

**VILNIAUS UNIVERSITETO
KAUNO HUMANITARINIO FAKULTETO**

VERSLO EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

Tarptautinio verslo studijų programa

Kodas 62403S113

RASA SAULYTĖ

MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS

ĮMONIŲ SOCIALINĖ ATSAKOMYBĖ LIETUVOJE

Kaunas 2009

**VILNIAUS UNIVERSITETO
KAUNO HUMANITARINIO FAKULTETO**

VERSLO EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

RASA SAULYTĖ

MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS

ĮMONIŲ SOCIALINĖ ATSAKOMYBĖ LIETUVOJE

Darbo vadovas _____
(parašas)
_prof. Dalia Štreimikienė_____
(darbo vadovo mokslo laipsnis,
mokslo pedagoginis vardas,
vardas ir pavardė)

Magistrantas _____
(parašas)
Darbo įteikimo data _____
Registracijos Nr. _____

Kaunas 2009

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė. Įmonių socialinės atsakomybės teorijų palyginimas	14
2 lentelė 3P.....	20
3 lentelė Galimybių vertinimo modelis.....	23
4 lentelė ĮSA įmonės	26
5 lentelė Nacionalinio atsakingo verslo apdovanojimo kriterijai	35
6 lentelė Darbuotojų motyvavimo priemonės	49
7 lentelė Aplinkos apsaugos priemonės	52
8 lentelė ĮSA privalumai	57
9 lentelė Jungimosi prie ĮSA tinklo priežastys	58
10 lentelė Jungimosi prie ĮSA tinklo paskatos.....	61
11 lentelė ĮSA privalumai	62
12 lentelė ĮSA plėtros kliūtys.....	65
13 lentelė ĮSA skatinančios priemonės	65

TURINYS

LENTELIŲ SĄRAŠAS	3
ĮVADAS	5
1. ĮMONIŲ SOCIALINĖ ATSAKOMYBĖ.....	8
1.1. Įmonių socialinės atsakomybės koncepcija	8
1.2. Pasaulinis susitarimas	10
1.3. Ekonomikos teorijų požiūriai į socialiai atsakingą verslą.....	12
1.4. Argumentai „už“ ir „prieš“ įmonių socialinę atsakomybę.....	16
1.5. Kodėl reikalinga įmonių socialinė atsakomybė?	19
1.6. Modelis	23
2.ĮMONIŲ SOCIALINĖ ATSAKOMYBĖ LIETUVOJE	25
2.1. Istorinė įmonių socialinės atsakomybės raida Lietuvoje	25
2.2. Atlikti projektai ir tyrimai	27
2.3. ĮSA sklaidos galimybės ir grėsmės - Lietuvos Respublikos teisinė bazė	29
2.4. Nacionalinis atsakingo verslo apdovanojimas	33
2.5. Valstybės politika.....	36
2.6. Verslo politika.....	39
3. ĮMONIŲ SOCIALINĖS ATSAKOMYBĖS SKLAIDOS YPATYBĖS	43
3.1. Tyrimo metodika.....	43
3.2. Lietuvos gyventojų nuomonių apklausos duomenys	45
3.3. Ekspertų nuomonių apklausos duomenys	60
IŠVADOS	67
REKOMENDACIJOS	69
SUMMARY	71
LITERATŪRA	73
PRIEDAI.....	77
Anketa įmonių darbuotojams ir vadovams (pavizdys)	77
Anketa ekspertams (pavizdys)	84

IVADAS

Įmonių socialinės atsakomybės idėja grindžiama tarptautine iniciatyva – Jungtinių Tautų generalinis sekretorius Kofi Annanas 1999 m. sausio 31 d. inicijavo Pasaulinį susitarimą (*Global Compact*), kuriuo verslo įmonės skatinamos vykdyti savo veiklą remiantis žmogaus teisių, darbuotojų teisių ir aplinkos apsaugos principais bei neprisidėti prie korupcijos paplitimo. Šio Pasaulinio susitarimo tikslas yra skatinti įmones veikti atsakingai: nedaryti žalos aplinkai, bendruomenei, kitiems verslams ir dalyvauti socialinių ir aplinkos apsaugos problemų sprendime, prisidėti prie visuomenės raidos ir ekonomikos augimo. Įmonės, priklausančios Pasauliniam susitarimui pasižymi aukštu konkurencingumo laipsniu - kas yra itin svarbu Lietuvos įmonėms ir organizacijoms, siekiančioms įsitvirtinti naujose rinkose.

Reikia pažymėti, kad Lietuvoje apie įmonių socialinę atsakomybę kol kas dar tik pradedama kalbėti. Į socialiai atsakingų įmonių sąrašą Lietuvoje kol kas tėra įtrauktos tik 57 įmonės ir organizacijos. Galbūt tokio menko susidomėjimo šiuo reiškiniu priežastis yra prastas visuomenės informuotumas. Šio reiškinio tematika atliktų tyrimų yra vos keletas: Vytautas Jusčius išnagrinėjo Verslo socialinės atsakomybės teorijų raidą; Vasiljevienė N. nagrinėjo etinius darnaus vystimosi aspektus ir jų ryšius su socialinėmis ir aplinkosauginėmis darnaus vystimosi dimensijomis; Štreimikienė D. nagrinėjo verslo etikos ir darnaus vystimosi įgyvendinimo problemas – tuo tarpu išsamus Lietuvos gyventojų (įmonių darbuotojų bei jų vadovų) bei ekonomikos ekspertų nuomonių tyrimas, nagrinėjimas ir sisteminimas nebuvo atliktas, dėl to manoma, kad būtų labai naudinga atlikti Lietuvos gyventojų bei ekonomikos ekspertų nuomonių apklausą Socialiai atsakingo verslo tema.

Šio mokslinio darbo objektas yra Įmonių socialinė atsakomybė.

Darbo tikslas yra įvertinti įmonių socialinės atsakomybės plėtros Lietuvoje teikiamą naudą bei perspektyvas.

Hipotezė Nr. 1: Lietuvos teisinė bazė nėra pakankamai išvystyta siekiant užtikrinti sklandžią Įmonių socialinės atsakomybės plėtrą.

Hipotezė Nr. 2: socialiai atsakingo verslo plėtrą Lietuvoje stabdo nepakankamas gyventojų informuotumas ir Socialinės verslo atsakomybės palaikymo visuomenėje trūkumas, o verslininkus stabdo menkas įsitikinimas, kad Socialinės verslo atsakomybės įdiegimas didina įmonės konkurencingumą.

Mokslinio darbo pagrindiniai uždaviniai:

- Išnagrinėti, susisteminti ir apibendrinti ekonomikos teorijų požiūrius į socialiai atsakingą verslą;
- Išnagrinėti Socialinės verslo atsakomybės skatinimo politiką Europos Sąjungoje ir Lietuvoje;
- Išnagrinėti socialiai atsakingoms įmonėms keliamus reikalavimus bei įvertinti jų paplitimą Lietuvoje bei kitose Europos Sąjungos šalyse;
- Vykdamas apklausą, išsiaiškinti, Lietuvos gyventojų požiūrį į Socialiai atsakingo verslo iniciatyvas;
- Ekspertų interviu pagalba išryškinti svarbiausias Socialinės verslo atsakomybės plėtros kliūtis Lietuvoje.

Moksliniam tyrimui atlikti ketinama panaudoti anketinės apklausos metodą. Anketa bus siunčiama elektroniniu paštu Lietuvos įmonių vadovams; taip pat bus apklausiami Lietuvos gyventojai. Ketinama apklausti ir 5 ekonominės srities ekspertus.

Metodai: mokslinės literatūros analizė, susistemimas ir apibendrinimas, palyginamoji analizė, anketinė apklausa ir ekspertų apklausa.

Ruošiant mokslinį darbą bus remiamasi vykdomais praktiniais socialiai atsakingo verslo tyrimais. Vienas iš jų yra „Estijoje, Latvijoje ir Lietuvoje įgyvendintas Europos komisijos inicijuotas projektas „Įmonių socialinės atsakomybės tendencijos tarp smulkių ir vidutinių įmonių Baltijos šalyse“. Taip pat bus analizuojamas projektas pavadinimu „Kokia įmonių nuomonė apie korporacinę socialinę atsakomybę?“, kuris yra dalis platesnės Pasaulio banko bandomosios programos „Gerinti sąlygas korporacinei socialinei atsakomybei Vidurio ir Rytų Europos šalyse“, kurią finansuoja Europos Komisijos Užimtumo generalinis direktoratas. 2007 m. LR Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos bei Jungtinių tautų vystymo programos užsakymu buvo atlikta LR teisinės bazės analizė, kurios rezultatais taip pat bus remiamasi šiame darbe. Taip pat bus vadovaujama pirmojo Lietuvoje regioninio projekto, pristatyto Jungtinių Tautų vystymo programos, skirto skatinti Įmonių socialinės atsakomybės (ISA) praktikos paplitimą naujose Europos Sąjungos šalyse ir šalyse kandidatėse, duomenimis bei išvadomis. Aktualiausios informacijos apie socialiai atsakingą verslą bus semiamasi iš specialiai šiai iniciatyvai propaguoti sukurtos internetinės svetainės.

Šis mokslinis darbas padėtų išsiaiškinti, kokios yra vangaus jungimosi prie Socialiai atsakingų įmonių grupės priežastys ir kokiomis priemonėmis galima būtų šią veiklą paskatinti, nes socialiai

atsakingas verslas suteiktų galimybę gerinti visuomenės sveikatingumą, saugoti aplinką, leistų užtikrinti pagarbą žmogaus teisėms, skaidrų ir humanišką verslą bei kitų socialiai atsakingo verslo bei viešųjų tikslų siekimą.

Pirmoje mokslinio darbo dalyje bus apibrėžta Socialinės verslo atsakomybės idėja, jos privalumai, galimi trūkumai, specifiniai bruožai bei ekonomikos teorijų požiūriai į socialiai atsakingą verslą. Antroje darbo dalyje bus nagrinėjama ĮSA ideologijos situacija Lietuvoje: skatinimo politika, trukdžiai, tikslai bei vizija ateičiai, taip pat Valstybės bei verslo atstovų politika ĮSA atžvilgiu. Trečioje darbo dalyje bus mėginama atsakyti į išsikeltus uždavinius: išsiaiškinti Lietuvos gyventojų požiūrį į ĮSA idėją, atlikti ekonominės srities ekspertų nuomonių apklausą Socialiai atsakingo verslo tema bei pateikti susistemintas išvadas.

Darbą sudaro penkios pagrindinės dalys - įvadas, teorinė dalis, analitinė dalis, rezultatų dalis bei išvados- taip pat santrauka anglų kalba, naudotos literatūros sąrašas bei priedai. Darbo apimtis – 87 puslapiai. Darbe pateikiami 53 literatūros šaltiniai bei du priedai (anketų pavyzdžiai).

1. ĮMONIŲ SOCIALINĖ ATSAKOMYBĖ

1.1. Įmonių socialinės atsakomybės koncepcija

„Įmonių socialinė atsakomybė – tai įmonių ideologija, politika bei praktika, atspindinti tokią įmonių elgseną, kai jos į savo veiklą savanoriškai įtraukia socialinius ir aplinkosaugos klausimus bei santykiuose su visais suinteresuotais visuomenės, verslo ir valdžios atstovais vadovaujasi pagarbos žmogui, visuomenei bei gamtai vertybiniais principais“¹

Įmonių socialinės atsakomybės koncepcijos dėka, atsižvelgiant į pačių įmonių ir jų vykdomo verslo daromą poveikį visuomenei bei aplinkai, formuojasi naujas visuomenės požiūris į tai, kokią verslo aplinką turėtų stengtis sukurti verslininkai bei kokioje verslo aplinkoje norėtų dirbti ir pilietinės visuomenės nariai. Labai svarbu yra siekti, kad įmonių vadovai stengtųsi ne tik uždirbti kuo didesnius pelnus, nekreipdami dėmesio į savo darbuotojų, tiekėjų, klientų, vietos bendruomenės ar verslo partnerių poreikius ir interesus, bet taip pat rūpintųsi natūralia aplinka ir visos visuomenės gerove, nes visuomenė, kurioje vykdomas verslas ir pats verslas yra tarpiai susiję priklausomybės ryšiais. Verslo atstovų, pilietinės visuomenės narių ir vyriausybės pagrindinis tikslas ir yra užtikrinti darną bei harmoniją tarp ūkio subjektų ir plačiosios visuomenės.

Įmonių socialinės atsakomybės idėjas įgyvendina pačios įvairiausios įmonės, nepriklausomai nuo to, kokiai ūkio ar verslo šakai jos priklauso, kokia veikla užsiima ar kokio dydžio kapitalu disponuoja.

Projekto *Įmonių socialinė atsakomybė / Aktualūs socialinės politikos klausimai (parengta Darbo ir socialinių tyrimų instituto, Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos bei Lietuvos Respublikos trišalės tarybos, 2006)* duomenimis, įmonės įgyvendinama socialinė atsakomybė gali liesti tokias sferas:

- personalo mokymosi skatinimas;
- darbuotojų (šeimų) laisvalaikio organizavimas, sveikos gyvensenos propagavimas;
- kartų solidarumo didinimas;
- psichologinio klimato darbe gerinimas;
- lygių galimybių plėtra;
- darbuotojų šeimų gerovės tobulinimas;

¹ Lietuvos Respublikos Socialinės apsaugos ir darbo ministerija [interaktyvi duomenų bazė; žiūrėta 2008 m. sausio 15 d.]

- aplinkos apsauga;
- skaidraus verslo skatinimas.

Specialiai socialiai atsakingo verslo iniciatyvai skatinti sukurtoje internetinėje svetainėje [ww.atsakingasverslas.lt] pateikiamos šios sritys idėjos plėtojimui:

ISA darbo vietoje

- saugios ir sveikos darbo vietos darbuotojams, darbuotojų sąmoningumo šioje srityje skatinimas.
- pagarba žmogaus teisėms ir jų apsauga darbo vietoje, lygių darbo sąlygų sudarymas įvairių socialinių grupių atstovams.
- galimybės darbuotojams mokytis visą gyvenimą, tobulėti ir tobulinti kitus sudarymas.

ISA bendruomenėje

- išsiklausymas į vietinės bendruomenės poreikius, bendruomenės ir įmonės interesų derinimas abipusiai palankiu būdu.
- filantropija ir savanoriškas dalyvavimas bendruomenės ir visuomenės veikloje bei iniciatyvose.
- jaunimo įsitraukimo į verslą ir profesinę veiklą skatinimas, žinių perdavimas ir praktikos galimybių sudarymas.

ISA aplinkoje

- efektyvus ir atsakingas išteklių (energijos, gamybos medžiagų ir pan.) naudojimas įmonės veikloje.
- aplinkos saugojimas ir apleistų teritorijų atgaivinimas plėtojant veiklą.
- "žalių" produktų (tinkamų perdirbti, sunaudojančių mažiau išteklių gamybos procese, skatinančių taupesnę energijos ir kitų išteklių naudojimą) kūrimas ir gamyba.

ISA rinkoje

- pareigingi (nevėluojantys) mokėjimai pagal gaunamas sąskaitas.
- socialiai atsakinga rinkodara, nepiktinaudžiaujanti atskirų socialinių grupių silpnybėmis.
- atsižvelgimas į specialius atskirų grupių (žmonių su negalia, jaunimo, nėščiąjų) poreikius.

Atsakomybę už mūsų ateitį dalinasi verslas, vyriausybės ir visuomenė, tačiau šiame laikmetyje, kuomet verslas yra įgijęs daugiausia galią, verslo socialinė atsakomybė yra nukreipti savo išteklius ir sugebėjimus link darnios simbiozės tarp ekonomikos, ekologijos ir darnios visuomenės atkūrimo. Darnaus vystimosi koncepcija įpareigoja ir privatų sektorių keisti įprastą elgesį. *Įmonių socialinė atsakomybė (ISA)* yra darnaus vystimosi principų praktinis taikymas savo veikloje. *Įmonių socialinės atsakomybės* koncepcija yra plataus spektro procesas, apimantis visą produkto/paslaugos gamybos/kūrimo ciklą ir su tuo susijusios aplinkosauginius, socialinius, finansinius bei etinius aspektus. Taip pat ISA galima vertinti kaip etiškumo, tvarumo ir atsakingumo principų taikymą verslo procesuose:

- *Etiškumas* - vizija, tikslai, vertybės, organizacinė struktūra, elgesys ir kultūra;
- *Tvarumas* – verslo procesai, tiekimo grandinė, gamyba, produkto dizainas ir distribucija;
- *Atsakingumas* – santykiai su įvairiomis suinteresuotomis grupėmis: valdžia, darbuotojais, klientais, tiekėjais ir visuomene.²

1.2. Pasaulinis susitarimas

Įmonių socialinės atsakomybės idėja grindžiama tarptautine iniciatyva – Jungtinių Tautų generalinis sekretorius Kofi Annanas 1999 m. sausio 31 d. inicijavo Pasaulinį susitarimą (*Global Compact*), kuriuo verslo įmonės skatinamos vykdyti savo veiklą remiantis žmogaus teisių, darbuotojų teisių ir aplinkos apsaugos principais bei neprisidėti prie korupcijos paplitimo. Šio Pasaulinio susitarimo tikslas yra skatinti įmones veikti atsakingai: nedaryti žalos aplinkai, bendruomenei, kitiems verslams ir dalyvauti socialinių ir aplinkos apsaugos problemų sprendime, prisidėti prie visuomenės raidos ir ekonomikos augimo. Įmonės, priklausančios Pasauliniam susitarimui gali pasigirti aukštu konkurencingumo laipsniu - kas yra itin svarbu Lietuvos įmonėms ir organizacijoms, siekiančioms įsitvirtinti naujose rinkose.³

Lietuvos socialinės ministerijos kuruojamame tinklalapyje teigiama, kad Pasaulinis susitarimas – tai didžiausia savanoriška įmonių / korporacijų socialinės atsakomybės iniciatyva, siekianti dviejų pagrindinių tikslų:

1. Padėti įmonėms įdiegti Pasaulinio susitarimo principus į įmonės verslo strategiją;
2. Skatinti bendradarbiavimą ir partnerystę tarp įvairių sektorių, valstybėje ir už jos ribų, siekiant universalių pasaulio plėtros tikslų.

² KLEINAITĖ Indrė, *Atsakingo verslo praktika*, 2007.

³ Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministro aiškinamasis raštas: *Dėl Lietuvos Respublikos socialinių iniciatyvų skatinimo įstatymo*, 2007, Vilnius.

Pasaulinis susitarimas remiasi žmogaus teisių, darbo jėgos ir aplinkosaugos principais, įtvirtintais šiuose tarptautiniuose dokumentuose:

- Visuotinė žmogaus teisių deklaracija;
- Tarptautinės darbo organizacijos deklaracija dėl pagrindinių principų ir teisių darbe;
- Rio de Ženeiro deklaracija dėl aplinkosaugos ir plėtros;
- Jungtinių Tautų konvencija prieš korupciją.

Pasaulinis susitarimas įtvirtino dešimt esminių principų:

Žmogaus teisės

1 principas	Siekama, kad verslo organizacijos remtų ir gerbtų tarptautinę žmogaus teisių apsaugą savo įtakos srityje;
2 principas	Užtikrintų, kad jos pačios neprisidėtų prie žmogaus teisių pažeidinėjimo.

Darbo jėga

3 principas	Siekama, kad verslo organizacijos paremtų asociacijų laisvę ir pripažintų teisę į veiksmingas bendras derybas;
4 principas	Bet kokios formos privalomojo ar priverstinio darbo eliminavimas;
5 principas	Vaikų darbo panaikinimas;
6 principas	Diskriminacijos, susijusios su įdarbinimu ir profesija, panaikinimas.

Aplinkos apsauga

7 principas	Siekama, kad verslo organizacijos paremtų prevencines programas, užtikrinančias aplinkos apsaugą;
8 principas	Imtųsi iniciatyvų aplinkosaugos atsakomybei didinti;
9 principas	Skatintų aplinkai palankių technologijų vystimąsi ir platinimą.

Kova su korupcija

10 principas	Verslo organizacijos turi kovoti prieš visas korupcijos formas (tarp jų ir papirkinėjimą bei kyšininkavimą)
--------------	---

Informacijos šaltinis: Jungtinių Tautų vystymo programa Lietuvoje

Dalyvavimas Pasauliniame susitarime įmonei ar organizacijai gali būti naudingas, nes:

- Padeda gerinti rizikos valdymą įmonėje ar organizacijoje ir parengti išankstinius veiksmų planus galimoms kritinėms situacijoms;

- Buvimas Pasaulinio susitarimo nariu patvirtina, kad įmonė pripažįstama socialiai atsakinga pasauliniu mastu - tai itin svarus konkurencingumo rodiklis, ypač naudingas Lietuvos įmonėms siekiant įsitvirtinti naujose rinkose;
- Gerina organizacijos įvaizdį/prekės ženklo vadybą, darbuotojų moralę/lojalumą ir produktyvumą, veiklos efektyvumą;
- Suteikia verslo įmonėms ir organizacijoms galimybę keistis patirtimi, žiniomis ir inovacijomis apie aktualias verslui problemas;
- Padeda formuoti praktinius sprendimus globalizacijos ir darnaus vystimosi problemoms spręsti;
- Suteikia galimybę gauti iš Jungtinių Tautų informaciją ir žinias apie plėtros procesus ir jų poveikį pasaulio ekonomikai;
- Patvirtina, kad šios įmonės yra lyderiai, nes remia visuotinius principus ir atsakingo verslo idėjas.⁴

1.3. Ekonomikos teorijų požiūriai į socialiai atsakingą verslą

Teoriškai *Įmonių socialinės atsakomybės idėja* pradėjo skliti XX amžiaus antroje pusėje, tačiau mokslininkai teigia, kad Įmonių socialinės atsakomybės klausimas keliamas jau anglų klasikinės politinės ekonomijos atstovų darbuose. Šiuos pirmuosius klasikinės politinės ekonomijos atstovus galima vadinti verslo socialinės atsakomybės *modernių modelių pradininkais*.

XX amžiaus įmonių socialinės atsakomybės teorijos

XX amžiuje verslo ir visuomenės santykiai tam tikrais aspektais buvo tyrinėjami daugelio vyraujančių ekonominės teorijos krypčių atstovų darbuose. Suprantama, kad neoklasikinės pakraipos ekonomikos teorijų šalininkai akcentavo tradicinius šių santykių bruožus. Jų manymu, socialinė veikla – valstybės prerogatyva. „Valstybės veiklos sritis nėra verslas, savo ruožtu verslas neturi kištis į valstybės veiklą“ (Levitt, 1958). (JUŠČIUS Vytautas, 2007).

Neoklasikinės pakraipos ekonomikos teorijų autoriai buvo nusiteikę gana priešiška *Įmonių socialinės atsakomybės atžvilgiu*. Jų sukurta *agentavimo teorija* pabrėžė, kad lėšų investavimas socialinės atsakomybės kūrimui yra pinigų švaistymas. *Agentavimo* teorijos propaguotojai buvo įsitikinę, kad *ĮSA* išleidžiamos lėšos daug naudingiau gali būti panaudotos pridėtinei vertei kurti įmonėje arba turi

⁴ Darbo ir socialinių tyrimų institutas, Socialinės apsaugos ir darbo ministerija, Lietuvos respublikos trišalė taryba, *Įmonių socialinė atsakomybė*, 2006, Vilnius.

būti gražinamos akcininkams. Jų nuomone, ĮSA programos naudingos tik samdomiems įmonių vadovams, siekiantiems karjeros ar kitų asmeninių tikslų (Friedman, 1970).

Suinteresuotųjų grupių teorijos modifikacijos

Svarbiu ĮSA tyrinėjimo etapu tapo suinteresuotųjų grupių (Stakeholders) teorijos paplitimas ir raida. Šią teoriją pateikė R. Freemanas. Jis modifikavo tradicinį korporacijos „įėjimo-išėjimo“ modelį, kuris pripažino tik keturias dalyvių grupes, tiesiogiai siejamas su įmonės veikla: investuotojus, samdomus darbuotojus, tiekėjus ir vartotojus ir priskyrė šiam sąrašui dar ir vyriausybės institucijas, politines grupuotes, profesines sąjungas bei jų susivienijimus, gamtosaugos, žmogaus ir vartotojų teisių gynėjus, gyventojų bendruomenes ir kitas suinteresuotas grupes. (JUŠČIUS Vytautas, 2007).

Suinteresuotųjų grupių teorijos šalininkai pripažino *Įmonių socialinės atsakomybės* svarbą ir būtinumą skirti šiai iniciatyvai dalį įmonės lėšų, nes ilgame laikotarpyje jos atsiperka ir daro teigiamą įtaką įmonės veiklos rezultatams.

Identifikuoti suinteresuotąsias grupes bei nustatyti jų įtakos svarbą įmonės veiklai nėra paprasta. R. Michellas, B. Agle'as ir D. Woodas pasiūlė trijų principų suinteresuotųjų grupių įvertinimo modelį:

- *galios principas*: kokią galią konkreči suinteresuotoji grupė turi (arba gali ją įgyti) įgyvendindama savo siekius paveikti įmonę?
- *teisėtumo principas*: ar šios grupės veiksmai yra teisėti ir ar jie yra visuomenės pageidaujami, atitinkantys jos pripažintas normas, vertybes ir ribojimus?
- *skubos principas*: kaip skubiai reikia reaguoti á suinteresuotosios grupės keliamą problemą?(Michell, Agle, Wood, 1997).

T. Jonesas įrodinėjo, kad korporacijų socialinė veikla rodo jos bandymus su suinteresuotosiomis grupėmis sukurti bendradarbiavimo ir pasitikėjimo santykius, kurie turi pozityvią įtaką įmonės finansinės veiklos rodikliams (Jones, 1995).

L. Donaldsonas ir J. Davisas *valdymo (Stewardship) teorijoje* skelbė, kad įmonių vadovų moralinė pareiga yra elgtis padoriai ir atsakingai, neatsižvelgiant į finansinį jų sprendimų tikslingumą (Donaldson, Davis, 1991). Kiek vėliau T. Donaldsonas ir L. Prestonas, akcentuodami moralinius ir etinius verslo socialinės atsakomybės aspektus, pateikė *normatyvinę suinteresuotųjų grupių identifikavimo teoriją*, kurioje suformulavo „moralines ir filosofines korporacijų vadovų veiklos gaires“ (Donaldson, Pieston, 1995). Jie taip pat pasiūlė *deskriptyviają suinteresuotųjų grupių iškilumo*

teorija, kurioje analizavo, kokiomis sąlygomis partneriai iš įmonės aplinkos gali būti traktuojami kaip suinteresuotoji grupė. (JUŠČIUS Vytautas, 2007).

Suinteresuotųjų grupių teorija sulaukė ir nemažai kritikos. Ją kritikavo O. Williamsonas, teigdamas, kad kai įmonių vadovai perdėm rūpinasi suinteresuotųjų grupių interesais, tai iškraipo tiesioginį akcininkų (savininkų) ir samdomųjų vadovų ryšį. Ekonomistas O. Williamsonas sukūrė *transakcijos kaštų ekonominę teoriją*.

Įmonių socialinė atsakomybė išteklių požiūrio teorijoje

Įmonių socialinės atsakomybės analizė yra glaudžiai susijusi su įmonių strateginio valdymo klausimais. Tai galima pastebėti gana populiariame *įmonės išteklių požiūrio teorijos (resource based-view) modelyje*, kurio pradininku laikomas E. Penrose'as. Autorius teigia, kad kiekviena įmonė turi tam tikrą specifinį išteklių ir kompetencijų rinkinį. Jei šie ištekliai ir gebėjimai yra išties vertingi, unikalūs, reti ir nepakeičiami, jie tampa išskirtiniais konkurenciniais pranašumais. Todėl dėsninga, kad pirmieji išteklių požiūrio teorijos modelį įmonės socialinės atsakomybės tyrimams pritaikė mokslininkai, besirūpinantys gamtosauga. Buvo nustatyta, kad įmonės, dalyvaujančios socialinės atsakomybės programose, sėkmingiau įgyvendina savo strateginius siekius. Dėl to į socialinės atsakomybės sąnaudas įmonių vadovai linkę žiūrėti kaip į investiciją, duodančią kompanijai investicinės naudos (JUŠČIUS Vytautas, 2007).

Įmonių socialinės atsakomybės teorijų palyginimas pateikiamas Docento socialinių mokslų daktaro Vytauto Jusčiaus sudarytoje lentelėje.

1 lentelė. Įmonių socialinės atsakomybės teorijų palyginimas

1 lentelė. Įmonių socialinės atsakomybės teorijų palyginimas

Teorijos pavadinimas	Požiūris į ĮSA	ĮSA svarbos laipsnis	Požiūris į ĮSA kaštus	ĮSA tikslai	ĮSA motyvai	Pagrindiniai argumentai
Agentavimo teorija	Kategoriškai neigiamas	Nesvarbi	Įmonės išteklių švaistymas	Už verslo interesų ribų	Ne ekonominiai	Versle turi būti paisoma tik akcininkų interesų
Suinteresuotųjų grupių teorija	Teigiamas	Būtina	Pateisinami ilgu laikotarpiu	Pašalinti arba sumažinti suinteresuotųjų grupių pasipriešinimą	Veiklos veiksmingumo didinimas	Ilgą laikotarpį turi teigiamą įtaką įmonių finansiniams rezultatams
Atsakingo valdymo teorija	Teigiamas	Labai svarbi	Neišvengiami	Socialiniai-etiniai	Moraliniai	Vadovai privalo elgtis moraliai neatsižvelgdami į finansinę naudą
Transakcijos kaštų teorija	Sąlygiškai teigiamas	Abejotina	Tik iš dalies pateisinami	Socialiniai, tiesiogiai nesusiję su verslo tikslais	Tik iš dalies gali būti ekonominiai	Griaua privačios nuosavybės teisės, skatina tikrosios verslo atsakomybės eroziją
Išteklių teorija	Labai teigiamas	Svarba didėja	Būtinai	Ekonominių ir socialinių tikslų derinimas	Darni raida	Koreliacija tarp ĮSA kaštų ir ilgalaikio įmonės ekonominio efektyvumo

Šaltinis: Sudaryta autoriaus

Pasak Vytauto Jusčiaus verslo socialinės atsakomybės teorijų raida ir jų kritika atskleidė svarbius šiuolaikinio verslo ir visuomenės santykių bruožus:

- Vis labiau ryškėja, kad šiuolaikinių korporacijų plėtra turi ne tik teigiamų, bet ir neigiamų socialinių padarinių, keliančių vis didėjančią įvairių visuomenės grupių susirūpinimą. Verslo sukurtos socialinės problemos akivaizdžiai paaštrėjo dabartiniame ekonomikos internacionalizacijos (globalizacijos) etape.
- Visuomenės spaudimas įmonėms pripažinti neigiamus veiklos padarinius ir dalyvauti švelninant ar net šalinant neigiamą veiklos poveikį matyti ne tik iš įmonių vadovų praktinių sprendimų, bet ir kuriant naujus įmonės elgsenos teorinius modelius.
- Tokie modeliai buvo kuriami modifikuojant paplitusias verslo teorijas ir integruojant į jas ne tik ekonomikos ir valdymo, bet ir kitų socialinių mokslų (sociologijos, etikos, politologijos) modernių koncepcijų elementus. Dėl to naujieji teorijų variantai išsiskiria eklektiškumu ir juos sunku pagrįsti empiriniais tyrimais.
- Objektyvus verslo įmonių ir jų aplinkos interesų prieštarumas neišvengiamai lėmė skirtingą požiūrį į socialinių problemų sprendimo būdus ir metodus. Grupių, esančių už įmonės ribų,

didėjanti įtaka lėmė suinteresuotųjų grupių bei išteklių požiūrio teorijų paplitimą ir jų nuolatinį kitimą. Minėtų teorijų modifikavimas rodė verslo ir jo aplinkos prieštaravimų sprendimo paieškas.

- Ekonomikos mokslo srityje ĮSA modeliai buvo plėtojami neoklasikinės ir institucinės teorijų rėmuose. Pastaraisiais dešimtmečiais ryškiausias transformacijas patyrė neoklasikinis firmos modelis, kurio naujausios traktuotės pateisina socialinės atsakomybės kaštus kaip būtiną investiciją.
- Lietuvoje verslo socialinė atsakomybė dažniausiai tiriama žmoniškųjų išteklių teorijos kontekste. Empiriniai tyrimai šioje srityje tik pradedami.

Apibendrinant galima būtų pasakyti, kad nepaisant to, kas skirtingos ekonomikos teorijos turi savitą požiūrį į *Įmonių socialinės atsakomybės idėją*, jos privalumus ar trūkumus, visgi visi be išimties ekonomistai, istorikai ar verslo sandorių dalyviai vertina atsakingumą, sąžiningumą, nuoširdumą ir galimybę pasitikėti, o tai ir yra esminiai ir pagrindiniai sėkmingų verslo ryšių elementai, kuriuos palaiko ir skatina *Įmonių socialinė atsakomybė*. Visi tie verslo sandorių dalyviai, kurie pasižymi aukštomis moralinėmis savybėmis, sulaukia lygiai tokio pat etiško ir atsakingo elgesio iš antrųjų sandorių pusių, o tai sukuria taikią ir harmoningą verslo sandorių rinką.

1.4. Argumentai „už“ ir „prieš“ įmonių socialinę atsakomybę

Darbo ir socialinių tyrimų instituto, Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos bei Lietuvos Respublikos trišalės tarybos parengtame straipsnyje „Įmonių socialinė atsakomybė“ yra išskiriami šie **argumentai „už“** įmonių socialinę atsakomybę:

1. Sukuriamos palankios verslui ilgalaikės perspektyvos. Socialiniai įmonių veiksmai gerina vietinių bendruomenių gyvenimą ir mažina valstybės reguliavimo būtinumą. Socialiai sėkmingoje visuomenėje ir verslui yra geresnės sąlygos. Be to, nors trumpalaikės išlaidos, susijusios su socialine veikla, gali būti didelės, tačiau ilgalaikėje perspektyvoje jos gali didinti pelną, nes vietinės bendruomenės, vartotojų ir tiekėjų akyse klostosi patrauklus firmos įvaizdis.

ĮSA finansinis aprūpinimas dar yra problema, nors rinka socialiai atsakingoms investicijoms (SAI) nors ir pamažu, tačiau auga. Šis padidėjimas yra kontrolės, rinkos bei socialinio spaudimo ir augančios paramos verslui, siekiant įjungti jį į ĮSA, rezultatas. Šias kryptis taip pat palaiko nauji

finansiniai rodikliai, kuriais remiantis pagrindines tarptautines kompanijas galima viešai suskirstyti į rangus pagal jų socialinį indėlį bei indėlį į gamtos apsaugą.

2. Visuomenės poreikių ir lūkesčių pasikeitimas. Su verslu susiję socialiniai lūkesčiai pradėjo keistis XX a. šeštajame dešimtmetyje. Siekiant sumažinti skirtumą tarp naujų visuomenės lūkesčių ir realaus firmų atsako, imta verslą vis labiau įtraukti į socialinių problemų sprendimą, ir šis įsitraukimas pasirodė ne tik laukiamas, bet ir būtinas. Poveikis yra didesnis, kada daugiau diskutuojama apie globalizacijos naudą ir trūkumus bei verslo vaidmenį šiame procese. Tapo aišku, kad daugelio socialinių problemų be verslo pagalbos išspręsti negalima.

3. Išteklių turėjimas ir jų skyrimas sprendžiant socialines problemas. Verslas disponuoja dideliais žmogiškaisiais ir finansiniais ištekliais, todėl dalį jų reikėtų perduoti socialinėms reikmėms tenkinti, nes realiai socialinė aplinka bei gamta sudaro tų išteklių pagrindą. Neturi būti abejonų, jog verslui yra tikslinga investuoti į savo galios šaltinius (pvz., gyventojų sveikata, jų profesinis pasirengimas, motyvacija kokybiškai dirbti ir pan.).

4. Moralinis įsipareigojimas vykdyti socialiai atsakingą veiklą. Įmonė yra visuomenės narys, todėl savo veiklą ir elgesį turėtų grįsti egzistuojančiomis moralės normomis. Kompanijos, kaip ir individualūs asmenys turi veikti socialiai atsakingai ir šia veikla stiprinti visuomenės moralumo pagrindus. Kadangi įstatymais negalima apibrėžti visų gyvenimo atvejų, įmonė turi elgtis atsakingai, kad visuomenėje būtų įtvirtinti padorumo ir teisingumo principai.

5. Žmogiškųjų išteklių ir intelektualio kapitalo stiprinimas. Inovacijos, kūrybiškumas, intelektualusis kapitalas ir mokymasis yra stiprinami teigiamos KSA strategijos. Turint omenyje, jog 80 proc. daugelio naujų įmonių vertės sudaro jų intelektualus kapitalas, jo išsaugojimas tampa vis svarbesnis. ĮSA yra svarbus veiksnys darbuotojų motyvacijai stiprinti bei siekiant pritraukti ir išlaikyti aukštos kvalifikacijos darbuotojus.

6. Reputacijos ir saugumo užtikrinimas. Populiarumas ir teisingumas, sukurtas remiantis įmonės reputacija ar jos firminiu ženklu, gali būti lengvai prarasti. Ypač tai gali atsitikti įmonėms, kurių ženklo populiarumas priklauso nuo įmonės reputacijos. Reputacija remiasi šiais neapčiuopiamais dalykais: pasitikėjimu, kokybe, nuoseklumu, santykiais ir jų skaidrumu bei apibrėžtais dalykais: investavimu į žmogiškąjį kapitalą, įvairove ir aplinka. Geresnis rizikos valdymas gali būti pasiektas per gilesnę santykių su išoriniais tarpininkais analize. Naujos technologijos bei visuomenės, kontrolės ir

rinkos lūkesčių pokyčiai verčia įmones galvoti apie platesnę perspektyvą, analizuoti galimas rizikas. Brangūs ir daug laiko užimantys teismo procesai bei prarastos investicijos verčia įmones veikti aktyviau, o stengiantis sumažinti riziką iki minimumo, numatyti ateities procesus.

V.Pruskaus knygoje „Verslo etika“ išskiriami šie **argumentai „prieš“** socialinę atsakomybę.

1. Pelno didinimo principo paneigimas. Dalies pelno lėšų skyrimas socialinėms reikmėms mažintų pelno didinimo principo veiksmingumą. Įmonė elgiasi socialiai atsakingai kreipdama dėmesį tik į ekonominius interesus, o palikdama socialines problemas spręsti valstybinėms įstaigoms ir tarnyboms, labdaros ir visuomeninėms organizacijoms. Kitaip tariant, ji vykdo tik ekonomines funkcijas, ką jai ir dera daryti, o ne kištis į socialinę sritį, kurios tvarkymas yra valstybės prerogatyva.

2. Įsitraukimo į socialinę sritį išlaidos. Lėšos, skiriamos socialinėms reikmėms tenkinti, įmonei reiškia papildomas išlaidas. Galiausiai šios išlaidos perkeliamos ant vartotojo pečių - tai padidintų kainas už teikiamas paslaugas ir prekes.

3. Nepakankamas atsiskaitomybės visuomenei lygis. Kadangi visuomenė nerenka bendrovių valdytojų, todėl ir jie nėra tiesiogiai atsakingi plačiajai visuomenei (vadinasi, negalima iš jų reikalauti ir atsakomybės). Rinkos ekonomikos sistema gerai kontroliuoja ekonominius bendrovės rodiklius, bet labai prastai – socialinį įsitraukimą į visuomenės reikalus. Kol visuomenė nesukurs įmonės tiesioginės atsiskaitomybės jai tvarkos, tol įmonė nedalyvaus socialiniuose veiksmuose, už kuriuos ji nesijaučia atsakinga.

4. Gebėjimo spręsti socialines problemas stygius. Bet kurios įmonės personalas yra gerai pasirengęs veikti ekonomikos, rinkos ir technologijų sferoje. Tačiau jis neturi patirties, leidžiančios užsiimti socialinių problemų sprendimu. Visuomenės tobulinimu turėtų užsiimti specialistai, dirbantys atitinkamose valstybės institucijose ir labdaros organizacijose.

Stengiantis įgyvendinti Įmonių socialinės atsakomybės idėjas įmonė gali susidurti ir su tam tikromis klaidomis.

Dažniausiai pasitaikančios klaidos įgyvendinant socialinę atsakomybę (pagal Blok, Jennings, Leipziger ir Roome):

- Ilgalaikės vizijos nebuvimas.
- Permainų būtinumo ir jų skalės nesuvokimas.

- Strateginio požiūrio nebuvimas.
- Paviršutiniškas požiūris į socialinę atsakomybę.
- Nesugebėjimas įsiklausyti ir išgirsti išorinę nuomonę.
- Naudojimas pasenusiomis vadybos kompetencijomis.
- Vieno šablono naudojimas skirtinguose vietiniuose kontekstuose.
- Netolygi ĮSA praktika tarp atskirų funkcijų.
- ĮSA „nuleidimas iš viršaus“ nedalyvaujant visiems įmonėms darbuotojams.
- Nesugebėjimas vertinti socialinę atsakomybę kaip inovaciją.⁵

1.5. Kodėl reikalinga įmonių socialinė atsakomybė?

Pasaulinės ekonomikos globalizacija verčia susimąstyti ne tik apie teigiamus ekonomikos pokyčius, bet taip pat ir apie aplinkosaugines, socialines ir ekonomines problemas. Vis labiau nykstantys gamtos ištekliai, besaikis nuodingųjų atliekų išleidimas į orą, užteršti vandens telkiniai, oras byloja apie tai, kad gamtosauga yra rūpinamasi nepakankamai. Taip pat kasdien vis labiau didėja atskirtis tarp „turtingųjų“ klasės ir „varguomenės“. Visuomenėje gausu socialinės nelygybės pavyzdžių, o tai parodo, kad socialinės sanglaudos procesas nėra plačiai išsivystęs. Taip pat didėja atskirtis tarp privataus verslo ir viešojo sektoriaus. Manoma, kad privataus verslo sektorius gali be skrupulų eikvoti gamtinius išteklius, teršti gamtą ir vien akiai siekti pelno, o tuo tarpu viešasis sektorius privalo rūpintis aplinkosauga ir ekonomine gerove. Siekiant pakeisti nusistovėjusias tradicijas būtina stengtis kuo labiau įtraukti privataus verslo sektorių į aktualių ekonominių problemų sprendimo procesą ir bendromis jėgomis kurti ekologiškai saugią, ekonomiškai darnią ir socialiai išsivysčiusią visuomenę. Socialinės atsakomybės principas yra puiki priemonė šiems tikslams pasiekti. Įmonių socialinės atsakomybės idėjos plėtra yra puikus pagrindas visuomenės darnai skatinti.

Reikia pabrėžti, kad per paskutiniuosius 15-30 visuomenė pamažu artėja prie socialiai darnios bendruomenės idealo:

- Demokratėjant visuomenėms, plečiantis žmogaus teisių realizacijai visose veiklos sferose, stebima darbo santykių dinamika nuo nuolankių santykių prie partneriškų, abipusiškai pagarbių ryšių; nuo aklo paklusimo autoritetui prie suvokto įsipareigojimo bendrai priimtoms vertybėms.

⁵ KLEINAITĖ Indrė, *Atsakingo verslo praktika*, 2007.

- Nuo požiūrio ir veiklos principo “išlieka tik stipriausi”, ”kas gudresnis, tas geresnis”, “visų kova prieš visus”, “žmogus žmogui vilkas” prie dalyvavimo, rūpinimosi, kooperavimosi, subsidiarumo ir solidarumo principų.
- Nuo marksistinės „klasių kovos“ paradigmos prie laisvų, sutartinių „horizontalių“ santykių. Nuo revoliucijos ir barikadų prie interesų derinimo ir partnerystės: t.y. nuo interesų slėpimo (ir ėjimo dėl jų „per kitų galvas“) prie jų skaidrumo, teisėtumo nustatymo ir teisėtų asmens interesų derinimo bei puoselėjimo.
- Nuo greito pelno prie ilgalaikės, subalansuotos gerovės.⁶

Štai kodėl *Įmonių socialinė atsakomybė* laikoma esmine darnaus vystimosi sąlyga. Darnus verslas - tai socialiai atsakingas verslas, kuris mokslškai pagrįstai formuojamas (su)balansuojant socialines humanistines (etines) vertybes ir ekonominius pasiekimus. Šiuolaikinis pasaulis racionaliai plėtoja šį subalansuotumą tikslingai (su)derindamas 3E (arba 3P):⁷

2 lentelė 3P

Ekonomika/efektyvumas	Profit
Ekologija	Planet
Etika (socialinė atsakomybė)	People

Vakarų verslo bendruomenėje jau niekas neabejoja, kad socialiai atsakingas verslas tai visų pirma yra pažangus verslas, galintis ne tik užtikrinti įmonės tęstinumą ilgalaikėje perspektyvoje, bet ir duoti greitos apčiuopiamos naudos sumažinant energijos ir atliekų kiekį bei joms skiriamas išlaidas. ĮSA nauda yra įvairiapusė.

Atsakingo verslo praktikos nauda įmonei (Hitchcock&Willard, 2007):

- ❖ padeda sumažinti energijos ir atliekų kiekį bei joms skiriamas išlaidas;
- ❖ padeda diferencijuoti verslą;
- ❖ padeda pasiruošti pokyčiams griežtėjant įstatymams;
- ❖ padeda kurti inovacinius produktus ir procesus;
- ❖ gali padėti atverti naujas rinkas;

⁶ Darbo ir socialinių tyrimų institutas, Socialinės apsaugos ir darbo ministerija, Lietuvos respublikos trišalė taryba, *Įmonių socialinė atsakomybė* - Aktualūs socialinės politikos klausimai, Vilnius, 2006.

⁷ Darbo ir socialinių tyrimų institutas, Socialinės apsaugos ir darbo ministerija, Lietuvos respublikos trišalė taryba, *Įmonių socialinė atsakomybė* - Aktualūs socialinės politikos klausimai, Vilnius, 2006.

- ❖ padeda pritraukti ir išlaikyti geriausius darbuotojus;
- ❖ padeda pagerinti įvaizdį akcininkų ir visuomenės akyse;
- ❖ padeda sumažinti teisinę riziką ir draudimo išlaidas;
- ❖ prisideda prie geresnės gyvenimo kokybės kūrimo.⁸

Socialiai atsakinga įmonė nėra vien įmonių vadovų užduotis. Prie šios idėjos propagavimo ir plėtros turi prisidėti ir socialiai atsakingi įmonių darbuotojai. Ir nors įmonių socialinės atsakomybės idėjos įgyvendinimui daugiausiai „įrankių“ turi įmonių vadovai, tačiau įmonių darbuotojai turėtų taip pat puoselėti šias idėjas ir bendradarbiauti su darbdaviais bendrų globalių visuomenės gerovės tikslų pasiekimui.

Užsimezges bendravimas tarp skirtingas pozicijas atstovaujančių šalių jau yra pirmasis žingsnis socialiai atsakingo verslo link. Kuomet įmonės darbuotojai ir jos vadovai randa dar ir kitus nei darbdavio – darbuotojo sąlyčio taškus, atsiranda viltis, kad tarp šių neretai gana priešišškai vienas kito atžvilgiu nusiteikusių šalių atsiras bendras interesas. Juk socialiai atsakingas verslas sukuriamas ne vien įmonių vadovų bet ir socialiai atsakingų darbuotojų. Tik bendras sprendimų priėmimas ir pozityvus požiūris į vienas kito gerus darbus gali sukurti korporacinę socialinę atsakomybę. Socialiai atsakingas verslas kuria socialiai atsakingos visuomenės gerovę, o socialiai atsakinga visuomenė palaiko socialiai atsakingo verslo veiklą ir gyvavimą.

Įmonių socialinės atsakomybės procesas pamažu atkeliauja į mūsų šalį ir jis negali būti sustabdytas, nes bet koks verslas ir bet kokia visuomenė neišvengiamai turės prisiimti socialiai atsakingus vaidmenis, norėdami išlikti konkurencingais atities rinkoje. Socialinis atsakingumas neišvengiamai turės tapti kiekvieno verslo vieneto ideologijos dalimi, nes tik tokiu būdu bus įmanoma žengto „koja kojon“ su novatoriškos visuomenės lūkesčiais.

Įmones diegti *Socialinės atsakomybės* pagrindus motyvuoja šie veiksniai:

- galimybė geriau patenkinti savo vartotojų (klientų, pacientų, t.t.) poreikius;
- suformuoti gerą vardą, savo firminio ženklo - patikimos įmonės reputaciją, kurių dėka būtų galima:
 - ❖ pakelti lojalumo lygį, sustiprinti ryšius su vietine bendruomene ir valdžia;
 - ❖ padidinti savo prekės ar paslaugos pardavimų apimtį,

⁸ KLEINAITĖ Indrė, *Atsakingo verslo praktika*, 2007.

❖ padidinti darbuotojų motyvaciją ir darbo efektyvumą, ir taip:

- auginti žmogiškuosius išteklius,
- sumažinti kaštus,
- didinti konkurencingumą.⁹

Įmonių socialinės atsakomybė klausimas šiandien jau nagrinėjamas kaip strateginės reikšmės klausimas ir svarstoma, kaip aplinkosauginius ir socialinius aspektus integruoti į įmonės strategiją bei kasdienę praktiką.

Kodėl socialiai atsakingo verslo klausimai yra strateginės reikšmės (Hitchcock&Willard, 2007):

- tai yra natūralus organizacijų vystimosi etapas atsižvelgiant į besikeičiančius visuomenės lūkesčius;
- senkantys natūralūs ištekliai tampa ribojančiu veiksniu vystant veiklą;
- ekologinės problemos tampa globalaus masto;
- gilėjančios sveikatos problemos;
- socialiniai, aplinkosauginiai ir ekonominiai veiksniai tarpusavyje siejasi ir sukuria nestabilumą ir nesaugumą;
- energijos tiekimo užtikrinimas yra kritinis klausimas;
- darnaus vystymosi principų taikymas gali duoti daugiau teigiamų pasekmių nei numatoma iš anksto.¹⁰

ĮSA įgyvendinimas tik tuomet bus sėkmingas, kuomet tai bus daroma strategiškai, sistemiškai, nuosekliai laikantis įmonės/organizacijos vertybinių nuostatų ir racionaliai įvertinant kiekvieną žingsnį pagal įprastą verslo logiką „ar tai naudinga ir tinka mūsų įmonei, ar tai apsimoka“. ĮSA turi būti integruota į kiekvieną iš įmonės/organizacijos funkcijų: žmogiškų išteklių valdymą, tiekimo grandinės valdymą, marketingą, apskaitą ir finansus. Kiekvienam departamentui ĮSA kelia naujų iššūkių ir suteikia naujų galimybių.¹¹

Įmonių socialinė atsakomybė kaip naujas ir dar tik besivystantis reiškinys turi būti plačiai ir nuodugniai nagrinėjamas ir tobulinamas. Prie šio reiškinio analizavimo ir diegimo galimybių aptarimo

⁹ Darbo ir socialinių tyrimų institutas, Socialinės apsaugos ir darbo ministerija, Lietuvos respublikos trišalė taryba, *Įmonių socialinė atsakomybė - Aktualūs socialinės politikos klausimai*, Vilnius, 2006.

¹⁰ KLEINAITĖ Indrė, *Atsakingo verslo praktika*, 2007.

¹¹ KLEINAITĖ Indrė, *Atsakingo verslo praktika*, 2007.

turėtų prisidėti tiek įmonių vadovai, tiek vyriausybės ir įstatymų leidžiamojo organo atstovai, taip pat ekonomikos ekspertai, sociologai, politologai, istorikai, Artemidės tarnai ir žinoma pilietinė visuomenė.

Siekiant platesnės ir spartesnės įmonių socialinės atsakomybės idėjos plėtros mūsų šalyje, būtina didinti ne tik verslo atstovų bet ir visuomenės narių informuotumą socialiai atsakingo verslo klausimais.

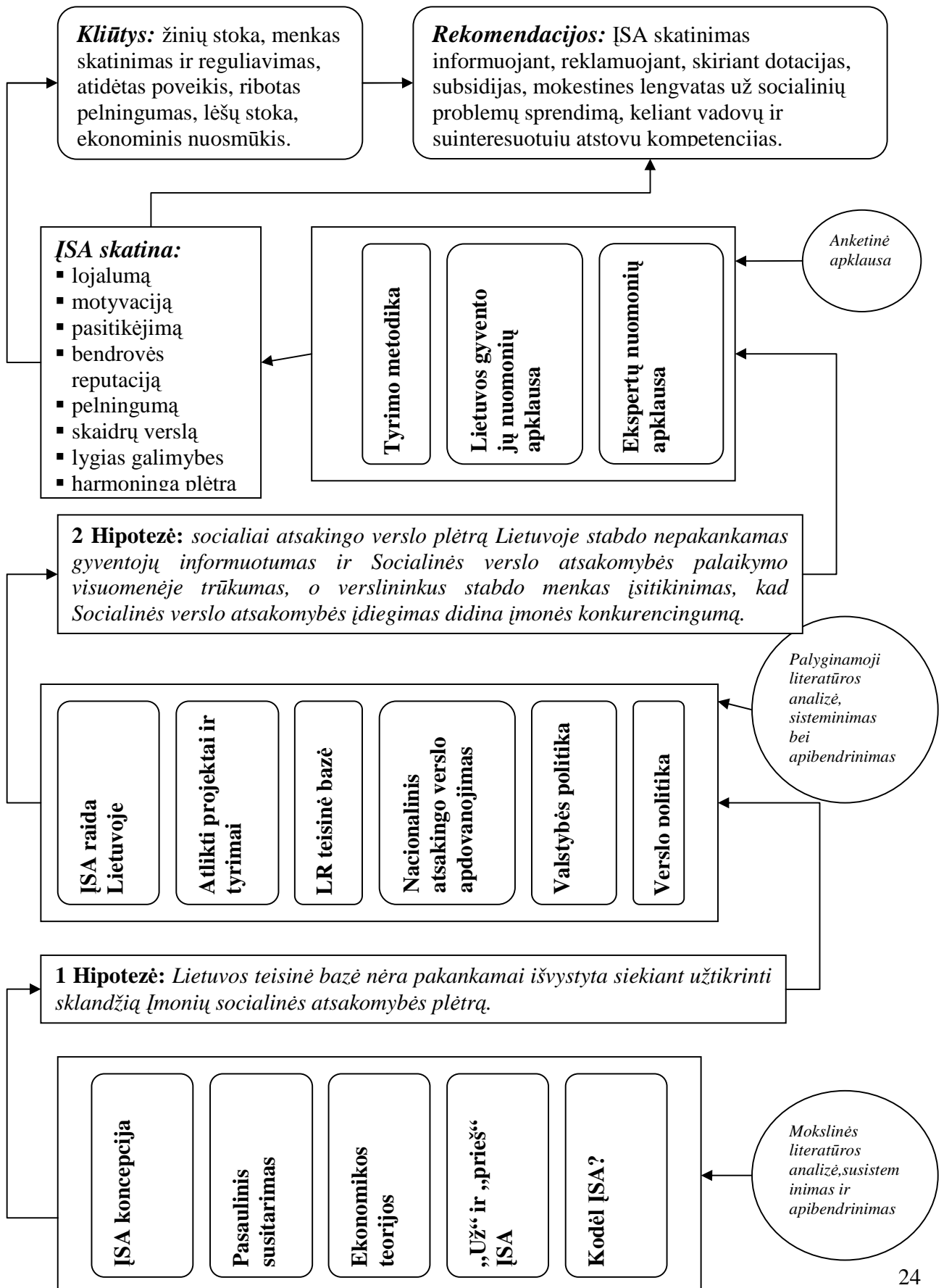
Taip pat būtina kelti už šios iniciatyvos populiarinimą atsakingų žmonių kompetencijas, nes tai galėtų pagelbėti paprastesnei socialiai atsakingo verslo principų integraciją į įmonių politiką ir verslo strategiją.

Socialinė verslo atsakomybė padėtų ne tik pagerinti darbuotoju ir apskritai visos pilietinės visuomenės socialinę gerovę, bet ir jų atsidavimą darbui. Socialiai atsakingas verslas suteiktų galimybę gerinti visuomenės sveikatingumą, saugoti aplinką, skatintų bendrojo vidaus produkto augimą, leistų užtikrinti pagarbą žmogaus teisėms, skaidrų ir humanišką verslą bei kitų socialiai atsakingo verslo bei viešųjų tikslų siekimą.

1.6. Modelis

Remiantis teorine ĮSA koncepcijos analize buvo suformuotas galimybių vertinimo modelis, leidžiantis nustatyti ĮSA plėtros kliūtis bei skatinimo veiksniai Lietuvoje. Šis modelis suteikia galimybę susisteminti atliekamą tyrimą bei pateikti hipotezių tikrinimo eigą. Modelis susideda iš trijų pagrindinių dalių (teorinės, analitinės bei rezultatų) bei hipotezių tikrinimo etapų, taip pat identifikuojant ĮSA sklaidos veiksniai, kliūtis bei rekomendacijas. Visi šie etapai nuosekliai atspindi tyrimo eigą.

3 lentelė Galimybių vertinimo modelis



2. ĮMONIŲ SOCIALINĖ ATSAKOMYBĖ LIETUVOJE

2.1. Istorinė įmonių socialinės atsakomybės raida Lietuvoje

Lietuvoje socialiai atsakingo verslo tema pradėta šnekėti dar visai neseniai. „2005 m. birželio 2 d. trisdešimt devynios Lietuvos įmonės ir organizacijos tapo Pasaulinio susitarimo narėmis ir viešai pasižadėjo savo strategijoje, santykiuose su partneriais ir vartotojais bei kasdieninėje veikloje vadovautis žmogaus teisių, darbuotojų teisių, aplinkos apsaugos ir kovos su korupcija principais. Lietuvos atsakingo verslo iniciatyvą parėmė Nacionalinis socialiai atsakingo verslo įmonių tinklas, susikūrus 2005 m. Jo steigėjais tapo 11 Lietuvos verslo bendrovių ir organizacijų.“ Šis tinklas, veikiantis kaip Jungtinių Tautų Pasaulinio susitarimo (Global Compact) tinklo dalis, sieks tobulinti Lietuvos įmonių verslo strategiją, skatins atsakingo verslo plėtrą ir bendromis privataus verslo struktūrų, Jungtinių Tautų organizacijų, vyriausybinių ir nevyriausybinių sektoriaus pastangomis prisidės prie konkrečių socialinių ir aplinkos apsaugos problemų sprendimo šalyje bei ekonomikos augimo.¹² Šiandien į socialiai atsakingų įmonių sąrašą Lietuvoje tėra įtrauktos tik 55 įmonės ir organizacijos. Galbūt tokio menko susidomėjimo šiuo reiškiniu priežastis yra prastas visuomenės informuotumas. Šio reiškinio tematika atliktų tyrimų tėra vos keletas, todėl manoma, kad yra labai naudinga atlikti Lietuvos gyventojų nuomonių apklausą Socialiai atsakingo verslo tema.

Lietuvos Nacionalinio tinklo steigėjomis tapo 11 Lietuvos privataus verslo bendrovių ir verslo asociacijų: asociacija „Investors‘ Forum“, asociacija „NETA“, bendrovės Constructus, Berlin-Chemie Menari Group, Commercial Union Lietuva Gyvybės Draudimas, Danisco Sugar, Ernst&Young, Lideika, Petrauskas, Valiūnas ir partneriai LAWIN, Libros Holdingas, Lietuva Statoil, Mažeikių nafta bei Jungtinių Tautų vystymo programa Lietuvoje „Pagrindinė Nacionalinio tinklo misija – skatinti atsakingo verslo plėtrą Lietuvoje. Tikime, jog susivieniję į šį tinklą galėsime ne tik keistis žiniomis, patirtimi ir inovacijomis, vykdyti bendrus mokymus, gerinti įmonių verslo strategiją, bet ir bendrai įgyvendinti visuomenei naudingus projektus ir tokiu būdu prisidėti prie darnaus vystymo Lietuvoje“, - sako asociacijos „Investuotojų forumas“ vykdančioji direktorė Rūta Skyrienė. „Taip pat tikime, jog šių tikslų turime siekti kartu, tad kreipiamės į įmones ir organizacijas, kurioms nesvetimos atsakingo verslo bei darnios plėtros idėjos, kurioms aktuali pagarba žmogaus teisėms, priešinimasis korupcijai, pilietinės

¹² Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministro aiškinamasis raštas: *Dėl Lietuvos Respublikos socialinių iniciatyvų skatinimo įstatymo*, 2007, Vilnius.

visuomenės vystymas, ir kviečiame tapti Nacionalinio tinklo narėmis bei savo veikloje laikytis pagrindinių Jungtinių Tautų Pasaulinio susitarimo principų“.

Informacijos šaltinis: Jungtinių Tautų vystymo programa Lietuvoje

Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerija pateikia visas 57 įmones ir organizacijas, prisijungusias prie Pasaulinio susitarimo:

4 lentelė [SA įmonės

ĮMONĖS	
1.	Koncernas „Achemos grupė“
2.	Bendrovė „AGA“
3.	AB „ALNA“
4.	Akcinė prekybos bendrovė „Apranga“
5.	UAB „Baltų žemės“
6.	UAB „Berlin-Chemie Menarini Baltic“
7.	Uždaroji akcinė gyvybės draudimo ir pensijų bendrovė „Aviva Lietuva“
8.	UAB „Constructus“
9.	UAB „Danisco Sugar Panevėžys“
10.	UAB „DPD Lietuva“
11.	UAB „Ekonomines konsultacijos ir tyrimai“
12.	UAB „Eksponentė“
13.	UAB „Ericsson Lietuva“
14.	UAB „Ernst&Young“
15.	UAB „EURA“
16.	UAB „Gyvybės draudimas Bonum Publicum“
17.	UAB „Invalida Service“
18.	AB „Kauno energija“
19.	AB „Klaipėdos kartonas“
20.	UAB „Klaipėdos terminalo grupė“
21.	Advokatų kontora „Lideika, Petrauskas, Valiūnas ir partneriai LAWIN“
22.	UAB „Lietuva Statoil“
23.	AB „Lietuvos draudimas“
24.	AB „Lifosa“
25.	AB „Mažeikių nafta“
26.	AB „Medicinos bankas“
27.	Koncernas „MG Baltic“
28.	UAB „MTV Networks Baltic“
29.	UAB „Narbutas ir Ko“
30.	UAB „Nestle Baltics“
31.	UAB „Pakmarkas“
32.	UAB „Pas Dobilą“
33.	UAB „PricewaterhouseCoopers“
34.	UAB „Renega“

35.	AB „SEB Vilniaus bankas“
36.	AB „Snoras“
37.	Advokatų profesinė bendrija „Soloveičikas, Markauskas, Aviža, Bagdanskis – SMA“
38.	AB „Swedbank“
39.	AB „Šiaulių bankas“
40.	UAB „Švyturys-Utenos alus“
41.	UAB „Traidenis“
42.	AB „TEO“
43.	AB „Utenos trikotažas“
44.	AB „Ūkio bankas“
45.	UAB „Valpirus“
46.	UAB Omnitel
47.	UAB „European Leadership Institute“
	ORGANIZACIJOS
48.	VšĮ „Aplinkos vadybos ir audito institutas“
49.	„Baltijos vadybos institutas“
50.	Asociacija „Investuotojų forumas“
51.	„Inžinerinės ekologijos asociacija“
52.	VšĮ „Iniciatyvos fondas“
53.	„Jaunųjų vadovų asociacija“
54.	JCI Lietuva
55.	„Lietuvos maistininkų profesinė sąjunga“
56.	„Nacionalinė elektros technikos verslo asociacija“
57.	„Respublikinis energetikų mokymo centras“

Visgi Lietuvoje, kaip ir visoje Europoje, įmonių socialinės atsakomybės ideologija pamažu plinta. Vis daugiau verslo atstovų orientuojasi ne vien į aklą pelno siekimą, bet taip pat stengiasi puoselėti tokias vertybes kaip aplinkos apsauga, pagarba žmogaus teisėms ir laisvėms bei socialinis solidarumas ir sanglauda.

2.2. Atlikti projektai ir tyrimai

Lietuvoje deja dar tik pradama diskutuoti verslo etikos bei socialiai atsakingo verslo tema. Daugiausiai diskutuojama teoriniais socialinės įmonių atsakomybės aspektų klausimais, įvardinamos konkrečių „socialiai atsakingiausios įmonės apdovanojimą“ pelniusių įmonių veiklos, pristatoma Įmonių socialinės atsakomybės populiarėjimą skatinančių veiksnių apžvalga, taip pat įvardinamas Valstybės vaidmuo įmonių socialinės atsakomybės procese, pateikiami įmonių socialinės atsakomybės taikymo

versle pavyzdžiai, jų galimybės ir nauda. Du tūkstančiai septintaisiais metais taip pat buvo parengta metodika pažangiausių ĮSA įmonių rinkimams.¹³

Praktiniai socialiai atsakingo verslo tyrimai tėra atlikti vos keli. Vienas iš jų yra „Estijoje, Latvijoje ir Lietuvoje 2007 metų sausį pradėtas įgyvendinti Europos komisijos inicijuotas projektas „Bendros socialinės atsakomybės tendencijos tarp mažų ir vidutinių įmonių Baltijos šalyse“. Atlikta Lietuvos smulkių ir vidutinių įmonių (SVI) vadovų apklausa, siekiant sužinoti privataus sektoriaus atstovų nuomonę apie įmonių socialinę atsakomybę (ĮSA) ir apie tai, kaip ĮSA įgyvendinama praktiškai. Pagrindinis projekto tikslas – išsiaiškinti ĮSA idėjų paplitimą smulkių ir vidutinių įmonių tarpe bei paskatinti jas vykdyti socialiai atsakingą verslą. Projektą iš dalies finansuoja lietuviško kapitalo konsultacinė įmonė „EKT group“, pagrindiniai partneriai: Lietuvos prekybos, pramonės ir amatų rūmų asociacija, Latvijos pramonės ir prekybos rūmai, Latvijos konsultantų asociacija bei ekspertai iš „Centre for Sustainability and Excellence“ (Graikija).

Dar vienas atliktas projektas pavadinimu „Kokia įmonių nuomonė apie korporacinę socialinę atsakomybę?“ yra dalis platesnės Pasaulio banko bandomosios programos “Gerinti sąlygas korporacinei socialinei atsakomybei Vidurio ir Rytų Europos šalyse”, kurią finansuoja Europos Komisijos Užimtumo generalinis direktoratas. Pagrindinis projekto tikslas – inicijuoti ir remti naują dialogą, kurio tema – korporacinės socialinės atsakomybės vertė ir skatinimo priemonės, Vidurio ir Rytų Europos šalyse (VRE).

2007 m. Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerijos bei Jungtinių Tautų vystymo programos užsakymu buvo atlikta Lietuvos Respublikos teisinės bazės analizė. Atlikto tyrimo metu buvo analizuojama, kokie įstatymai ar teisiniai aktai trukdo arba skatina ĮSA plėtrą Lietuvoje, taip pat pateikiamos rekomendacijos teisinės bazės tobulinimui ar keitimui, siekiant paskatinti Lietuvos įmonės diegti Įmonių socialinės atsakomybės principus bei vadovautis ĮSA strategija.

2007 metų sausio 11 d. Jungtinių Tautų vystymo programa pristatė Lietuvoje pirmąjį regioninį projektą, skirtą skatinti Įmonių socialinės atsakomybės (ĮSA) praktikos paplitimą naujose Europos Sąjungos šalyse ir šalyse kandidatėse: Bulgarijoje, Kroatijoje, Lenkijoje, Lietuvoje, Makedonijoje, Slovakijos Respublikoje, Turkijoje ir Vengrijoje. Projekte taip pat dalyvauja Ispanija, Didžioji Britanija ir Vokietija, kurios dalinasi geros praktikos pavyzdžiais. Pagrindinis projekto tikslas

¹³ Kaarina Dubee, Jean-Dominique Rugiero, Daxam Sustainability Services, *Overview of CSR Award systems in Europe and advice on establishment of Government Award system in Lithuania, 2007.*

pasak projekto organizatorių yra: „skatinti ir palaikyti aplinkosauginių ir socialinių principų taikymą versle, prisidėti prie Įmonių socialinės atsakomybės principų taikymo plėtros regione bei regioninės sanglaudos ĮSA srityje tarp senųjų ES šalių, naujųjų ES šalių ir šalių kandidačių“. Projektą remia Europos Komisija bei Jungtinių Tautų vystymo programa. Projektas bus vystomas trimis kryptimis:

- 1) atliekama esamos ĮSA situacijos analizė Projekto šalyse;
- 2) skatinamas bendradarbiavimas ir dialogas tarp įvairių su ĮSA susijusių partnerių;
- 3) skatinama informacijos sklaida bei gebėjimų įgyvendinti ĮSA stiprinimas.

2.3. ĮSA sklaidos galimybės ir grėsmės - Lietuvos Respublikos teisinė bazė

Vykdamas Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerijos bei Jungtinių Tautų vystymo programos bendrą projektą dėl įmonių socialinės atsakomybės skatinimo Lietuvoje buvo atlikta Lietuvos Respublikos teisinės bazės analizė, dėl įmonių socialinę atsakomybę skatinančių ir trukdančių veiksnių (2007 m.). Vykdamas šią analizę buvo siekiama įvertinti Lietuvos įstatymus ir aktus bei tai, ar jie skatina ar trukdo įmonėms įsidiesti ir savo veikloje vadovautis ĮSA principais.

Visų pirma atkreipiamas dėmesys į tai, kad Įmonių socialinė atsakomybė nėra prievolė. Tai yra tik *savanoriška* veikla, kurią valstybė gali tik remti ar skatinti, tačiau negali ir neturi kurti įstatyminių aktų, verčiančių vadovautis ĮSA ideologija, todėl esama įstatyminė bazė tegali pakreipti įmones vykdyti veiklą ĮSA ideologijų linkme. Remiantis Lietuvos Respublikos valstybės ideologija ir priimtomis ĮSA skatinančiomis priemonėmis, ĮSA prioritetinės sritys yra:

- konkurencinga, skaidri ir etiška verslo aplinka;
- socialinės sanglaudos stiprinimas;
- aplinkosaugos skatinimas.

Vadovaujantis atlikta teisinės bazės analize galima išskirti tokius ĮSA ideologijos kelio Lietuvoje žingsnius:

- 2003-09-11 Vyriausybės nutarimu buvo patvirtinta Nacionalinė darnaus vystymosi strategija.
- 2004-2008 m. Vyriausybės programos dalyje “darbas, šeima, socialinė apsauga” buvo įvirtinta nuostata, kad Vyriausybė turėtų “skatinti ir didinti verslo socialinę atsakomybę”.
- 2005 m. ši nuostata buvo perkelta į 14-osios Vyriausybės 2006-2008 m. programą, siekiant “tobulinti darbo santykius reglamentuojančius teisės aktus, didinti verslo socialinę

atsakomybę, skatinti civilizuotus darbdavio ir darbuotojo santykius, socialinę partnerystę ir kolektyvinių darbo santykių plėtotę”.

- 2005-12-22 Socialinės apsaugos ir darbo ministro įsakymu patvirtintos ĮSA 2006–2008 m. skatinančios priemonės, siekiant „nuosekliai ir sistemingai skatinti ir didinti verslo socialinę atsakomybę, sudaryti palankias sąlygas įmonėms laikytis, remti ir diegti pagrindinius principus žmogaus teisių, darbuotojų teisių, aplinkos apsaugos ir kovos su korupcija srityse.

Rengiant Įmonių socialinę atsakomybę skatinančias priemones buvo atsižvelgta į :

- ❖ Valstybės ilgalaikės raidos strategiją;
- ❖ Nacionalinę darnaus vystymosi strategiją;
- ❖ Nacionalinę Lisabonos strategijos įgyvendinimo programą.
- Tuo pačiu įkurta nuolatinė įmonių socialinės atsakomybės plėtros koordinavimo komisija, kuri koordinuoja ĮSA skatinančių priemonių plėtrą Lietuvoje.
- Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos svetainėje, skyrelyje „Darbo rinka ir užimtumas“ sukurta niša „Įmonių socialinė atsakomybė (ĮSA)“, skirta susijusios informacijos apie ĮSA sklaidą talpinimui.¹⁴

Atliktas teisinės bazės tyrimas taip pat parodė, kad ĮSA kol kas nėra traktuojama Vyriausybės kaip prioritetinis darbotvarkės klausimas, be to ĮSA populiarinimui ir sklaidai trūksta koordinuotos, nuoseklios ir ilgalaikės Valstybės politikos. Bene pirmasis ir vienintelis rimtas žingsnis, žengtas Vyriausybės buvo Socialinės apsaugos ir darbo ministrės įsakymu patvirtintas 2006-2008 m. ĮSA sklaidą skatinančių priemonių planas, tačiau nėra aišku, ar šis planas pagal savo statusą galėtų paveikti valstybės politiką. Instituciniu lygmeniu taip pat nėra sukurto nuoseklaus ĮSA ideologiją palaikančio solidaus mechanizmo, apimančio visas įmanomas susijusias institucijas. Didžiausią indėlį į ĮSA sklaidą yra įdėjusi Socialinės apsaugos ir darbo ministerija – jos dėka buvo priimtose ĮSA plėtrą skatinančios priemonės, internetinėje svetainėje sukurta niša informacijos apie ĮSA talpinimui, taip pat atlikta keletas statistinių tyrimų bei parengtas ĮSA vadovas. Tačiau kitos ministerijos, kurių veikla tiesiogiai siejasi su ĮSA diegimu, tokios kaip Ūkio ministerija ar Aplinkos ministerija atlikto teisinės bazės analizės tyrimo duomenimis nebendradarbiauja betarpiškai su Socialinės apsaugos ir darbo ministerija šiame procese, nors savo kompetencijos ribose vykdo tam tikras su ĮSA sklaida susijusias priemones:

¹⁴ Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministro įsakymas, *Dėl įmonių socialinę atsakomybę 2006–2008 metais skatinančių priemonių patvirtinimo*“, Valstybės žinios Nr. 2-28, 2006.

- ❖ „Nuo 2003 m. Lietuvos Respublikos Ūkio ministerija ir šalia jos sukurtas Nacionalinis koordinacinis centras yra atsakingi už Europos Bendradarbiavimo ir Plėtros Organizacijos (EBPO) rekomendacijų dėl daugiašalių įmonių įgyvendinimo skatinimą ir veiksmingumą.
- ❖ Įgyvendinant Lisabonos strategijos priemonių planą Ūkio ministerija buvo nurodyta kaip institucija, atsakinga už įmonių skatinimą „išsiugdyti socialinę atsakomybę“, Socialinės apsaugos ir darbo ministerijai paliekant tik priemones lyčių lygybės srityje.
- ❖ 2003 m. Aplinkos ministerija patvirtino Nacionalinę darnaus vystymosi strategiją, kuri šiuo metu yra peržiūrima, šios ministerijos įdirbio pagalba.
- ❖ 2007 m. Vyriausybė patvirtino Žaliųjų pirkimų įgyvendinimo programą¹⁵.

Šiuo metu Lietuvos Respublikoje nėra įstatymo, reglamentuojančio aptariamą itin svarbią ne tik pavieniams asmenims, bet ir visai šaliai visuomeninių santykių sritį. Įmonių socialinių iniciatyvų, suprantamų kaip laisvanoriškų įmonių socialinės atsakomybės formų, reikalingumas, jų reguliavimo neišvengiamumas šiuolaikinėje visuomenėje plačiai ir rezultatyviai diskutuojamas tarptautiniu mastu ir Europos Sąjungoje.¹⁶

Europos Komisija Socialinės politikos 2000 m. darbotvarkėje (*Social Agenda 2000-2005*) įvardino įmonių (korporacijų) socialinę atsakomybę, kaip vieną iš mechanizmų, galinčių užtikrinti efektyvią ES ekonomikos plėtrą bei socialinį stabilumą. Komisija paragino ES valstybes nares skatinti iniciatyvas, susijusias su įmonių socialinės atsakomybės patirties bei praktikos populiarinimu. 2005 m. kovo mėn. Vadovų Taryboje Komisija pripažino, kad įmonių socialinei atsakomybei „gali tekti pagrindinis vaidmuo užtikrinant tvarų vystymąsi ir tuo pačiu didinant Europos naujovių potencialą ir konkurencingumą“. 2005-2010 Socialinėje darbotvarkėje Komisija paskelbė, kad: „Siekdama prisidėti prie šių metodų veiksmingumo ir įtikimumo, Komisija kartu su valstybėmis narėmis ir suinteresuotomis šalimis pasiūlys iniciatyvas, dar labiau palaikančias vystymąsi ir įmonių socialinę atsakomybę.“ Integruotose vystymosi ir užimtumo gairėse (2005–2008) Taryba rekomendavo, kad valstybės narės turėtų „skatinti įmones kurti bendrą socialinę atsakomybę.“¹⁷

¹⁵ Advokatų kontora Baranauskas, Sesickas, Stukas ir partneriai, Lietuvos Respublikos teisinės bazės analizė dėl įmonių socialinę atsakomybę skatinančių ir trukdančių veiksnių, 2007.

¹⁶ Ūkio ministerijos darbo grupė, *Aiškinamasis raštas: Dėl Lietuvos Respublikos socialinių iniciatyvų skatinimo įstatymo projekto*, 2007.

¹⁷ Ūkio ministerijos darbo grupė, *Aiškinamasis raštas: Dėl Lietuvos Respublikos socialinių iniciatyvų skatinimo įstatymo projekto*, 2007.

Šiuo metu yra teikiamas Lietuvos Respublikos socialinių iniciatyvų skatinimo įstatymo projektas, parengtas vadovaujantis Jungtinių Tautų Pasaulinio susitarimo, Tarptautinės darbo organizacijos pranešimų, Europos Komisijos dokumentų bei Komisijos komunikato Europos Parlamentui, Tarybai bei Europos ekonomikos ir Socialinių reikalų komitetui „Augimo ir užimtumo partnerystės įgyvendinimas paversti Europą socialinės atsakomybės pavyzdžiu“, išanalizavus ES kompendiumuose apibendrintą nacionalinę valstybių politiką įmonių (korporacijų) socialinės atsakomybės srityje. Šio įstatymo dėka būtų sukurta teisinė bazė įmonių socialinės atsakomybės vystymuisi ir plėtrai. Įmonės būtų skatinamos investuoti į socialinės atsakomybės idėjos plėtrą bei vykdyti kitas socialines visuomenei naudingas iniciatyvas. Šis įstatymas ne tik padėtų didinti darbuotojų socialinę gerovę ir jų lojalumą, tačiau taip pat suteiktų galimybę gerinti ir visuomenės sveikatą, aplinkosaugos standartų laikymąsi, skatintų BVP augimą, leistų užtikrinti žmogaus teises, skaidrią ir etišką verslo praktiką ir kitų socialiai atsakingo verslo bei viešųjų tikslų pasiekimą.

Teikiamas įstatymo projektas apima platų socialinių iniciatyvų rūšių sąrašą: socialinės paslaugos įmonės darbuotojams, socialinės integracijos (sanglaudos) didinimas, saugios ir ekologiškai švarios aplinkos kūrimas ir palaikymas, skaidrios ir etiškos verslo praktikos diegimas bei kitos socialinės iniciatyvos, teikiančios naudą visuomenei. Tokio plataus ir nebaigtinio socialinių iniciatyvų rūšių sąrašo formavimas skatina įmonę vykdyti labai plataus pobūdžio socialiai atsakingą veiklą, sudaro sąlygas visuomenės gerovės lygio kėlimui, šalies konkurencingumo didinimui. Socialines iniciatyvas organizuojanti ir įgyvendinanti įmonė, atsižvelgdama į tuo laikotarpiu aktualius visuomenės poreikius, pati nusprendžia dėl organizuojamų ir įgyvendinamų socialinių iniciatyvų rūšių pasirinkimo.¹⁸

Jungtinių tautų vystymo programos užsakyto bazinio tyrimo duomenimis, atliktos Lietuvos Respublikos teisinės bazės analizės duomenimis, taip pat daugelio ĮSA idėją tiriančių pavienių tyrėjų nuomone Lietuvoje reikalinga nuosekli ilgalaikė, visa apimanti, nacionalinė ĮSA skatinimo strategija, bei jos pagrindu priimta Valstybės programa, apimanti visų ĮSA įgyvendinančių institucijų veiklą, išsamias programas ir jų įgyvendinimo priemones, įtraukiančias ĮSA ir darnaus verslo kriterijus į Valstybės politikos programas, kurių įgyvendinimas būtų patikėtas ne visuomeniniu pagrindu veikiančiai komisijai, o Valstybės lygmeniu nurodymus galinčiam duoti asmeniui ar institucijai. Taip pat reikalingas aiškus įstatymas, kuriame būtų konkrečiai suformuluotos ĮSA plėtros skatinimo priemonės, tikslai ir jų įgyvendinimo priemonės atskirose veiklos srityse bei šios veiklos koordinavimo priemonės.

¹⁸ Ūkio ministerijos darbo grupė, *Aiškinamasis raštas: Dėl Lietuvos Respublikos socialinių iniciatyvų skatinimo įstatymo projekto*, 2007.

Prioritetinės sritys Įmonių socialinės atsakomybės skatinimui Lietuvoje ekonominės plėtros srityje galėtų būti:

- ❖ viešųjų pirkimų nukreipimas socialiai atsakingų tikslų linkme;
- ❖ socialiai atsakingu investicijų skatinimas;
- ❖ intensyvesnė korupcijos prevencija;
- ❖ įmonių atskaitomybės tobulinimas, siekiant, kad joje atsispindėtų ir socialinė bei aplinkosauginė informacija, reikalinga ISA realizavimui.

Prioritetinės sritys Įmonių socialinės atsakomybės skatinimui Lietuvoje socialinės sanglaudos srityje galėtų būti:

- ❖ užimtumo didinimas;
- ❖ socialinės partnerystės, darbuotojų atstovavimo bei kolektyvinių sutarčių sudarymo skatinimas;
- ❖ saugos ir sveikatos reikalavimų taikymas;
- ❖ geresnių darbo sąlygų kūrimas.

Prioritetinės sritys Įmonių socialinės atsakomybės skatinimui Lietuvoje aplinkos apsaugos srityje galėtų būti:

- ❖ reikalavimai derinti aplinkos ir ekonominės veiklos interesus;
- ❖ racionalus išteklių naudojimas ir jų tausojimas;
- ❖ teršalų emisijos bei pavojingų medžiagų naudojimo mažinimas;
- ❖ saugesnių produktų gamybos skatinimas;
- ❖ atliekų valdymas;
- ❖ aplinkosauginės investicijos.¹⁹

Įmonių socialinės atsakomybės plėtrą siekiama skatinti taip pat ir nereguliacinėmis priemonėmis: skelbiant socialiai atsakingiausių įmonių nominacijas ar viešinant geriausias praktikas.

2.4. Nacionalinis atsakingo verslo apdovanojimas

Nacionalinis atsakingo verslo apdovanojimas tai kasmetinis visuomeninis renginys, inicijuojamas atsakingų valstybės institucijų, kuriuo siekiama populiarinti Įmonių socialinės atsakomybės sklaidą bei žinomumą, taip pat naudą, atnešamą verslui, visuomenei bei valstybei.

¹⁹ Advokatų kontora Baranauskas, Sesickas, Stukas ir partneriai, Lietuvos Respublikos teisinės bazės analizė dėl įmonių socialinę atsakomybę skatinančių ir trukdančių veiksnių, 2007.

Nacionaliniu atsakingo verslo apdovanojimu taip pat skatinamos šalies įmonės savo veikloje diegtis ĮSA principus.

Nacionaliniu atsakingo verslo apdovanojimu pageriamos tos įmonės, kurios labiausiai prisideda prie visuomenės socialinės gerovės kūrimo, sveikos aplinkos saugojimo bei ĮSA ideologijos bei iniciatyvų plėtros Lietuvoje. Šių įmonių veikloje atsispindi ne tik nuoširdus ir pagarbus elgesys su darbuotojais ar vietine bendruomene, bet taip pat atsakingas požiūris į mus supančią aplinką, jos vertę bei poreikį būti tausojamai. Nacionaliniu atsakingo verslo apdovanojimu pagerbiamos sąžiningos, atsakingos, gerbiančios save, savo visuomenę bei valstybę įmonės.

Nacionalinį atsakingo verslo apdovanojimą pristato:

- Lietuvos respublikos Socialinės apsaugos ir darbo ministerija;
- Jungtinių Tautų vystymo programa Lietuvoje;
- Lietuvos Respublikos aplinkos ir Ūkio ministerijomis;
- Nacionalinis atsakingo verslo įmonių tinklas.

Išskiriamos trys atsakingo verslo apdovanojimo kategorijos bei pagrindinė metų Nacionalinio atsakingo verslo apdovanojimas:

Metų Darbovietė - apdovanojamos įmonės, kuriančios saugias, sveikas, kokybiškas bei patrauklias darbo sąlygas (vertinamas darbuotojų pasitenkinimas darbo sąlygomis, premijų/paskatinimų tvarka, sveikatingumo ir tobulėjimo skatinimas, verslo etika; ir t.t).

Metų bendruomeniškiausia įmonė - apdovanojamos įmonės, daugiausiai prisidėjusios prie partnerystės su bendruomene ir visuomenės organizacijomis kūrimo (vertinamos atsakingo vartotojo ugdymo programos; investicijos vietos bendruomenės gerbūvio kūrimui ir t.t)

Metų aplinkosaugos įmonė - apdovanojamos įmonės, skiriančios daugiausiai dėmesio aplinkosaugos klausimams veikloje (įvertinusios aplinkosaugos problemas ir integravusios jas į įmonės strateginius dokumentus; naudojusios aplinką tausojančias technologijas ir t.t.).

Metų socialiai atsakinga įmonė - apdovanojamos pažangiausios ĮSA srityje įmonės. Apdovanojimas skirtas įmonėms, surinkusioms didžiausia balų skaičių visose nominacijose. Nominacija taip pat

vertina įmonių dalyvavimą ir prisidėjimą prie Įmonių socialinės atsakomybės skatinimo ir sklaidos Lietuvoje.²⁰

Nacionalinis atsakingo verslo apdovanojimas skiriamas įmonėms, surinkusioms daugiausiai balų visose penkiose vertinimo kriterijų srityse. Vertinimo kriterijai pateikiami sekančioje lentelėje:

5 lentelė Nacionalinio atsakingo verslo apdovanojimo kriterijai

Kriterijai	Vertinimo klausimai
ĮSA klausimų/sričių identifikavimas įmonėje	Ar pagrindinės ĮSA tematinės sritys buvo identifikuotos įmonėje? Kokios sritys nėra identifikuotos ir kodėl?
Suinteresuotų grupių įtraukimas/dialogas	Ar konsultuojamasi su suinteresuotomis grupėmis? Kaip tai vyksta ir kaip dialogo rezultatai integruojami į verslo sprendimus?
ĮSA strateginių kryptų, veiksmų plano, veiklos atlikimo rodiklių apibrėžimas	Ar sukurta strategija (apibrėžtos strateginės kryptys), įvardinanti pagrindines ĮSA temas/sritis? Ar yra sukurta ĮSA veiksmų planas įmonėje, ar nustatyti veiklos atlikimo rodikliai?
ISA veiklos įgyvendinimas ir rezultatų vertinimas	Kokie veiksmai buvo/yra įgyvendinami? Ar vykdomas šių veiksmų atlikimo monitoringas? Ar buvo pasiekti planuoti rezultatai?
Atskaitomybė apie ĮSA veiklą	Kaip įmonė atsiskaito apie ĮSA veiklą? Ar įvertinimas ir atsiliepimai integruoti į ateities planus?

Šaltinis: Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos internetinė svetainė.

Pirmieji Nacionaliniai atsakingo verslo apdovanojimai buvo įteikti 2008 m. balandžio 8 d. už 2007 metais įmonių įdėtą didžiausią indėlį į Įmonių socialinės atsakomybės plėtrą bei sklaidą. Nugalėtojais tapo tokios Lietuvos įmonės kaip AB „Lietuvos draudimas“, UAB „Litexpo“, UAB „PricewaterhouseCoopers“, UAB „Omnitel“, UAB „Microsoft Lietuva“, AB „Kraft Foods Lietuva“, AB bankas „Hansabankas“, UAB „Traidenis“ bei UAGDPB „Aviva Lietuva“.

2009 metais Lietuvos atsakingiausių įmonių apdovanojimus atsiėmė šios įmonės:

Nominacija „Metų darbovietė“:

- Lietuvos didelių įmonių kategorijoje – bendrovė „Omnitel“
- Užsienio įmonių kategorijoje – akcinė bendrovė „Danisco Sugar/Nordic Sugar“
- Mažos ir vidutinio verslo įmonių kategorijoje – bendrovė ERP

Nominacija „Metų bendruomeniškiausia įmonė“:

- Lietuvos didelių įmonių kategorijoje – akcinė bendrovė „Teo LT“

²⁰ Lietuvos Respublikos Socialinės apsaugos ir darbo ministerija [interaktyvi duomenų bazė; žiūrėta 2008 m. birželio 7 d.]

- Užsienio įmonių kategorijoje - bendrovė „PricewaterhouseCoopers“
- Mažų ir vidutinių įmonių kategorijoje – bendrovė „HNIT Baltic“

Nominacija „Aplinkosaugos įmonė“:

- Lietuvos didelių įmonių kategorijoje – akcinė bendrovė „Achema“
- Užsienio įmonių kategorijoje - bendrovė TNT
- Mažų ir vidutinių įmonių kategorijoje - bendrovė ERP

Pagrindinis prizas „Socialiai atsakinga įmonė 2008“:

- Lietuvos didelių įmonių kategorijoje – bendrovė „Omnitel“
- Užsienio įmonė – AB bankas „Hansabankas/Swedbank“
- Mažų ir vidutinių įmonių kategorijoje - bendrovė „HNIT–Baltic“.

2.5. Valstybės politika

Įmonių socialinės atsakomybės (dar vadinama – atsakingo verslo) koncepcija yra plataus spektro procesas, apimantis visą produkto / paslaugos gamybos / kūrimo ciklą ir su tuo susijusius aplinkosauginius, socialinius, finansinius bei etinius aspektus.²¹

Valstybės prioritetas Įmonių socialinės atsakomybės srityje yra skatinti įmonių socialinės atsakomybės plėtrą įgalinančią aplinką, bendradarbiaujant su ekonominiais, socialiniais ir tarptautiniais partneriais.²² Siekiant įgyvendinti prioritетines Įmonių socialinės atsakomybės sklaidos Lietuvoje idėjas Socialinės apsaugos ir darbo ministro įsakymu buvo patvirtintos įmonių socialinę atsakomybę 2006–2008 m. skatinančios priemonės, siekiant „nuosekliai ir sistemingai skatinti ir didinti verslo socialinę atsakomybę, sudaryti palankias sąlygas įmonėms laikytis, remti ir diegti pagrindinius principus žmogaus teisių, darbuotojų teisių, aplinkos apsaugos ir kovos su korupcija srityse. Įmonių socialinę atsakomybę 2006–2008 metais skatinančios priemonės buvo parengtos vykdant Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2004–2008 metų programos įgyvendinimo priemonių, patvirtintų Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2005 m. kovo 24 d. nutarimu Nr. 315. 411-tą punktą bei siekiant nuosekliai ir sistemingai skatinti ir didinti verslo socialinę atsakomybę, sudaryti palankias sąlygas įmonėms laikytis, remti ir diegti

²¹ Lietuvos Respublikos Socialinės apsaugos ir darbo ministerija [interaktyvi duomenų bazė; žiūrėta 2008 m. birželio 20 d.]

²² Lietuvos Respublikos Socialinės apsaugos ir darbo ministerija [interaktyvi duomenų bazė; žiūrėta 2008 m. birželio 25 d.]

pagrindinius principus žmogaus teisių, darbuotojų teisių, aplinkos apsaugos ir kovos su korupcija srityse.²³

Įmonių socialinę atsakomybę skatinančios priemonės Lietuvos Respublikos Vyriausybės buvo parengtos atsižvelgiant į:

- Europos Komisijos Socialinės politikos darbotvarkės nuostatas, Europos Komisijos bei ĮSA aukštojo lygmens grupės, sudarytos prie Europos Komisijos Užimtumo, socialinių reikalų ir lygių galimybių generalinio direktorato, rekomendacijas dėl ĮSA plėtros Europos Sąjungoje;
- 1999 m. Jungtinių Tautų iniciatyvą „Pasaulinis susitarimas“, jo tikslus ir principus;
- Jungtinių Tautų vystymo programos Lietuvoje pranešimus dėl Nacionalinio socialiai atsakingų įmonių tinklo kūrimo.

Valstybės prioritetui Įmonių socialinės atsakomybės srityje pasiekti numatomi šie pagrindiniai Įmonių socialinės atsakomybės plėtros skatinimo tikslai ir uždaviniai:

1 tikslas – PROPAGUOTI GERESNĮ ĮSA SUVOKIMĄ IR SOCIALINĮ SĄMONINGUMĄ VERSLO SRITYJE

Pagrindiniai uždaviniai:

- vykdyti metodinės medžiagos ĮSA principams taikyti versle sklaidą;
- organizuoti pasitarimus ĮSA diegimo, gerosios patirties apsisikeitimo srityje;
- vykdyti ĮSA diegimo skatinimo akcijas.

2 tikslas – GERINTI ĮMONIŲ IR SPECIALISTŲ GEBĖJIMUS DIEGTI ĮSA PRINCIPUS VERSLE

Pagrindiniai uždaviniai:

- parengti mokymo programas gebėjimams ĮSA srityje formuoti;
- rengti tyrimus ĮSA vertinimui.

3 tikslas – DIDINTI ĮSA PRAKTIKŲ, METODŲ, PRIEMONIŲ SKAIDRUMĄ, PATIKIMUMĄ IR EFEKTYVUMĄ BEI TOBULINTI TEISINĘ BAZĘ

Pagrindiniai uždaviniai:

- rengti priemones, skatinančias ĮSA praktikų, metodų ir priemonių stebėseną;

²³ Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministro Įsakymas, *Dėl įmonių socialinę atsakomybę 2006–2008 metais skatinančių priemonių patvirtinimo*, Valstybės žinios Nr. 2-28, 2006.

- tobulinti teisinę bazę ĮSA principų plėtrai.²⁴

Reikia pripažinti, jog Lietuvoje dar tik kuriasi palanki aplinka visavertei atsakingo verslo praktikai, todėl įmonės dar gali susidurti su kliūtimis ir įvairiais apribojimais. Taip yra ne tik dėl informacijos trūkumo, bet dėl gilesnių sisteminių priežasčių. Ne tik Lietuvoje, ir pasauliniu mastu dar reikia labai daug nuveikti, kad atsirastų atsakingo verslo praktikai palanki aplinka, įgalinanti įmones be didelių pastangų praktikuoti *darnaus vystimosi* principus. Tam reikia bendro Vyriausybės, verslo ir nevyriausybinių organizacijų darbo radikaliai keičiant požiūrį į vystimąsi ir įgyvendinant kompleksines priemones, kurios apima mokesčių reformą, esmines permainas produktų dizaino ir gamybos procesuose, efektyvesnę atsinaujinančios energijos šaltinių panaudojimą ir kasdienio gyvenimo būdo pokyčius. Mums reikia būti atviriems naujoms ekologinėms socialinėms inovacijoms, kurios užtikrintų darnų ekonomikos, gamtos ir visuomenės funkcionavimą.²⁵

Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerija Lietuvoje deda bene daugiausiai pastangų siekiant paskatinti ĮSA sklaidą bei populiarinti šią ideologiją. Sistemingai platinant susijusią informaciją, skatinant socialinį sąmoningumą, verslo skaidrumą bei rūpinimąsi savo darbuotojais, jų pačių bei šeimų gerove bei siekiant kuo platesnės ĮSA sklaidos galima pasiekti puikių rezultatų bei pamažu suformuoti naują verslo atstovų požiūrį į savo veiklą bei naują visuomenės požiūrį į ĮSA privalumus.

Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerija taip pat nurodo tokią Įmonių socialinės atsakomybės plėtros viziją ateičiai:

1. Konkurencingos įmonės besikeičiančiomis globalios ekonomikos sąlygomis;
2. Saugi, ekologiškai švari aplinka;
3. Stipri socialinė sanglauda;
4. Skaidri ir etiška verslo praktika.

Remiantis ankščiau jau minėta Lietuvos Respublikos teisinės bazės analize galima išskirti tokios pagrindinės Įmonių socialinės atsakomybės plėtros skatinimo iniciatyvas, siekiant užtikrinti ekonominį, socialinį ir aplinkosauginį ĮSA efektyvumą:

²⁴ Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministro Įsakymas, *Dėl įmonių socialinę atsakomybę 2006–2008 metais skatinančių priemonių patvirtinimo*, Valstybės žinios Nr. 2-28, 2006.

²⁵ KLEINAITĖ Indrė, *Atsakingo verslo praktika*, 2007.

- galimybė viešųjų pirkimų atveju pasirinkti tiekėją taikant ekologinius, socialinius ir kt. kriterijus;
- įgyvendinant žaliųjų pirkimų programą;
- ruošiant metines įmonių veiklos ataskaitas aplinkosauginiais ir personalo klausimais;
- teikiant daugiau informacijos apie ĮSA sklaidą smulkiam ir vidutiniam verslui, bei sudarant sąlygas informacijos apie ĮSA prieinamumui „vieno langelio“ principu;
- populiarinant aplinkosaugines idėjas ir jų pritaikymą;
- diegiant ĮSA valstybinėse institucijose ir taip rodant pavyzdį privačioms įmonėms.²⁶

Kaip jau buvo paminėta anksčiau Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos iniciatyva, siekiant aktyviai populiarinti ĮSA ideologiją bei skatinant jos sklaidą, buvo sudaryta darbo grupė – Nuolatinė įmonių socialinės atsakomybės plėtros koordinavimo komisija, kuri yra visuomeniniais pagrindais nuolat veikianti institucija, koordinuojanti Įmonių socialinės atsakomybės sklaidą Lietuvoje. Šios komisijos uždaviniai yra:

- koordinuoti priemonių, skatinančių ĮSA plėtrą Lietuvoje, įgyvendinimą;
- teikti valstybės institucijoms išvadas ir pasiūlymus dėl ĮSA principų taikymo;
- skatinti ĮSA idėjų propagavimą;
- kasmet rengti ataskaitą apie priemonių, skatinančių ĮSA plėtrą Lietuvoje, vykdymą.²⁷

2.6. Verslo politika

Kiekviena Lietuvos įmonė, suvokdama savo socialinę atsakomybę ir savo noru prisiimdama papildomus išpareigojimus tobulinti verslo praktiką, diegti modernias žmoniškųjų išteklių vadybos technologijas, savo praktikoje naudoja gamtos išteklius tausojančias technologijas, žmogaus sveikatai nekenksmingas medžiagas bei gamybos procesus, kurdami savo verslo strateginius planus numato galimas neigiamas pasekmes gamtinei bei socialinei aplinkai, harmonizuoja darbo santykius bei aktyviai dalyvauja socialiniame dialoge, planuodama savo veiklą, atsižvelgia į suinteresuotų dalyvių išreikštas pozicijas bei visuomenės lūkesčius, užtikrindama skaidrų valdymą ir plėtodama etiškus santykius su partneriais, laiduoja bendrą teigiamą verslo klimatą šalyje.²⁸

²⁶ Advokatų kontora Baranauskas, Sesickas, Stukas ir partneriai, Lietuvos Respublikos teisinės bazės analizė dėl įmonių socialinę atsakomybę skatinančių ir trukdančių veiksnių, 2007.

²⁷ Nuolatinės įmonių socialinės atsakomybės plėtros koordinavimo komisijos darbo reglamentas, 2006 m. balandžio 7 d. posėdžio protokolu Nr. 1

²⁸ Lietuvos Respublikos Socialinės apsaugos ir darbo ministerija [interaktyvi duomenų bazė; žiūrėta 2008 m. spalio 3 d.]

Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos užsakymu atlikta analizė parodė, kad verslo atstovų kritika ĮSA plėtros atžvilgiu pagrįste remiasi įstatyminės bazės netobulumu. Verslo atstovai teigia, kad pagrindinės vangios ĮSA sklaidos priežastys yra piniginiai kaštai ir jų neužtikrintas atsiperkamumas, valstybės reguliacinių priemonių trūkumas, mokesčių paskatų, kurios galėtų įtakoti ĮSA įsidiegimą, nebuvimas, išteklių trūkumas, prastas informuotumas bei susijusios informacijos priėjimas, taip pat pernelyg intensyvus numatomas valstybės atsakingų institucijų kišimasis ir reguliavimas. Dauguma verslo atstovų vis dar mano, kad ĮSA įsidiegimas įmonėje yra nuostolingas, nes susijęs su tam tikromis išlaidomis aplinkosauginių, socialinių ir kitų iniciatyvų palaikymui, dėl to, verslo atstovų nuomone labiausiai ĮSA plėtrą paskatintų *mokesčių lengvatos* ir *įvairios subsidijos*.²⁹

Nors įmonių socialinės atsakomybės sąvoka apima tai, ką įmonė, kaip visuomenės narys, padaro daugiau, nei iš jos reikalauja įstatymai, tačiau Lietuvoje socialinė įmonių veikla yra daugiausiai suvokiama kaip labdara. Neretai viena ar kita įmonė skiria lėšų socialiniams tikslams, tačiau dažniausiai tai tėra tik vienas iš marketingo būdų, kurio paprastai pakanka apgauti nepakankamai informuotą ir reiklų vartotoją. Dalis įmonių darbuotojų, kurie apskritai yra susidūrę su socialinę verslo atsakomybę, identifikuoja ją kaip įmonių skiriamą paramą socialiniams fondams, taip pat suteikiamas premijas ar labdaringas akcijas, tačiau iš tiesų socialinės atsakomybės sąvoka yra gerokai platesnė, ji apima ir personalo mokymosi skatinimą bei kvalifikacijos kėlimą, darbuotojų bei jų šeimų turiningo laisvalaikio organizavimą bei sveikos gyvensenos propagavimą, taip pat kartų solidarumo didinimą, psichologinės aplinkos darbo vietoje gerinimą, lygių galimybių plėtrą, darbuotojo šeimos gerovės tobulinimą, aplinkos saugojimą, skaidraus verslo skatinimą ir daug kitų gražių iniciatyvų.

Socialiai atsakingi įmonių veiksmai gerina vietinės bendruomenės gyvenimą ir mažina valstybės kišimosi būtinumą. Socialiai sėkmingoje visuomenėje ir pačiam verslui yra sukuriamos geresnės sąlygos. Įmonių vadovai neturėtų gailėti investuoti turto į savo darbuotojus, nes būtent jie yra įmonės „varomojo jėga“ ir į jų sveikatą, profesinį pasirengimą ir motyvaciją kokybiškai dirbti investuoti žmoniškieji ir finansiniai ištekliai atsiperks keleriopai. Socialiai atsakinga visuomenė skatins socialiai atsakingo verslo kūrimą. Be to, kaip kiekvienas iš mūsų privalo būti padorus ir aplinkinius gerbiantis visuomenės narys, taip ir įmonė privalo gerbti visuomenę ir paklusti visų pirma moralės normoms ir žinoma socialiai atsakingo verslo etikai. Įmonių socialinė atsakomybė yra labai svarbus veiksnys norint išlaikyti garbingus, darbščius ir motyvuotus darbuotojus, kurie savo ruožtu yra skatinami dirbti produktyviai ir efektyviai. Net ir prastai informuoti socialiai neatsakingų įmonių darbuotojai informuoti apie socialinės

²⁹ Advokatų kontora Baranauskas, Sesickas, Stukas ir partneriai, Lietuvos Respublikos teisinės bazės analizė dėl įmonių socialinę atsakomybę skatinančių ir trukdančių veiksnių, 2007.

verslo atsakomybės gaires, iniciatyvas, aprėpiamas sritis ir teikiamą naudą palaiko šią iniciatyvą su didžiuliu entuziazmu.

Socialinės atsakomybės idėjos ir praktika pasiekia įmones įvairiais keliais ir būdais. Projekto *Įmonių socialinė atsakomybė / Aktualūs socialinės politikos klausimai (parengto Darbo ir socialinių tyrimų instituto, Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos bei Lietuvos Respublikos trišalės tarybos)* duomenimis, socialiai atsakingo verslo plėtrą įtakoja ir globalizacijos procesas, ES politika verslo socialinės atsakomybės atžvilgiu. Lyginant užsienio šalių ir Lietuvos patirtį ĮSA sferoje, galima pastebėti svarbius skirtumus. Pagrindinis veiksnys, skatinantis užsienio verslininkų atsakingą požiūrį yra vartotojų ar visuomenės spaudimas, tuo tarpu Lietuvos įmonėse tokio pobūdžio iniciatyvos dažniausiai yra skatinamos įmonės užsienio partnerio arba motininių įmonių. Šie projektai dažniausiai veikia įmonės viduje ir liečia tiesioginius partnerius bei darbuotojus. Tai dažniausiai galima stebėti užsienio kapitalo įmonėse. Lietuvos įmonės, vykdydamos šią veiklą, dažniausiai vadovaujasi savo pačių moralinėmis normomis bei supratimu. Šis faktas parodo, kad Lietuvoje kol kas dar nerado atsako pagrindinė Įmonių socialinės atsakomybės skatinimo koncepcija – atsakas į atsakingo vartotojo reikalavimus. Užsienyje verslo vykdytojų socialinį atsakingumą daugiausiai ir skatina vartotojiškos visuomenės spaudimas, o tuo tarpu Lietuvoje retas pilietinės visuomenės narys apskritai žino apie socialiai atsakingo verslo iniciatyvą, todėl imtis bet kokių skatinančių priemonių tikrai negali.

Įmonės, norinčios plėtoti atsakingą verslą galėtų pradėti nuo tokių instrumentų diegimo:

- Principų, padedančių spręsti sudėtingas problemas, pavyzdžiui, darbo standartai tiekėjams, atsiskaitymai už aplinkos apsaugą bei žmonių teises, nustatymas;
- Atlyginimo sistemos, atspindinčios kompanijos išsipareigojimus ĮSA, patvirtinimas;
- Duomenų, reikalingų ĮSA, rinkimas bei publikavimas;
- Valdančiosios grupės bei direktorių valdybos tarybos sudarymas, siekiant kontroliuoti ĮSA riziką bei atlikti jos vertinimą;
- Darbuotojų ir vadovų švietimas apie ĮSA politiką bei išsipareigojimus;
- Valdančiosios grupės, besilaikančios ĮSA prioritetų, sudarymas bei jos teigiamas pavyzdys aplinkiniams.

Daugelis ĮSA specialistų rekomenduoja, jog pirmasis žingsnis, kurį turėtų žengti įmonės, siekiančios laikytis ĮSA, įstoti į kurią nors vieną ar kelias tam skirtas Jungtinių Tautų organizacijas,

įskaitant ir Jungtinių Tautų Pasaulinį susitarimą (United Nations Global Compact) arba Globalių atsiskaitymo iniciatyvą (Global Reporting Initiative).³⁰

Įmonių socialinės atsakomybės veikla turtina visuomenę ir kelia jos gerovę. Socialiai atsakinga įmonė yra socialiai atsakingos visuomenės išdava. Pilietinė visuomenė vis daugiau reikalauja ir tikis iš įmonių, kurioms jie dirba, taip nustatydami ne tik savo prioritetus bet ir įmonės pilietiškumo ir socialinės atsakomybės gaires. Tuo tarpu įmonė stengias atsakyti į visuomenės poreikius ir sukurti jiems palankias darbo ir gyvenimo sąlygas, kurios motyvuotų darbuotojus ir paskatintų jų atsidavimą ne tik įmonei bet ir bendram socialiniam interesui.

³⁰ Darbo ir socialinių tyrimų institutas, Socialinės apsaugos ir darbo ministerija, Lietuvos respublikos trišalė taryba, *Įmonių socialinė atsakomybė - Aktualūs socialinės politikos klausimai*, Vilnius, 2006.

3. ĮMONIŲ SOCIALINĖS ATSAKOMYBĖS SKLAIDOS YPATYBĖS

3.1. Tyrimo metodika

Atsakomybę už visuomenės gerovę bei darnią plėtrą dalinasi pati visuomenė, vyriausybė bei privataus sektoriaus atstovai. Šiandien verslas ko gero yra įgijęs daugiausiai galios įtakoti ir valdyti visuomenę, todėl jis ir turėtų dėti daugiausiai pastangų kuriant ne tik pridėtinę vertę, bet ir darnią bendruomenę, socialinį gerbūvį bei ekologišką aplinką.

Rengiant šį darbą privataus sektoriaus darbuotojų apklausos būdu aiškinamasi kokios šiandien yra Įmonių socialinės atsakomybės koncepcijos realijos: ar ši koncepcija yra paplitusi, ar ji priimtina ir sveikintina. Tuo tarpu ekonomikos ekspertų atsakymų pagalba aiškinamasi, ar ĮSA yra naudinga ir ekonomiškai pagrįsta.

Šioje darbo dalyje mėginama atsakyti į išsikeltus uždavinius:

- Vykdam apklausą, išsiaiškinti, Lietuvos gyventojų požiūrį į Socialiai atsakingo verslo iniciatyvas;
- Ekspertų interviu pagalba išryškinti svarbiausias Socialinės įmonių atsakomybės plėtros kliūtis Lietuvoje.
- bei pateikti susistemintas išvadas.

Atliekant Lietuvos gyventojų požiūrio į Socialiai atsakingo verslo iniciatyvas apklausą siekiama išsiaiškinti vartotojiškos visuomenės požiūrį į socialiai atsakingą verslą ir susisteminti gautą informaciją. Pagrindiniai tyrimo uždaviniai yra išsiaiškinti, ar vartotojiškos visuomenės nariai apskirtai žino apie „Socialinę verslo atsakomybę“? Ar jie turi pakankamai informacijos apie šią iniciatyvą? Ar jie žino, kur šią informaciją galima būtų rasti? Ar jie sveikina tokią iniciatyvą? Ar jie paremtų tokias įmones ir pirktų jų produkciją, jei ji būtų brangesnė dėl socialinei verslo atsakomybei propaguoti skiriamų lėšų? Ar jie jaučia tokios iniciatyvos poveikį sau ir koks jis jų nuomone yra – teigiamas ar neigiamas?

Apklausiant ekspertus siekiama išsiaiškinti, kokios yra pagrindinės vangaus jungimosi prie ĮSA tinklo priežastys? Ar tam trukdo Lietuvos Respublikos įstatyminė bazė, o galbūt įmonių vadovai nemato naudos, gaunamos iš ĮSA įsidiegimo? Galbūt įmonių vadovai į ĮSA žiūri kaip į papildomas išlaidas? Taip pat siekiama išsiaiškinti ar socialinė verslo atsakomybė daro teigiamą, ar neigiamą įtaką įmonių „patrauklumui“ rinkoje ir visuomenėje? Ar socialiai atsakingos įmonės yra labiau vertinamos

ekonominių reiškinių žinovų? Ar socialinės verslo atsakomybės propagavimas daro įtaką įmonių konkurencingumui rinkoje? Ar socialiai atsakingos įmonės apskritai daro įtaką Lietuvos ekonomikai?

Tyrimas atliekamas naudojant anketines apklausos metodą. Anketa siunčiama elektroniniu paštu Lietuvos gyventojams - įmonių darbuotojams. Taip pat buvo apklausti 5 ekspertai. Ekspertams pateikiamos anketos, kuriose pateikti kitokie klausimai, nei anketose, skirtose statistiniams Lietuvos įmonių darbuotojams. Anketų klausimai skiriasi dėl to, kad iš skirtingų visuomenės narių siekiama gauti šiek tiek skirtingą informaciją. Statistiniams Lietuvos gyventojams skirtų anketų klausimai orientuoti į bendrą suvokimą apie Socialinės verslo atsakomybės veiklą, o ekspertams skirtų anketų klausimai apima konkretesnį Socialinės verslo atsakomybės aspektą, t.y. jos poveikį Lietuvos ekonomikai.

Tiksliai respondentų imčiai nustatyti buvo naudojama Paniott'o formulė:

$$n = 1 / (\Delta^2 + 1/N), \text{ kur}$$

n – reikiamas respondentų skaičius;

Δ – paklaida - 0,05.

N – visumos narių skaičius.

Visumos narių skaičiumi (N) laikomas atsitiktinis dydis 150, nes visų Lietuvos gyventojų apklausti yra neįmanoma, o ir juos pasiekti elektroniniu paštu yra gana keblu.

Visumos narių skaičiumi N laikant 150, reikiamas respondentų skaičius (n) = 109.

$$n = 1 / (\Delta^2 + 1/N) = 109$$

Anketos elektroniniu paštu buvo siunčiamos atsitiktinių įmonių darbuotojams dėl to, kad statistinių Lietuvos gyventojų elektroninio pašto adresų žinoti praktiškai neįmanoma, jei jie nėra niekur paskelbti, o tuo tarpu įmonių darbuotojų elektroninio pašto adresai yra lengvai prieinami įmonių tinklalapiuose. Respondentai nebuvo iš anksto parenkami pagal jokių kriterijus, nes įmonėje gali dirbti bet kurios lyties, bet kokio amžiaus ar bet kokią išsilavinimą turintis darbuotojas, tačiau akivaizdu, kad jis yra pakankamai subrendęs ir išsimokslinęs, kad galėtų tinkamai suprasti anketos klausimus ir į juos atsakyti. Ekspertams anketos buvo pateikiamos iš anksto žinomais elektroninio pašto adresais.

Gauti duomenys išskiriami į dvi grupes. Vienai grupei priskiriami iš statistinių Lietuvos gyventojų užpildytų anketų gauti duomenys, kitai grupei priskiriami iš ekspertų užpildytų anketų gauti duomenys. Tikėtina, kad vartotojiškos visuomenės žinios apie socialinę verslo atsakomybę bus gana skirtingos, nes pati socialinės įmonių atsakomybės idėja Lietuvoje yra nauja ir gali būti, kad kai kurie respondentai bus su ja susidūrę, o kiti galbūt nebus apie ją nei girdėję. Tikimasi, kad ekspertai išsakys

savo asmeninę nuomonę ir požiūrį į socialiai atsakingą verslą, jo įtaką įmonių veiklai, vartotojiškai visuomenei ir apskritai Lietuvos ekonomikai. Nieko nežinantys apie socialinę verslo atsakomybę savo ruožtu galbūt gavę anketą susidomės šia veikla ir nuspręs labiau pasidomėti.

Šis tyrimas galėtų padėti išsiaiškinti, ar Socialiai atsakingos įmonės atitinka visus tokioms įmonėms keliamus reikalavimus, taip pat ar daug yra įmonių Lietuvoje, kurios ketina prisijungti prie Pasaulinio socialiai atsakingų įmonių susitarimo, o galbūt yra nemažai įmonių, kurios apskritai neturi jokios informacijos apie tokį reiškinį. Taip pat vykdant apklausą galima būtų išsiaiškinti, ar Lietuvos gyventojai pritaria Socialiai atsakingo verslo iniciatyvai, ar mano, kad būtų naudinga plačiau informuoti visuomenę apie šį reiškinį ir taip paskatinti jo plėtrą, galbūt socialiai atsakingo verslo šalininkai iš savo patirties galėtų pasiūlyti konkrečių būdų ir priemonių šios idėjos propagavimui. Naudinga būtų taip pat sužinoti, kokios socialiai atsakingo verslo sferos yra labiausiai vertinamos ir palaikomos, o kurioms skiriama mažiau dėmesio. Šis mokslinis tyrimas taip pat padėtų išsiaiškinti, kokios yra vangaus jungimosi prie Socialiai atsakingų įmonių grupės priežastys ir kokiomis priemonėmis galima būtų šią veiklą paskatinti, nes socialiai atsakinga iniciatyva mums visiems teikia naudą, saugodama ir globodama mus pačius, mūsų aplinką ir visuomenę.

3.2. Lietuvos gyventojų nuomonių apklausos duomenys

Bendroji informacija

Į pateiktus anketos klausimus atsakė 69,05 % moterų ir 30,95 % vyrų. 18-25 metų amžiaus kategorijai priklausė 14,29 % respondentų, 26-35 metų amžiaus kategorijai priklausė 54,76 % respondentų, 36-45 metų amžiaus kategorijai priklausė 4,76 % respondentų, 46-55 metų amžiaus kategorijai priklausė 16,76 % respondentų, 56-65 metų amžiaus kategorijai priklausė 4,76 % respondentų ir 66 ir daugiau metų amžiaus kategorijai priklausė taip pat 4,76 % respondentų. Pagal išsilavinimą respondentai pasiskirstė sekančiai: vidurinį išsilavinimą buvo įgiję 2 % respondentų, aukštesnį išsilavinimą buvo įgiję taip pat 2 % respondentų, o aukštą išsilavinimą buvo įgiję net 96 % respondentų, taigi galima daryti prielaidą, kad didžioji dauguma Lietuvos įmonėse dirbančių darbuotojų turi įgiję aukštą išsilavinimą. 90 % respondentų savo užimamas pareigas įvardino, kaip darbuotojų, o 10 % respondentų atsakė, jog užima įmonės vadovo pareigas. Įdomu tai, kad visi vadovai turėjo aukštą išsilavinimą, o darbuotojų su aukštesniu išsilavinimu buvo 95,56 %. Po 2,22 % darbuotojų turėjo vidurinį ir aukštesnį išsilavinimą. Daugiausia, net 64 % respondentų atsakė, kad jų kompanija dirba paslaugų sektoriuje, 14 % respondentų atsakė, kad jų kompanija dirba gamybos srityje, tiek pat

respondentų dirba ir prekybos sektoriuje. 6 % respondentų dirba žemės ūkyje, na o mažiausiai – vos 2 % respondentų dirba medicinos sektoriuje. Finansų bei maitinimo sektoriuose dirbančiųjų neatsirado. Daugiau nei pusė (56 %) atsakiusiųjų teigė dirbantys mažose įmonėse, 26 % dirba vidutinėse įmonėse. Dar mažiau – 14 % atsakiusiųjų dirba didelėse įmonėse, na o 4 % atsakiusiųjų dirba užsienio įmonėje.

Socialinė gerovė

44 % Lietuvos gyventojų patvirtino, jog jau yra girdėję apie įmonių socialinės atsakomybės (ĮSA) koncepciją, na o likę 56 % teigė apie šią koncepciją nežiną. 64 % apklaustųjų teigė nežinantys, kur galima būtų rasti informacijos apie šią koncepciją. Taigi galima teigti, kad populiarinant ĮSA idėją reiktų daugiau dėmesio skirti informacijos apie ją prieinamumui, nes netgi su ĮSA idėja susidūrę respondentai nežinojo, kur galima būtų plačiau apie ją pasidomėti. 36 % respondentų teigė žiną, kur galima būtų rasti išsamesnės informacijos apie ĮSA ir tarp tokių šaltinių įvardino internetą, Europos Sąjungos aktus, Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos puslapį bei įmonės statutą. Įmonės statutas ko gero buvo įvardintas šiek tiek klaidingai interpretavus klausimą.

Apie ĮSA idėjos paplitimą Lietuvoje vos 4 % respondentų pasisakė, kad ši idėja yra pakankamai paplitusi. 96 % respondentų teigė, kad ĮSA nėra pakankamai paplitusi. To priežasčių buvo įvardinta labai įvairių. Buvo teigiama, kad užsienyje ĮSA yra paplitusi, tačiau Lietuvoje, tikrai ne; taip pat vyravo nuomonė, kad ši koncepcija nėra pakankamai paplitusi, nes ji yra negirdėta. Keletas respondentų tvirtino, kad daugiausia įmonės ĮSA naudoja kaip vieną iš ryšių su visuomene priemonių, o realus tokių principų diegimas ne dažnas. Keletas respondentų patikino, kad įmonės dažniausiai užsiima ĮSA diegimu reklamos tikslais, tačiau taip pat teigė, kad tikrai nedaugelis įmonių apskirtai esą girdėję apie šią koncepciją. Keletas atsakiusiųjų teigė, kad jie domisi daugeliu naujovių ir idėjų, tačiau apie šią tikrai nėra girdėję, na o keletas prisipažino, kad net ir nėra domėjęsi. Buvo nuomonių, kad Lietuvoje išties trūksta švietimo šia tema, na o buvo ir tokių, kurie teigė, kad ši idėja visiškai nėra būtina. Apibendrinant galima teigti, kad ĮSA plėtrą galimai labiausiai paskatintų platesnis visuomenės informavimas masinėmis informacijos perdavimo priemonėmis, nes informacijos apie ĮSA yra išties mažai ir ji be to dar yra sunkiai prieinama.

Džiugu, kad net 80 % respondentų teigė, jog pritarę jų įmonei nusprendus įsidiesti ĮSA ir patikino, kad kiekviena naujovė yra sveikintina ir bet to, ji yra vertinama kaip papildomas konkurencinis pranašumas įmonei. Taip pat buvo teigiama, kad ĮSA įsidiėjimas atneštų naudos ir asmeniškai darbuotojui ir visuomenei ir žinoma įmonei, jei tik tai nebūtų vien viešųjų ryšių triukas, nes tokiu atveju

ĮSA poveikio nebūtų. Keletas respondentų teigė, kad ĮSA įsidiegimas motyvuoja labiau didžiuotis įmone, kurioje dirbi ir dar labiau siekti geresnių rezultatų. Vienas respondentas teigė, kad „darni visuomenė, kartu sugyvenant su gamta – subalansuotas vystimasis leidžia kokybiškiau gyventi“. Buvo teigusiujų, kad ĮSA koncepcija jiems yra įdomi ir priimtina, atitinka jų asmeninę ideologiją ir netgi, kad visos įmonės turėtų to siekti. Keletas atsakiusiujų teigė, kad jų įmonė jau yra įsidiegusi ĮSA ir kad šioje srityje jų įmonėje jau yra atlikta nemažai darbų. Taip pat buvo teigiama, kad ĮSA įsidiegusi įmonė išpareigoja dirbti nekenkiant nei darbuotojų, nei visuomenės gerovei ir jog pagaliau atėjo laikas formuoti pilietinę visuomenę. Keletas respondentų teigė, kad galbūt ĮSA pagalba būtų sumažinta socialinė atskirtis tarp socialinių klasių bei būtų užtikrintos darbuotojų socialinės garantijos. Apibendrinant galima būtų teigti, kad dauguma respondentų pritaria ĮSA idėjai ir mato išties nemažai šios koncepcijos teikiamų privalumų, pradedant darbuotojų socialine gerove ir baigiant visos visuomenės pilietiškumu bei kokybiška gyvensena. Visgi 20 % respondentų teigė, kad nepritartų, jų įmonei nusprendus įsidiegti ĮSA, nes tai jiems yra neaktualu arba nėra žinoma, ar to išties reikia. Keletas neigiamai atsakiusiujų į užduotą klausimą teigė, jog nepritartų ĮSA įsidiegimui, nes jų įmonė darbe ir taip vadovaujasi analogiškais principais ir tai būtų tik dar vienas biurokratinis barjeras, taigi galima teigti, kad netgi tie respondentai, kurie teigė nenorėsiantys, kad Jų įmonėje būtų įdiegta ĮSA išties nėra nusiteikę priešišškai prie šią idėją, o tiesiog ir be ĮSA įsidiegimo įmonėje vadovaujasi panašiais socialiai atsakingo elgesio principais.

Į klausimą, ar įmonė turėtų rūpintis ne vien pelno siekimu, bet ir bendruomenės socialine gerove, net 98 % respondentų atsakė teigiamai ir tik 2 % neigiamai. Toks nuomonių pasiskirstymas išties džiugina, nes kuo aktyviau visuomenė smerks besaikį ir beribį pelno siekimą, tuo labiau įmonės bus verčiamos atsižvelgti į visuomenės poreikius siekiant užsitikrinti konkurencingumą. Keletas atsakiusiujų teigė, kad įmonės pagrindinis tikslas ir taip yra siekti pelno, tačiau be jo reiktų siekti ir kitų tikslų, nes žmogus gyvena ne vien materialinėm vertybėm. Respondentai teigė, kad kiekvienas iš mūsų yra bendruomenės dalis, o tvirta bendruomenė yra tvarios visuomenės ir apskirtai valstybės pagrindas. Buvo teigusiujų, jog „Plikas pelno siekimas, kaip matome dabar, prie gero nepriveda“, ypač turint omenyje, kad šių laikų visuomenė ir taip yra smarkiai sumaterialėjusi, o įsidiegus ĮSA naudos gautų visi, tiek įmonė, tiek bendruomenė, galbūt tik būtų sunku šią naudą įvertinti ir apskaičiuoti. Respondentai taip pat teigė, kad mes esam visuomenės dalis ir negalime nosisukti nuo to, kad vyksta aplink mus, todėl jeigu yra galimybė prisidėti prie bendruomenės socialinės gerovės – mūsų visų pareiga yra taip ir padaryti. Patys įmonėms vadovaujantys respondentai teigė, kad mes gyvename socialinėje visuomenėje, kurioje reikia rūpintis vieniems kitais, o be to, kiekviena bendrovė, rūpindamasi socialine gerove tik labiau

atkreipia dėmesį į save ir taip užsitikrina savo įmonės populiarinimą, nes ĮSA kartu yra ir tam tikra reklamos forma. Taip pat buvo teigiama, kad įsidedus ĮSA vyktų glaudesnis ryšys tarp bendruomenės ir įmonės. Taip bendrovė užsitikrintų naudingą grįžtamąjį ryšį. Vienas atsakiusiųjų teigė, kad „jei mano produkcijos pirkėjai bus turtingi ir laimingi, toks būsiu ir aš“. Taigi apibendrinant galima būtų pasakyti, kad nors buvo teigusiųjų, kad pelnos siekimas yra skirtas įmonės išgyvenimui, o socialinė gerovė – vidinis asmens poreikis, tačiau dauguma respondentų sutiko, kad įmonė ir jos darbuotojai yra visuomenės dalis, todėl būtina rūpintis bendruomenės socialine gerove, nes ji yra tvirtos valstybės pagrindas, o besaikis pelno siekimas kol kas prie gero neprivedė.

Net 70 % respondentų teigė, jog jie pirktų įmonės, įsidedusios ĮSA produkciją, net jei ji būtų brangesnė dėl socialinei atsakomybei propaguoti skiriamų lėšų, 28 % respondentų teigė to nedarysiantys, na o 2 % respondentų teigė nežiną. Teigiamai atsakę respondentai patikino, kad pirkdami tokią produkciją jaustųsi prisidedą prie ĮSA įsidedusios įmonės socialinių tikslų; taip pat jaustųsi užtikrinti dėl produkcijos kokybės. Taip pat atsakiusieji teigė, kad jie visada stengiasi paremti pažangias idėjas ir kad visi mes turime būti sąmoningi. Taip pat respondentai teigė, kad pirktų tokią prekę, jei žinotu, kodėl ji yra brangesnė ir tik tuo atveju, jei jos tikrai reikėtų ir jos kokybė atitiktų visus reikalavimus. Buvo teigusiųjų, kad svarbiausiai yra turinys, o ne kaina, todėl pirktų tokią prekę, jei tik kainos skirtumas nebūtų labai didelis ir jei būtų už ką tokią prekę pirkti. Vienas respondentų užtikrintai teigė, kad „geriems tikslams niekada ne gaila“. Asmenys, kurie nepirktų tokios produkcijos teigė, kad šie kaštai turėtų būti skiriami iš įmonės lėšų bei pabrėžė, kad nepirktų tokių prekių dėl sunkios finansinės situacijos. Keletas respondentų teigė nežinantys, ar pirktų tokią produkciją, nes tai priklauso nuo prekių/paslaugų rūšies ir pasitikėjimo pačia įmone, nes vien tik deklaruoti, kad įmonė įdiegus ĮSA, neužtenka. Apibendrinant galima būtų pasidžiaugti, kad net šiais, visuotinio taupymo laikais, dauguma respondentų palaiko ĮSA idėją ir yra netgi pasiruošę pirkti brangesnę tokių įmonių produkciją, norėdami prisidėti prie žmonių gerovės užtikrinimo ir aplinkos išsaugojimo.

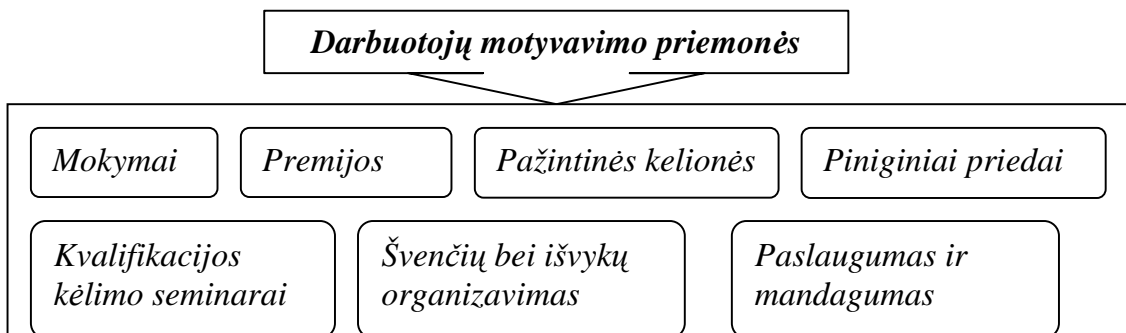
Į klausimą, ar jaučia ĮSA poveikį sau, 38 % respondentų atsakė jaučiantys tokį poveikį, o 62 % respondentų –ne. Daugumą atsakiusiųjų , jog tokį poveikį jaučia, įvardino jį kaip teigiamą. Laimei neigiamo poveikio neįvardino nei vienas respondentas. Keletas respondentų atsakė, kad teigiamą poveikį tikrai, jaučia, nes dirba įmonėje, įsidedusioje ĮSA. Taip pat buvo teigiama, kad ĮSA ideologija yra daugiausiai susijusi su žmogaus moralinėmis nuostatomis, sąžine, todėl tikėtina, kad ĮSA poveikis yra teigiamas, nes skatina mąstyti ir elgtis etiškai, pagal moralės normas. ĮSA poveikio sau nejaučiantys respondentai teigė, kad tokio poveikio nejaučia, nes apie jį tiesiog nežino arba tiesiog apie tokį poveikį

nėra susimąstę. Visgi nemažai respondentų atsakė, kad jokio ĮSA poveikio sau nejaučia, bet jei jaustų – jis greičiausiai būtų teigiamas, todėl galima teigi, kad respondentai yra išties pozityviai nusiteikę socialiai atsakingų įmonių atžvilgiu.

Į vieną esminių šio tyrimo klausimų – ar respondento įmonėje yra įdiegta ĮSA – net 86 % respondentų atsakė neigiamai ir tik 14 % respondentų patikino, kad jų įmonėje ĮSA yra įdiegta. Deja šis procentinis pasiskirstymas atspindi ir bendrą realią situaciją Lietuvoje, nes iš šimtų tūkstančių Lietuvos įmonių vos 57 yra įsidiegusios ĮSA. Visgi keletas respondentų atsakė, kad netgi nors jų įmonėje ĮSA nėra įdiegta, tačiau kai kuriais socialinės atsakomybės principais įmonė visgi vadovaujasi ir tai leidžia daryti prielaidą, kad įmonė nebūtinai turi būti oficialiai įtraukta į ĮSA gretas, kad galėtų vykdyti savo veiklą dorai, teisingai ir atsakingai.

70 % respondentų teigė, kad jų darbovietėje yra priimtos darbuotojų motyvavimo priemonės. Likę 30 % respondentų teigė, kad tokių jų darbe nėra. Respondentai išvardino išties daug ir įvairių motyvavimo priemonių: tai įvairūs mokymai, premijos, laisvalaikio bei mokymų organizavimas, piniginiai priedai prie algos kas mėnesį už gerą darbą, premijos įvairių švenčių proga, Kalėdinė šventė, taip pat kvalifikacijos kėlimo seminarai, darbuotojų išvykos į gamtą, kelionės ir netgi įvairūs palepinimai ir malonumai. Taip pat kaip motyvavimo priemonės buvo įvardintas geras aprūpinimas įranga, atlygis už kokybišką darbą ir netgi paslaugumas ir mandagumas. Taip pat buvo pastebėta, kad atitinkamai motyvuojama priklausomai nuo darbo rezultatų už kokybinius darbo rodiklius. Keletas respondentų teigė, kad motyvavimo priemonės yra išties minimalios: atsižvelgiama į pageidavimus dėl atostogų ar tiesiog pridedama kintama atlyginimo dalis, tačiau bendros patvirtintos motyvacijos sistemos nėra. Apibendrinant galima būtų pastebėti, kad dauguma darbuotojų gauna įvairias premijas ir priedus, tačiau pasirodo darbuotojai vertina ne tik materialines motyvavimo priemones, bet ir tokius, rodos dideliu išlaidų ir pastangų nereikalaujančius dalykus, kaip mandagumas ir paslaugumas. Tai tik dar kartą patvirtina aukščiau minėtą teiginį, kad ne vien materialinėm vertybėm gyvena mūsų visuomenė.

5 lentelė Darbuotojų motyvavimo priemonės



Šaltinis: sudaryta autoriaus

74 % respondentų teigė, kad jų įmonėje yra priimtinas lankstus darbo grafikas (darbinio užimtumo derinimas su šeimyniniais įsipareigojimais), tuo tarpu 24 % respondentų teigė, kad jų įmonėje toks darbo grafikas nėra priimtinas, na o 2 % atsakiusiųjų negalėjo atsakyti nei teigiamai nei neigiamai. Respondentai teigė, kad lankstus darbo grafikas yra labai patogus, nes tuomet ir darbuotojas gali našiai dirbti ir įmonės tikslai yra užtikrinami. Keletas respondentų teigė, kad jų įmonėje yra leidžiamas apsilankymas poliklinikoje darbo metu, taip pat darbuotojai su mažamečiais vaikais turi galimybę pasiimti laisvų dienų. Įmonės vadovai savo ruožtu teigė, kad svarbiausiai yra laiku ir kokybiškai atliktas darbas, o našus ir kokybiškas darbas užtikrinamas tuomet, kuomet darbuotojo šeimoje viskas klostosi puikiai. Deja, nemažai yra tokių įmonių, kurioje lankstus darbo grafikas nėra priimtinas. Vienur tai yra sąlygota gamybos nepertraukiamumo, kitur – įmonių vadovų iniciatyva. Reikia pasidžiaugti, kad tokių įmonių yra mažuma, didžioji dalis įmonių vadovų puikiai suvokia, kad šeima yra itin didelė vertybė, todėl ją reikia puoselėti ir gerbti.

Papildomas socialines garantijas teikia tik 32 % respondentų įmonės, tuo tarpu 68 % respondentų teigė, kad jų įmonėse tokios garantijos neteikiamos. Dalis respondentų teigė, jog jų įmonėje yra užtikrintas papildomas draudimas nuo nelaimingų atsitikimų, kitose įmonėse visi darbuotojai yra apdrausti nuo bet kokių nelaimingų atsitikimų. Respondentai taip pat teigė, jog jiems yra skiriamos papildomos išmokos rimtos ligos atveju, taip pat yra teikiamos sveikatingumo priemonės, taip nemokami abonementai lankytis sporto klube. Kai kurie įmonių vadovai savo ruožtu teigė, kad jeigu darbuotojas prašo – visuomet padeda kaip gali. Socialinių garantijų negaunantys respondentai teigė, kad jų įmonėse tam trūksta lėšų bei yra ribotos finansinės galimybės, tad galima būtų tikėtis, kad lėšoms atsiradus galbūt ir daugiau įmonių darbuotojų pasiektų papildomos socialinės garantijos.

38 % respondentų teigė, kad jų įmonė siekia tapti vertinamu vietos bendruomenės nariu ir to siekia labai įvairiomis priemonėmis. Vienoje įmonėje yra įsteigtas visuomenei skirtų renginių mecenatas, kitoje įmonėje yra įdiegta pati moderniausia ir draugiška aplinkai technologija. Yra įmonių, kurios finansiškai remia atskirus visuomeninius renginius, bendruomenės projektus, teikia labdarą įvairioms organizacijoms-tiek pinigine prasme tiek ir intelektualine veikla. Dalis respondentų teigė, kad konkrečių veiksmų įmonė nesiima, tačiau stengiasi rūpintis aplinka. Deja didžioji dauguma respondentų (62 %) teigė, kad jų įmonė nesiima jokių priemonių, nes įmonė tam yra per maža, arba įmonės veikla mažai kontaktuoja su bendruomene, arba patys respondentai tiesiog negalėjo įvardinti, kodėl įmonės

vadovai tokių priemonių netaiko, tad galima teigti jog nedaugelis įmonių rūpinasi savo vardo siejamumu ne tik su pelningumu ir galingumu, bet ir priimtinumu bei vertinimu visuomenėje.

24 % respondentų teigė, kad jų įmonė gamina arba teikia produktus ar paslaugas, pritaikytas specifinių poreikių grupėms. Dalis respondentų teigė, kad jų įmonė teikia specializuotos sveikatos priežiūros priemones, taip pat kai kuriose įmonėse yra sumontuoti specialūs privažiavimai žmonėms su negalia. Keletoje įmonių teikiamos mokymo paslaugos žmonėms su regėjimo negalia. Vienas respondentų teigė, kad jų įmonėje neįgalieji yra pervežami specialiai jiems pritaikytais autobusais. Keletas įmonių tam tikras paslaugas suteikia galimybę užsisakyti ir įsigyti elektroninėmis ryšio priemonėmis. Likę 76 % respondentų teigė, kad jų įmonė tokiu prekių negamina ir paslaugų neteikia, nes to neleidžia įmonės veiklos specifika.

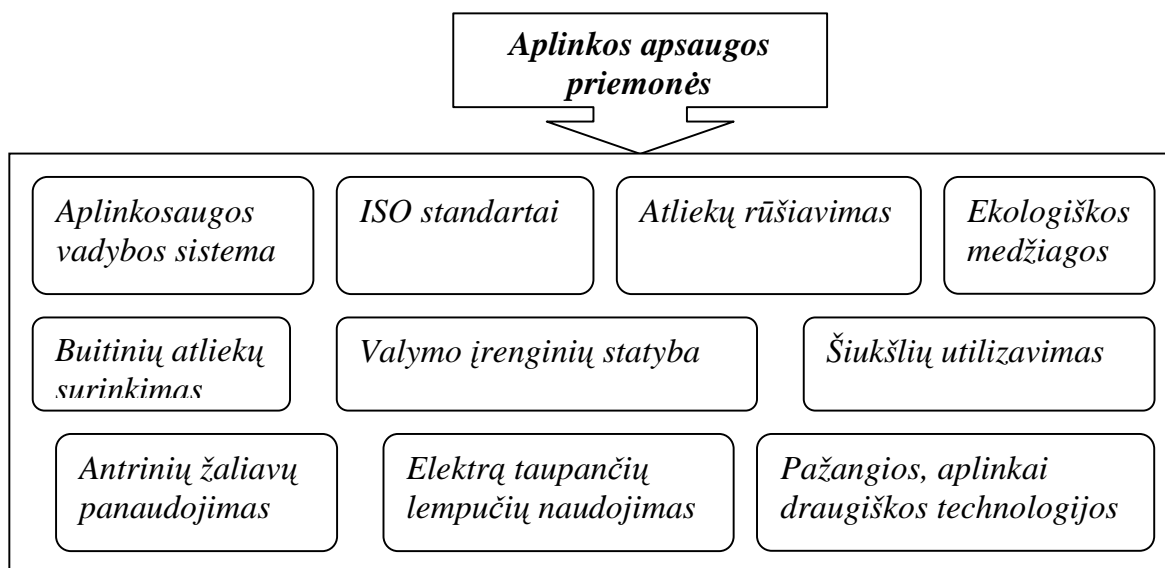
Apibendrinant aukščiau išdėstytą galima teigti, kad Įmonių socialinės atsakomybės koncepcija nėra labai plačiai paplitusi tarp Lietuvos įmonių, tačiau tyrimas parodė ir tai, kad net ir neįsidiegusios ĮSA dažnos įmonės elgiasi labai socialiai atsakingai ir rūpinasi dauguma ĮSA apimančių sričių. Nemažai ĮSA neįsidiegusių įmonių labai rūpinasi savo darbuotojais ir motyvuoja bei skatina juos įvairiomis priemonėmis: išmoka premijas, organizuoja išvykas bei keliones, apmoka sveikatingumo abonementus. Taip pat labai nemažai įmonių suteikia lankstaus darbo grafiko galimybes ir taip skatina darbuotojus našiau dirbti, nes jų neslegia neatlikti šeimyniniai įsipareigojimai. Bet to išties nemažai šeimų vertina tai, kad darbdavys pripažįsta, jog darbuotojas nėra vien darbo jėga, jis yra ir šeimos žmogus, o šeimos vertybės priėmimas bei skatinimas yra itin naudingas mūsų visuomenei. Taip pat nemažai respondentų teigė, kad nors jų įmonė ĮSA nėra įsidiegusi, tačiau išties gerbia darbuotojus, jų darbą ir lojalumą. Taip pat buvo paminėta, kad nemažai įmonių stengiasi paremti įvairius visuomeninius renginius, bendruomenės projektus, taip pat teikia labdarą įvairioms organizacijoms bei stengiasi rūpintis aplinka, o tai – puikiausiais socialiai atsakingo įmonės elgesio pavyzdys.

Aplinkos apsauga

54 % respondentų teigė, kad jų įmonė stengiasi mažinti savo veiklos sukeltą neigiamą poveikį aplinkai, na o likę 46 % atsakiusiųjų teigė, kad jų įmonė tuo neužsiima. Galbūt toks nemažas procentas atsakiusiųjų neigiamai galėtų būti sąlygotas to, kad šiandien išties nemažai įmonių (ypatingai dirbančių paslaugų sferoje) dirba elektroninėje erdvėje, todėl jų veikla labai didelio ar akivaizdaus neigiamo poveikio aplinkai net ir nesukelia. Na o tos įmonės, kurios tokį sukelia aplinkai neigiamą poveikį, dažnai ji stengiasi įvairiomis priemonėmis galimai mažinti. Pavyzdžiui vienoje įmonėje yra įdiegta

aplinkosaugos valdymo vadybos sistema pagal ISO standartą 14001:2004, įmonė dalyvauja *Verslo žinių* akcijoje „Atsakingo elgesio zona“ (įmonės skatinamas rūšiuoti atliekas savo biuruose), taip pat įmonės darbuotojai rūšiuoja atliekas ne tik biure, bet ir gamyboje, kur kaupiasi dideli kiekiai popieriaus atliekų bei kitų medžiagų, taip pat nukenksminami ryškalai, renkamosi ekologiškos medžiagos gamybai (popierius, dažai ir pan.), klientams įmonė vis dažniau siūlo ekologišką spaudą - t.y. gaminius iš ekologiško popieriaus. Kitose įmonėse statomi specialūs konteineriai buitiniams atliekoms surinkti, diegiamos pažangios aplinkai draugiškos technologijos gamyboje, smulkinamos atliekos, panaudojamos antrinės žaliavos, perdirbamos antrinės žaliavos, išigyjamos ekologiškesnės transporto priemonės, statomi valymo įrenginiai, utilizuoti išvežamos šiukšlės, taupoma elektra – naudojamos elektrą taupančios lemputės, popieriaus atliekos pridodamos popierių gaminančioms įmonėms. Vienoje ĮSA įsidiegusioje įmonėje prieš metus startavo projektas „Tausok ir keiskis bendrovėje“, kurio rezultatai skelbiami metinėje socialinės atsakomybės ataskaitoje. Kitos kompanijos teigė sekančios technologijų vystymąsi bei projektuose numatančios aplinką tausojančius įrenginius. Toks įmonių aktyvumas ir pasiryžimas tausoti mus supančią aplinką ir dėti daug pastangų yra išties sveikintinas ir leidžia manyti, kad ateityje tokių įmonių tik daugės.

6 lentelė Aplinkos apsaugos priemonės



Šaltinis: sudaryta autoriaus

Neigiamos įtakos aplinkai mažinimo strategiją turi vos 38 % respondentų įmonės. Dažniausiai įmonėse būna įdiegtos atliekų valdymo, kokybės vadybos sistemos bei ISO standartai. Tačiau neretai konkrečios neigiamos įtakos aplinkai mažinimo strategijos nėra, bet įmonė taupiai naudoja visus išteklius, rūšiuoja šiukšles ir kitas atliekas, mažina transporto priemonių išmetamų dujų kiekį, taupo energiją bei mažina naudojamų dokumentų skaičius – o tai labai puikiai tausoja aplinką net ir nesant

konkrečios strategijos. Deja net 62 % atsakiusiųjų pripažino, kad jų įmonėje nėra priimtų jokių neigiamos įtakos aplinkai mažinimo strategijų ar planų. Dažniausiai tokios strategijos nepriimamos, nes teigiama, kad įmonė jokio neigiamo poveikio aplinkai nesukelia, arba jei ir sukelia, tuomet įmonė atitinka visus būtinus standartus, tačiau netgi nekeliant konkrečiau neigiamo poveikio, visuomet pravartu ir naudinga rūšiuoti atliekas bei taupyti energiją bei gamtą.

„Žaliuosius pirkimus“ (pirkimai, apimantys aplinkosauginius klausimus) vykdo vos 12 % tyrime dalyvavusių įmonių. Toks mažas skaičius gali būti sąlygotas išties menko „žaliųjų pirkimų“ paplitimo ir populiarumo, nes tokie pirkimai Lietuvoje yra pakankamai nauji, tačiau žinoma galima daryti ir prielaidą, kad įmonės nėra skatinamos valstybės vykdyti tokius pirkimus. Jei valstybė skelbdama viešuosius konkursus prioritetą teiktų įmonėms, vykdančioms tokius pirkimus, galbūt tokių įmonių tikrai padaugėtų. Visgi galima pasidžiaugti kad kai kurios įmonės stengiasi tausoti ir puoselėti aplinką remdamos miškų sodinimą bei investuodamos į aplinkosauginius projektus.

Net 48 % apklaustųjų patikino, kad jų įmonėje gaminama produkcija arba teikiamos paslaugos prisideda prie taršos mažinimo. Keleto įmonių respondentai teigė, kad jų įmonė specializuojasi gamindama produkciją, kuri yra skirta būtent taršos mažinimui – pavyzdžiui gamina nuotekų valymo įrenginius arba konstruoja ir gamina elektros energiją taupančius prietaisus, kiti tiesiog tausoja aplinką surinkdami senus gaminius ir pakeisdami juos naujais (senuosius perdirbant), na o treči diegia modernias, aplinkai draugiškas technologijas. Taip pat galima sakyti, kad prie taršos mažinimo prisideda ir interneto pagalba prekes parduodantys ar paslaugas teikiančios įmonės, nes taip mažinama kelionių būtinybė ir į aplinką yra išskiriama mažiau CO₂, bei kitų nuodingų medžiagų.

Apibendrinant galima teigti, kad išties nemažai įmonių rūpinasi aplinka ir ją saugo diegdami aplinkai draugiškas, modernias technologijas, taip pat įvairias kokybės vadybos sistemas bei ISO standartus. Be to, nemažai įmonių rūpinasi atliekų rūšiavimu, bei perdirbimu, taip pat stengiasi taupyti popierių, bei kitus išteklius, naudoja elektrą taupančius prietaisus bei kitais būdais stengiasi saugoti mus supančią aplinką. Džiugu, kad įmonės to imasi savo iniciatyva ir yra pakankamai sąmoningos, kad ne tik naudotų gamtinius išteklius, bet ir prisidėtų prie jų taupymo, ar perdirbimo.

Darbuotojų teisės

Vos 18 % respondentų atsakė, kad jų įmonėje veikia darbuotojų atstovybė. Likę 82 % tyrime dalyvavusių respondentų teigė, kad nei profesinės sąjungos nei jokios darbuotojų atstovybės jų įmonėje nėra. Dauguma respondentų teigė, kad nėra ir poreikio kurti tokią atstovybę, nes jų įmonė yra nedidelė,

todėl su vadovu galima susitarti ir be tarpininkų. Išties šiandien nėra likę daug didžiulių įmonių, daugiausiai veiklą vykdo nedidelės ar vidutinio dydžio įmonės. Anot vieno iš atsakiusiųjų „įmonės darbuotojai ir taip sutaria kaip „viena šeima“, todėl nėra poreikio kurti darbuotojų atstovybę. Visgi keletas respondentų teigė, kad jų įmonėje veikia darbuotojų atstovybė, profesinė sąjunga arba darbuotojų saugos ir sveikatos komitetas, sudarytas iš darbdavio ir darbuotojų atstovų.

Net 82 % apklaustųjų teigė, kad jų įmonėje veikia skaidri darbo apmokėjimo sistema. Respondentai teigė, kad jų įmonėje atlyginimai mokami laiku ir atitinka darbo sutartyje nurodytuosius – įmonės „juodosios buhalterijos“ nevykdo. Vienas respondentų teigė, kad jų įmonė turi „baltosios bangos pažymėjimą“, kuris visuomenei skelbia apie skaidrų atlyginimų mokėjimą savo darbuotojams. Respondentai taip pat teigė, kad mokėjimai darbuotojams atliekami pagal „įstatymo raidę“, vadovaujantis teisės aktais. Respondentai, užimantys vadovaujančias pareigas teigė, kad turint skaidrią darbo apmokėjimo sistemą daug paprasčiau dirbti ir atsiskaitinėti. Deja 18 % apklaustųjų teigė, kad jų įmonėje darbo apmokėjimo sistema nėra skaidri: darbuotojai nežino, koki atlyginimą gauna jų kolega, ar viršininkas, taip pat nėra nustatyta koki atlyginimą gauna atitinkamas pareigas užimantis žmogus, bei kokio užmokesčio galima tikėtis kylant karjeros laiptais. Tokia sistema žinoma visiškai nemotyvuoja darbuotojų, o atvirkščiai – sukelia nepasitikėjimą ir nepasitenkinimą, todėl belieka tikėtis, kad ateityje tokių įmonių bus vis mažiau ir kad vis daugiau įmonių stengsis vykdyti savo veiklą sąžiningai ir atvirai.

Į klausimą, ar įmonė reikalauja savo tiekėjų ir partnerių elgtis socialiai atsakingai, arba net renkasi tiekėjus ar partnerius pagal, tai ar jie veikia atsakingai teigiamai atsakė 56 % apklaustųjų. Likę 44 % apklaustųjų teigė, kad jų įmonėje į šiuos rodiklius nėra atsižvelgiama. Socialiai atsakingas tiekėjų ir partnerių elgesys gali būti apibrėžiamas labai plačiai. Respondentai teigė, kad nebūtinai tiekėjo ar partnerio įmonė turi būti įsidięgusi ĮSA, atsižvelgiama tiesiog į jos atsakingą elgesį ir patikimumą. Kai kuriose įmonėse prioritetas teikiamas ekologiškus produktus tiekiantiesiems, kitos įmonės renkasi smulkesnius tiekėjus ir taip paremia smulkųjų verslą, kitos įmonės renkasi galbūt šiek tiek brangesnę, bet aplinkai draugišką žaliavą. Dalis įmonių visuomet reikalauja perkamų medžiagų sertifikatų bei renkasi tik patikimus partnerius. Kita dalis įmonių savo ruožtu renkasi tuos partnerius, kurie laikosi sutarties sąlygų. Keleto įmonių darbuotojai patikino, kad jų įmonė reikalauja, kad visos tiekėjų įmonė atitiktų ĮSA reikalavimus. Deja, egzistuoja tikrai nemažai įmonių, kurioms įdomu tik tai, kaip tiekėjas ar partneris atsiskaito, tačiau žinoma negalima nuneigti, kad tai taip pat labai svarbu, ypač šiuo ekonominės stagnacijos laikotarpiu. Reikia tikėtis, kad išbridus iš ekonominės krizės, įmonės daugiau dėmesio galės skirti ne išlikimui, bet darniai įmonės veiklai.

Net 56 % apklaustųjų teigė, kad jų įmonėje egzistuoja darbo santykių gerinimo politika, 42 % apklaustųjų teigė, kad tokios politikos jų įmonėje nėra, na o 2 % apklaustųjų prisipažino nežinantys, ar tokia politika jų įmonėje egzistuoja. Tų įmonių, kuriose darbo santykiai yra reguliuojami, respondentai teigė, kad kompanijos skiria nemažai dėmesio maloniai darbo atmosferai sukurti. Kai kuriose įmonėse organizuojami įvairūs susirinkimai ir išvykos, kitose įmonėse identifikuojami konfliktai bei jų priežastys, bei stengiamai tas priežastis pašalinti. Taip pat respondentai teigė, kad jų įmonėse rengiami pokalbiai su darbuotoju, kurių metu aptariama, kaip darbuotojas jaučiasi darbe ir ką galima būtų patobulinti. Respondentai, užimantys vadovaujančias pareigas, teigė, kad jų įmonėse atliekama klientų pasitenkinimo apklausa ir apskritai „stengiamasi tobulėti visose plotmėse“. Taigi galima teigti, kad net neįsidięgusios ĮSA įmonės rūpinasi savo darbuotojais bei jų pasitenkinimu darbo vieta ir siekia harmoningų darbo santykių.

34 % apklaustųjų teigė, kad jų įmonėje yra matuojama pažanga darbo santykiuose – t.y. nustatinėjamas darbuotojų pasitenkinimo darbo vieta laipsnis, pravaikštų skaičius, traumų darbe skaičius, darbuotojų nusiskundimų skaičius, skitų baudų dėl darbuotojo teisių pažeidimo skaičius ir t.t. Respondentai teigė, kad įmonėse yra atliekami reguliarūs tyrimai, kuriais dažniausiai rūpinasi personalo vadovai, darbuotojų saugos ir sveikatos komitetai ar teisės ir personalo departamento skyriaus atstovai. Deja, bet didžiojoje daugumoje įmonių (66 %) darbo santykių pažangumas nėra matuojamas, nes, pasak respondentų, vadovybei tai ko gero nėra aktualu arba įmonė yra per maža tokiems tyrimams arba tiesiog tokie tyrimai nėra sėkmingi. Laimei yra tokių įmonių, kurios gyvuoja gana ilgai, jose dirba nemažai darbuotojų ir jie puikiai sutaria. To pavyzdys galėtų būt vieno respondento įmonė, kuri „veikia 14 metų. Per tą laiką buvo atleistas tik 1 žmogus. Savo noru niekas neišėjo“. Bėlieka pasidžiaugti tokiomis įmonėmis ir tikėtis, kad darbo santykių gerinimo srityje bus dedama vis daugiau pastangų, nes tinkama darbo atmosfera užtikrina našų darbą.

ĮSA sklaida

Įmonių socialinės atsakomybės veiklos ataskaitos yra vykdomos 8 % respondentų įmonių, t.y. visose įmonėse, kurios yra įsidięgusios ĮSA. Šios ataskaitos vėliau yra talpinamos įmonių tinklapiuose ir yra viešai prieinamos. ĮSA veiklos ataskaitos yra puikus būdas įvertinti pažangą, bei nustatyti tobulintinas sritis. Žinoma, ĮSA įsidięgimo nereikėtų vertinti kaip baigtinio proceso, nes įsidięgus ĮSA jos principais įmonė turėtų vadovautis nuolat, o ĮSA veiklos ataskaitos tik padeda įvertinti įmonės būvi tam tikrame taške ir paskatina tobulėti toliau.

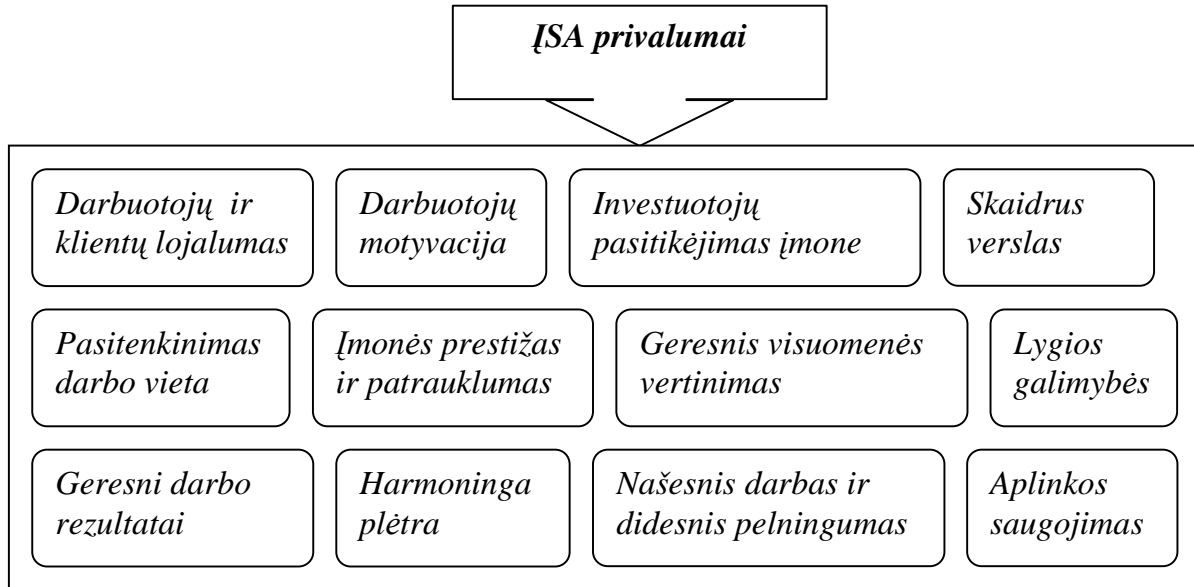
Net 78 % apklaustųjų sutiko, kad ĮSA diegimuisi įtakos turi valstybės vykdoma politika, kuri šiuo metu išties nėra labai aktyvi ĮSA atžvilgiu: nėra nė vieno įstatymo, reglamentuojančio ĮSA, valstybė tik pradeda skatinti „žaliuosius pirkimus“ bei aplinkosauginių aspektų įtraukimą į viešųjų pirkimų planus. Verslo atstovų tikinimų įmonės diegtis ĮSA itin paskatintų įvairios mokesčių lengvatos bei subsidijos.

Vos 18 % apklaustųjų teigė, kad Lietuvoje įmonės yra skatinamos diegtis ĮSA, tačiau net ši mažoji dalis visų respondentų sutiko, kad skatinama yra per mažai ir kol kas tik po truputi plačiau pradedama šnekėti apie tai, kas yra ĮSA. Tačiau net šnekos ir diskusijos verslo plotmėje socialiai atsakingo verslo tema jau yra didžiulis žingsnis pirmyn ir indėlis į ĮSA plėtrą. Visgi net 82 % respondentų teigė, kad Lietuvoje įmonės nėra skatinamos diegtis ĮSA, nes visų pirma trūksta viešai prieinamos informacijos, bet to ĮSA dažnai traktuojama tiesiog kaip vidinė įmonių politika, o ne valstybinės reikšmės tikslas. Vadovaujančias pareigas užimantys respondentai pažymėjo taip pat, kad iš esmės aplinkos apsaugos, pagarbos žmogui, bei santykių gerinimo sistema turėtų būti viena, vieninga ir integruojama (vietoj dešimties kokybės valdymo, aplinkosaugos ar socialinės apsaugos sistemų), nes tuomet sistema būtų daug aiškesnė, lengviau suvokiama ir įdiegiama: tai užimtų mažiau laiko ir atneštų daugiau naudos. Taip pat respondentai patikino, kad darbo principai nebūtinai turi būti apibūdinami ĮSA. Darbo santykius galima puikiai gerinti ir tobulinti ir be jokių sistemų ar standartų – svarbu kad įmonės vadovai būtų nusiteikę entuziastingai ir girdėtų savo darbuotojų norus ir tikslus.

74 % respondentų teigė, kad ĮSA įsidiegimas suteikia įmonei naudos. Respondentai pažymėjo, kad ĮSA įsidiegimas įmonėje skatina darbuotojų lojalumą, jų motyvaciją, klientų lojalumą, investuotojų pasitikėjimą įmone, geresnius santykius su darbuotojais bei jų pasitenkinimą ir žinoma konkurencinį pranašumą. Taip pat respondentai minėjo įmonės prestižą, patrauklumą, įvairių suinteresuotų subjektų požiūrį į įmonę, taip pat visuomenės lojalumą įmonei ir jos gaminamai produkcijai. Taip pat buvo tvirtinama, kad ĮSA įsidiegusi įmonė yra geriau vertinama visuomenėje, sukuriamas palankus psichologinis klimatas įmonės viduje, o tuo pačiu gerėja darbo rezultatai. ĮSA taip pat siejama su skaidraus verslo ir lygių galimybių kūrimu bei harmoninga plėtra. ĮSA įsidiegimas kelia bendrovės reputaciją bei suteikia realią ekonominę naudą, nes geresnis psichologinis klimatas darbe bei aukštesnis darbuotojų pasitenkinimo laipsnis skatina našesnę darbą. Respondentai, užimantys vadovaujančias pareigas, pabrėžė, kad labai svarbu, kad ĮSA būtų ne pavienis projektas, o bendros vadybos sistemos dalis, nes taip ji būtų nuosekliai ir lengviau įgyvendinama. Atsakiusieji taip pat teigė, kad ĮSA skatina ne tik reklaminį įmonės įvaizdį, bet ir padeda kurti sąžiningos ir rimos įmonės įvaizdį. Žinoma, buvo ir

gana skeptiškai nusiteikusių respondentų, kurie teigė, kad ĮSA tik apsunkina vadovų gyvenimą, tačiau jie taip pat sutiko, kad diegimas – tėra formalumas, svarbiausiai, kad pagarbos žmogui, darbuotojui ir aplinkai vertybiniais principais vadovautųsi įmonės personalas.

7 lentelė ĮSA privalumai



Šaltinis: sudaryta autoriaus

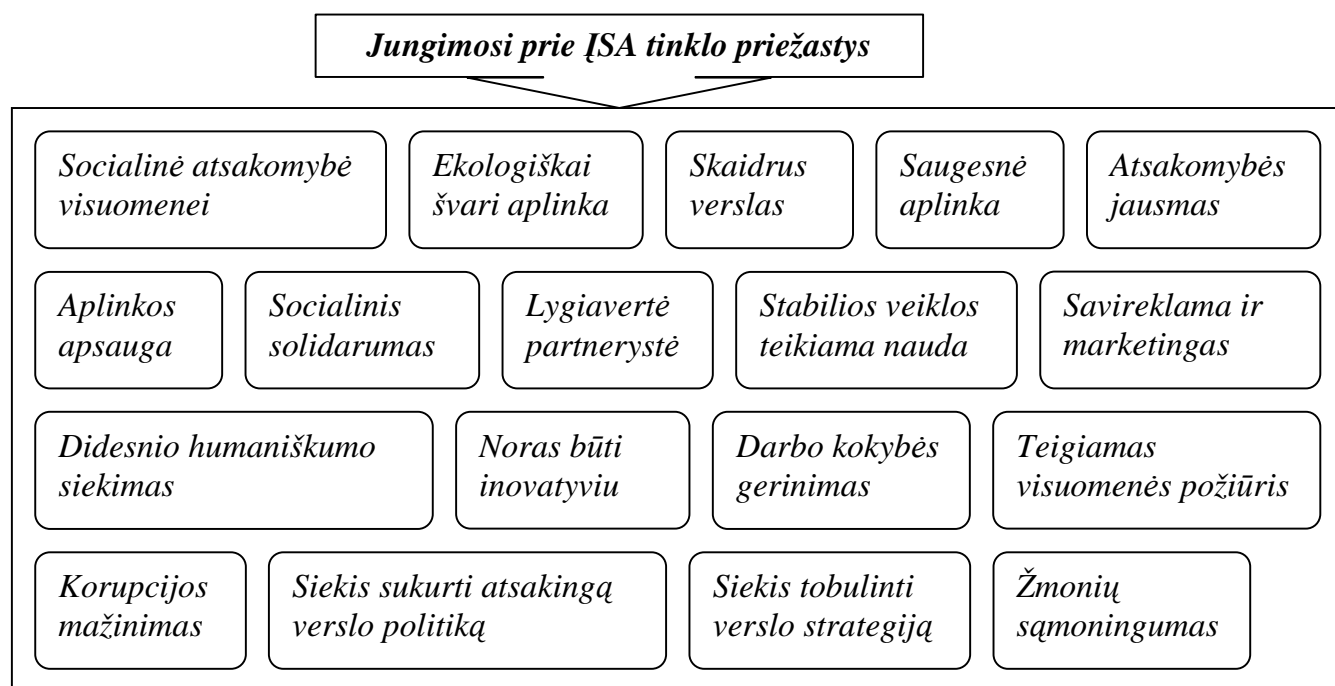
Sunkoka būtų tiksliai išmatuoti naudą, kuria atneša ĮSA įsidiegimas, tačiau gerėjantis kompanijos įvaizdis, didėjantis darbuotojų ir klientų pasitenkinimo laipsnis, mažėjantys darbuotojų kaitos rodikliai, gerėjantys santykiai kolektyve, jo atsidavimas įmonei bei – to pasekoje didėjantys pardavimų rodikliai galėtų būti vertinama kaip ĮSA įsidiegimo sukuriama nauda. Žinoma, šie aspektai dažniausiai pasireiškia ilgame laikotarpyje, todėl nevertėtų tikėtis akivaizdaus pagerėjimo vos įsidiegus ĮSA. Reikšminių aspektų, tokiu kaip visuomenės požiūris, pardavimų dydis, socialinių projektų skaičius, įmonės žinomumas ir t.t. – matavimai turėtų būti periodiškai atliekami ir lyginami su prie tai buvusiais ir tokiomis priemonėmis galėtų būti matuojama pažanga darbo santykiuose, lojalumas bei įmonės įvaizdis.

Kiek daugiau nei pusė- 58 % apklaustųjų teigė, kad iš ĮSA įsidiegimo gaunama nauda atperka įmonių socialinei atsakomybei propaguoti skiriamas lėšas. Respondentai teigė, kad investicijos ĮSA įsidieгимui, kaip ir bet kokios kitos investicijos, atsiperka per ilgesnį laikotarpį. Tai galėtų būti iliustruojama mažesne kadru kaita (sutaupoma naujų darbuotojų paieškoms bei apmokymams), užtikrinamas atsakingesnis darbuotojų požiūris į darbą ir taip mažinamas pravaikštų skaičius bei didinamas darbuotojų pasitikėjimo įmone ir jos vadovais lygis. Visgi nemažai respondentų (42 %) teigė, kad įmonės lėšos yra investuojamos tik tada, kaip matomas greitas finansinis atsiperkamumas, todėl

ekonominio nuosmukio metu investavimas į ĮSA diegimą yra praktiškai neįmanomas. Belieka tikėtis, kad išbridus iš ekonominės krizės visuomenėje ims formuotis naujas požiūris į darbuotojus ir įmonės veiklą, kuris bus sąlygotas ne vien besaikio pelno siekimo, bet ir žmoniškosiomis vertybėmis – pagarba žmogui, darbuotojui, jo šeimai bei mus supančiai aplinkai.

Respondentai išvardino ištis daug jungimosi prie ĮSA tinklo priežasčių. Vieniems svarbu pasirodė socialinė atsakomybė visuomenei, ekologiškai švari aplinka bei skaidrus verslas, tretiems siekis turėti saugesnę aplinką, išsaugoti ją ateinančioms kartoms. Respondentai taip pat įvardino aplinkos apsaugą, socialinį solidarumą, lygiavertę partnerystę bei stabilios veiklos teikiamą naudą. Buvo paminėta, kad įmonėms taip pat svarbus didesnio humaniškumo siekimas, noras būti inovatyviu, darbo kokybės gerinimas, korupcijos mažinimas, siekis sukurti atsakingą verslo politiką bei tobulinti verslo strategiją. Vadovaujančias pareigas užimantys respondentai teigė, kad taip pat svarbu yra ir teigiamas visuomenės požiūris, žmonių sąmoningumo ir atsakomybės jausmo ugdymas. Respondentai taip pat teigė, kad neretai įmonės jungtis prie ĮSA tinklo skatina reklamos siekis, didesnės galimybės įeiti į tarptautines rinkas, taip pat siekis sukurti geresnį įmonės įvaizdį ĮSA naudojant kaip vieną viešųjų ryšių ar marketingo priemonių. Taip pat buvo minima, kad kai kurios įmonės prie ĮSA tinklo jungias dėl „akių“, aiškiai nesuvokdamos, kas yra ĮSA, tačiau kiti tai daro nuoširdžiai ir suvokdami, kad tai yra ilgalaikės investicijos. Keletas atsakiusiųjų pažymėjo, kad jungtis prie ĮSA tinklo gali paskatinti taip pat ir meilę gamtai ir žmogui, bei pati socialiai atsakingo verslo idėja.

8 lentelė Jungimosi prie ĮSA tinklo priežastys



Šaltinis: sudaryta autoriaus

Ištis nedaug – vos 4 % apklaustųjų teigė, kad Lietuvoje yra užtekinai įmonių, įsidedusių ĮSA. Likę 96 % pažymėjo, kad tokių įmonių Lietuvoje nėra pakankamai. Respondentai minėjo, kad Lietuvoje ĮSA įsidedusių įmonių yra per mažai, nes labai trūksta informacijos apie ĮSA, be to ĮSA įsidedti dažnai gali tik ekonomiškai stiprios įmonės. Viena respondenčių, kurių įmonėje yra įdiegta ĮSA ir netgi sukurta Socialinės atsakomybės projektų vadovo pareigybė teigė, kad „nereikėtų kalbėti apie ĮSA įdiegimą kaip apie baigtinį procesą – greičiau tai tik pradžia“.

Kalbėdami apie ĮSA perspektyvas Lietuvoje respondentai buvo nusiteikę gana pozityviai. Respondentai minėjo, kad ĮSA perspektyvos Lietuvoje yra gana neblogos, tik reikėtų plačiau informuoti visuomenę apie šią koncepciją. Taip pat buvo teigiama, kad ateityje tokių įmonių tik daugės, o pati ĮSA populiarės. Taip pat buvo teigusių, kad darbo santykiai po truputį gerėja, todėl ĮSA turėtų plėstis ir tapti kiekvienos įmonės prestižo reikalu. Respondentų nuomone ĮSA turėtų paskatinti ir narystė ES. Apklaustieji taip pat teigė, kad naujovės, inovacijos, ekologija, socialumas ir panašios sritys vis labiau domina verslo atstovus (nes visų pirma – tai madinga), tačiau tokioms strategijoms skirti lėšas ir investuoti į tas sritis, kurios naudą atneša tik per ilgesnį laikotarpį, įmonės neretai nėra pasirengusios. Šiandien dar yra tik ĮSA formavimosi pradžia, bet ateityje ĮSA įdiegimo perspektyvos turėtų plėtotis sparčiau. Dalis respondentų teigė, kad ĮSA plėtra smarkiai priklauso nuo ekonominės situacijos – daug palankesni ĮSA plėtrai būtų ekonominio pakilimo, o ne šiuo šiuo dieninio ekonominio nuosmukio laikai. Daugelis respondentų prognozuoja ĮSA plėtrą tik pasibaigus krizei. Taip pat didesnės perspektyvas ĮSA respondentai matytų valstybei ėmus ją skatinti, nes kol kas valstybės indėlis nėra labai reikšmingas. Dalis respondentų taip pat prognozuoja, kad ĮSA pagyvėjimas pasijus įmonėms vadovauti atėjus naujai laisvai kartai, nes anot respondentų, šiuo šiuo dieninio įmonėms dažnai vadovauja komunistinėje santvarkoje augę ir staiga pralobę vadovai, kuriems ĮSA yra pakankamai tolima sritis. Visgi respondentai sutinka, kad reiktų padėti žmonėms lavėti ir būti žmogiškiems nuo mažų dienų ir išugdyti naują, atsakingą požiūrį į darbą, žmonių santykius, moralinius įsipareigojimus sau, kitam, bei gamtai, nes tai yra vienintelis kelias norint tapti pažangia ir socialiai turtinga valstybe.

Net 78 % apklaustųjų teigė susidomėję ĮSA koncepcija ir netgi ketino pasidomėti plačiau ar pasiūlyti tai savo įmonės vadovui. Keletas atsakiusiųjų teigė, kad jau seniau domėjosi ĮSA arba net vadovaujasi jos principais savo darbe. Siekiant pagelbėti ĮSA idėjai plisti ir paskatinti kuo daugiau žmonių ja domėtis, tyrime dalyvavę respondentai siūlė informaciją apie ĮSA talpinti lankomiausiose interneto svetainėse, reklaminiuose stenduose Laisvės alėjoje, spaudoje, verslo žurnaluose ir

dienraščiuose. Taip pat efektyvi galėtų būti informacija apie ĮSA skelbiama radijo ir televizijos laidose ir programose, įvairiuose informaciniuose leidiniuose. Anot respondentų efektyvūs turėtų būti nemokami seminarai, taip pat siunčiama personalizuota informacija įmonėms, nes retas vadovas apie ĮSA yra girdėjęs. Respondentai taip pat sutarė, kad pravartu būtų informaciją apie ĮSA talpinti valstybės institucijų, ministerijų, savivaldybių puslapiuose, taip pat sukurti atskirą prieigą Įmonių socialinei atsakomybei. Dalis respondentų teigė, kad galbūt pasiteisintų nuorodų apie ĮSA talpinimas populiariausiuose naujienų portaluose. Nemažai respondentų taip pat pažymėjo, kad labai svarbu informaciją apie ĮSA platinti vidurinėse, aukštosiose mokyklose ir kitose ugdymo institucijose, kad auganti karta nuo mažens būtų ugdoma dorai gyventi ir dirbti, gerbti žmones ir aplinką bei vadovautis kitomis moralinėmis vertybėmis.

3.3. Ekspertų nuomonių apklausos duomenys

Siekiant apibendrinti aukščiau aptartus klausimus bei įvertinti juos ekonominiu požiūriu buvo apklausiami ekonominės mokslų srities ekspertai. Anketas užpildė 5 ekspertai – visos moterys nuo 26 iki 55 metų amžiaus, įgijusios aukštąjį išsilavinimą. Visi ekspertai teigė esą susipažinę su Įmonių socialinės atsakomybės koncepcija, todėl sutiko pasidalinti savo nuomone.

ĮSA skatinimo politika

Trys iš penkių ekspertų patikino, kad Lietuvoje įmonės yra skatinamos diegtis ĮSA. Skatinančiu veiksniu buvo įvardinta nuolatinės Įmonių socialinės atsakomybės plėtros koordinavimo komisijos veikla. Ši komisija turi savo darbo reglamentą. Taip pat paminėtas Socialinės apsaugos ir darbo ministro 2005 m. gruodžio 22 d. įsakymas Nr. A1-337 „Dėl įmonių socialinę atsakomybę 2006-2008 metais skatinančių priemonių patvirtinimo“ (Žin., 2006, Nr. 2-28). Vienas ekspertų pažymėjo, jog Lietuvoje ĮSA diegimas daugiausiai yra skatinamas „de jure“ bei reputacijos vadybos priemonėmis. Du ekspertai pažymėjo, kad Lietuvoje įmonės nėra skatinamos diegtis ĮSA. Palyginimui galima pažymėti, kad 82 % apklaustųjų teigė, kad skatinimo diegtis ĮSA Lietuvoje nėra.

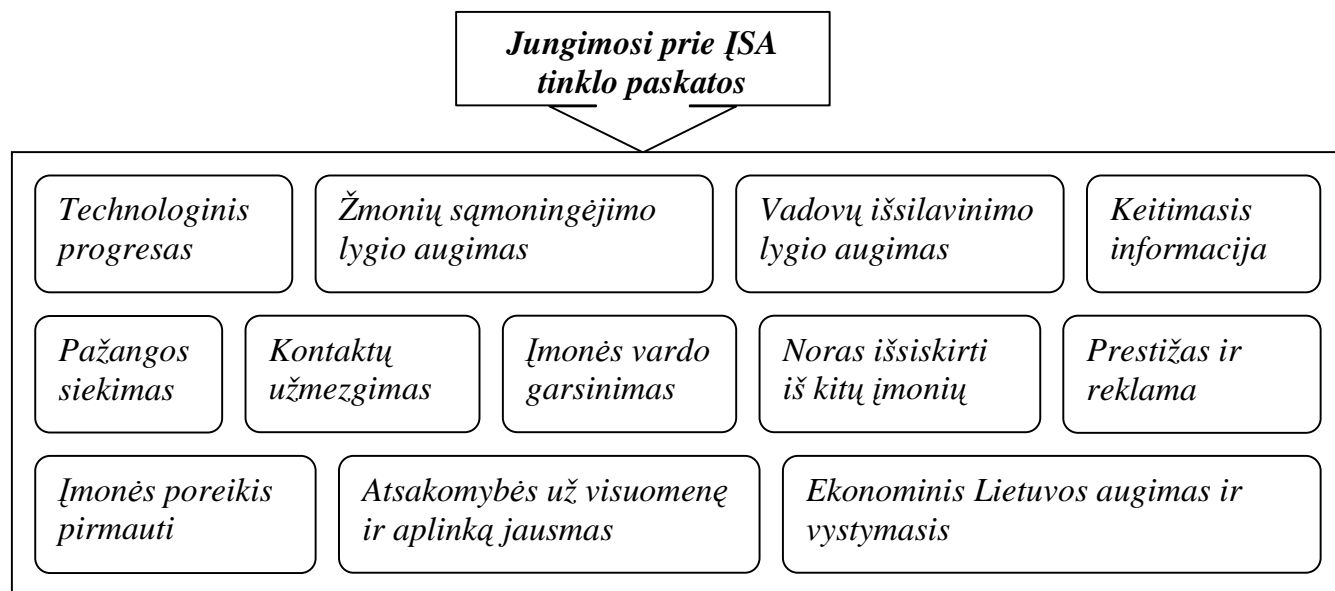
Ekspertų nuomonės apie Lietuvos valstybės vykdomą politiką ĮSA atžvilgiu gana panašios. Buvo teigiama, kad Lietuvoje yra vykdoma tokia pati politika kaip ir ES dėl ĮSA diegimo įmonėse, tačiau, ekspertų nuomone, ji nėra pakankamai orientuota į ĮSA diegimo skatinimą šalyje, nes dažniausiai iniciatyvos imasi pačios įmonės. Neretai įmonių vadovai diskutuoja mokesčių lengvatų klausimais, tačiau, pasak ekspertų, valstybė šiuo metu nėra pajėgi jų suteikti. Be to, mokesčių politika bent jau šiuo laikotarpiu taip pat nėra skatinanti elgtis socialiai atsakingai – tai patvirtina faktas, kad išties nemažai

darbdavių savo darbuotojams „rekomenduoja“ „susirgti“, kad nors kuri laiką galėtų nemokėti mokesčių valstybei. Ekspertai teigė, jog valstybės vykdoma skatinimo politika Lietuvoje ĮSA atžvilgiu nėra pakankama. Nors Lietuvoje yra paruoštas įstatymas, reglamentuojantis ĮSA, nemažai lėšų yra skiriama iš Europos sąjungos struktūrinių fondų, tačiau, pasak ekspertų, vertinti šių priemonių įtaka ĮSA diegimuisi kol kas yra sudėtinga ir šiek tiek ankstoka. Ekspertų teigimu ekonominio sunkmečio laikotarpiu nereikia tikėtis, kad įmonės norės savanoriškai elgtis etiškai ir atsižvelgti į savo išorinius suinteresuotuosius ir aplinką, todėl šalyje turėtų būti kuriami konkretūs veiksmingi ĮSA diegimo skatinimo mechanizmai – kaip kad pavyzdžiui mažesni mokesčiai, didesnės nei įprasta baudos už darbuotojų teisių ar aplinkos apsaugos įstatymų pažeidimus.

ĮSA plėtra

Ekspertų nuomone pagrindinės jungimosi prie ĮSA tinklo priežastys yra technologinis progresas, žmonių sąmoningėjimo lygio augimas (tame tarpe įmonių vadovų išsilavinimo lygio pastovus kilimas), taip pat keitimasis informacija, pažangos siekimas, kontaktų užmezgimas, įmonės vardo garsinimas, noras išsiskirti iš kitų įmonių, įmonės poreikis pirmauti, prestižas ir net reklama. Ekspertai taip pat paminėjo, kad viena jungimosi prie ĮSA tinklo priežasčių galėtų būti atsakomybės jausmas už visuomenę bei aplinką, kurioje įmonė dirba ir žinoma ekonominis Lietuvos augimas ir vystimasis.

9 lentelė Jungimosi prie ĮSA tinklo paskatos

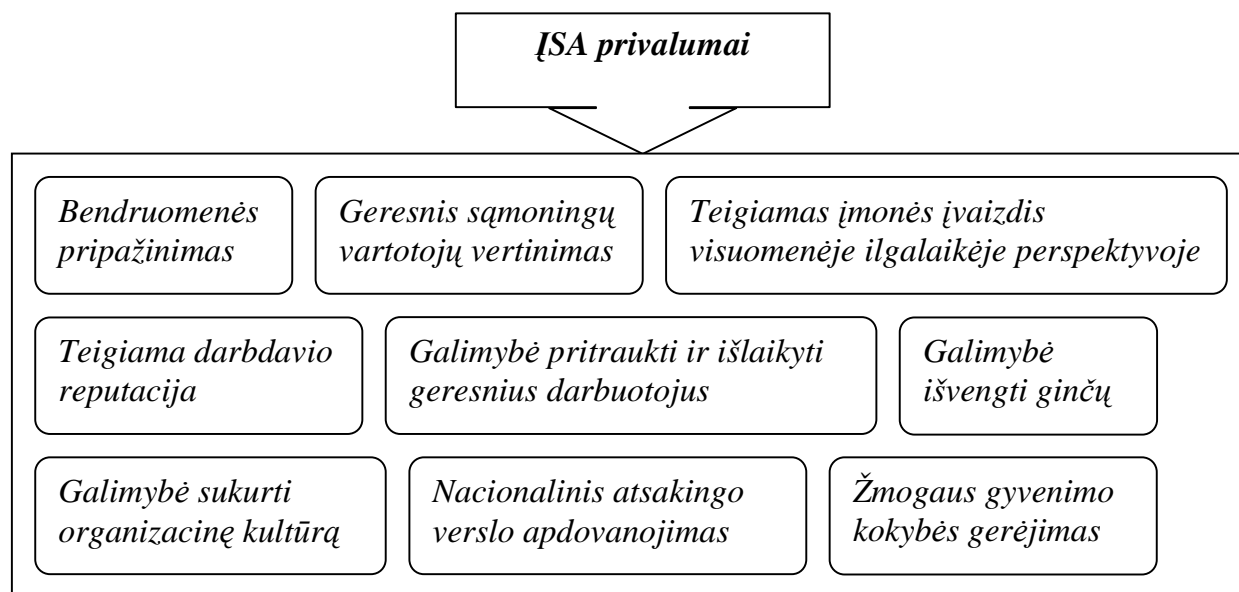


Šaltinis: sudaryta autoriaus

Kad ĮSA įsidiegimas atneša įmonei naudos pažymėjo visi respondentai. Tai ir geresnis sąmoningų vartotojų vertinimas, ir bendruomenės pripažinimas, ir teigiamas įmonės įvaizdis

visuomenėje ilgalaikėje perspektyvoje. Taip pat ekspertai teigė, kad ĮSA pagalba kuriama teigiama darbdavio reputacija, tuo pačiu galimybė pritraukti geriausius darbuotojus ir specialistus, galimybė išvengti ginčų, kurie kyla, pavyzdžiui, neatsižvelgus į vietos bendruomenės interesus plečiant ar kuriant naują verslą, taip pat galimybė sukurti atitinkamą organizacinę kultūrą bei sprendimų priėmimo per ją valdymo galimybes. Taip pat buvo pažymėta, kad naudą galima įvardinti kaip Nacionalinį atsakingo verslo apdovanojimą, kuriuo siekiama didinti žinomumą apie įmonių socialinės atsakomybės naudą verslui, valstybei ir kiekvienam individui bei skatinti šalies įmones diegti socialinės atsakomybės principus savo veikloje. Ekspertai teigia, kad apskritai makro lygmenyje vienas pagrindinių ĮSA tikslų yra gerinti žmogaus gyvenimo kokybę, taigi ĮSA atnešamą naudą galima suprasti tiesiog kaip žmogaus gyvenimo kokybės pagerėjimą – tai gali būti didesnis psichologinis komfortas darbe, tuo pačiu didesnis pasitenkinimas savo darbu bei apskritai savimi; tuo pačiu žmogus patirtų mažiau streso ir tai galbūt sąlygotų mažesni ligų, sukeliamų streso, pasireiškimą; psichologinis komfortas darbe galėtų taip pat padėti išvengti bereikalingų barnių ir nesutarimų namuose, taigi tuo pačiu palengvėtų ir darbuotojo artimųjų kasdienybė. Vadinasi žmogaus pasitenkinimas darbu galėtų labai smarkiai įtakoti apskritai jo gyvenimo kokybės pagerėjimą.

10 lentelė ĮSA privalumai



Šaltinis: sudaryta autoriaus

Ekonomistai sutartinai teigia, kad įmonei yra ekonomiškai naudinga siekti ne vien pelno, bet ir rūpintis bendruomenės socialine gerove, nes juk galų gale ta bendruomenė ir yra įmonės potencialūs darbuotojai ar vartotojai. Taip pat socialiai atsakingas elgesys įmonės darbuotojų atžvilgiu gali lemti jų lojalumą, pasireiškiantį pilietišku darbuotojų elgesiu, kuomet šie solidarizuojasi sunkmečiu ir taip

sutaupomi įmonės kaštai. Socialiai atsakingas elgesys vartotojų atžvilgiu gali sąlygoti teigiamos reputacijos augimą vartotojo akyse bei jo prisirišimą prie įmonės ir jos gaminamos produkcijos ar teikiamų paslaugų. Ekspertai pažymi, kad nuo bendruomenės socialinės gerovės bei jų palankumo įmonei, šios pelningumas ir priklauso.

ISA-konkurencinis pranašumas?

Ekspertai teigia, kad kol kas Lietuvoje – ypač šiuo sunkiuoju laikotarpiu – ISA vargu ar gali suteikti didelį konkurencinį pranašumą įmonėms. Ekspertų teigimu vartotojai Lietuvoje kol kas dar nėra pasirengę įvesti ISA kriterijų į savo sąmonę priimdami sprendimą pirkti. Vakaruose socialiai atsakingoms įmonėms yra plėtojamos specialios nišos. Ekonomistai taip pat teigia, kad kol kas ISA diegimas šalies įmonėse (ypatingai mažesnėse) nėra labai paplitęs, todėl šiuo metu ISA nėra vienas svarbiausių veiksnių, lemiančių įmonės konkurencingumą Lietuvos rinkoje. Tačiau pastaruoju metu, ISA įgyjant vis didesnę reikšmę, jo įtaka įmonių konkurencingumui turėtų didėti – ypač tai pažymėtina kalbant apie stambias, užsienio kapitalo įmones. Ekspertų teigimu kai kuriose vartotojų grupėse ISA galbūt labai netolimoje ateityje turės įtakos – tai galbūt bus vartotojų grupės su didesnėmis nei vidutinėmis pajamomis, besirūpinantys savo šeimos, artimųjų bei aplinkos gerove.

Ekonomistų nuomone ISA nors ir galbūt labai nežymiai didina įmonių patrauklumą Lietuvos rinkoje bei visuomenėje. ISA gali pagelbėti pritraukti darbuotojus bei išsaugoti juos įmonėje, nes išties neretai darbuotojui svarbu ne vien jo uždirbamas uždarbis, bet ir psichologinis klimatas darbe, bei įmonės vadovo požiūris į savo darbuotojus, jo įmonės gaminamos produkcijos švarumą bei patrauklumą vartotojui bei įmonės gaminamos produkcijos sukeliama poveikį aplinkai. Be to, ekspertų teigimu, galbūt klientas, nesant dideliame produktų kainų skirtumui, mieliau rinksis produkciją tos įmonės, kuri yra socialiai atsakinga. ISA įsidiegusi įmonė taip pat skatina į ją investuoti socialiai atsakingus investuotojus/akcininkus, o įmonės prekes rinktis etiškiems vartotojams. Apibendrinant galima būtų teigti, kad tiek įmonės ekonominiai rodikliai, tiek socialinė darbuotojų aplinka, tiek etikos kodeksas įmonėje didina jos patrauklumą rinkoje.

Ekspertų teigimu, dauguma ISA besidiegiančių įmonių yra ekonomiškai bei technologiškai pažangios dažnai todėl, kad gera ekonominė padėtis suteikia didesnes galimybes diegti ISA, o iš to atsiranda sinergijos efektas ir ekonomiškai pažangi ir materialiai turtinga įmonė įgyja dar didesnę pranašumą prieš kitas įmones dėl ISA įsidiegimo ir jos principų laikymosi. Ekspertų teigimu Socialiai atsakingos įmonės dažniausiai yra stambesnės, konkurencingesnės, užsienio kapitalo įmonės, kurios turi

ne vien didesnes finansines galimybes ĮSA taikymui, bet taip pat yra skatinamos socialiai atsakingai elgtis motininių kompanijų, kurios dažniausiai reziduoja ekonomiškai išsivysčiusiose šalyse. Ekonomistai taip pat sutinka, kad ĮSA įsidiegusios įmonės yra labiau gerbtinos dėl naujo, pažangesnio požiūrio į verslą.

Ekspertų teigimu socialiai atsakingos įmonės ir jų vykdoma veiklą teigiamai įtakoja Lietuvos ekonomiką. Visų pirma dėl to, kad mažėja žmogiškojo kapitalo („protų“) nutekėjimas į pažangesnes šalis, nes jiems yra sudaromos taip pat pakankamai palankios darbo sąlygos Lietuvoje. Be to, ekonomistų teigimu, darnaus vystimosi doktrinos vyravimas pasaulyje skatina įmones taip pat prisidėti prie šio proceso įgyvendinimo. Tai ypač akivaizdu turtingose šalyse, todėl Lietuvos įmonės, propaguojančios ĮSA idėjas, gali lengviau konkuruoti užsienio rinkose ir tai tiesiogiai veikia Lietuvos ekonomiką, nes didėja eksportas, įmonės plėtros bei ekonominio augimo galimybės. Be to, diegiant įmonėse ĮSA sprendžiama ir dalis socialinių problemų, tokių kaip užimtumo didinimas, nusikalstamumo bei socialinės atskirties mažinimas. Taip pat Valstybinę mokesčių inspekciją bei Sodrą pasiekia būtinos įmokos.

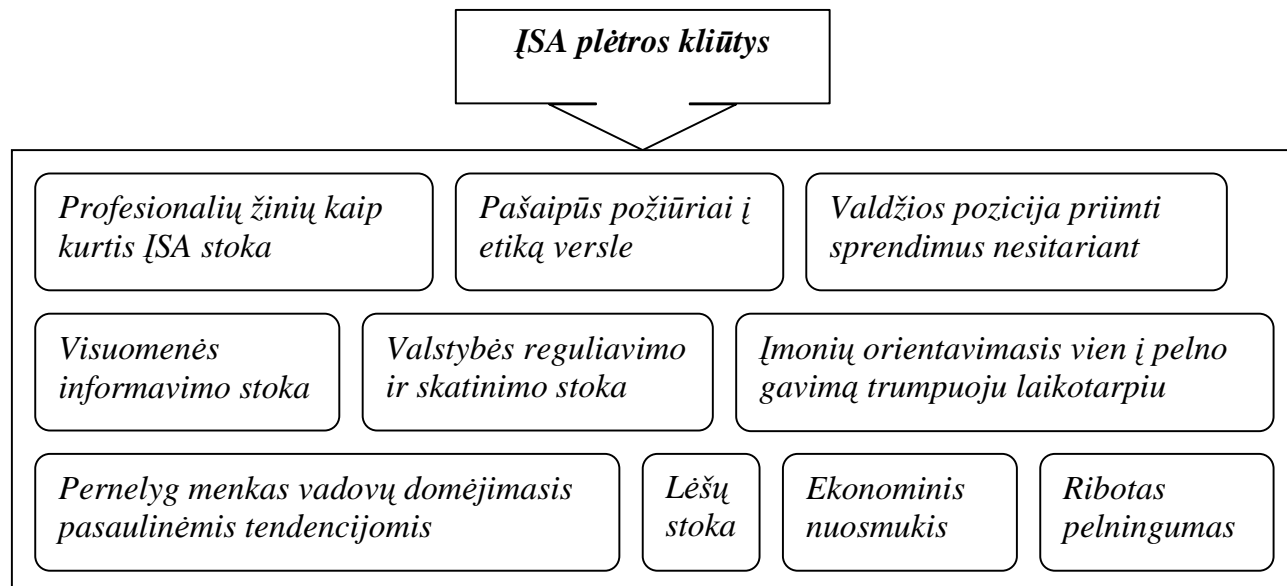
ĮSA perspektyvos

Ekspertų teigimu ĮSA sklaidos galimybės Lietuvoje sunkmečiu, kuomet daugelis įmonių kovoja dėl išlikimo, galbūt yra ribotos, tačiau ateityje ĮSA sklaida turėtų paspartėti. Šiuo metu ĮSA nemažai yra reklamuojama žiniasklaidoje, „Verslo žinios“ renka „Gerbiausias įmones“, Jungtinių Tautų Vystimosi programa taip pat skelbia „Socialiai atsakingos įmonės rinkimus“, už aplinkos apsaugą bei vartotojų teises kovoja suinteresuotosios grupės. Ekspertų teigimu taip pat vertėtų ĮSA įtraukti į mokymo programas aukštesniosiose, aukštosiose mokyklose bei kitose ugdymo institucijose. Ekspertų teigimu ĮSA reikėtų plačiau pristatyti tiek visuomenei tiek ir pačioms įmonėms – ypačingai savo produkciją eksportuojančioms į vakarų šalis – kad šios mėgintų diegti ĮSA principus savo veikloje ir tai reklamuoti užsienio rinkose, kas galėtų smarkiai įtakoti Lietuvos eksporto augimą.

Vertinant įmonių socialinės atsakomybės plėtros kliūtis Lietuvoje, ekspertai vardino profesionalių žinių, kaip kurti ĮSA valdymo sistemą organizacijoje stoką, pašaipius požiūrius į etiką versle, valdžios poziciją priimti sprendimus nesitariant su verslo ir kitais suinteresuotais atstovais. Taip pat kaip viena esminių kliūčių buvo įvardintas įmonių vadovų orientavimasis tik į pelno gavimą trumpalaikiu laikotarpiu ir nepakankamas rūpinimasis įmonės darbuotojais ir aplinka, kurioje įmonė veikia. Ekspertai taip pat teigė, kad dažnai įmonių vadovai nedalyvauja ĮSA plėtros programose ir dėl pernelyg menko

domėjimosi pasaulinėmis ekonomikos vystimosi tendencijomis, kas yra itin svarbu siekiant tapti pažangia, visuomenės vertinama bendruomenės dalimi.

11 lentelė ĮSA plėtros kliūtys



Šaltinis: sudaryta autoriaus

Kalbėdami apie Įmonių socialinės atsakomybės perspektyvas Lietuvoje ekspertai pabrėžė, kad apie 2007 metus ĮSA sklaida buvo itin aktyvi. Šį aktyvumą ko gero paskatinimo ir bendras spartus ekonomikos augimas. Na o dabar, sunkmečio laikotarpiu, ĮSA diegimo aktyvumas turėtų gerokai sulėtėti, nes nemažai įmonių nežinia ar išliks per šį laikotarpį, taigi išties vargu, ar turės lėšų ĮSA diegimui. Tačiau ateičiai ekonomistų prognozės yra išties džiuginančios. Jų teigimu, kuo toliau, tuo daugiau įmonių dalyvaus šioje veikloje, kol galų gale verslas bus neįmanomas kaip be geros praktikos kodekso taip ir be ĮSA. Be to, siekdamos išlaikyti įmonės konkurencingumą tiek šalies vidaus, tiek tarptautinėse rinkose, didžioji dalis įmonių bus priverstos diegti ĮSA principus.

Ekspertų teigimu ĮSA diegimąsi Lietuvoje galėtų paskatinti įvairios ekonominės priemonės. Visų pirma didžiausia paskata įmonėms būtų bendras ekonominis augimas, nes tik tokiu atveju įmonės galėtų atrasto lėšų ĮSA diegimuisi. Taip pat ĮSA diegtis galėtų paskatinti įvairios mokestinės lengvatos, tokios kaip tam tikrų mokesčių sumažinimas, įvairios subsidijos bei dotacijos iš ES struktūrinių fondų bei valstybės lėšų. Be to, ĮSA diegimąsi galėtų paskatinti mokestinės lengvatos už progresyvių žaliųjų technologijų kūrimą bei naudojimą ar socialinių problemų (bedarbystės, susirgimų ir traumų darbe, nepasitenkinimo darbo vieta bei emigracijos) sprendimą. Taip pat pagelbėtų ir teigiamos viešinio akcijos, kuomet išryškinama ĮSA nauda įmonei.

12 lentelė ĮSA skatinančios priemonės

*ISA skatinančios
priemonės*

*Bendras ekonominis
augimas*

*Mokestinės
lengvatos*

*Įvairios subsidijos ir dotacijos iš ES
struktūrinių fonų ir valstybės lėšų*

Mokestinės lengvatos už progresyvių žaliųjų technologijų kūrimą bei naudojimą

Mokestinės lengvatos už socialinių problemų (bedarbystės, susirgimų ir traumų darbe, nepasitenkinimo darbo vieta bei emigracijos) sprendimą.

*Didesnis ir aktyvesnis
visuomenės palaikymas*

*Valstybės parama socialinių ir aplinkosauginių
projektų rengimui ir vykdymui*

Šaltinis: sudaryta autoriaus

IŠVADOS

Atlikus tyrimą paaiškėjo, kad dauguma respondentų pritaria ĮSA idėjai ir mato išties nemažai šios koncepcijos teikiamų privalumų, pradedant darbuotojų socialine gerove ir baigiant visos visuomenės pilietiškumu bei kokybiška gyvensena. Buvo pastebėta, kad nepritarusieji ĮSA įsidiėgimui, išties nėra nusiteikę priešišškai prie šių idėjų, o tiesiog ir be ĮSA įsidiėgimo įmonėje vadovaujasi panašiais socialiai atsakingo elgesio principais.

Atliktas tyrimas taip pat parodė, kad ĮSA įsidiėgimas įmonėje skatina darbuotojų lojalumą, jų motyvaciją, visuomenės lojalumą įmonei ir jos gaminamai produkcijai, investuotojų pasitikėjimą įmone, taip pat geresnius santykius su darbuotojais bei jų pasitenkinimą darbo vieta. ĮSA įsidiėgimas taip pat didina įmonės prestižą, jos patrauklumą rinkoje, o tai suteikia galimybę pritraukti ir išlaikyti gabius ir motyvuotus darbuotojus. ĮSA įsidiėgimas kelia bendrovės reputaciją bei suteikia realią ekonominę naudą, nes geresnis psichologinis klimatas darbe bei aukštesnis darbuotojų pasitenkinimo laipsnis skatina našesnę darbą. ĮSA taip pat siejama su skaidraus verslo ir lygių galimybių kūrimu bei harmoninga plėtra.

Respondentų duomenimis socialinės atsakomybės idėjos ir praktika pasiekia jų įmones įvairiais keliais ir būdais. Socialiai atsakingo verslo plėtrą įtakoja ir globalizacijos procesas, ES politika įmonių socialinės atsakomybės atžvilgiu. Neretai socialinės verslo atsakomybės iniciatyva yra skatinama įmonės užsienio partnerio arba motininių įmonių. Šie projektai dažniausiai veikia įmonės viduje ir liečia tiesioginius partnerius bei darbuotojus. Tai dažniausiai galima stebėti užsienio kapitalo įmonėse. Lietuvos įmonės, vykdydamos šią veiklą, dažniausiai vadovaujasi savo pačių moralinėmis normomis bei supratimu. Šis faktas parodo, kad Lietuvoje kol kas dar nerado atsako pagrindinė įmonių socialinės atsakomybės skatinimo koncepcija – atsakas į socialiai atsakingo vartotojo reikalavimus.

Tyrimas taip pat atskleidė, kad dauguma darbuotojų darbe yra motyvuojami skiriant jiems įvairius priedus prie atlyginimo, premijas, rengiant įvairias šventes ir išvykas, taip skatinant jų lojalumą ir našesnę darbą, bei pasitenkinimą darbo vieta. Nemažai įmonių stengiasi rūpintis ir mūsų aplinka diegdami aplinkai draugiškas, modernias technologijas, kokybės vadybos sistemas bei ISO standartus, taip pat rūšiuoja atliekas bei rūpinasi jų perdirbimu. Džiugu, kad šių pagarbos žmogui ir gamtai veiksmų įmonės imasi savo pačių iniciatyva. Be to, ne visos darbuotojus motyvuojančios ir gerbiančios bei aplinką saugančios įmonės buvo įsidiėgusios ĮSA. Tai leidžia daryti prielaidą, kad įmonė nebūtinai turi būti oficialiai įtraukta į ĮSA gretas, kad galėtų vykdyti savo veiklą dorai, teisingai ir atsakingai.

Tyrimas atskleidė, kad įmonės jungtis prie ĮSA tinklo skatina socialinę atsakomybę verslui, ekologiškai švari aplinka bei skaidrus verslas, socialinis solidarumas, technologinis progresas, žmonių sąmoningėjimo lygio augimas (tame tarpe įmonių vadovų išsilavinimo lygio pastovus kilimas), lygiavertė partnerystė, stabilios veiklos teikiama nauda, didesnio humaniškumo siekimas, noras būti inovatyviu, pažangos siekimas, kontaktų užmezgimas, įmonės vardo garsinimas, noras išsiskirti iš kitų įmonių, darbo kokybės gerinimas, korupcijos mažinimas bei siekis sukurti atsakingą verslo politiką ir tobulinti verslo strategiją. Taip pat paaiškėjo, kad palankiu ĮSA sklaidos veiksniumi būtų bendros, vieningos ir integruojamos aplinkos apsaugos, pagarbos žmogui, bei santykių gerinimo sistemos sukūrimas (vietoj dešimties kokybės valdymo, aplinkosaugos ar socialinės apsaugos sistemų), nes tuomet sistema būtų daug aiškesnė, lengviau suvokiama ir įdiegiama.

Vertinant ĮSA plėtros kliūtis Lietuvoje galima išskirti profesionalių žinių, kaip kurti ĮSA valdymo sistemą organizacijoje stoką, pašaipius požiūrius į etiką versle, valdžios poziciją priimti sprendimus nesitarant su verslo ir kitais suinteresuotais atstovais, menką ĮSA iniciatyvos skatinimą bei teisinį reguliavimą. Neretai įmonių vadovai nedalyvauja ĮSA plėtros programose ir dėl pernelyg menko domėjimosi pasaulinėmis ekonomikos vystimosi tendencijomis, kas yra itin svarbu siekiant tapti pažangia, visuomenės vertinama bendruomenės dalimi.

Socialiai atsakingos įmonės ir jų vykdoma veiklą teigiamai įtakoja Lietuvos ekonomiką. Visų pirma dėl to, kad mažėja žmogiškojo kapitalo („protų“) nutekėjimas į pažangesnes šalis, nes jiems yra sudaromos taip pat pakankamai palankios darbo sąlygos Lietuvoje. Be to, ekonomistų teigimu, darnaus vystimosi doktrinos vyravimas pasaulyje skatina įmones taip pat prisidėti prie šio proceso įgyvendinimo. Tai ypač akivaizdu turtingose šalyse, todėl Lietuvos įmonės, propaguojančios ĮSA idėjas, gali lengviau konkuruoti užsienio rinkose ir tai tiesiogiai veikia Lietuvos ekonomiką, nes didėja eksportas, įmonės plėtros bei ekonominio augimo galimybės. Be to, diegiant įmonėse ĮSA sprendžiama ir dalis socialinių problemų, tokių kaip užimtumo didinimas, nusikalstamumo bei socialinės atskirties mažinimas.

Įmonių socialinės atsakomybės veikla turtina visuomenę ir kelia jos gerovę. Socialiai atsakinga įmonė yra socialiai atsakingos visuomenės išdava. Pilietinė visuomenė vis daugiau reikalauja ir tikisi iš įmonių, kurioms jie dirba, taip nustatydami ne tik savo prioritetus bet ir įmonės pilietiškumo ir socialinės atsakomybės gaires. Tuo tarpu įmonė stengias atsakyti į visuomenės poreikius ir sukurti jiems palankias darbo ir gyvenimo sąlygas, kurios motyvuotų darbuotojus ir paskatintų jų atsidavimą ne tik įmonei bet ir bendram socialiniam interesui.

REKOMENDACIJOS

Įmonių socialinė atsakomybė kaip naujas ir dar tik besivystantis reiškinys turi būti plačiai ir nuodugniai nagrinėjamas ir tobulinamas. Prie šio reiškinio sklaidos skatinimo ir diegimo galimybių aptarimo turėtų prisidėti tiek įmonių vadovai, tiek vyriausybės ir įstatymų leidžiamojo organo atstovai, taip pat ekonomikos ekspertai, istorikai, sociologai, politologai, teisininkai ir žinoma pilietinė visuomenė.

Siekiant platesnės ir spartesnės įmonių socialinės atsakomybės idėjos plėtros mūsų šalyje, būtina didinti ne tik verslo atstovų bet ir visuomenės narių informuotumą socialiai atsakingo verslo klausimais. Informaciją apie ĮSA tikslingiausia būtų talpinti valstybės institucijų, ministerijų, savivaldybių puslapiuose, taip pat sukurti atskirą prieigą Įmonių socialinei atsakomybei. Taip pat pravartu būtų informaciją apie ĮSA skleisti lankomiausiose interneto svetainėse, populiariausiuose naujienų portaluose, reklaminiuose stenduose Laisvės alėjoje, spaudoje, verslo žurnaluose ir dienraščiuose. Taip pat efektyvi galėtų būti informacija apie ĮSA skelbiama radijo ir televizijos laidose ir programose, įvairiuose informaciniuose leidiniuose. Anot respondentų efektyvūs turėtų būti nemokami seminarai, taip pat siunčiama personalizuota informacija įmonėms, nes retas vadovas apie ĮSA yra girdėjęs. Taip pat labai svarbu informaciją apie ĮSA platinti vidurinėse, aukštosiose mokyklose ir kitose ugdymo institucijose, kad auganti karta nuo mažens būtų ugdoma dorai gyventi ir dirbti, gerbti žmones ir aplinką bei vadovautis kitomis socialinėmis vertybėmis.

Siekiant aktyvios ĮSA sklaidos taip pat būtina kelti už šios iniciatyvos populiarinimą atsakingų asmenų (ministerijų, savivaldybių bei kitų valdžios organų atstovų) kompetencijas, nes tai galėtų pagelbėti paprastesnei socialiai atsakingo verslo principų integraciją į įmonių politiką ir verslo strategiją.

Labai svarbu, kad aplinkos apsaugos, pagarbos žmogui, bei santykių gerinimo sistema būtų ne pavienis projektas, o bendros vadybos sistemos dalis, nes tuomet ĮSA sistema būtų daug aiškesnė, paprastesnė, lengviau ir nuosekliau įdiegiama. Be to, labai svarbu, kad ĮSA būtų traktuojama ne kaip vidinė įmonių politika, o kaip valstybinės ir visuomeninės reikšmės tikslas. Svarbu pažymėti, kad darbo principai nebūtinai turi būti apibūdinami ĮSA. Darbo santykius galima puikiai gerinti ir tobulinti ir be jokių sistemų ar standartų – svarbu kad įmonės vadovai ir darbuotojai būtų nusiteikę entuziastingai ir girdėtų vieni kitų norus ir tikslus.

Paskatinti ĮSA diegimąsi Lietuvoje galėtų įvairios ekonominės priemonės. Šiandien, ekonominio nuosmukio laikotarpiu, visų pirma didžiausia paskata įmonėms būtų bendras ekonominis augimas, nes tik tokiu atveju įmonės galėtų atrasto lėšų ĮSA diegimuisi. Taip pat ĮSA diegtis galėtų paskatinti įvairios mokestinės lengvatos, tokios kaip tam tikrų mokesčių sumažinimas, įvairios subsidijos bei dotacijos iš ES struktūrinių fondų bei valstybės lėšų. Be to, ĮSA diegimąsi galėtų paskatinti mokestinės lengvatos už progresyvių žaliųjų technologijų kūrimą bei naudojimą ar socialinių problemų (bedarbystės, susirgimų ir traumų darbe, nepasitenkinimo darbo vieta bei emigracijos) sprendimą. Taip pat pagelbėtų ir teigiamos viešinimo akcijos, kuomet išryškinama ĮSA nauda įmonei.

SAULYTĖ, Rasa. (2009) *Corporate Social Responsibility in Lithuania*. Graduation Paper. Kaunas: Kaunas Faculty of Humanities, Vilnius University. 87 p.

SUMMARY

The idea of corporate social responsibility is based on the international initiative: on 31 January, 1999 Secretary of the United Nations Organisation Kofi Annan initiated Global Compact, by which business companies are encouraged to implement their activity following the principles of human rights, rights of the employees and environment protection and not contributing to the spread of the corruption. The purpose of this Global Compact is encouraging the companies to work responsibly: not causing harm to the environment, community, other businesses and participate in solving social and environment protection problems, contributing to the development of the society and the growth of the economics.

It should be noted that in Lithuania talking about social responsibility of the companies has just started. Only 57 companies and organisations so far have been included into the list of socially responsible companies in Lithuania. The possible cause of so low interest in this phenomenon might be poor awareness of the society. There are only few researches performed in this field (Jusčius V., N. Vasiljevienė, R. Pučėtaitė, D. Štreimikienė), therefore, it would be very useful to perform the survey of the opinions of Lithuanian citizens and experts from economics field on the corporate socially responsibility issues.

The object of this scientific work is corporate social responsibility.

The objective of the work is to evaluate the benefits and the perspectives of developing the social responsibility of the companies in Lithuania.

Hypothesis no. 1: the legal basis in Lithuania is not sufficiently developed in seeking to ensure sustainable development of social responsibility of the companies.

Hypothesis no. 2: the development of socially responsible business in Lithuania is impeded by insufficient awareness of the citizens and lack of support for social responsibility of business within the society, while the businessmen are discouraged by poor understanding of the fact that increasing social responsibility of business increases the competitiveness of the company.

The main goals of the scientific work are:

- To analyse, to organise and to summarise the attitudes of the economic theories towards the socially responsible business;
- To analyse the politics of social responsibility of business enhancement in the European Union and in Lithuania;
- To analyse the requirements set for the socially responsible companies and to evaluate their spread in Lithuania as well as in other European Union member states;
- To find out, when performing a survey, what is the attitude of Lithuanian citizens towards the initiatives of socially responsible business;
- With the help of the interviews of the experts to highlight the most important drawbacks of the development of social responsibility of business in Lithuania.

Questionnaire survey method is planned to be used for performing the scientific research. Questionnaire will be sent by electronic mail to the heads of Lithuanian companies; Lithuanian citizens will also be surveyed. It is also planned to interview 5 experts of the economic field.

Methods: analysis of scientific literature, organising and summarising, comparative analysis, questionnaire survey and interviewing experts.

The idea of social responsibility of business, its advantages and possible drawbacks, specific characteristics as well as the attitudes of economic theories towards the socially responsible business are defined in the first part of work. In the second part of the work the situation of ideology of socially responsible companies in Lithuania is analysed: encouragement policy, drawbacks, goals and future vision, also the policy of the state and representatives of the business concerning the social responsibility of the companies. In the third part of work attempts will be made to reach the goals set: to find out what is the attitude of Lithuanian citizens towards the idea of socially responsible companies, to perform the survey of the opinions of economic field experts on the socially responsible business theme, also the summarised conclusions will be provided.

The work is composed of five main parts: introduction, theoretical part, analytical part, results and conclusions; also summary in English, list of the references and annexes. The volume of work is 87 pages. 53 references are provided in the work as well as two annexes (questionnaire samples).

LITERATŪRA

1. Darbo ir socialinių tyrimų institutas Socialinės apsaugos ir darbo ministerija Lietuvos respublikos trišalė taryba, 2006 Įmonių socialinė atsakomybė, Aktualūs socialinės politikos klausimai 2006/7, Vilnius, ISSN 1648-6269.
2. EKT grupė, 2007 Socialinės atsakomybės tendencijos tarp smulkių ir vidutinių įmonių, Tyrimo ataskaita, Vilnius.
3. I Dalis: Estijos, Latvijos Ir Lietuvos įmonių nuomonių ir praktikos palyginimas, Kokia įmonių nuomonė apie korporacinę socialinę atsakomybę?, Projektas „Gerinti sąlygas korporacinei socialinei atsakomybei Vidurio ir Rytų Europos šalyse”.
4. Ūkio ministerijos darbo grupė, 2007 Aiškinamasis raštas: Dėl Lietuvos Respublikos socialinių iniciatyvų skatinimo įstatymo projekto.
5. Darbo ir socialinių tyrimų institutas, Socialinės apsaugos ir darbo ministerija, Lietuvos respublikos trišalė taryba, 2006 *Įmonių socialinė atsakomybė - Aktualūs socialinės politikos klausimai*, Vilnius.
6. Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministro Įsakymas, *Dėl įmonių socialinę atsakomybę 2006–2008 metais skatinančių priemonių patvirtinimo“*, Valstybės žinios Nr. 2-28, 2006.
7. Nuolatinės įmonių socialinės atsakomybės plėtros koordinavimo komisijos darbo reglamentas, Patvirtintas Nuolatinės įmonių socialinės atsakomybės plėtros koordinavimo komisijos 2006 m. balandžio 7 d. posėdžio protokolu Nr. 1.
8. KLEINAITĖ Indrė, 2007 Įmonių socialinės atsakomybės gairės mažoms ir vidutinėms įmonėms ir geros praktikos pavyzdžiai.
9. VAITIEKŪNIENĖ Jolanta, 2008 Įmonių socialinė atsakomybė, Praktiniai atsakingo verslo pavyzdžiai Lietuvoje.
10. SACCONI Lorenzo, 2004 Corporate social responsibility (csr) as a model of “extended” corporate governance. An explanation based on the economic theories of social contract, reputation and reciprocal conformism.
11. Kaarina Dubee, Jean-Dominique Rugiero, Daxam Sustainability Services, 2007 Overview of CSR Award systems in Europe and advice on establishment of Government Award system in Lithuania.
12. PUČĖTAITĖ R, 2003 Ethics of Participation and its Impact on Organization’s Competitiveness: Managerial Issues in Some Lithuanian Companies. Transformations in Business and Economics, T. 2.
13. MORSING Mette ir SCHULTZ N Majken, Corporate social responsibility communication: stakeholder information, response and involvement strategies”.

14. MCWILLIAMS Abigail, S.SIEGEL Donald ir M. WRIGHT Patrick, 2006 Corporate Social Responsibility: Strategic Implications, College of Business Administration, University of Illinois at Chicago.
15. S.MUNILLA Linda ir P.MILES Morgan, 2006 The Corporate Social Responsibility Continuum as a Component of Stakeholder Theory.
16. Advokatų kontora BARANAUSKAS, SESICKAS, STUKAS ir partneriai, 2007 Lietuvos Respublikos teisinės bazės analizė dėl įmonių socialinę atsakomybę skatinančių ir trukdančių veiksnių.
17. ŠTREIMIKIENĖ Dalia, KOVALIOV Ruslan, 2007 Verslas ir darnaus vystymosi įgyvendinimas, Kaunas.
18. BAUSCH T., KLEINFELD A., STEINMANN H., 2002 Įmonių etika verslo praktikoje, Vilnius.
19. ŠTREIMIKIENĖ D., VASILJEVIENĖ N., 2004 Etiniai darnaus vystymosi aspektai ir jų ryšys su socialinėmis ir aplinkosauginėmis darnaus vystymosi dimensijomis, Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai”, Nr. 32, Kaunas.
20. VASILJEVIENĖ, 2000 Verslo etika ir elgesio kodeksai, Kaunas.
21. JUŠČIUS Vytautas, 2007 Verslo socialinės atsakomybės teorijų raida, Klaipėda.
22. Europos Bendrijų Komisijos komunikatas Europos Parlamentui, Tarybai bei Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui, 2006 Augimo ir užimtumo partnerystės įgyvendinimas paversti Europą įmonių socialinės atsakomybės pavyzdžiu, Briuselis.
23. PRUSKUS V, 2003 Verslo socialinė ir etinė atsakomybė rinkodaros aspektu, Verslas: teorija ir praktika, T. III, Nr. 1.
24. AOKI M., 1984 The Cooperative Game Theory of the Firm, Cambridge.
25. COLEMAN J, 1992 Risks and Wrongs”, Cambridge (Cambridge University Press).
26. DUNFEE T. ir DONALDSON T., 1995 Contractarian Business Ethics, Business Ethics Quarterly.
27. HART O. ir MOORE J., 1990 Property Rights and the Nature of the Firm, Journal of Political.
28. KREPS D. 1990 Corporate Culture and Economic Theory.
29. DRŪTEIKIENĖ G., 2003 Organizacijos įvaizdžio ekonominė funkcija.// Ekonomika, Nr. 62, Vilnius.
30. VASILJEVIENĖ N., 2002 Dalykinė etika: pasaulinės tendencijos ir postsocialistinių šalių aktualijos, Verslo etikos centras, Kaunas.
31. VASILJEVIENĖ N., 2003 Verslo etika ir elgesio kodeksai: filosofinės ištakos, metodologiniai pagrindai ir šiuolaikinės praktikos bruožai, Vilnius.

32. VIŠOCKIENĖ L., 2005 Socialinė atsakomybė: ar verta investuoti? Reklama ir marketingo idėjos, 2005.
33. ŠIMAŠIUS Remigijus LLRI prezidentas, 2006 Neatsakinga socialinė atsakomybė, Lietuvos laisvos rinkos institutas.
34. REKAŠIENĖ Kristina, 2007 Commercial Union Lietuva „Įmonių socialinė atsakomybė – kas laimi?, Vilnius.
35. Lietuvos Respublikos Socialinė apsaugos ir darbo ministerija, Įmonių socialinė atsakomybė (ISA) [interaktyvi duomenų bazė, žiūrėta 2008 m. spalio 10 d.]. Prieiga per internetą <<http://www.socmin.lt/index.php?-1474791056>>.
36. Atsakingas verslas, [interaktyvi duomenų bazė, žiūrėta 2008 m. sausio 5 d.]. Prieiga per internetą <<http://www.atsakingasverslas.lt/nr.html>>.
37. Corporate social responsibility, Wikipedia - the free encyclopedia, [interaktyvi duomenų bazė, žiūrėta 2008 m. rugsėjo 13 d.]. Prieiga per internetą <http://en.wikipedia.org/wiki/Corporate_social_responsibility>.
38. Corporate Social Responsibility Report 2007, United Nations Global Compact, [interaktyvus, žiūrėta 2008 m. gegužės 13 d.]. Prieiga per internetą <http://www.unglobalcompact.org/data/ungc_cops_resources/FCCC7EE5-4E51-4589-9445-DF0C1426CD08/COP.pdf>.
39. Lietuvos Respublikos Vyriausybės Nutarimas dėl Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2007 Metų veiklos ataskaitos pateikimo Lietuvos Respublikos Seimui, 2008 m. kovo 20 d., [interaktyvus, žiūrėta 2008 m. balandžio 1 d.]. Prieiga per internetą <<http://www3.lrs.lt/docs2/FHEUQAKS.DOC>>.
40. Darnaus vystymosi rodikliai, Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės, [interaktyvi duomenų bazė, žiūrėta 2008 m. balandžio 3 d.]. Prieiga per internetą <http://www.stat.gov.lt/uploads/docs/Darnus_vystymasis_2008.doc>.
42. Global Sullivan principles update, A periodic report on the activities of the global Sullivan principles of social responsibility, October 2001, [interaktyvus, žiūrėta 2009 m. sausio 7 d.]. Prieiga per internetą <<http://www.globalsullivanprinciples.org/gspnewsletter1001.PDF>>.
43. Nacionalinio atsakingo verslo įmonių tinklo veiklos Lietuvoje ataskaita už 2008 metus, Investuotojų forumas, [interaktyvus, žiūrėta 2009 m. vasario 21 d.]. Prieiga per internetą <<http://www.investorsforum.lt/lt/news/view/?id=17>>.
44. Human rights: A Call to Action, Global Reporting Initiative, [interaktyvus, žiūrėta 2009 m. vasario 21 d.]. Prieiga per internetą <<http://www.globalreporting.org/CurrentPriorities/HumanRights/>>.

45. Institute for Corporate Culture Affairs, The A to Z of Corporate Social Responsibility: A Complete Reference Guide to Concepts, Codes and Organizations, Business for Social Responsibility, [interaktyvi duomenų bazė, žiūrėta 2008 m. lapkričio 5 d.]. Prieiga per internetą <<http://www.bsr.org/resources/featured-resources.cfm>>.
46. Mallenbaker.net, Corporate Social Responsibility, [interaktyvi duomenų bazė, žiūrėta 2008 m. lapkričio 5 d.]. Prieiga per internetą <<http://www.mallenbaker.net/csr/against.php>>.
47. The Corporate Social Responsibility Newswire, [interaktyvi duomenų bazė, žiūrėta 2008 m. gruodžio 13 d.]. Prieiga per internetą <http://www.csrwire.com/home/3/Corporate_Governance>.
48. CSR International launched, Accountability – Promoting Accountability Innovations for sustainable development, [interaktyvus, žiūrėta 2009 m. vasario 1 d.]. Prieiga per internetą <<http://www.accountability21.net/blogs.aspx?id=3744>>.
49. Social accountability international – Promoting the human rights of workers around the world, [interaktyvus, žiūrėta 2009 m. vasario 1 d.]. Prieiga per internetą <<http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.viewPage&pageId=764&parentID=477&nodeID=1>>.
50. Corporate responsibility, Directorate for Financial and Enterprise Affairs, Organisation for economic co-operation and development, [interaktyvus, žiūrėta 2009 m. vasario 19 d.]. Prieiga per internetą <<http://www.sa-intl.org/index.cfm?fuseaction=Page.viewPage&pageId=764&parentID=477>>.
51. Human Rights and SRI in North America: An Overview, Elizabeth Umlas, January 2009, Interfaith center on Corporate Responsibility, [interaktyvus, žiūrėta 2009 m. kovo 19 d.]. Prieiga per internetą <<http://www.reports-and-materials.org/Umlas-Human-Rights-and-SRI-Jan-2009.pdf>>.
52. Country Economic Development Profiles, Caux Round Table, [interaktyvus, žiūrėta 2009 m. kovo 23 d.]. Prieiga per internetą <<http://www.cauxroundtable.org/index.cfm?&menuid=52>>.
53. Apdovanotos socialiai atsakingos įmonės, Pranešimas spaudai, 2009 m. kovo 20 d., Jungtinių Tautų vystymo programa, [interaktyvus, žiūrėta 2009 m. kovo 28 d.]. Prieiga per internetą <http://www.undp.lt/files//Global%20Compact/pranesimas%20spaudai_finalas.doc>.

PRIEDAI

ANKETA ĮMONIŲ DARBUOTOJAMS IR VADOVAMS (PAVIZDYS)

Gerbiamasis/gerbiamoji

Vilniaus universiteto Kauno Humanitarinio fakulteto magistrantė Rasa Saulytė atlieka tyrimą, kurio tikslas yra įvertinti Įmonių Socialinės Atsakomybės (ĮSA) plėtros Lietuvoje teikiamą naudą bei perspektyvas. Siekiant įvertinti (ĮSA) plėtros Lietuvoje galimybes, būtina atlikti išsamų mokslinį tyrimą, todėl labai prašau visų tyrimo dalyvių atsakyti į šios anketos klausimus, nes Jūsų nuomonė labai svarbi.

Vardo ir pavardės rašyti nereikia. Anketoje nėra teisingų ar neteisingų atsakymų. Jums tiesiog reikėtų parašyti ir pažymėti tokį atsakymą, kuris tiksliausiai atspindi Jūsų nuomonę. Iš anksto dėkoju Jums už pagalbą ir nuoširdžius atsakymus į anketos klausimus.

BENDRA INFORMACIJA

1. Jūsų lytis:

Žymėkite ☒

- Moteris.
- Vyras.

2. Jūsų amžius:

Žymėkite ☒

- 18-25 metai.
- 26-35 metai.
- 36-45 metai.
- 46-55 metai.
- 56-65 metai
- 66 ir daugiau.

3. Jūsų išsilavinimas:

Žymėkite ☒

- Vidurinis.
- Aukštesnysis.
- Aukštasis.

4. Jūsų užimamos pareigos:

Žymėkite ☒

- Kompanijos vadovas.
- Kompanijos darbuotojas.

5. Kokiame sektoriuje Jūsų kompanija dirba?

Žymėkite ☒

- Paslaugų sektoriuje.
- Žemės ūkio sektoriuje.
- Gamybos sektoriuje.
- Medicinos sektoriuje.
- Prekybos sektoriuje.
- Maitinimo sektoriuje.
- Finansų sektoriuje.

6. Jūsų kompanija yra?

Žymėkite

- Užsienio įmonė.
- Užsienio įmonės filialas.
- Maža įmonė (iki 50 darbuotojų).
- Vidutinė įmonė (iki 250 darbuotojų).
- Didelė įmonė (daugiau nei 250 darbuotojų).

ĮMONIŲ SOCIALINĖ ATSAKOMYBĖ

Įmonių socialinė atsakomybė (ĮSA) – tai įmonių ideologija, politika bei praktika, atspindinti tokią įmonių elgseną, kai jos į savo veiklą savanoriškai įtraukia socialinius ir aplinkosaugos klausimus bei santykiuose su visais suinteresuotais visuomenės, verslo ir valdžios atstovais vadovaujasi pagarbos žmogui, visuomenei bei gamtai vertybiniais principais (<http://www.socmin.lt>).

7. Ar esate girdėję apie Įmonių Socialinės Atsakomybės (ĮSA) koncepciją?

Žymėkite

- Taip.
- Ne.

8. Ar žinote, kur būtų galima rasti informacijos apie ĮSA?

Žymėkite

- Taip.
- Ne.

_____ (išvardinti)

9. Ar manote, kad ĮSA idėja yra pakankamai paplitusi?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____
(komentaras)
- Ne. _____
(komentaras)

10. Ar pritartumėte, jei Jūsų įmonė nuspręstų įsidiesti ĮSA? Kodėl?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____

- Ne. _____
(komentaras)

11. Ar manote, kad įmonė turėtų rūpintis ne vien pelno siekimu, bet ir bendruomenės socialine gerove? Kodėl?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____
(komentaras)
- Ne. _____
(komentaras)

12. Ar pirktumėte įmonės, įsidiegusios ĮSA, produkciją, jei ji būtų brangesnė dėl socialinei verslo atsakomybei propaguoti skiriamų lėšų? Kodėl?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____
(komentaras)
- Ne. _____
(komentaras)

13. Ar jaučiate ĮSA poveikį sau ir koks jis Jūsų nuomone – teigiamas ar neigiamas?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____
(komentaras)
- Ne. _____
(komentaras)

14. Ar Jūsų įmonėje yra įdiegta (ĮSA)?

Žymėkite

- Taip.
- Ne.

15. Ar Jūsų įmonėje priimtos darbuotojų motyvavimo priemonės? Kokios?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____
(komentaras)
- Ne. _____
(komentaras)

16. Ar Jūsų įmonėje priimtinas lankstus darbo grafikas (darbinio užimtumo derinimas su šeimyniniais įsipareigojimais)?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____
(komentaras)
- Ne. _____
(komentaras)

17. Ar Jūsų įmonės vadovai teikia papildomas socialines garantijas (didesnes nei reikalauja teisės aktai, pvz. papildomas sveikatos draudimas, papildomos išmokos motinystės atveju, vaikų darželis, sveikatingumo priemonės ir pan.)? Kokias?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____
(komentaras)
- Ne. _____
(komentaras)

18. Ar Jūsų įmonė siekia tapti vertinamu vietos bendruomenės nariu (skiria papildomai dėmesio vietos bendruomenės gerovei užtikrinti)? Kokiomis priemonėmis tai daro?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____
(komentaras)
- Ne. _____
(komentaras)

19. Ar Jūsų įmonė gamina arba tiekia produktus ar paslaugas, pritaikytas specifinių poreikių grupėms (asmenims su negalia, senjorams ir pan.)? Kokie tai produktai, ar paslaugos?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____
(komentaras)
- Ne. _____
(komentaras)

20. Ar Jūsų įmonė stengiasi mažinti savo veiklos sukeliama neigiamą poveikį aplinkai? Kokiomis priemonėmis?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____
(komentaras)
- Ne. _____
(komentaras)

21. Ar Jūsų įmonė turi neigiamos įtakos aplinkai mažinimo strategiją (energijos kaštų mažinimas, taupus išteklių naudojimas, atliekų vengimas ir valdymas ir pan.)? Kokia tai strategija?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____
(komentaras)
- Ne. _____
(komentaras)

22. Ar Jūsų įmonė vykdo „žaliuosius pirkimus“ (pirkimai, apimantys aplinkosaugos klausimus)?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____
(komentaras)
- Ne. _____
(komentaras)

23. Ar Jūsų įmonėje veikia profesinė sąjunga, darbuotojų atstovybė ar pan.?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____
(komentaras)
- Ne. _____
(komentaras)

24. Ar Jūsų įmonėje veikia skaidri darbo apmokėjimo sistema?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____
(komentaras)
- Ne. _____
(komentaras)

25. Ar Jūsų įmonė reikalauja iš tiekėjų, partnerių elgtis socialiai atsakingai? Ar renkantis tiekėjus, partnerius atsižvelgiama į tai, ar jie veikia socialiai atsakingai?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____
(komentaras)
- Ne. _____
(komentaras)

26. Ar Jūsų įmonėje egzistuoja darbo santykių gerinimo politika?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____
(komentaras)
- Ne. _____
(komentaras)

27. Ar Jūsų įmonėje gaminama produkcija/teikiamos paslaugos prisideda prie taršos mažinimo?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____
(komentaras)
- Ne. _____
(komentaras)

28. Ar Jūsų įmonėje nustatyti rodikliai, kaip matuojama pažanga darbo santykiuose (darbuotojų pasitenkinimo darbo vieta laipsnis, pravaikštų skaičius, traumų darbe skaičius, darbuotojų nusiskundimų skaičius, skirtų baudų dėl darbuotojų teisių pažeidimų skaičius ir pan.)?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____
(komentaras)
- Ne. _____
(komentaras)

29. Ar Jūsų įmonėje yra rengiamos ĮSA veiklos ataskaitos?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____
(komentaras)
- Ne. _____
(komentaras)

31. Kaip manote, ar ĮSA diegimui įmonėse turi įtakos valstybės vykdoma politika?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

- Taip. _____
(komentaras)
- Ne. _____
(komentaras)

32. Kaip manote, ar Lietuvoje įmonės yra skatinamos diegti ĮSA?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

Taip. _____
(komentaras)

Ne. _____
(komentaras)

33. Kaip manote, ar ĮSA įsidiegimas suteikia įmonei naudos? Įvardinkite, kokia tai nauda?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

Taip. _____
(komentaras)

Ne. _____
(komentaras)

34. Ar galima šią naudą išmatuoti ir įvertinti?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

Taip. _____
(komentaras)

Ne. _____
(komentaras)

35. Ar manote, kad tokia nauda atsveria socialinei verslo atsakomybei propaguoti skiriamas išlaidas?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

Taip. _____
(komentaras)

Ne. _____
(komentaras)

36. Kaip manote, kokios yra pagrindinės jungimosi prie ĮSA tinklo priežastys?

(komentaras)

37. Ar manote, kad Lietuvoje yra pakankamai įmonių, įsidiegusių ĮSA?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

Taip. _____
(komentaras)

Ne. _____
(komentaras)

38. Kokios Jūsų nuomone yra ĮSA perspektyvos Lietuvoje?

(komentaras)

39. Ar pildydami anketą susidomėjote Įmonių socialinės atsakomybės koncepcija?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

Taip. _____
(komentaras)

Ne. _____
(komentaras)

40. Kaip manote, kur turėtų būti talpinama informacija apie ĮSA, kad ji būtų lengvai prieinama visuomenei?

(komentaras)

Dėkoju už nuoširdžius atsakymus!

ANKETA EKSPERTAMS (PAVIZDYS)

Gerbiamasis/gerbiamoji

Vilniaus universiteto Kauno Humanitarinio fakulteto magistrantė Rasa Saulytė atlieka tyrimą, kurio tikslas yra įvertinti Įmonių Socialinės Atsakomybės (ISA) plėtros Lietuvoje teikiamą naudą bei perspektyvas. Siekiant įvertinti (ISA) plėtros Lietuvoje galimybes, būtina atlikti išsamų mokslinį tyrimą, todėl labai prašau visų tyrimo dalyvių atsakyti į šios anketos klausimus, nes Jūsų nuomonė labai svarbi.

Vardo ir pavardės rašyti nereikia. Anketoje nėra teisingų ar neteisingų atsakymų. Jums tiesiog reikėtų parašyti ir pažymėti tokį atsakymą, kuris tiksliausiai atspindi Jūsų nuomonę. Iš anksto dėkoju Jums už pagalbą ir nuoširdžius atsakymus į anketos klausimus.

BENDRA INFORMACIJA

1. Jūsų lytis:

Žymėkite

- Moteris.
- Vyras.

2. Jūsų amžius:

Žymėkite

- 18-25 metai.
- 26-35 metai.
- 36-45 metai.
- 46-55 metai.
- 56-65 metai
- 66 ir daugiau.

3. Jūsų išsilavinimas:

Žymėkite

- Vidurinis.
- Aukštesnysis.
- Aukštasis.

ĮMONIŲ SOCIALINĖ ATSAKOMYBĖ

Įmonių socialinė atsakomybė – tai įmonių ideologija, politika bei praktika, atspindinti tokią įmonių elgseną, kai jos į savo veiklą savanoriškai įtraukia socialinius ir aplinkosaugos klausimus bei santykiuose su visais suinteresuotais visuomenės, verslo ir valdžios atstovais vadovaujasi pagarbos žmogui, visuomenei bei gamtai vertybiniais principais (<http://www.socmin.lt>).

4. Ar esate susipažinę su Įmonių socialinės atsakomybės koncepcija?

Žymėkite

- Taip.
 Ne.

5. Ar Lietuvoje įmonės yra skatinamos diegti ĮSA?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

Taip. _____
(komentaras)

Ne. _____
(komentaras)

6. Kokią įtaką ĮSA diegimui įmonėse daro Lietuvos valstybės vykdoma politika?

(komentaras)

7. Ar Jūsų nuomone valstybės vykdoma skatinimo politika Lietuvoje ĮSA atžvilgiu yra tinkama? Jei ne, kokia ji turėtų būti?

(komentaras)

8. Kaip manote, kokios yra pagrindinės jungimosi prie ĮSA tinklo priežastys (Lietuvoje)?

(komentaras)

9. Ar ĮSA įsidiegimas suteikia įmonei naudos? Kokia tai nauda?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

Taip. _____
(komentaras)

Ne. _____
(komentaras)

10. Ar galima šią naudą išmatuoti ir įvertinti?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

Taip. _____
(komentaras)

Ne. _____
(komentaras)

11. Ar tokia nauda atsveria socialinei verslo atsakomybei propaguoti skiriamas lėšas?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

Taip. _____
(komentaras)

Ne. _____
(komentaras)

12. Ar įmonei ekonomiškai naudinga rūpintis ne vien pelno siekimu, bet ir bendruomenės socialine gerove? Kodėl?

Žymėkite *Pageidautinas komentaras*

Taip. _____
(komentaras)

Ne. _____
(komentaras)

13. Ar ĮSA įsidiegimas įmonėje didina jos konkurencingumą rinkoje (Lietuvoje)?

(komentaras)

14. Ar ĮSA daro teigiamą arba neigiamą įtaką įmonių „patrauklumui“ rinkoje ir visuomenėje (Lietuvoje)? Kokią?

(komentaras)

15. Ar socialiai atsakingos įmonės ekonomikos ekspertų yra vertinamos geriau? Ar jos turi pranašumą prieš kitas įmones (Lietuvoje)?

(komentaras)

16. Kokią įtaką socialiai atsakingos įmonės ir jų vykdoma veikla daro Lietuvos ekonomikai?

(komentaras)

17. Kokios Jūsų nuomone yra ĮSA sklaidos galimybės Lietuvoje?

(komentaras)

18. Kokios Jūsų nuomone yra ĮSA plėtros kliūtys Lietuvoje?

(komentaras)

19. Kokios Jūsų nuomone yra ĮSA perspektyvos Lietuvoje?

(komentaras)

20. Kokios ekonominės priemonės galėtų paskatinti įmones diegti ĮSA (Lietuvoje)?

(komentaras)

Dėkoju už nuoširdžius atsakymus!