tulevikku Eestis.

KOKKUVÕTE

Magistritöö eesmärk oli välja selgitada, kui palju praktiseeritakse sotsiaalseid auditit Eestis ja kas sellel teenusel on võimalikke arenguperspektiive Eestis, ning saadud tulemuste põhjal hinnata sotsiaalse auditi teadlikkust ja vajadust ning pakkuda lahendused selle teenuse arendamiseks ja edendamiseks.

Töö esimene peatükk keskendus sotsiaalse auditi teoreetilisele aspektile. Kirjeldati selle olemust, vaadeldi sotsiaalse auditi ajalugu ja arengut. Esimene, kes sotsiaalse auditi mõistest kirjutas, oli Ameerika Stanfordini ülikooli ärimajanduse professor Theodore J. Kreps. 1940. aastal avaldas ta oma monograafia pealkirjaga „Äri sotsiaalse aspekti mõõtmine“. Läbi erialase kirjanduse käsitlemist selgitati välja sotsiaalse auditi etapid ja standardid. Analüüs näitas, et eksisteerib terve rida erinevaid standardeid, mida saab kasutada ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandluse koostamiseks ja selle auditeerimiseks, kuid kõige populaarsemaks osutus GRI standard.

Töö käigus uuriti, kuidas areneb sotsiaalne audit Euroopas ja Ameerika Ühendriikides. Uuring näitas, et Euroopa Liidus märgati sotsiaalse auditi olulist kasvutrendi. GRI läbiviidud uuring näitas, et alates 2001. aastast on sotsiaalse aruande koostamine ning auditeerimine oluliselt kasvanud. Teise uuringu tulemused näitasid, et kõige rohkem esitavad sotsiaalseid aruandeid Jaapani, Ameerika Ühendriikide ja Inglismaa ettevõtted. Seesama uuring näitas, et kõige rohkem koostavad ja lasevad auditeerida oma sotsiaalseid aruandeid tootmisettevõtted. Lisaks näitas see uuring, et kõige rohkem lastakse auditeerida sotsiaalseid aruandeid BIG4 esindajatel ning kõige populaarsem audiitorbüroo on PWC. Euroopas ja maailmas kasutatakse kõige rohkem GRI standardeid, aga Ameerika Ühendriikides pakutakse kasutada ERM printsiipe (*Enterprise Risk Management*).

Töö teises peatükis analüüsiti audiitorbüroode vastuseid esitatud küsimustikule ja BIG4 esindajatelt intervjuu käigus saadud kommentaare. Lisaks küsitleti ka Tallinna börsil noteeritud ettevõtteid. Küsitluste puhul olid küsimustikud saadetud korrespondentidele kaks korda.

Küsimustiku abil saadud tulemused näitasid, et ainult väike osa vastanutest audiitorbüroode esindajatest on teadlik sotsiaalse auditi teenusest. Seega on loogiline oletada, et seda teenust osutab minimaalne arv Eestis tegutsevatest audiitorbüroodest. Kolm peamist põhjust, miks paljud audiitorbürood ei osuta seda teenust, on järgmised:

- ei ole kompetentseid töötajaid, kes võivad seda teenust osutada;
- ei ole kliente, kes tahaksid seda teenust osta;
- ei ole ajalist ressursi, et seda teenust pakkuda.

Küsitluses osalenud audiitorid olid seisukohal, et sotsiaalsel audital on tulevikku Eestis.

Intervjuu käigus saadud kommentaaride analüüsi käigus selgus, et Eestis ei ole praegu palju kliente, kes tahaksid seda teenust kasutada. Samas soovitasid BIG4 esindajad, et sotsiaalset auditit peavad teostama ettevõtted, kes peavad tegema palju koostööd tarneahela ja ekspordi partneritega, edasimüüjatega, KOV ja avaliku huvi üksustega ning kindlasti riigi omanduses olevad ettevõtted ja börsiettevõtted.

Kõige populaarsemad Eestis kasutatavad sotsiaalse aruandluse ja selle auditeerimise standardid on GRI standardid, AA1000 standardid, Euroopa Rekonstrueerimise Panga väljapakutud standardid, Keskkonna standardid nt ISO14001, Töetervishoiu ja tööohutuse juhtimise standard OHSAS 18000.

Kõik intervjuus osalenud audiitorid väitsid, et sotsiaalsel audital on tulevikku Eestis, kuid tõenäoliselt väikesemahulises osas.

Sotsiaalse auditi arendamiseks ja edendamiseks Eestis pakkusid audiitorid alljärgnevad punktid:

- riik peab soodustama sotsiaalse vastutuse ja sotsiaalse auditi arendamist;
- riik peaks näitama, et seda on kasulik teha;
- riik saab ka ise seda teenust tellida;
- riigiasutused võiksid osta teenust ainult sotsiaalselt vastutustundlikelt ettevõtelt;
- EAS'i toetuste jagamisel peaks veenduma, et ettevõtte on sotsiaalselt vastutustundlik;
- ülikoolid võiksid õppekavadesse sisse viia sotsiaalse auditi õppeaine;
- sotsiaalsest auditist peab rohkem rääkima koolitustel, foorumitel, infopäevadel ja seminaridel.

Börsiettevõtetega läbiviidud küsitlus näitas, et suurem osa vastanutest on teadlikud sotsiaalse auditi teenusest, kuid enamus neist olid seisukohal, et ei näe sotsiaalse auditi läbiviimise vajadust. Väike osa vastanud börsiettevõtete esindajatest vastasid, et on sotsiaalse auditi teenusest huvitatud ning üks börsiettevõtte juba ostab seda teenust. Kõik küsitluses osalenud börsiettevõtete esindajad arvavad, et sotsiaalsel auditil on tulevikku Eestis.

Töö koostamise alguses seatud hüpoteesid leidsid tõestuse ja eesmärgid said täidetud – selgitati välja, et Eestis juba praktiseeritakse sotsiaalset auditit, kuid mitte nii palju, nagu maailmas. Eestis tegutsevate audiitorbüroode ja Tallinna börsil noteeritud ettevõtete esindajate arvates on sotsiaalsel auditil tulevikku Eestis, sellel teenusel on hetkel tõusev trend ning see asub oma arengu alguses.

Käesolevat magistritööd võib kasutada õppevahendina sotsiaal- ja majandusteaduse õppekavade koostamiseks ja täiendamiseks, abimaterjalina sotsiaalse auditi läbiviimisel ning alusena edasiste uuringute läbiviimiseks. Kindlasti peab see töö olema kasulik sotsiaalselt vastutustundlike ettevõtete juhtkonnale otsuste langetamisel.

Edasise analüüsi käigus tuleks tähelepanu pöörata sotsiaalse auditi asjakohase meetoodika ja metodoloogia kasutamisele Eestis. Kuna sotsiaalne audit asub oma arengu alguses, siis on väga tõenäoline, et Eestis ei ole sotsiaalset auditit osutavate audiitorbüroode meetoodika ja metodoloogia veel paika pandud ning seda tuleb veel arendada, uurida ja täiendada.

SUMMARY

SOCIAL AUDIT: THE PRESENT SITUATION AND PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT IN ESTONIA.

Katerina Navross

The aim of this thesis is to investigate how often Estonian companies use a social audit and define perspectives of its further development.

The first part of this thesis is to consider the social audit theoretical aspects. The thesis gives an overview of the social audit history and the development.

The Social audit concept was mentioned for the first time by American Stanford University business economics professor Theodore J. Kreps. In 1940 he published monograph titled: "Measurement of the Social Performance of Business".

This part of the thesis also describes the stages and standards of the social audit. As a result it was found different standards were used for the companies' social responsibility report issued and audited the most important is the GRI standard.

In the analytical part of the thesis, the study considers the development of the social auditing in Europe and America. In conclusion there was noticed growth of the social audit role in European Union. GRI research showed, that as from year 2001 the social auditing usage significantly increased. According to another study, the most applicable social audits are performed in Japan, USA and Great British companies, mostly manufacturing enterprises.

Furthermore the most representatives in the social audit are BIG4 and PWC agency services, at the same time ERM (Enterprise Risk Management) their approach is widely used in USA, whereas in Europe and other countries GRI standard is leading.

The second part of the study is used the audit agencies inquiry, BIG4 interviews and their comments for analysis. Moreover the companies of Nasdaq Tallinn secondary securities market were also examined. Questionnaires were sent to companies on separate occasions.

The questionnaire showed, that only a small part of audit agencies were aware of the social audit service. Thus, it is possible to conclude, that the quantity of audit companies, that provide social audit services in Estonia are minimum. There are three main reasons for not providing the social audit service:

- lack of competent employees;
- lack of clients, who may need this service;
- lack of time resource.

Accordingly to audit companies' estimations there is a future for the social audits in Estonia.

An interview with audit companies showed that there are not many clients in Estonia modern days, who would be willing to use the social audit service.

At the same time it was recommended by BIG4 representatives, that social audits should be arranged in companies dealing with supply chain and export, resale and in local governments, exchange enterprises, public companies.

The most popular social audit standard in Estonia standard is GRI standard, AA1000 standards, European Bank for Reconstruction and Development standards, Environmental standards as ISO14001, Occupational health and safety standard OHSAS 18000.

It would appear from past studies, that there is a future for social audit development in Estonia, but this is limited.

In order to develop the social auditing process in Estonia the following points were proposed by audit companies to be considered:

- the state should contribute to social audit role growth;
- the state should promote the necessity of social audit;
- social audit service can be ordered from side of the state;
- public companies could buy audit service only from socially responsible companies;
- before distribution of EAS support it is recommended to ensure company social responsibility;
- universities could include social auditing in their study programs;
- social auditing should be performed on training days, forums, information days and seminars.

Current study shows, that some companies of Nasdaq Tallinn secondary securities markets are aware of the social audit service, however, they consider this service is not necessary. The other respondents was interested in social auditing and one company already uses this service. All respondents argue that there are possibilities for social auditing development in Estonia.

In order to conclude for the hypothesis raised in current studies have been approved and targets fulfilled. Research showed that social audits are used in Estonia, however this is less than in other countries. Accordingly, to Estonian audit companies and joint stock companies, there are possibilities for the development of a social audit service in Estonia.

There was noticed tendency of growth of the social audit services.

As social audits are in the early stages of development in Estonia, it is advisable to pay more attention to social audit methodic and methodology studies and development.

VIIDATUD ALLIKAD

- Björkman, H., Wong, E. (2013). The role of social auditors – A categorization of the unknown. Master thesis, UPPSALA university. <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:632374/FULLTEXT01.pdf> (05.11.2015).
- Brown-Liburd, H., Zamora, V.L. (2014). The Role of Corporate Social Responsibility (CSR) Assurance in Investors- Judgments When Managerial Pay is Explicitly Tied to CSR Performance. <http://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=703102118110007027109006122104110064063039030001048013074091005010087088081096073094048055006126041126113102107124101065118021057017032014011086107030099100121124090093053100096084031070001101118095012010117083119097008075125098109007116097005098104&EXT=pdf> (17.12.2015).
- Carroll, A., Beiler, G.(1975). Landmarks in the Evolution of the Social Audit. *Academy of Management Journal*, Sep 75, Vol.18 Issue 3, p589-599.
- Courville, S. (2003). Social accountability audits: Challenging or defending democratic governance. *Law and Policy*, 25 (3), 269.
- Dando, N., Swift, T. (2003). Transparency and assurance: Minding the credibility gap. *Journal of Business Ethics*, 44, 195.
- Eesti vastutustundliku ettevõtluse tegevuskava 2012–2014. <http://www.csr.ee/Uudised-page-55/Riiklikule-vastutustundliku-ettevotlusetegevuskavale-oodatakse-viimast-tagasisidet-id-195/q-tegevuskava/> (15.11.2015).
- Ernst and Young LPP. [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Six_growing_trends_in_corporate_sustainability_2013/\\$FILE/Six_growing_trends_in_corporate_sustainability_2013.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Six_growing_trends_in_corporate_sustainability_2013/$FILE/Six_growing_trends_in_corporate_sustainability_2013.pdf) (15.12.2015).
- Ethical Trading Initiative. <http://www.ethicaltrade.org/> (15.12.2015).
- Ettevõtete sotsiaalne vastutus. Tööhõive, sotsiaalküsimused ja sotsiaalne kaasatus – Euroopa Komisjoni poolt haldav veebilehekülg. <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=331&langId=et> (20.11.2015).

- Ettevõtja sotsiaalne vastutus. <http://www.sm.ee/sinule/tooandjale/tooelu-kvaliteet/ettevotjasotsiaalne-vastutus.html> (20.10.2015).
- Ettevõtte ühiskondlik vastutus – kontseptsioon ja hetkeolukord Eestis. / Koostajad: T. Noorkõiv, K. Tamm. Tartu: Tartu Ülikool
http://www.emselts.ee/konverentsid/EMS2006/4_Ettevotlus/Katrin_Tamm.pdf (10.11.2015).
- Euroopa Liidu mitmekeelne teaurus.
<http://eurovoc.europa.eu/drupal/?q=et/request&view=pt&termuri=http://eurovoc.europa.eu/188996&language=et> (29.05.2015).
- Fetyko, D.F. (1975). *The company social audit. Management Accounting*, 56 (10), 645.
- Freeman, R. E. (1984). Stakeholder Theory of the Modern Corporation. lk 38-48.
<http://academic.udayton.edu/lawrenceulrich/Stakeholder%20Theory.pdf> (20.11.2015).
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach. Boston: Pitman.* p 25.
- Global Reporting Initiative. The external assurance of sustainability reporting.
<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-Assurance.pdf> (16.12.2015).
- Gray, R. (2001). Thirty years of social accounting, reporting and auditing: what (if anything) have we learnt? – *Business Ethics: A European Review*, no. 10 (1), pp 9–15.
- Gray, R. H. (2005) Taking a Long View on What We Know about Social and Environmental Accountability and Reporting: Of Don Quixote, Placebos, and Capitalism. *Electronic Journal of Radical Organization Theory*.
- Gray, R. H., Owen, D., & Adams, C. (1996) *Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*. Prentice-Hall, London.
- Graham, D., Woods, N. (2006). Making corporate self-regulation effective in developing countries. *World Development*, 34(5), 868.
- GRI Reporting Framework. <http://globalreporting.org/ReportingFramework/> (30.10.2015).
- Guidelines for Multinational Enterprises OECD. <http://mneguidelines.oecd.org/text/> (30.10.2015).
- Gurviš, N. (2010). Ettevõtte sotsiaalse vastutuse arvestus ja hindamine. – Raamatupidamiselt majandusarvestusele III. (Toim.) J. Alver. Tallinn: Tallinna Tehnikaülikool, lk 39–43.
- Hazarika, A. (2015). History and Significance of CSR and Social Audit in Business: setting a Regulatory Framework. *Social Audit Regulation, development, challenges and opportunities*. Springer Cham Heidelberg New York Dordrecht London.

- Hay, R.D., Gray, E.R., Smith, P.H. (1989). *Business & society: perspectives on ethics & social responsibility*. 3rd ed. USA: South-Western Publishing CO.
- Idowu, S., O. (2015). *Social Audit Regulation: Social audit in the Supply Chains Sektor*. Springer Cham Heidelberg New York Dordrecht, London.
- ISAE 3000 (Revised). *Assurance Engagements Other Than Audits or Reviews of Historical Financial Information*. http://www.ifac.org/system/files/publications/exposure-drafts/IAASB_ISAE_3000_ED.pdf (15.12.2015)
- Kasmel, A. (2005). Sotsiaalne tiigrihüpe majanduses on võimalik. Äripäeva artikkel. <http://www.aripaev.ee/uudised/2005/12/15/sotsiaalne-tiigrihupe-majanduses-on-voimalik> (30.10.2015).
- Kinkela, K. (2015). *Social Audit Regulation: United States Accounting Firms respond to COSO Advice on Social audit, Sustainability Risk and Financial reporting*, 67.
- KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2008. KPMG International. (2008) http://www.kpmg.com/EU/en/Documents/KPMG_International_survey_Corporate_responsibility_Survey_Reporting_2008.pdf (15.11.2015)
- KPMG. (2014). *Climate Change and Sustainability Services, The journey to a sustainable business model, global center for excellence for climate change and sustainability*. <https://www.kpmg.com/Global/en/topics/climate-change-sustainability-services/Documents/working-with-you-v2.pdf> (20.11.2015).
- KPMG (2013). *The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013*. <https://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/corporate-responsibility/Documents/kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2013.pdf> (15.12.2015).
- Kreps, T.J. (1940). *Measurement of The Social Performance of Business*. Monograph No. 7. Washington : U.S. Govt. Print. Off. <http://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=mdp.39015009012363;view=1up;seq=8> (02.01.2016).
- Kurian, T. (2005). *Social Audit* (Centre for good governance, 2005) online <http://www.sasnet.org/documents/Tools/Social%20Audit.pdf> (20.11.2015).
- Lindam, T. (2013). *Ettevõtte sotsiaalse vastutuse aruandluse areng Eestis AS Eesti Energia, AS Harju Elekter ja AS Elering näitel*. (60 lk). (Bakalaureusetöö). <http://www.auditorkogu.ee/docs/2013uurimistootiinalindam.pdf> (20.10.2015).
- NASDAQ OMX Tallinna börsi kodulehekülg. <http://www.nasdaqbaltic.com/market/?pg=mainlist&lang=et> (20.11.2015).
- O'Rourke, D. (2000). *Monitoring the monitors: A Critique of Pricewaterhousecoopers (PWC) Labor Monitoring*. Massachusetts Institute of Technology. p 3.

http://www.bollettinoadapt.it/old/files/document/18107ROURKE_2000.pdf
(03.12.2015).

Owen, D.L. (2003). *Recent developments in European social and environmental reporting and auditing practice – A critical evaluation and tentative prognosis. Research Paper Series.*

http://www.google.ee/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwiklsPju4PKAhUCgA8KHYE9CA8QFggcMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.nottingham.ac.uk%2Fbusiness%2FICCSR%2Fresearch.php%3Faction%3Ddownload%26id%3D12&usg=AFQjCNG07BUmcK3oqdXmRovjj2tkxxQBXw&sig2=kajFNV7Cn_VocTSe85F9Fw&bvm=bv.110151844,d.ZWU (20.11.2015).

Rahim, M.D., Vicario, V. (2015). *Social Audit Regulation: Development, Challenges and Opportunities.* Switzerland, Heidelberg: New York Springer International Publishing.

Rihma, M. (2014). *Ethics Audit: A Management Tool for Assessing of Corporate Social Responsibility and Preventing Ethical Risks.* Doktoritöö. Tallina Tehnikaülikooli kirjastus. <http://digi.lib.ttu.ee/i/?1825> (20.11.2015).

Sethi, S., P. (1972). *Getting a Handle on the Social Audit.* Business and Society Review/Innovation, Nr 4, 1972, S. 31-38.

Simnett, R., Vanstraelen, A., Chua, W.F. (2009). Assurance of Sustainability Reports: An International Comparison. *The Accounting Review*, Vol 84, No 3. lk 937-967.
<http://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=338006067086066008010000097079103010056016063065052016092089111076071016014027002097026052001024039049007016030126000064099001051040007073093013064022107003108126028058084017092111084007011110085089094025092092121117018113072077000091087083012088071&EXT=pdf> (16.12.2015).

Social Audit Toolkit, 4th edition (2008). Freer Spreckley. Local Livelihoods ltd. St Oswalds Barn, England.
http://www.socialauditnetwork.org.uk/files/9013/2325/3606/Social_Audit_Toolkit.pdf
(22.10.2015).

Social Audit: A toolkit A Guide for Performance and Outcome Measurement. (2005). Centre for Good Governance.
<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/cgg/unpan023752.pdf>
(23.10.2015).

Sotsiaalne vastutus. Eetikaveeb. <http://www.eetika.ee/arieetika/sotsiaalnevastutus>
(12.10.2015).

Sotsiaalne vastutustunne (noortekonverents „Kõik on enda teha“)
http://www.sm.ee/index.php?id=661&tx_ttnews%5Btt_news%5D=113&cHash=5e5322ddb5 (20.10.2015).

- Sotsiaalse vastutuse standard SA8000. http://sa-intl.org/_data/n_0001/resources/live/SA8000%20Standard%202014.pdf (30.10.2015).
- Sotsiaalselt vastutustundlik ettevõtlus ja aruandlus. <http://www.ngo.ee/ngo/8/article/1515> (12.10.2015).
- Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik. Strateegia 2013–2016. (2013). http://sev.ee/wp-content/uploads/2012/06/SEV-strateegia-2013-16_v2.5.pdf (20.10.2015).
- Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku kodulehekülg. <http://sev.ee/esileht/mis-on-sev/> (12.10.2015).
- Social Audit Network. <http://www.socialauditnetwork.org.uk/getting-started/what-is-social-accounting-and-audit/> (20.10.2015).
- Sulkowski, A., Waddock, S.(2014). Beyond sustainability reporting: Intergrated reporting is practices, required and more wolrd be better. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2456328&download=yes (17.12.2015).
- Sullivan, K., Alan, F., Anna, N., & Mark, M. (2014). *Sustainability and non-financial reporting: The role of internal audit*. NY: Deloitte and Touche LLP.
- Zadek, S., Evans, R., Pruzan, P. (2013). Building Corporate Accountability: Emerging Practice in Social and Ethical Accounting and Auditing. London: Eartscan.
- Timane, R., Chavan, M.(2012). A study of stakeholder engagement in social audit. *International Journal of Research in It and Management*, 2(12). Practice in Social and Ethical Accounting and Auditing. London: Eartscan.
- The Economist kodulehekülg. <http://www.economist.com/node/14301663> (20.10.2015).
- The International Finance Corporaton's Performance Standards http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/topics_ext_content/ifc_external_corporate_site/ifc+sustainability/our+approach/risk+management/performance+standards/environmental+and+social+performance+standards+and+guidance+notes (20.10.2015).
- Uuringu "Sotsiaalne ettevõtlus Eestis" tulemused. (2014). http://sev.ee/wp-content/uploads/2014/06/statistika_kokkuvote.pdf (24.10.2015).
- VEF. Vastutustundliku ettevõtluse foorum. <http://www.csr.ee/> (12.10.2015).
- Weiss, J.W. (1994) *Business ethics: A managerial, stakeholder approach*. Belmont, Calif.: Wadsworth Pub. Co.
- Осунова Т.В. (2009). Социальный аудит как инструмент системы социального партнерства: Креативная экономика № 9 (33). 48-51. <http://old.creativeconomy.ru/articles/2432/> (01.11.2015).

LISAD

Lisa 1. GRI Kategoriad ja aspektid

TABLE 1: CATEGORIES AND ASPECTS IN THE GUIDELINES				
Category	Economic		Environmental	
Aspects ^{III}	<ul style="list-style-type: none"> • Economic Performance • Market Presence • Indirect Economic Impacts • Procurement Practices 		<ul style="list-style-type: none"> • Materials • Energy • Water • Biodiversity • Emissions • Effluents and Waste • Products and Services • Compliance • Transport • Overall • Supplier Environmental Assessment • Environmental Grievance Mechanisms 	
Category	Social			
Sub-Categories	Labor Practices and Decent Work	Human Rights	Society	Product Responsibility
Aspects ^{III}	<ul style="list-style-type: none"> • Employment • Labor/Management Relations • Occupational Health and Safety • Training and Education • Diversity and Equal Opportunity • Equal Remuneration for Women and Men • Supplier Assessment for Labor Practices • Labor Practices Grievance Mechanisms 	<ul style="list-style-type: none"> • Investment • Non-discrimination • Freedom of Association and Collective Bargaining • Child Labor • Forced or Compulsory Labor • Security Practices • Indigenous Rights • Assessment • Supplier Human Rights Assessment • Human Rights Grievance Mechanisms 	<ul style="list-style-type: none"> • Local Communities • Anti-corruption • Public Policy • Anti-competitive Behavior • Compliance • Supplier Assessment for Impacts on Society • Grievance Mechanisms for Impacts on Society 	<ul style="list-style-type: none"> • Customer Health and Safety • Product and Service Labeling • Marketing Communications • Customer Privacy • Compliance

Allikas: GRI ...

Lisa 2. Audiitoritele edastatud küsimustik

Millist firmat esindate?*

Kes Te olete?*

- Audiitorbüroo partner
- Audiitorbüroo auditijuht
- Audiitorbüroo assistent
- muu töötaja

Kas olete sotsiaalsest vastutusest midagi kuulnud?*

- ei ole üldse kuulnud
- midagi olen kuulnud
- jah, olen kuulnud ja tean, mida see termin tähendab

Kas olete sotsiaalsest auditist midagi kuulnud?*

- ei ole üldse kuulnud
- midagi olen kuulnud
- jah, olen kuulnud ja tean, mida see termin tähendab

Milliste sõnadega assotsieerub sotsiaalne audit? (mitu vastust)*

- mõõtmise ja aruandluse protsess
- organisatsiooni tegevuse parendamine
- sotsiaalsed partnerid
- huvigrupid
- organisatsiooni legitiimsus
- Muu:

Lisa 2 järg. Audiitoritele edastatud küsimustik

Mis arvate, milleks võib sotsiaalset auditit teostada? (mitu vastust) Selleks, et*

- analüüsida organisatsiooni suhteid huvigruppidega
- hinnata ettevõtte tegevuse mõjusust, tõhusust ja väärtust erinevate huvigruppide jaoks
- suurendada osapoolte/huvigruppide lojaalsust ja sidustatust
- parendada otsustusprotsesse
- teha kindlaks, kuivõrd oma tegevuses järgitakse avalikult deklareeritud väärtusi
- arvestada tulevikus tekkida võivate probleemidega juba strateegilise planeerimise faasis
- suurendada läbipaistvust oluliste huvigruppide jaoks
- Muu:

Kas Teie firma pakub sotsiaalse auditi teenust?

- Jah
- Ei

Kui firma ei paku sotsiaalse auditi teenust

Miks Teie firma ei paku sotsiaalse auditi teenust?*

- Ei ole kompetentseid töötajaid, kes võiksid seda teenust osutada
- Ei ole kliente, kes tahaksid seda teenust osta
- Ei ole ajalist ressursi, et seda teenust pakkuda
- kolm esimest vastust
- Muu:

Kas Te tahaksite seda teenust tulevikus pakkuda?*

Mis arvate, kas sotsiaalsel auditil on tulevikku Eestis?*

Lisa 2 järg. Audiitoritele edastatud küsimustik

Kui firma ei taha sotsiaalse auditi teenust pakkuda

Miks Te ei taha sotsiaalse auditi teenust pakkuda?*

- Ei ole ajalist ressursi
- Ei ole kompetentseid töötajaid
- Potentsiaalsete klientide puudumise tõttu
- Sotsiaalne audit ei paku huvi
- Eestis ei ole sotsiaalsel auditiil tulevikku, kuna Eestis tegutsevad peamiselt väikese ja keskmise suurusega ettevõtted
- Muu:

Mis arvate, kas sotsiaalsel auditiil on tulevikku Eestis?*

Kui firma pakub sotsiaalse auditi teenust

Millistele firmadele pakutakse teenust? (mitu vastust)*

- börsiettevõtted
- suured ettevõtted
- väikese ja keskmise suurusega ettevõtted
- riigiasutused
- Muu:

Kui kaua olete seda teenust osutanud?*

Kuidas olete endale sotsiaalse auditi kliente leidnud? *

- Klient küsis ise pakkumise
- Teie firma pakkus olemasolevatele klientidele sellist teenust
- Teie firma pakkus seda teenust potentsiaalsetele klientidele
- Muu:

Mis arvate, kas sotsiaalsel auditiil on tulevikku Eestis?*

Lisa 3. Vastused küsimusele “Kes Te olete?”

Vastus	Vastajate arv	Osakaal
Audiitorbüroo partner	28	82%
Audiitorbüroo auditijuht	6	18%

Allikas: Autori koostatud

Lisa 4. Vastused küsimusele “Kas olete sotsiaalsest vastutusest midagi kuulnud?”

Vastus	Vastajate arv	Osakaal
ei ole üldse kuulnud	4	12%
midagi olen kuulnud	14	41%
jah, olen kuulnud ja tean, mida see termin tähendab	16	47%

Allikas: Autori koostatud

Lisa 5. Vastused küsimusele “Kas olete sotsiaalsest auditist midagi kuulnud?”

Vastus	Vastajate arv	Osakaal
ei ole üldse kuulnud	17	50%
midagi olen kuulnud	12	35%
jah, olen kuulnud ja tean, mida see termin tähendab	5	15%

Allikas: Autori koostatud

Lisa 6. Vastused küsimusele “Milliste sõnadega assotsieerub sotsiaalne audit? (mitu vastust)”

Vastus	Vastajate arv	Osakaal
organisatsiooni legitiimsus	2	6%
mõõtmise ja aruandluse protsess	2	6%
Muu	4	12%
sotsiaalsed partnerid	6	18%
huvigrupid	8	23%
organisatsiooni tegevuse parendamine	12	35%

Allikas: Autori koostatud

Lisa 7. Vastused küsimusele “Mis arvate, milleks võib sotsiaalset auditit teostada? (mitu vastust) Selleks, et”

Vastus	Vastajate arv	Osakaal
suurendada osapoolte/huvigruppide lojaalsust ja sidustatust	0	0%
parendada otsustusprotsesse	1	3%
arvestada tulevikus tekkida võivate probleemidega juba strateegilise planeerimise faasis	2	6%
analüüsida organisatsiooni suhteid huvigruppidega	4	12%
suurendada läbipaistvust oluliste huvigruppide jaoks	4	12%
Muu	4	12%
teha kindlaks, kuidas oma tegevuses järgitakse avalikult deklareeritud väärtusi	7	20%
hinnata ettevõtte tegevuse mõjusust, tõhusust ja väärtust erinevate huvigruppide jaoks	12	35%

Allikas: Autori koostatud

Lisa 8. Vastused küsimusele “Miks Teie firma ei paku sotsiaalse auditi teenust?”

Vastus	Vastajate arv	Osakaal
kolm esimest vastust	13	40%
Ei ole kliente, kes tahaksid seda teenust osta	12	36%
Muu	5	15%
Ei ole kompetentseid töötajaid, kes võiksid seda teenust osutada	2	6%
Ei ole ajalist ressurssi, et seda teenust pakkuda	1	3%

Allikas: autori koostatud

Lisa 9. Vastused küsimusele “Kas Te tahaksite seda teenust tulevikus pakkuda?”

Vastus	Vastajate arv	Osakaal
Ei taha	15	45%
võib-olla	18	55%
jah	0	0%

Allikas: Autori koostatud

Lisa 10. Vastused küsimusele “Mis arvate, kas sotsiaalsel auditil on tulevikku Eestis?”

Vastus	Vastajate arv	Osakaal
võib-olla on	22	65%
ei ole	7	20%
on	5	15%

Allikas: Autori koostatud

**Lisa 11. Vastused küsimusele “Millistele firmadele pakutakse teenust?
(mitu vastust)”**

Vastus	Vastajate arv	Osakaal
börsiettevõtted	0	0%
suured ettevõtted	1	100%
väikese ja keskmise suurusega ettevõtted	0	0%
riigiasutused	0	0%
Muu	0	0%

Allikas: Autori koostatud

Lisa 12. Vastused küsimusele “Kui kaua olete seda teenust osutanud?”

Vastus	Vastajate arv	Osakaal
0-5 aastat	1	100%
6-10 aastat	0	0%
11-15 aastat	0	0%
16-20 aastat	0	0%
rohkem kui 20 aastat	0	0%

Allikas: Autori koostatud

Lisa 13. Vastused küsimusele “Kuidas olete endale sotsiaalse auditi kliente leidnud?”

Vastus	Vastajate arv	Osakaal
Klient küsis ise pakkumist	1	100%
Teie firma pakkus olemasolevatele klientidele sellist teenust	0	0%
Teie firma pakkus seda teenust potentsiaalsetele klientidele	0	0%
Muu	0	0%

Allikas: Autori koostatud

Lisa 14. Intervjuu käigus esitatud küsimused

7. Kas ma võiksin Teie nime ja firmat oma magistritöös avalikustada?
8. Arvatavasti on Teie ettevõttes sotsiaalsest vastutusest ja sotsiaalsest auditist midagi kuulnud. Kus ja millal olete nende terminitega esmakordselt kokku puutunud?
9. Kuidas võiksite sotsiaalset auditit oma sõnadega kirjeldada?
10. Mida arvate, miks ja milleks on vaja sotsiaalset auditit teostada?
11. Mis firmadele Te seda teenust soovitaksite?
12. Millistele klientidele pakub Teie firma sotsiaalse auditi teenust? (Kas suurtele ettevõtetele, börsi- ja/või keskmise- ja väikese suurusega ettevõtetele? Riigiasutustele? SA-le?)
13. Palju sotsiaalse auditi kliente Teie ettevõttes on?
14. Millistes majandusharudes need ettevõtted tegutsevad?
15. Millistest standarditest lähtute sotsiaalse auditi läbiviimisel?
16. Millised on peamised ja sageli esinevad riskivaldkonnad Teie klientidel?
17. Milliseid standardeid kasutavad Teie kliendid sotsiaalse vastutuse aruandluse koostamisel?
18. Millist standardit kasutatakse kõige rohkem?
19. Kes Teie ettevõttes sellist teenust osutab? Kust nad on vastavad teadmised saanud? Kas on osalenud koolitustel? Seminaridel? Kas on õppinud seda ülikoolis?
20. Kui kaua olete seda teenust osutanud?
21. Kuidas olete endale kliente leidnud? Kas olete seda teenust klientidele ise pakkunud? Kust teate, et klient vajab sellist teenust?
22. Mis arvate, kas sotsiaalsel auditil on tulevikku Eestis? Palun põhjendage oma arvamust.
23. Mida võib riigi tasandil teha selleks, et kiirendada ja parendada sotsiaalse auditi arengut?

Allikas: Autori koostatud

Lisa 15. Intervjuu BIG4 esindajaga

Kuupäev ja kellaeg: 27.11.2015 kl 09.00

Audiitorbüroo: BIG4 esindaja

Audiitorbüroo esindaja: ärinõustaja

Aadress: Tallinn

Kas ma võiksin Teie nime ja firmat oma magistritöös avalikustada?

Palus mitte avalikustada

Arvatavasti on Teie ettevõttes sotsiaalsest vastutusest ja sotsiaalsest auditist midagi kuulnud. Kus ja millal olete nende terminitega esmakordselt kokku puutunud?

Seminaridel, konverentsidel, koolitustel ja samuti ka läbi firma rahvusvahelise võrgustiku

Kuidas võiksite sotsiaalset auditit oma sõnadega kirjeldada?

Sotsiaalne audit on ettevõtte sotsiaalse, keskkonnaalase ja vastutustundliku turu-käitumise analüüs, nende aspektide strateegilisuse, esitatud nõuete, reaalse praktika ja riskide määramine, aruande auditeerimise puhul selles toodud informatsiooni vastavus tegelikkusele

Mida arvate, miks ja milleks on vaja sotsiaalset auditit teostada? Mis firmadele Te seda teenust soovitaksite?

Sotsiaalne audit annab ettevõtte huvigruppidele kindlust, et ettevõtte käitub vastutustundlikult. Sotsiaalne audit kinnitab seda, et ettevõtte jälgib põhimõtteid, mida on ta avalikkusele edastanud ja et need põhimõtted vastavad tõe ja aruande on korrektne ja läbipaistev. Sotsiaalse auditi läbiviimist soovitab ta eelkõige nendele ettevõtetele, kes peavad tegema palju koostööd tarneahela ja ekspordi partneritega välisturgudel. Sotsiaalset auditit võib kasutada selleks, et tugevdada ettevõtte väärtust avalikkuse ees. Seetõttu on see oluline avalikkuse kõrgendatud tähelepanu all olevatele organisatsioonidele.

Millistele klientidele pakub Teie firma sotsiaalse auditi teenust? (Kas suurtele ettevõtetele, börsi- ja/või keskmise- ja väikese suurusega ettevõtetele? Riigiasutustele? SA-le? Palju sotsiaalse auditi kliente Teie ettevõttes on?)

Nende esimesed kogemused selletemaliste teenuste pakkumisel on olnud alles viimaste aastate jooksul. Kui pidada sotsiaalse auditi all silmas aruande auditeerimist, siis on Eestis seni olnud vaid üks ettevõtte, kes on lasknud oma aruannet auditeerida. Tavaliselt nad aitavad ettevõttel seda tüüpi aruannet koostada ja arendada vastavalt kehtivatele standarditele. Eestis

Lisa 15 järg. Intervjuu BIG4 esindajaga

ei ole selliseid kliente seni veel eriti palju olnud, samas on see maailmas kasvav trend. Kliendid, kellele nad sotsiaalse auditi teenust pakkuda saaksid, on eelkõige avaliku huvi üksused, riigiettevõtted ja börsiettevõtted.

Millistes majandusharudes need ettevõtted tegutsevad?

Olenevalt sellest, mida pidada sotsiaalseks auditiks, on ka vastus erinev. Kitsamalt võttes on reaalseid näiteid Eestis veel vähe selleks, et tuua välja mustrit. Sotsiaalset auditit laiemalt võttes on sihtgrupiks peamiselt tootmisettevõtted, ettevõtted, mis teevad palju koostööd tarneahela partneritega ja need firmad, millede tegevus on suunatud ekspordile.

Millistest standarditest lähtute sotsiaalse auditi läbiviimisel? Milliseid standardeid kasutavad Teie kliendid sotsiaalse vastutuse aruandluse koostamisel? Millist standardit kasutatakse kõige rohkem?

Nemad ja nende kliendid kasutavad kõige rohkem Globaalne Aruandlusalgatuse standardeid (GRI), Aruandluse Kindluse Standardeid AA1000, Euroopa Rekonstrueerimise Panga poolt väljapakutud standardeid, Keskkonna standardeid ISO 14001, Töötervishoiu ja tööohutuse juhtimise standardit OHSAS 18000

Millised on peamised ja sageli esinevad riskivaldkonnad Teie klientidel?

Peamised riskivaldkonnad on tavaliselt alljärgnevad:

- kliendi sotsiaalne tegevus ei ole üldise äristrateegiaga seotud;
- töötervishoiuohud;
- heade töötajate leidmine on läbiv väljakutse, lisaks on personalijuhtimine riskivaldkond väikestes ettevõtetes;
- kogukonnale suunatud heategevus ja toetus ning avatud suhtlus kogukonnaga, siin on audiitori väitel ka teatud kitsaskohad.

Kes Teie ettevõttes sellist teenust osutab? Kust nad on vastavad teadmised saanud? Kas on osalenud koolitustel? Seminaridel? Kas on õppinud seda ülikoolis?

Selle teenusega tegelevad kõigepealt ärinõustajad (vajadusel koostöös audiitoritega), kes on osalenud erinevatel Eestis korraldatud koolitustel ning saanud veebipõhist õpet. Nemad kasutavad enda ettevõtte rahvusvaheliselt kättesaadavat metoodikat, mida saab leida ettevõtte võrgustikust. Üle kogu maailma osutavad seda teenust nende ettevõtte ekspertide meeskonnad

Lisa 15 järg. Intervjuu BIG4 esindajaga

ning neil on olemas omad välja töötatud metoodikad, mida saavad kasutada ka teistes riikides asuvad kolleegid. Lisaks viiakse läbi ka täiendkursuseid välisriikides. Seega omandavad nad teadmisi erinevatest allikatest.

Kuidas olete endale kliente leidnud? Kas olete seda teenust klientidele ise pakkunud?

Kust teate, et klient vajab sellist teenust?

Trendi on lühikese praktika puhul keeruline välja tuua, ent tavaliselt küsib klient ise pakkumist ja näiteks ka kliendiga kohtumisel võib tekkida arusaam, et kliendil on vajadus selle teenuse saamiseks ning siis nad pakuvad kliendile seda teenust.

Mis arvate, kas sotsiaalsel auditil on tulevikku Eestis? Palun põhjendage oma arvamust.

Sotsiaalsel auditil on küll tulevikku Eestis ja sellel on tõusev trend, ning tema põhjendus on lihtne, et kaasaegses maailmas peame arvestama nende keskkonna tingimustega, kuhu püüdleme jõuda ja nende partnerite soovidega, kellega tahame äri teha. Kuna Eesti püüab teha rohkem rahvusvahelist äri kiiresti arenevate riikide turgudel (näiteks arenenud jõukad lääneriigid ja Põhjamaad, lisaks Aasia, Brasiilia jm), siis peavad Eesti ettevõtted arvestama oma koostööpartnerite tingimuste ja vajadustega, kuna nende jaoks on need sotsiaalsed probleemid väga olulise tähtsusega. Seetõttu peame suutma seda teenust pakkuda.

Mida võib riigi tasandil teha selleks, et kiirendada ja parendada sotsiaalse auditi arengut?

Lisaks kohustusele võib riik soodustada sotsiaalse vastutuse arendamist ning tulenevalt sellest tekib vajadus sotsiaalse auditi vastu. Riik peab näitama, et seda on kasulik teha ja siis ka ettevõtted hakkavad niimoodi mõtlema. Riik võib edendada sotsiaalset vastutust ning saab seda ka ise tellida. Riigi osalus võib olla väljendatud näiteks riigihangete kaudu. Näiteks selleks, et riigiasutus ostaks mingisugust teenust, peab teenust pakkuvat ettevõtet olema sotsiaalselt vastutustundlik. Teadlikkust võib tõsta ka poliitikute retoorika ja koolitusprogrammide toetamise kaudu. EAS'i toetuste jagamisel võib see punkt ka tingimustes olla, et toetus antakse ainult sotsiaalselt vastutustundlikule ettevõttele. Ülikoolid saavad samuti sotsiaalse auditi edendamisel aidata, näiteks võivad vastava õppeaine õppekavasse ja/või paralleelselt teistesse õppeainetesse sisse viia. Eesti Vabariik on maailmas tuntud kui e-riik, aga Eestil võib olla ka sotsiaalselt vastutustundliku riigi maine.

Lisa 16. Intervjuu Deloitte Audit Eesti AS'i esindajaga

Kuupäev ja kellaaeg: 07.12.2015 kl 16.00

Audiitorbüroo: Deloitte Audit Eesti AS

Audiitorbüroo esindaja: Veiko Hintsov

Aadress: Roosikrantsi 2, Tallinn

Kas ma võiksin Teie nime ja firmat oma magistritöös avalikustada?

Jah, võib küll.

Arvatavasti on Teie ettevõttes sotsiaalsest vastutusest ja sotsiaalsest auditist midagi kuulnud. Kus ja millal olete nende terminitega esmakordselt kokku puutunud?

Koolitustel ja on ka ise lugenud

Kuidas võiksite sotsiaalset auditit oma sõnadega kirjeldada?

Sotsiaalne audit on selline protsess, mille käigus üritatakse aru saada, kas ettevõtte või organisatsioon lähtub nendest põhimõtetest, mis olid kokku lepitud ehk kas sotsiaalselt vastutustundlik ettevõtte järgib neid põhimõtteid, mida on ta deklareerinud avalikkusele ning kas ta avalikustab kogu vajaliku informatsiooni.

Mida arvate, miks ja milleks on vaja sotsiaalset auditit teostada? Mis firmadele Te seda teenust soovitaksite?

Ta soovitab sotsiaalse auditi läbiviimist pigem riigi omanduses ja munitsipaalomandis olevatele firmadele ehk neile firmadele, kes on avaliku huvi üksused ning kasutavad riigi kodanike raha ning läbi selle pakuvad meile igasuguseid teenuseid. Sellised ettevõtted peavad kindlasti olema sotsiaalselt vastutustundlikud. Audiitor soovitas seda teenust firmadele, kes reostavad loodust ja kasutavad linna ruumi, looduskaitsealasid nii, et see mingil määral mõjutab inimeste käitumist

Millistele klientidele pakub Teie firma sotsiaalse auditi teenust? (Kas suurtele ettevõtetele, börsi- ja/või keskmise- ja väikese suurusega ettevõtetele? Riigiasutustele? SA-le? Palju sotsiaalse auditi kliente Teie ettevõttes on?)

Ta ei ole veel eriti seda tüüpi teenust pakkunud, kuid on olnud mingid väikesed projektid. Seda tüüpi teenust on nad valmis pakkuma avaliku huvi üksustele ja börsiettevõtetele ning lihtsalt nendele ettevõtetele, kelle jaoks on see oluline valdkond, et saaks kogukonnaga

Lisa 16 järg. Intervjuu Deloitte Audit Eesti AS'i esindajaga

sidustada. Detsembris on neile saabunud pakkumine osutada sellist teenust riigi omanduses olevale ettevõttele ning selleks moodustavad nad vastavate teadmistega meeskonna.

Millistes majandusharudes need ettevõtted tegutsevad?

Hetkel ei ole neil selliseid kliente Eestis, kuid üle maailma on neid palju

Millistest standarditest lähtute sotsiaalse auditi läbiviimisel? Milliseid standardeid kasutavad Teie kliendid sotsiaalse vastutuse aruandluse koostamisel? Millist standardit kasutatakse kõige rohkem?

Globaalse Aruandlusalgatuse standardeid

Millised on peamised ja sageli esinevad riskivaldkonnad Teie klientidel?

Audiitor ei osanud sellele küsimusele vastata, kuna ei oma veel suurt kogemust selles valdkonnas

Kes Teie ettevõttes sellist teenust osutab? Kust nad on vastavad teadmised saanud? Kas on osalenud koolitustel? Seminaridel? Kas on õppinud seda ülikoolis?

Nemad saavad teadmisi seminaridelt ja koolitustelt ning kooskõlastavad oma teadmisi firmasiseselt. Jagavad oma kolleegidega vastavaid teadmisi, protsesside kirjeldusi ja põhimõtteid. Nende ettevõttes on olemas asjakohased küsitlus-listid ja standardid, mida iga töötaja saab kasutada ning praktikas rakendada. Audiitori arvates peab sotsiaalse auditi läbiviimiseks moodustama pädeva meeskonna, kuhu võib kaasata erinevate teadmistega inimesi, näiteks finants-, audiitorluse ja juriidilise taustaga töötajaid.

Kuidas olete endale kliente leidnud? Kas olete seda teenust klientidele ise pakkunud?

Kust teate, et klient vajab sellist teenust?

Kliendi leidmiseks on neil 2 viisi. Esimene viis on selline, et kui on olemas gruppi kuuluv rahvusvaheline klient, siis tuleb see info teistes riikides töötavatelt kolleegidelt, et see vastav klient peab olema auditeeritud ning tema aruanne peab olema vastavuses kehtivate põhimõtetega. Teine viis on avatud kutsed, näiteks riigiettevõtete puhul. Mõningatel juhtudel küsivad kliendid ise seda teenust.

Lisa 16 järg. Intervjuu Deloitte Audit Eesti AS'i esindajaga

Mis arvate, kas sotsiaalsel auditil on tulevikku Eestis? Palun põhjendage oma arvamust.

Kindlasti on sotsiaalsel auditil tulevikku Eestis, kuid see teenus on tõenäoliselt väikesemahuline. Sotsiaalne audit ei ole nõu laiatarbekaup, vaid on mõeldud pigem konkreetsete ettevõtete jaoks. Sotsiaalse auditi populaarsus aina kasvab, kuna sellest hakati rohkem rääkima. Ettevõtte sotsiaalne vastutus on nii globaalse ettevõtte kui ka riigiettevõtete teema, mis näitab nende ettevõtete suhtumist keskkonnavalastesse ja sotsiaalsetesse probleemidesse. Riigiettevõtete puhul näitab see riigi suhtumist oma rahvasse, riik peab eeskuju näitama.

Mida võib riigi tasandil teha selleks, et kiirendada ja parendada sotsiaalse auditi arengut?

Riik peab tegema sotsiaalse auditi kohustuslikuks teenuseks ning tema arvates, varem või hiljem see nii ka juhtub. Sotsiaalsest auditist tuleb rohkem rääkida nii foorumitel kui ka infopäevadel, koolitustel.

Lisa 17. Eesti ettevõtted, mis on esitatud Tallinna börsil

- Arco Vara,
- Baltika,
- Ekspress Grupp,
- Harju Elekter,
- Merko Ehitus,
- Nordecon,
- Olympic Entertainment Group,
- PRFoods,
- Silvano Fashion Group,
- Skano Group,
- Tallink Grupp,
- Tallinna Kaubamaja Grupp,
- Tallinna Vesi,
- Pro Kapital Grupp,
- Trigon Property Development,
- Linda Nektar.

Allikas: Tallinna Nasdaq ...

Lisa 18. Börsiettevõtetele saadetud küsimustik

Sotsiaalne audit (firmad)

Vormi kirjeldus

Millist firmat esindate?*

Kes Te olete?*

- Firma tegevjuht
- Pearaamatupidaja/Finantsjuht
- Personalijuht
- Muu:

Kas olete sotsiaalsest vastutusest midagi kuulnud?*

- ei ole üldse kuulnud
- midagi olen kuulnud
- jah, olen kuulnud ja tean, mida see termin tähendab

Kas olete sotsiaalsest auditist midagi kuulnud?*

- ei ole üldse kuulnud
- midagi olen kuulnud
- jah, olen kuulnud ja tean, mida see termin tähendab

Milliste sõnadega assotsieerub sotsiaalne audit? (mitu vastust)*

- mõõtmise ja aruandluse protsess
- organisatsiooni tegevuse parendamine
- sotsiaalsed partnerid
- huvigrupid
- organisatsiooni legitiimsus
- Muu:

Lisa 18 järg. Börsiettevõtetele saadetud küsimustik

Mis arvate, milleks võib sotsiaalse auditi teenust osta? (mitu vastust). Selleks, et*

- analüüsida organisatsiooni suhteid huvigruppidega
- hinnata ettevõtte tegevuse mõjusust, tõhusust ja väärtust erinevate huvigruppide jaoks
- suurendada osapoolte/huvigruppide lojaalsust ja sidustatust
- parendada otsustusprotsesse
- teha kindlaks, kuivõrd oma tegevuses järgitakse avalikult deklareeritud väärtusi
- arvestada tulevikus tekkida võivate probleemidega juba strateegilise planeerimise faasis
- suurendada läbipaistvust oluliste huvigruppide jaoks
- Muu:

Kas Teie firma ostab sotsiaalse auditi teenust?*

- Jah
- Ei

Kui ei osteta sotsiaalse auditi teenust

Miks Teie firma ei osta sotsiaalse auditi teenust?*

- ei ole sellist vajadust
- vajadus on, kuid ei tea, kes seda teenust pakub
- vajadus on, kuid teenus on liiga kallis
- Muu:

Kas Te tahaksite seda teenust tulevikus osta?*

- ei taha
- võib-olla
- jah

Kui soovitakse sotsiaalse auditi teenust tulevikus osta

Mis arvate, kas sotsiaalsel auditil on tulevikku Eestis?*

Lisa 18 järg. Börsiettevõtetele saadetud küsimustik

Kui ei soovi tulevikus sotsiaalse auditi teenust osta

Miks Te ei taha seda teenust tulevikus osta?*

- Ei ole rahalist ressursi
- Ei ole kompetentseid audiitorbüroosid
- Sotsiaalne audit ei paku huvi
- Muu:

Mis arvate, kas sotsiaalsel audital on tulevikku Eestis?*

Kui ostetatakse sotsiaalse auditi teenust

Kuidas leidsite sotsiaalse auditi pakkuva audiitorbüroo?*

- Olete võtnud ühendust Eestis tegutsevate audiitorbüroodega
- Sotsiaalse auditi teenust pakkus finantsauditi teenust osutav audiitor
- Muu:

Kui kaua olete seda teenust ostnud?*

Kas olete oma sotsiaalse auditi teenust pakkuva audiitorbürooga rahul?*

Miks Te sotsiaalse auditi teenust ostate? (mitu vastust). Selleks et ...*

- saada teada, mis toimub ja milline on asjade seis
- mõista, mida inimesed mõtlevad ja vajavad
- suurendada osapoolte lojaalsust ja sidustatust
- parendada otsustusprotsesse
- parendada kogu organisatsiooni toimimist ja tulemusi
- Muu:

Mis arvate, kas sotsiaalsel audital on tulevikku Eestis?*

Lisa 19. Vastus küsimusele “Kas olete sotsiaalsest vastutusest midagi kuulnud?”

Vastus	Vastajate arv	Osakaal
jah, olen kuulnud ja tean, mida see termin tähendab	4	80%
midagi olen kuulnud	1	20%

Allikas: Autori koostatud

Lisa 20. Vastus küsimusele “Kas olete sotsiaalsest auditist midagi kuulnud?”

Vastus	Vastajate arv	Osakaal
midagi olen kuulnud	3	60%
jah, olen kuulnud ja tean, mida see termin tähendab	1	20%
ei ole üldse kuulnud	1	20%

Allikas: Autori koostatud

Lisa 21. Vastus küsimusele “Milliste sõnadega assotsieerub sotsiaalne audit? (mitu vastust)”

Vastus	Vastajate arv	Osakaal
mõõtmise ja aruandluse protsess	4	25%
organisatsiooni tegevuse parendamine	4	25%
huvigrupid	3	19%
sotsiaalsed partnerid	3	19%
organisatsiooni legitiimsus	2	12%

Allikas: Autori koostatud

Lisa 22. Vastus küsimusele “Mis arvate, milleks võib sotsiaalse auditi teenust osta? (mitu vastust). Selleks, et”

Vastus	Vastajate arv	Osakaal
analüüsida organisatsiooni suhteid huvigruppidega	2	10%
parendada otsustusprotsesse	2	10%
teha kindlaks, kuid võrd oma tegevuses järgitakse avalikult deklareeritud väärtusi	5	27%
hinnata ettevõtte tegevuse mõjusust, tõhusust ja väärtust erinevate huvigruppide jaoks	3	16%
arvestada tulevikus tekkida võivate probleemidega juba strateegilise planeerimise faasis	3	16%
suurendada läbipaistvust oluliste huvigruppide jaoks	3	16%
suurendada osapoolte/huvigruppide lojaalsust ja sidustatust	1	5%

Allikas: Autori koostatud

Lisa 23. Vastus küsimusele “Kas Te tahaksite seda teenust tulevikus osta?”

Vastus	Vastajate arv	Osakaal
võib-olla	3	60%
ei taha	1	20%
jah	1	20%

Allikas: Autori koostatud