



VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETAS

VERSLO VADYBOS FAKULTETAS

ĮMONIŲ EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

Stasys Marcinkevičius

**SOCIALINĖS ATSAKOMYBĖS IR VERSLO REZULTATŲ PRIKLAUSOMYBĖ:
GAMYBOS SEKTORIAUS ATVEJIS
RELATIONSHIPS OF SOCIAL RESPONSIBILITY AND BUSINESS
PERFORMANCE: A CASE OF MANUFACTURING SECTOR**

Baigiamasis magistro darbas

Inžinerinės ekonomikos ir vadybos studijų programa, valstybinis kodas 621N20012

Gamybos vadybos specializacija

Vadybos ir administravimo mokslo kryptis

Vilnius, 2013

VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETAS
VERSLO VADYBOS FAKULTETAS
ĮMONIŲ EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

TVIRTINU
Katedros vedėjas

(parašas)

Romualdas Ginevičius
(vardas, pavardė)

(Data)

Stasys Marcinkevičius

**SOCIALINĖS ATSAKOMYBĖS IR VERSLO REZULTATŲ PRIKLAUSOMYBĖ:
GAMYBOS SEKTORIAUS ATVEJIS**
**RELATIONSHIPS OF SOCIAL RESPONSIBILITY AND BUSINESS
PERFORMANCE: A CASE OF MANUFACTURING SECTOR**

Baigiamasis magistro darbas

Inžinerinės ekonomikos ir vadybos studijų programa, valstybinis kodas 621N20012

Gamybos vadybos specializacija

Vadybos ir administravimo mokslo kryptis

Vadovas doc.dr. Renata Korsakienė
(Moksl. laipsnis, vardas, pavardė)

(Parašas)

(Data)

Konsultantas doc.dr. Rasuolė Vladarskienė
(Moksl. laipsnis, vardas, pavardė)

(Parašas)

(Data)

Vilnius, 2013

VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETAS
VERSLO VADYBOS FAKULTETAS
ĮMONIŲ EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

Vadybos ir administravimo studijų kryptis

Inžinerinės ekonomikos ir vadybos studijų programa, valstybinis kodas 621N20012

Gamybos vadybos specializacija

TVIRTINU
Katedros vedėjas

(Parašas)

Romualdas Ginevičius
(Vardas, pavardė)

(Data)

**BAIGIAMOJO MAGISTRO DARBO
UŽDUOTIS**

2012-12-03 Nr. 413vv
Vilnius

Studentui Stasiui Marcinkevičiui

Baigiamojo darbo tema: Socialinės atsakomybės ir verslo rezultatų priklausomybė: gamybos sektoriaus atvejis

patvirtinta 2012 m. gruodžio 3 d. dekanų potvarkiu Nr. 413vv

Baigiamojo darbo užbaigimo terminas 2013 m. sausio 14 d.

BAIGIAMOJO DARBO UŽDUOTIS:

1. Išanalizuoti ir apibendrinti mokslinę – metodinę literatūrą socialinės atsakomybės tematika, akcentuojant socialinės atsakomybės įtaką verslo rezultatams.
2. Atlikti Lietuvos socialiai atsakingų gamybos sektoriaus įmonių apžvalgą ir palyginanti jų verslo rezultatus su bendro šalies gamybos sektoriaus įmonių verslo rezultatais.
3. Nustatyti Lietuvos socialiai atsakingų gamybos sektoriaus įmonių pelningumo rodiklių ir pardavimų apimtys priklausomybę nuo labdaros ir paramos sąnaudų.

Baigiamojo darbo rengimo konsultantai:

doc. dr. Rasuolė Vladarskienė
(Moksl. laipsnis/pedag. vardas, vardas, pavardė)

Vadovas

(Parašas)

doc. dr. Renata Korsakienė

(Moksl. laipsnis/pedag. vardas, vardas, pavardė)

Užduotį gavau

(Parašas)

Stasys Marcinkevičius

(Vardas, pavardė)

2012-12-03

(Data)

Vilniaus Gedimino technikos universitetas
Verslo vadybos fakultetas
Įmonių ekonomikos ir vadybos katedra

ISBN ISSN
Egz. sk.
Data-.....-.....

Antrosios pakopos studijų **Inžinerinės ekonomikos ir vadybos** programos baigiamasis darbas
Pavadinimas **Socialinės atsakomybės ir verslo rezultatų priklausomybė: gamybos sektoriaus atvejis**
Autorius **Stasys Marcinkevičius**
Vadovas **doc. dr. Renata Korsakienė**

Kalba: lietuvių

Anotacija

Augant įmonių socialinės atsakomybės populiarumui baigiamajame magistro darbe nagrinėjama atsakingo verslo modelio koncepcija, apžvelgiamas jos kitimas nuo XX a. vidurio iki šių dienų. Pateikiama įmonių socialinės atsakomybės samprata teoriniu aspektu, analizuojamos pagrindinės įmonių socialiai atsakingos veiklos sritys, kuriose jos gali būti atsakingos. Pabrėžiama socialiai atsakingos veiklos įtaka įmonių verslo rezultatams įvardijant teikiamą naudą ir patiriamus nuostolius. Iškiriama ĮSA svarba ES gamybos sektoriui.

Darbe analizuojamos ir tiriamos Lietuvos gamybos sektoriaus socialiai atsakingos įmonės ir jų veikla, siekiant nustatyti jų veiklos rezultatų ir vykdomų ĮSA veiklų priklausomybę. Gilesniam tyrimui pasirinkti AB „Vilniaus baldai“ ir AB „Utenos trikotažas“ atvejai.

Darbą sudaro 9 dalys: įvadas, socialinės atsakomybės teoriniai aspektai, socialinės atsakomybės poveikis įmonių verslo rezultatams, ES gamybos įmonių socialinė atsakomybė skirtinguose veiklos sektoriuose, Lietuvos įmonių socialiai atsakingos veiklos analizė, socialinės atsakomybės ir verslo rezultatų priklausomybė, išvados, literatūra, priedai.

Darbo apimtis – 103 p. teksto be priedų, 31 pav., 31 lent., 130 bibliografiniai šaltiniai.

Atskirai pridedami darbo priedai.

Prasminiai žodžiai

aplinkosauga, filantropija, gamybos sektorius, pasaulinis susitarimas, socialinė atsakomybė, socialinės pažangos ataskaita, verslo rezultatai.

Vilnius Gediminas Technical University
Faculty of Business Management
Department of Economics and
Management of Enterprises

ISBN ISSN
Copies No.
Date-.....-.....

Master Degree Studies **Engineering Economics and Management** study programme Master Thesis

Title **Relationships of Social Responsibility and Business Performance: a Case of Manufacturing Sector**
Author **Stasys Marcinkevičius**
Academic supervisor **Assoc Prof Dr Renata Korsakienė**

Thesis language: Lithuanian

Annotation

Taking into account the growing popularity of corporate social responsibility, Master thesis analyzes the concept of responsible business model, provides an overview of its development from the middle of the 20th century to the present. The theoretical concept of corporate social responsibility is provided, the main corporate social responsibility activities are analyzed. The impact of socially responsible activity on the business performance by identifying the benefits and losses are emphasized. The importance of corporate social responsibility in the EU manufacturing sector is distinguished.

Striving to determine the relationships of business performance and CSR activities, Master thesis analyzes socially responsible companies of Lithuanian manufacturing sector and their activities. For deeper investigation the cases of SC „Vilniaus Baldai“ and SC „Utenos trikotažas“ are selected.

Master thesis consists of 8 parts: introduction, theoretical aspects of social responsibility, the impact of social responsibility on business performance, corporate social responsibility of the EU manufacturing sectors, the analysis of corporate social responsibility of Lithuanian companies, analysis of relationships of social responsibility and business performance, conclusions, reference list.

Master thesis consist of: 103 pages text without appendixes, 31 pictures, 30 tables, 131 references.

The appendixes are provided separately.

Keywords

business performance, manufacturing sector, philanthropy, protection of the environment, report of social progress, social responsibility.

(Baigiamojo darbo sąžiningumo deklaracijos forma)

VILNIAUS GEDIMINO TECHNIKOS UNIVERSITETAS

Stasys Marcinkevičius

(Studento vardas ir pavardė, studento pažymėjimo Nr.)

Verslo vadybos fakultetas

(Fakultetas)

Inžinerinė ekonomika ir vadyba, GVfm-11

(Studijų programa, akademinė grupė)

**BAIGIAMOJO DARBO (PROJEKTO)
SĄŽININGUMO DEKLARACIJA**

2012m. _____ gruodžio _____ 03d.
(Data)

Patvirtinu, kad mano baigiamasis darbas (projektas) tema Socialinės atsakomybės ir verslo
rezultatų priklausomybė: gamybos sektoriaus atvejis

patvirtintas 2012 m. _____ gruodžio 3 _____ d. dekanų potvarkiu Nr. _____ 413w _____, yra
savarankiškai parašytas. Šiame darbe (projekte) pateikta medžiaga nėra plagijuota. Tiesiogiai ar
netiesiogiai panaudotos kitų šaltinių citatos pažymėtos literatūros nuorodose.

Parenkant ir įvertinant medžiagą bei rengiant baigiamąjį darbą (projektą), mane konsultavo
mokslininkai ir specialistai: doc.dr. Rasuolė Vladarskienė

Mano darbo (projekto) vadovas doc.dr. Renata Korsakienė

Kitų asmenų indėlio į parengtą baigiamąjį darbą (projektą) nėra. Jokių įstatymų nenumatytų
piniginių sumų už šį darbą niekam nesu mokėjęs.

(Parašas)

STASYS MARCINKEVIČIUS

(Vardas ir pavardė)

Turinys

IVADAS	13
1. SOCIALINĖS ATSAKOMYBĖS TEORINIAI ASPEKTAI	15
1.1. Socialinės atsakomybės raida	15
1.2. Įmonių socialinės atsakomybės samprata	21
1.3. Įmonių socialinės atsakomybės taikymo modeliai	24
2. SOCIALINĖS ATSAKOMYBĖS POVEIKIS ĮMONIŲ VERSLO REZULTATAMS	32
2.1. Verslo rezultatus lemiantys socialinės atsakomybės veiksniai	32
2.2. Įmonių investicijų į socialinę atsakomybę nauda ir sąnaudos	34
2.3. Verslo rezultatai teoriniu aspektu	38
3. GAMYBOS ĮMONIŲ SOCIALINĖ ATSAKOMYBĖ ES	43
3.1. Įmonių socialinė atsakomybė ES chemijos sektoriuje	43
3.2. Įmonių socialinė atsakomybė ES tekstilės sektoriuje	46
3.3. Įmonių socialinė atsakomybė ES baldų gamybos sektoriuje	50
4. LIETUVOS ĮMONIŲ SOCIALIAI ATSAKINGOS VEIKLOS ANALIZĖ	52
4.1. Įmonių socialinės atsakomybės praktika Lietuvoje	52
4.1.1. Filantropijos (labdaros ir paramos) veikla Lietuvoje	52
4.1.2. Aplinkosaugos veikla Lietuvoje	55
4.2. Oficialiai socialiai atsakingos Lietuvos įmonės	58
4.2.1. Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo įmonių veiklos sektoriai	60
4.2.2. Įmonių socialinė atskaitomybė ir pažangos ataskaitos	62
4.2.3. Lietuvos socialiai atsakingų įmonių pasiskirstymas pagal kapitalą	65
4.2.4. Lietuvos socialiai atsakingų įmonių pasiskirstymas pagal dydį	66
5. SOCIALINĖS ATSAKOMYBĖS IR VERSLO REZULTATŲ PRIKLAUSOMYBĖ	68
5.1. Lietuvos socialiai atsakingų įmonių palyginimas pagal pelningumo rodiklius	68
5.2. Socialiai atsakingų gamybos sektoriaus įmonių pelningumo rodiklių dinamika	72
5.3. Gamybos sektoriaus įmonių socialinės atsakomybės ir verslo rezultatų priklausomybė	78
5.3.1. Koreliacinė regresinė analizė	78
5.3.1.1. Porinė koreliacinė analizė (AB „Vilniaus baldai“ atvejis)	80
5.3.1.2. Porinė koreliacinė analizė (AB „Utenos trikotažas“ atvejis)	82
5.3.1.3. Porinė regresinė analizė (AB „Vilniaus baldai“ atvejis)	84
5.3.1.4. Porinė regresinė analizė (AB „Utenos trikotažas“ atvejis)	87

IŠVADOS.....	91
LITERATŪRA	93
PRIEDAI	104

Lentelių sąrašas

1 lentelė. Įmonių socialinės atsakomybės samprata įvairiose teorijose bei jų palyginimas	18
2 lentelė. Įmonių socialinės atsakomybės evoliucija.....	19
3 lentelė. Įmonių socialinės atsakomybės išlaidos ir gaunama nauda.....	36
4 lentelė. Socialinės atsakomybės naudos ir sąnaudos suinteresuotoms grupėms	38
5 lentelė. ES chemijos sektoriaus statistikos apžvalga	44
6 lentelė. Naujų aplinkosaugos technologijų poveikis didinant chemijos sektoriaus konkurencingumą	45
7 lentelė. ES tekstilės gamybos subsektorių duomenys	47
8 lentelė. Tekstilės sektoriuje taikomų ekologinių inovacijų ir aplinkos apsaugos priemonių poveikis konkurencingumui	48
9 lentelė. Ekologinio produkcijos ženklinimo įtaka ES tekstilės sektoriaus konkurencingumui	49
10 lentelė. Listinguojamos socialiai atsakingos įmonės	68
11 lentelė. Listinguojamos gamybos sektoriaus socialiai atsakingos įmonės	73
12 lentelė. AB „Vilniaus baldai“ labdaros ir paramos sąnaudų, nuosavybės grąžos – ROE, turto grąžos – ROA, grynojo pelningumo ir bendrojo pelningumo dinaminiai pokyčiai 2005–2011 m.	80
13 lentelė. Apskaičiuoti poriniai koreliacijos koeficientai AB „Vilniaus baldai“ atveju	81
14 lentelė. Apskaičiuotos statistikos t reikšmės AB „Vilniaus baldai“ atveju	81
15 lentelė. Apskaičiuota $t_{\alpha,k}^{kr}$ reikšmė AB „Vilniaus baldai“ atveju.....	81
16 lentelė. AB „Utenos trikotažas“ labdaros ir paramos sąnaudų, nuosavybės grąžos – ROE, turto grąžos – ROA, grynojo pelningumo ir pardavimų dinaminiai pokyčiai 2002–2010 m.	82
17 lentelė. Apskaičiuoti poriniai koreliacijos koeficientai AB „Utenos trikotažas“ atveju	83
18 lentelė. Apskaičiuotos statistikos t reikšmės AB „Utenos trikotažas“ atveju.....	83
19 lentelė. Apskaičiuota $t_{\alpha,k}^{kr}$ reikšmė AB „Utenos trikotažas“ atveju	83
20 lentelė. Apskaičiuoti tiesinės priklausomybės lygčių koeficientai a_0 AB „Vilniaus baldai“ atveju.	84
21 lentelė. Apskaičiuoti tiesinės priklausomybės lygčių regresijos koeficientai a_1 AB „Vilniaus baldai“ atveju	85
22 lentelė. Apskaičiuotos regresijų dispersijos S_{regr}^2 AB „Vilniaus baldai“ atveju.....	86
23 lentelė. Apskaičiuotos likutinės dispersijos S_{lik}^2 AB „Vilniaus baldai“ atveju.....	86
24 lentelė. Apskaičiuoti dispersijų santykiai (statistikos F) AB „Vilniaus baldai“ atveju	86
25 lentelė. Dispersijų santykių kritinė reikšmė F_{α,v_1,v_2}^{kr} AB „Vilniaus baldai“ atveju.....	87

26 lentelė. Apskaičiuoti tiesinės priklausomybės lygčių koeficientai a_0 AB „Utenos trikotažas“ atveju	88
27 lentelė. Apskaičiuoti tiesinės priklausomybės lygčių regresijos koeficientai a_1 AB „Utenos trikotažas“ atveju	88
28 lentelė. Apskaičiuotos regresijų dispersijos S_{reg}^2 AB „Utenos trikotažas“ atveju.....	89
29 lentelė. Apskaičiuotos likutinės dispersijos S_{lik}^2 AB „Utenos trikotažas“ atveju.....	89
30 lentelė. Apskaičiuoti dispersijų santykiai (statistikos F) AB „Utenos trikotažas“ atveju	89
31 lentelė. Dispersijų santykių kritinė reikšmė $F_{\alpha, v_1, v_2}^{kr}$ AB „Utenos trikotažas“ atveju	90

Paveikslų sąrašas

1 pav. Ryšiai tarp verslo įmonės, suinteresuotų grupių ir visuomenės.....	23
2 pav. Įmonių socialinės atsakomybės piramidė	24
3 pav. Įmonių socialinės atsakomybės komponentai ir taikymo ypatumai	27
4 pav. Trimatis teorinis A. B. Carrollo ĮSA taikymo modelis.....	28
5 pav. ĮSA sritys pagal A. Dahlsrudą	29
6 pav. Ryšys tarp pateiktų pagrindinių trijų ĮSA požiūrių.....	30
7 pav. Įmonių verslo rezultatus lemiantys ĮSA veiksniai	33
8 pav. Socialiai atsakingos įmonės principinė gyvavimo schema.....	34
9 pav. Įmonių socialinės atsakomybės naudos vidurkiai.....	35
10 pav. Teikiamos labdaros ir paramos procentinė dalis Lietuvoje 2004–2011 m.	53
11 pav. Labdaros ir paramos apimtys pokyčių tiesioginė priklausomybė nuo Lietuvos sukuriama BVP 2005–2010 metais.....	54
12 pav. Juridinių asmenų suteikta labdara ir parama pagal dydžio grupes 2011 metais.....	55
13 pav. Teršalų išmetimai į atmosferą iš stacionarių taršos šaltinių 1998 – 2011 metais Lietuvoje.....	56
14 pav. Įmonių, įregistravusių aplinkos vadybos sistemas, atitinkančias tarptautinio standarto ISO 14001 reikalavimus, skaičiaus kitimas 2000 – 2009 metais.....	56
15 pav. Organizacijų su sertifikuotomis aplinkos apsaugos vadybos sistemomis ISO 14001 veiklos sritis 2010 metais	57
16 pav. Visų Lietuvos įmonių pasiskirstymas pagal veiklos sektorius 2010 m.	58
17 pav. Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo įmonių skaičiaus didėjimas 2005–2012 m. laikotarpiu.....	59
18 pav. Pasaulinio susitarimo sistema	60
19 pav. 2012 m. spalio mėn. Lietuvos socialiai atsakingų verslo įmonių procentinis pasiskirstymas pagal veiklos sektorius	62
20 pav. Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo įmonės 2008–2012 m. laikotarpiu pateikiančios socialinės atsakomybės ataskaitas	63
21 pav. 2012 m. Lietuvos socialiai atsakingų įmonių procentinis pasiskirstymas pagal kapitalą.....	65
22 pav. Lietuvos socialiai atsakingų įmonių procentinis pasiskirstymas pagal darbuotojų skaičių.....	66
23 pav. Listinguojamų socialiai atsakingų įmonių 2011 m. nuosavybės grąžos finansiniai rodikliai (ROE) ir jų palyginimas pagal bendrus sektorių rodiklių vidurkius	69

24 pav. Listinguojamų socialiai atsakingų įmonių 2011 m. turto grąžos (ROA) finansiniai rodikliai ir jų	70
palyginimas pagal bendrus sektorių rodiklių vidurkius.....	70
25 pav. Listinguojamų socialiai atsakingų įmonių 2011 m. grynojo pelningumo finansiniai rodikliai ir	
jų palyginimas pagal bendrus sektorių rodiklių vidurkius	71
26 pav. Listinguojamų socialiai atsakingų įmonių 2011 m. bendrojo pelningumo finansiniai rodikliai ir	
jų palyginimas pagal bendrus sektorių rodiklių vidurkius	72
27 pav. AB „Vilniaus baldai“ pagrindiniai finansiniai rodikliai 2005–2011 m. laikotarpiu.....	74
28 pav. AB „Kauno energija“ pagrindiniai finansiniai rodikliai 2005–2011 m. laikotarpiu.....	75
29 pav. AB „Utenos trikotažas“ pagrindiniai finansiniai rodikliai 2005–2011 m. laikotarpiu	76
30 pav. AB „Lifosa“ pagrindiniai finansiniai rodikliai 2005–2011 m. laikotarpiu.....	77
31 pav. AB „Grigiškės“ pagrindiniai finansiniai rodikliai 2005–2011 m. laikotarpiu.....	78

Ivadas

Socialinė atsakomybė turėtų būti neišvengiama būtinybė šių dienų verslo pasaulyje ir vienas iš iššūkių ateityje. Socialinė atsakomybė ko gero yra tam tikros strategijos diegimas, sistemiškai integruojantis verslo socialinį, ekonominį ir aplinkos poveikį į to verslo vadybos procesus.

Šiuo metu augantis Lietuvos įmonių vaidmuo pasaulyje reikalauja ne tik didesnių jų pastangų, bet ir aktyvaus įsitraukimo į visuomenės raidos procesus. Tai labai svarbu verslo įmonėms, dalyvaujančioms ES rinkoje, kurioje galioja aukšti įmonių socialinės atsakomybės (toliau ĮSA) reikalavimai.

Socialiai atsakingo verslo idėja yra aktuali Lietuvos verslo sektoriui kaip veiksnys, didinantis įmonių konkurencingumą ES rinkoje, gerinantis santykius su vartotojais, partneriais ir investuotojais, užtikrinantis verslo stabilumą ir prisidedantis prie regiono bei Lietuvos darnios plėtros.

Pažangiose šalyse verslo sektorius, kaip visuomenės raidos procesų dalis, vadovaujasi įmonių socialinės atsakomybės idėja, kuri gerina verslo įmonių įvaizdį, padeda valdyti riziką, didina įmonės konkurencingumą ir gerina ekonominius verslo rezultatus.

Darbe analizuojamos ir tiriamos Lietuvos gamybos sektoriaus socialiai atsakingos įmonės, siekiama nustatyti jų veiklos rezultatų ir ĮSA priklausomybę. Gilesniam tyrimui pasirinktos AB „Vilniaus baldai“ ir AB „Utenos trikotažas“.

Tyrimo problema. Socialinės atsakomybės veikla, kuria grindžiamas 1999 m. Pasaulinis susitarimas, suvienijantis veikti kartu verslo įmones, Jungtinių Tautų Organizaciją (JTO) ir pilietinę visuomenę, remiantis dešimčia universalių principų žmogaus teisių, darbuotojų teisių, aplinkos apsaugos ir kovos su korupcija srityse, dar tik pradedama įgyvendinti įvairiose Lietuvos viešojo sektoriaus organizacijose bei verslo įmonėse, tačiau klestinčiose Vakarų šalyse naujos socialiai atsakingo verslo iniciatyvos bei idėjos sparčiai kuriamos ir skleidžiamos.

ĮSA veiklas įmonės vykdo dažniausiai dėl altruistinių paskatų. Pagrindinė ĮSA plėtros kliūtis yra ta, kad nėra pakankamai įrodyta ĮSA veiklų teigiama vertė verslui. ĮSA veikla suvokiama kaip su išlaidomis susijusi veikla, kurios vertė verslui yra abejojama.

Socialinės atsakomybės poveikis įmonių verslo rezultatams ir visoms suinteresuotosioms grupėms yra aktuali šiuolaikinės organizacijos valdymo proceso dalis, bet Lietuvos įmonių vadovai veiklai skatinti ir plėtoti retai pasitelkia socialinės atsakomybės idėją galvodami, kad lėšas naudingiau investuoti į pagrindinę įmonės veiklą, o ne socialinei atsakomybei kurti ir palaikyti. Šiuo metu, kai ekonominiai sunkumai verčia įmones pakeisti savo veiklos prioritetus, labai svarbu akcentuoti įmonių socialiai atsakingo verslo vykdymo reikšmingumą ir įtaką verslo rezultatams.

Šiuo metu Lietuvoje aiškiai matomas įmonių socialinės atsakomybės mokomasis, šviečiamasis ir propagandinis pobūdis, tačiau sisteminių ir objektyvių tyrimų socialinės atsakomybės poveikio verslo rezultatams srityje atlikta nedaug.

Tyrimo objektas – įmonių socialinės atsakomybės ir verslo rezultatų priklausomybė.

Tyrimo tikslas – išanalizuoti ĮSA sąsajas su verslo rezultatais.

Tyrimo uždaviniai:

- Išanalizuoti ĮSA teorinius aspektus;
- Išanalizuoti socialinės atsakomybės poveikį įmonių verslo rezultatams teoriniu aspektu;
- Išanalizuoti gamybos įmonių socialinę atsakomybę ES;
- Atlikti Lietuvos socialiai atsakingų įmonių ir jų veiklos analizę;
- Nustatyti socialinės atsakomybės ir verslo rezultatų priklausomybę.

Remiantis šiais uždaviniais, tyrimo esmę sudaro šios darbo dalys:

- Pirmoje darbo dalyje analizuojami ĮSA teoriniai aspektai: raida, samprata, praktiniai taikymo modeliai;
- Antroje darbo dalyje nagrinėjamas socialinės atsakomybės poveikis įmonių verslo rezultatams teoriniu aspektu, aptariami šioje srityje atlikti moksliniai tyrimai;
- Trečioje darbo dalyje analizuojama gamybos įmonių socialinė atsakomybė ES.
- Ketvirtoje darbo dalyje analizuojama Lietuvos įmonių socialiai atsakinga veikla. Taip pat analizuojamos oficialiai socialiai atsakingos Lietuvos įmonės ir jų veiklos sektoriai;
- Penktoje darbo dalyje atliekamas tyrimas, kuriuo siekiama nustatyti socialinės atsakomybės ir verslo rezultatų priklausomybę.

Tyrimo metodai:

- Mokslinės literatūros apie socialinę atsakomybę ir socialiai atsakingą verslą analizė ir sintezė;
- Lietuvos statistikos departamento statistinių duomenų analizė;
- „NasdaqOMX Baltic“ vertybinių popierių biržoje listinguojamų įmonių pateikiamos informacijos, jų metinių finansinių ataskaitų analizė ir veiklos rezultatų vertinimas;
- Koreliacinė regresinė analizė.

1. SOCIALINĖS ATSAKOMYBĖS TEORINIAI ASPEKTAI

Ypatingas dėmesys socialinei atsakomybei kaip visuomenei būtinu reiškiniu, pastebimas jau pastaruosius kelis dešimtmečius, nors ji jau egzistuoja labai ilgą laiką. Tai nulėmė verslo organizacijų besikeičiantis požiūris į visuomenės problemas bei globalizaciją, sparti mokslo ir technikos pažanga ir kiti veiksniai. Bėgant laikui keičiasi įmonių ir organizacijų prioritetai ir didėja tikslų įvairovė.

Šiame socialinės atsakomybės teoriniame skyriuje nagrinėjami svarbiausi aspektai, kurie apima ĮSA raidą, sampratą ir taikymo sritis.

1.1. Socialinės atsakomybės raida

Socialinės atsakomybės užuomazgos aptinkamos dar antikoje, tačiau vėlesniuose amžiuose žmogiškosios vertybės buvo užmirštos iki pat XX amžiaus. Socialinės atsakomybės idėja visų pirma pradėjo plėtotis tarp amerikiečių (inžinierių), kurie taikydami ją prisidėjo prie inžinerinių profesijų socialinio prestižo kilimo. Bėgant laikui socialinę atsakomybę pradėta sieti su verslu. Šiame poskyryje pateikiama ĮSA raidos analizė.

Formaliai ĮSA koncepcija išsiplėtojo XX amžiuje, kuriame ĮSA reikšmė ir apimtis laikui bėgant labai keitėsi (Juščius 2007). ĮSA kaip konkreti sąvoka yra gana nauja (nepaisant anksčiau pastebėtų užuomazgų), kurią imta plačiau vartoti verslo sektoriuose nuo 1960 metų. XX amžiaus vidurys (po antrojo pasaulinio karo) ir laikomas socialinės atsakomybės kaip praktinio reiškinio atsiradimo pradžia, todėl aktualu nagrinėti ĮSA raidą nuo šio laikotarpio iki šių dienų. Nuo XX amžiaus vidurio iki šiol socialinė atsakomybė paplito tarp verslininkų ir tampa vis populiareesnė ir vis labiau lemia įmonių veiklos rezultatus. Bėgant laikui ĮSA įgavo vis naujesnes formas, kurios plėtėsi ir papildė jau žinomas.

ĮSA teorijų raidą savo darbuose nagrinėjo nemažai užsienio mokslininkų: A. B. Carrollas, L. E. Boone, D. L. Kurtzas, D. J. Woodas ir kt. Vienas jų, A. B. Carrollas, smulkiai išanalizavęs ĮSA raidos genezę teigė, jog 1950 m. prasidėjo modernioji ĮSA era, kurioje ĮSA buvo dažnai pateikiama platesniu apibūdinimu – socialinė atsakomybė, nes nebuvo matoma šiuolaikinės įmonės dominavimo verslo sektoriuje (Carrollas 1999). Autoriaus teigimu, situacija pasikeitė, kai 1953 m. H. R. Bowenas parašė knygą *Verslininko socialinė atsakomybė*, kurioje akcentuojama, jog turintys didelį autoritetą didžiausi verslo centrai yra svarbūs visuomenei ir kurių veiksmai paliečia nemažai socialinių sričių.

Šioje knygoje užduodamas klausimas: kokią socialinę atsakomybę visuomenei verslininkai turėtų priimti? Taip pat buvo pateikta socialinės atsakomybės apibrėžtis: atsakingas verslas turi priimti tokius sprendimus ir imtis tokių veiksmų, kurie yra naudingi visuomenei.

1960–1970 metų laikotarpis pažymėtas ypatingu ĮSA tyrinėjimu. Tuo metu K. Davisas savo darbuose pirmasis teigė, jog socialiai atsakinga veikla užtikrina įmonėms pelną ilgam laikotarpiui. Jis taip pat akcentavo, jog verslininkai turėtų atkreipti dėmesį į tai, kas vyksta už įmonių ekonominių bei techninių interesų ribų (Carrollas 1999). Šiame laikotarpyje buvo išplėta **atstovavimo teorija**¹ (*Agency theory, angl.*), kurios pradininkas yra ir vienas didžiausių aktyvistų Nobelio premijos laureatas M. Friedmanas. Šioje teorijoje buvo pastebimas kategoriškai neigiamas požiūris į ĮSA kaip reikšminį bei socialiai atsakingų programų vykdymą (Juščius 2007). M. Friedmano teigimu, įmonių papildomų lėšų skyrimas socialinei atsakomybei yra išteklių švaistymas, kuris neleidžia didinti verslo įmonių pelno. Autorius ĮSA veiklą įvardijo „griaunančia doktrina“, kuri neleidžia įmonėms pelningai plėtotis ir konkuruoti su kitomis įmonėmis, nes didžiausias įmonių tikslas yra siekti kuo didesnio pelno (Friedmanas 1970). Šiuo požiūriu norima įteigti, jog ĮSA veikla yra neigiamas veiksnys įmonėms, siekiančioms didinti pelną.

1970–1980 m. laikotarpiu buvo plėtojama **atsakingo valdymo teorija** (*stewardship theory, angl.*), kurios pradininkas buvo K. Davisas. Ši teorija pasižymėjo atsiradusia pagarba aplinkai, darbuotojų saugai, vartotojams, tai buvo galima išvelgti nuolat besikeičiančiose ĮSA apibrėžtyse, kurios sujungė vis daugiau socialinių sričių (Carrollas 1999).

Įmonių ryšys su aplinka bei ĮSA veikla **išteklių teorijoje** (*resource-based theory angl.*), kuri buvo sukurta E. Penrose aštuntajame dešimtmetyje, vertinama palankiausiai lyginant su kitomis ĮSA sampratos teorijomis.

Išteklių teoriją nagrinėjo ir plėtojo nemažai mokslininkų, vienas iš jų yra A. L. Hartas. Autorius teigė, jog šioje teorijoje yra įvertinamas santykis tarp įmonių ir jas supančios aplinkos bei įvardijami įmonių konkurencingumą didinantys veiksniai. Buvo teigiama, jog yra trys pagrindiniai strateginiai būdai siekiant įgauti konkurencinį pranašumą: **taršos mažinimas**, **produkto valdymas** ir **darni plėtra**. Kiekvienas strateginis variantas turi skirtingas varomąsias jėgas bei remiasi skirtingais ištekliais (Hartas *et al.* 2010; Juščius 2007). A. L. Hartas išskirdamas gamtosaugą akcentavo, jog įmonės, užsiimančios gamtosauga, sukuria saviems ištekliais konkurencinį pranašumą.

¹ XX amžiaus septintajame dešimtmetyje atsiradusi teorija, apimanti santykius tarp pagrindinio agento (akcininkų) ir įgaliotųjų agentų (įmonių vadovų). Ši teorija sprendžia ir modeliuoja šių dviejų šalių interesų suderinamumo klausimus (Delvesas *et al.*)

Šis laikotarpis ypatingas ir tuo, jog mokslininkai savo darbuose pradėjo sudarinėti teorinius ĮSA plėtros modelius. Turbūt iki šių dienų pripažintas populiariausiu ir labiausiai mokslininkų analizuojamu A. B. Carrolllo trijų dimensijų teorinis ĮSA taikymo modelis, kuris pasižymi aiškumu dėl trimačio trijų dimensijų vaizdo. Jame pavaizduota įmonių socialinės veiklos trimatė kombinacija, kurią sudaro ĮSA veikla (ekonominė, teisinė, etinė, filantropinė), įmonių reakcija į socialinius veiksniai (reagavimas, apsauga, prisitaikymas, profesionalūs veiksmai) bei socialiniai veiksniai (vartotojiškumas, aplinka, diskriminacija, produkto sauga, darbo sauga, akcininkai). Šiame modelyje autorius sujungė įvairias to meto ĮSA apibrėžtis ir tarpusavyje suderino įmonių ekonominius bei socialinius tikslus, kurie integruoti į ĮSA. Būtent įmonių socialinių bei ekonominių tikslų suderinamumas yra šio modelio esminis bruožas (Boone *et al.* 1992; Carrollas 1979).

Nuo 1980 m. susidomėjimas ĮSA veikla neišblėso ir atsirado vis daugiau mokslinių straipsnių, kuriuose nagrinėjamos alternatyvios ĮSA sritys. Ypatingas dėmesys skiriamas tokiems socialiniams klausimams kaip įmonių santykiai su visuomene, verslo etika, suinteresuotų grupių tarpusavio ryšys ir kt. (Carrollas 1999). Nuo tada ĮSA samprata buvo pradėta nagrinėti ***suinteresuotų grupių teorijoje*** (*stakeholders theory, angl.*), kurios pradininku laikomas R. E. Freemanas, kuris ją išsamiai pateikė 1984 metais išleistoje monografijoje. Šios teorijos pagrindinė idėja yra ta, jog bet kuri suinteresuota grupė ar asmuo gali lemti įmonių tikslų siekimą. Šioje teorijoje iš naujo apibrėžiama organizacija, į jos suinteresuotų grupių ratą įtraukiama visuomenė, jos institucijos bei kitos grupės (Fontainas *et al.* 2006). Tuo norima pasakyti, kad šioje teorijoje verslo įmonės, norėdamos sėkmingai plėtotis, turi rūpintis ne tik savo, bet ir visuomenės interesais.

Nors ir suinteresuotų grupių teorija šiuo laikotarpiu buvo gana populiari, tačiau taip ir nesulaukė visiško pritarimo. Ji dažnai buvo kritikuojama dėl procesų, vykstančių tarp įmonių ir visuomenės, nepakankamo įmonių ir visuomenės susiejimo bei nepakankamo poveikio aplinkai vertinimo (Key 1999). Šios priežastys lėmė ĮSA sampratos nagrinėjimą alternatyviose teorijose, todėl ĮSA samprata taip pat buvo nagrinėjama O. E. Williamsonas 1970 m. pabaigoje sukurtoje ***sandorių sąnaudų teorijoje*** (*Transaction cost theory, angl.*), kuri remiasi dviem žmogaus elgesio prielaidomis: ribiniu *racionalumu* (protingumu), kuriuo stengiamasi kuo labiau sumažinti sandorių išlaidas, bei *oportunizmu*, kuriam būdingas intuityvus elgesys. Šioje teorijoje teigiama, jog kiekvienoje verslo įmonėje vyksta įvairūs sandoriai, po kurių sukuriamas koks nors produktas. ĮSA veiklos išlaidų įtraukimas į bendras įmonių sandorių išlaidas laikomas nesuderinamu su pelno didinimu ir kartu iškreipiami įmonių agentų (akcininkų ir samdomų vadovų) santykiai, neigiamai veikiama įmonių veiklos rezultatai (Williamsonas 1981). Verta paminėti, jog šioje teorijoje nėra kategoriško nusistatymo

prieš ĮSA veiklą, tačiau pirmenybė suteikiama įmonių sandorių išlaidų mažinimui. Visos aptartos ĮSA sampratos teorijos ir jų palyginimas pateikti 1 lentelėje.

1 lentelė. Įmonių socialinės atsakomybės samprata įvairiose teorijose bei jų palyginimas

Laikotarpis	Teorijos pavadinimas	Požiūris į ĮSA	Pradininkas	ĮSA svarbos laipsnis	Požiūris į ĮSA išlaidas	ĮSA tikslai	ĮSA motyvai	Pagrindiniai argumentai
1960–1970	Atstovavimo teorija	Kategoriškai neigiamas	M. Friedmanas	Nesvarbi	Įmonės išteklių švaistymas	Už verslo interesų ribų	Ne ekonominiai	Versle turi būti paisoma tik akcininkų interesų
1970-1980	Atsakingo valdymo teorija	Teigiamas	K.Davisas	Labai svarbi	Neišvengiami	Socialiniai- etiniai	Moraliniai	Vadovai privalo elgtis moraliai neatsižvelgdami į finansinę naudą
1980–iki dabar	Suinteresuotų grupių teorija	Teigiamas	R. E. Freemanas	Būtina	Pateisinami ilgu laikotarpiu	Pašalinti arba sumažinti suinteresuotų grupių pasipriešinimą	Veiklos veiksmingumo didinimas	Ilgą laikotarpį turi teigiamą poveikį įmonių finansiniams rezultatams
1980–iki dabar	Sandorių sąnaudų teorija	Sąlygiškai teigiamas	O. E. Williamsonas	Abejotina	Tik iš dalies pateisinami	Socialiniai, tiesiogiai nesusiję su verslo tikslais	Tik iš dalies gali būti ekonominiai	Griauna privačios nuosavybės teises, skatina tikrosios verslo atsakomybės eroziją
1970–iki dabar	Išteklių teorija	Labai teigiamas	E. Penrose	Svarba didėja	Būtinai	Ekonominių ir socialinių tikslų derinimas	Darni raida	Koreliacija tarp ĮSA išlaidų ir ilgalaikio įmonės ekonominio efektyvumo

Pastaba: Sudaryta autoriaus, remiantis V. Juščiumi (2007).

Lentelė 1 pateikiama tik labiausiai paplitusių ĮSA sampratos teorijų raida, kuri apima laikotarpį nuo 1950–ųjų iki šių dienų. Joje pastebimas akivaizdus ĮSA požiūrio pasikeitimas nuo kategoriškai neigiamo iki labai teigiamo.,Tai rodo stiprėjantį ryšį tarp įmonių ir visuomenės.

Atstovavimo teorijoje vyravo neigiamas nusistatymas prieš ĮSA. Buvo akcentuojama, jog turi būti paisoma tik akcininkų interesų ir visas dėmesys turi būti skirtas pelnui didinti, o socialinė atsakomybė verslo įmonėms buvo laikoma kaip „griaunanti doktrina“ bei papildomos išlaidos.

Tačiau nuo 1970 –ųjų keitėsi įmonių vadovų ir visuomenės požiūris į ĮSA valdymą. Buvo atkreiptas dėmesys į gamtosaugos ir įmonių aplinkos problemas. Tuo laikotarpiu atsiradusi atsakingo valdymo teorija suderino etinius ir socialinius tikslus su moraliniais motyvais neatsižvelgiant į įmonių finansinę naudą.

Alternatyvios ĮSA sampratų teorijos egzistuojančios iki šių dienų: suinteresuotų grupių, sandorių sąnaudų ir išteklių teorijos. Suinteresuotų grupių teorijoje akcentuojama ĮSA veiklos nauda ilguoju laikotarpiu, kuriame siekiama ekonominių rezultatų gerinimo, veiklos veiksmingumo didinimo ir darnios raidos. Sandorių sąnaudų teorijoje teigiama, kad ĮSA veikla ilguoju laikotarpiu griauna

privačias nuosavybės teises. Išteklių teorijoje ĮSA išlaidos sugretinamos su strateginiais tikslais, kurio rezultatas yra ilgalaikis įmonių ekonominis efektyvumas. Šios trys teorijos toliau tobulinamos ir plėtojamos.

Nuo XX a. dešimtojo dešimtmečio iki šių dienų tęsiami ĮSA tyrinėjimo darbai visose socialinės atsakomybės sferose, papildomi taikymo metodais ir terminologija, pateikiamai vis naujesni socialinės atsakomybės principai ir socialinės veiklos pavyzdžiai.

Kai kurie šių dienų mokslininkai išskiria keturis ĮSA raidos evoliucijos laikotarpius. Tai matyti iš pateiktos 2 lentelės (Pruskus 2003).

2 lentelė. Įmonių socialinės atsakomybės evoliucija

ERA	LAIKOTARPIS	ĮMONĖS ATSAKOMYBĖS IŠRAIŠKA
Filantropinė	Iki 1950	Aukojimas labdarai
Problemos suvokimo	1953–1967	Atsakomybės suvokimas Išitraukimas į visuomenės reikalus
Problemos sprendimo	1968–1973	Susirūpinimas aplinkos apsauga
Socialinio jautrumo	Nuo 1974 iki šiol	Įmonės etikos ir elgesio supratimas Socialiai atsakinga veikla

Pastaba: sudaryta V. Pruskaus (2003).

Filantropinė era. Žodis „filantropija“ atsirado iš senovės graikų gebėjimo visiems reiškiniams surasti tinkamus pavadinimus. Tai žodis, reiškiantis žmogaus meilę, krikščioniškoje tradicijoje nesunkiai susiliejo su artimo meile. Dėmesys artimam ir įsipareigojimas atiduoti dalį savęs bėdoje pakliuvusiems žmonėms yra svarbūs principai įvairių tikėjimų žmonėms. Nekreipiant dėmesio į civilizacinius konfliktus, kiek per daug negatyviai pristatomam islamui vienas iš svarbiausių principų arba Mohometo priesakų yra aukojimas. Aukojimas reiškia, nors ir kaip blogai būtų – visada reikia dalintis viskuo su kitais blogesnėje padėtyje esančiais. Kiekvienam išmintingam musulmonui tai yra būtinas asmeninės atsakomybės klausimas (Aleksandravičius 2004).

W. C. Frederickas pabrėžia, kad XIX amžiuje besivystančią filantropiją lydėjo vis didėjantis įsitikinimas, kad verslas ir visuomenė gali sėkmingai bendradarbiauti tarpusavyje, tik reikia ieškoti strateginių ir novatoriškų sprendimų socialinės gerovės problemoms spręsti (Frederickas 1994). Tuo norima pasakyti, kad verslo atsakomybė visuomenei prasidėjo būtent nuo filantropijos, kuri buvo pradžių pradžia kitoms ĮSA veiklos sritims.

Filantropinė atsakomybė – pirmoji ir vienintelė socialinės atsakomybės forma, kuri buvo vykdoma iki 1950 metų. Dar prieš 1950 metus filantropine veikla buvo bandoma prisidėti prie bendro socialinės gerovės didėjimo, vertybių puoselėjimo ir bendruomenės kūrimo.

Jau XIX a. pabaigoje – XX a. pradžioje užgimusios pažengusios valstybės rūpesčio silpnaisiais visuomenės nariais idėjos palaipsniui virto gerovės valstybės politika, filantropijos iniciatyvos iš religinės paradigmos palengva perėjo į valstybės politikos rankas (Vaidelytė 2007).

Problemų suvokimo era. Po 1950 metų iki pat 1967 metų truko problemų suvokimo era, kuri pasireiškė socialinės atsakomybės suvokimu ir įsitraukimu į visuomenės reikalus. Tuo metu imta rūpintis visuomenės reikalais ir problemomis, suvokiant socialinės atsakomybės būtinumą.

Problemų sprendimo era. Nuo 1968 m. jau atsirado gamtos apsaugos atsakomybės reiškinys. Dar 1957 metų Romos Sutartyje valstybiniai ir ekonominiai valdžios organai nesuteikė didžiausio prioriteto aplinkos apsaugos klausimams. Septinto dešimtmečio pabaigoje nei viena Europos valstybė neturėjo aiškiai apibrėžtos aplinkosaugos strategijos. Nuo septintojo dešimtmečio augo ir atsirado susidomėjimas aplinkosaugos klausimais. Iš būtinybės buvo iš naujo apsvarstomas siauras ES ekonominis požiūris į aplinkosaugą.

1972 metais prasidėjo EB (Europos Bendrijų) aplinkosaugos veikla, paeiliui priimant kelias veiksmų programas, kurios buvo paremtos sektoriniu ir visuotiniu požiūriais į ekologines problemas. Tais pačiais metais Paryžiuje vykusiame EB vyriausybės ir valstybių vadovų susitikime Komisija pradėjo nagrinėti aplinkosaugos klausimus. Tokiu būdu buvo priimta pirmoji aplinkosaugos veiksmų programa, kuri apėmė laikotarpį nuo 1973 m. iki 1976 m.. Svarbiausia ES aplinkosaugos strategijos esmė yra ta, kad kalbant apie gyvenimo kokybės gerinimą ir ekonomikos augimą, ypatingą dėmesį reikia kreipti į aplinkosaugos klausimus. 1973 metais buvo įsteigti Europos Parlamento aplinkosaugos, aplinkos ir vartotojų komitetai. Po priimtos pirmosios aplinkosaugos veiksmų programos buvo priimtos antroji (1977 m.) ir trečioji (1983 m.). Per šį laikotarpį labai daug pokyčių įvyko aplinkosaugos įstatymuose. Svarbiausi įstatymai apėmė taršos mažinimą diegiant minimalias normas. Buvo priimta nemažai direktyvų, susijusių su atliekų valdymu, triukšmo mažinimu, gamtinių išteklių (oro ir vandens) apsauga ir gamtos apsauga. Tokiais veiksmais buvo pradėta aplinkosaugos atsakomybės išraiška tebesitęsianti iki šiol (ES aplinkos apsaugos klausimai ir veiklos principai).

Socialinio jautrumo era. Nuo 1974 metų iki šiol vystosi paskutinė ĮSA era, pasireiškianti etikos ir elgesio supratimu bei socialiai atsakinga veikla. Šiame laikotarpyje visuomenės ir verslo santykiai tam tikrais aspektais buvo ir yra tyrinėjami daugelio ekonominės teorijos krypčių atstovų darbuose.

Turbūt pats svarbiausias šios ĮSA eros plėtros akcentas buvo Pasaulinio susitarimo pristatymas. Pasaulinį susitarimą pirmą kartą 1999 m. pristatė JT generalinis sekretorius Kofi Annanas pasaulinio ekonomikos forumo metu. Buvo kviečiami verslo lyderiai jungtis prie iniciatyvos, kuri suvienijo veikti kartu įmones, JTO ir pilietinę visuomenę, remiantis dešimt universalių principų

žmogaus teisių, darbuotojų teisių, aplinkos apsaugos ir kovos su korupcija srityse (žr. A priedą). Šiuo susitarimu buvo siekiama skatinti įmones veikti atsakingai (prisidėti prie visuomenės raidos ir ekonomikos augimo; nedaryti žalos bendruomenei, kitiems verslams ir aplinkai; bendromis pastangomis su JT, valdžios institucijomis ir nevyriausybinėmis organizacijomis dalyvauti socialinių ir aplinkos problemų sprendime). Šiuo metu šį susitarimą propaguoja keli tūkstančiai bendrovių, pilietinės visuomenės ir tarptautinių darbo organizacijų visame pasaulyje.

Taigi, peržvelgus socialinės atsakomybės raidos etapus galima teigti, kad pastebimas spartus socialinės atsakomybės plėtros procesas, kuriuo nagrinėjami ir sprendžiami visų keturių laikotarpių ĮSA klausimai ir problemos. Per visą ĮSA evoliucijos laikotarpį (nuo 1950 m. – iki šiol) mokslininkų ĮSA samprata buvo pateikiama skirtingose teorijose, kurių požiūris palaipsniui keitėsi iš neigiamo į teigiamą (žr. 1 lentelę)

Lietuvoje socialinė atsakomybė – kol kas, palyginus su kitomis Europos valstybėmis, ne vienodai interpretuojama sąvoka, tačiau pastebimas vis didėjantis spaudimas verslo įmonėms aktyviai prisidėti prie visuomenės socialinių problemų sprendimo.

1.2. Įmonių socialinės atsakomybės samprata

Norint suprasti ĮSA esmę, visų pirma reikėtų suvokti atsakomybės sąvoką. Literatūroje atsakomybė pateikiama kaip teisės ir etikos kategorija, atspindinti specifinį socialinį, t.y. moralinį ir teisinį, asmens santykį su visuomene (visa žmonija), kuriam būdingas savo moralinės pareigos ir teisės normų vykdymas (Laurinavičius *et al.* 2011). Trumpiau tariant tai tam tikrų veiksmų ir poelgių prisiėmimas, nulemiančių visuomenės padėtį, esant tam tikroms teisės ir moralės normoms. Apibrėžus atsakomybės sąvoką, ko gero, galima prieiti ir prie ĮSAsampratos.

Šiuolaikinėje mokslinėje literatūroje, valstybinių organizacijų dokumentuose ir žiniasklaidoje galima aptikti įvairiausių ĮSA sampratų. Reikėtų suprasti, kad ši veikla yra labai plataus spektro procesas, apimantis visus su socialine atsakomybe susijusius aspektus (aplinkosaugos, finansinius, teisinius, etinius, filantropinius ir kt.).

Bendriausiu atveju ĮSA – tai organizacijos ar įmonės suvokta atsakomybė už sprendimų ir veiklos poveikį aplinkai ir visuomenei (Mikšys 2010).

Tiksliau ir aiškiau ĮSA dažniausiai apibrėžiama kaip organizacijos veikla, peržengianti teisinius reikalavimus, apimanti ne tik verslui įprastus ekonominius, bet ir aplinkosaugos, socialinius klausimus ir įnešanti indėlį į subalansuotos plėtros užtikrinimą (Pučėtaitė 2009).

Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos tinklalapyje pateikiamas štai tokia oficiali ĮSA apibrėžtis:

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 ir gamtai vertybiniais principais. (Socialinės apsaugos ir darbo ministerija 2012).

Tuo norima pasakyti, kad ĮSA – tai verslo įmonių savanoriškos pastangos įtraukti aplinkos ir socialines problemas į savo bendras veiklas ir ryšius su suinteresuotomis grupėmis. (Gruževskis *et al.* 2006).

Ganėtina aiškiai apibrėžti taip pat galima aptikti ir nacionalinėje įmonių socialinės atsakomybės plėtros 2009 – 2013 m. programos projekte, kuriame teigiama, kad ĮSA – tai tokia įmonių ir organizacijų politika bei praktika, kai ne tik laikomasi įstatymų, tarptautinių susitarimų ir sutartų elgsenos normų, bet ir į savo veiklos vidinius procesus ir išorinius santykius savanoriškai integruojami socialiniai, aplinkosaugos ir skaidraus verslo principai. Kartu su visuomeniniais ir valstybinio sektoriaus partneriais dalyvaujama ieškant novatoriškų sprendimų sisteminiams socialiniams, aplinkosaugos ir platesnėms ekonominės gerovės problemoms (Lietuvos Respublikos Vyriausybė 2009).

Ko gero ĮSA veikla labiau orientuojama į moralės normų laikymąsi, o ne į pelną ir investavimo galimybes, ypač mažose įmonėse, kurioms rečiau būtina brangi gamybos įranga. ĮSA įgyvendinimo galimybės turbūt yra neišsemiamos, bet verslo įmonėms būtina pasirinkti tai, kas svarbiausia pačioms įmonėms ir kas padeda tinkamai paveikti jų reputaciją (Šimanskienė *et al.* 2010).

ĮSA turėtų būti neišvengiama šiandienos būtinybė. Mokslininkai teigia, kad ĮSA yra strategijos taikymas, kuris sistemiškai integruoja verslo socialinį, ekonominį ir aplinkos poveikį į to verslo vadybos procesus (Kovaliovas *et al.* 2010).

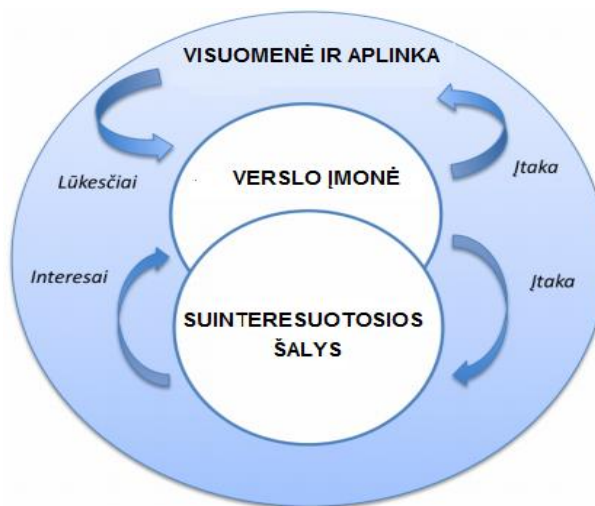
Socialiai atsakingas verslas išskiriamas kaip viso pasaulio harmonizacijos, kompetencijų ugdymo ir socialinės sanglaudos skatinimo priemonė. ĮSA normos nėra ir neturėtų tapti privalomų ir įpareigojančių ES, nacionalinių ir tarptautinių teisinių normų alternatyva, bet jomis siekiama papildyti bendrus standartus ir jos traktuojamos kaip bendrų standartų tobulinimo pagrindas. ĮSA įgyvendinimas verslo įmonėse turėtų būti suprastas kaip strateginė investicija į bendros organizacijos strategijos plėtrą, valdymo priemonių ir procesų tobulinimą, veiklos standartų kėlimą (Kovaliovas 2009).

Socialiai atsakingomis įvardijamos tos įmonės, kurios laikosi aukštesnių gamtos saugos reikalavimų perdirbdamos atliekas, stengiasi mažinti aplinkos taršą, diegia pažangius žmogiškųjų išteklių valdymo metodus ergonomikos, motyvavimo, kvalifikacijos kėlimo ir perkvalifikavimo srityse,

bendradarbiauja su vietos gyventojų organizacijomis įgyvendinant socialinius jų tikslus (Juščius 2007).

Užsienio mokslininkai teigia, jog ĮSA vis dar išlieka embriono būsenos bei ginčytina koncepcija. Ji dar kartais tapatinama su įmonių pilietybe (corporate citizenship), kuria remdamiesi įmonių vadovai turėtų vykdyti visuomenės politiką ir spręsti svarbius socialinius klausimus. (Windsoras 2006). Ją traktuoja kaip strateginę priemonę siekiant ekonominių tikslų ir plėtros galimybių (Garriga *et al.* 2004). Anot W. C. Fredericko, pagrindinė ĮSA idėja grindžiama tuo, jog visos įmonės, vykdydamos socialiai atsakingą veiklą, nėra įsipareigojusios visuomenei ir jos lūkesčiams (Frederickas 1994). Autorius nori pabrėžti įmonių *savanoriškumo* principą, jo reikšmingumą socialiai atsakingoje veikloje. Tai reiškia, kad verslo įmonės nėra teisiškai ar kaip nors kitaip įsipareigojusios visuomenei ir bet kada panorėjusios gali tapti socialiai neatsakingomis įmonėmis.

Visos šios ĮSA apibrėžtys savo turiniu labai panašios, sujungiančios kelias suinteresuotas socialines grupes, kurios kartu su verslo įmone yra visuomenės ir aplinkos elementai. Pirmoji grupė traktuojama kaip verslo įmonės, diegiančios socialiai atsakingą veiklą, antroji – tiekėjai, partneriai, konkurentai, klientai, vartotojai, darbuotojai, bendruomenė, kreditoriai, investuotojai, žiniasklaida, profesinės sąjungos ir kitos verslo įmonių veiklą lemiančios šalys (Ruževičius 2012). Ryšys tarp verslo įmonių, jos suinteresuotų grupių ir visuomenės pateiktas 1 paveiksle.



1 pav. Ryšiai tarp verslo įmonės, suinteresuotų grupių ir visuomenės

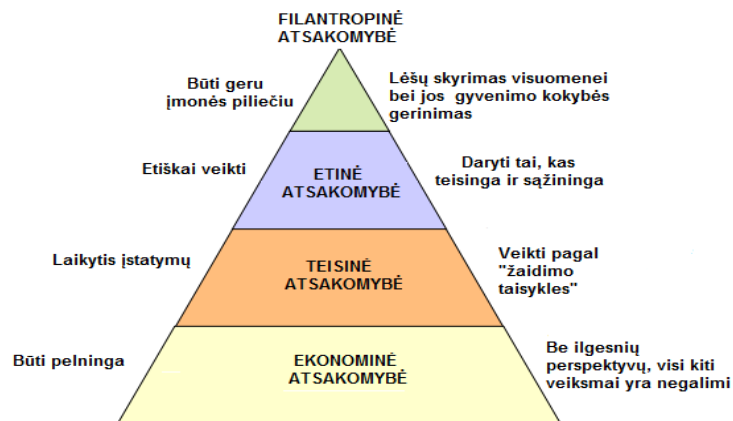
Pastaba: sudaryta J. Ruževičiaus 2012.

Kiekvienos socialiai atsakingos verslo įmonės ryšio santykis su suinteresuotomis grupėmis ir visuomene yra skirtingas. Tai priklauso nuo verslo įmonių požiūrio į socialinę atsakomybę ir diegiamų socialinių programų įvairovės.

1.3. Įmonių socialinės atsakomybės taikymo modeliai

Mokslinėje literatūroje išskiriamos ir pateikiamos įvairios sritys (kategorijos), kuriose verslo įmonės yra socialiai atsakingos, tačiau specialiosiomis įvardijamos šios keturios: ekonominė, filantropinė, teisinė ir etinė. Būtent ĮSA sričių išskyrimas ir modelių sudarymas yra labai naudingas siekiant įvertinti ĮSA veiklą ir jos poveikį verslo rezultatams. Šios keturios ĮSA sritys aiškumo dėlei A. B. Carrollas (1991) pavaizdavo piramidės pavidalu (žr.2 pav.).

Ekonominė atsakomybė orientuojasi į tradicinę ĮSA koncepciją. Kitaip tariant pirmoji verslo įmonės atsakomybė yra pelningumas. Teisinė atsakomybė remiasi įmonės poreikiu atlikti savo ekonominius įsipareigojimus remiantis visuomenės teisine reglamentavimo sistema. Trečiasis elementas yra etinė atsakomybė, kuri pasisako už visuomenės vertybių laikymąsi. Filantropinė forma remiasi aukojimu ir savanoriška veikla. Žvelgiant į socialinės atsakomybės komponentus, reikėtų juos konkrečiau apibrėžti.



2 pav. Įmonių socialinės atsakomybės piramidė

Pastaba: sudaryta A. B. Carroll (1991).

Ekonominė atsakomybė. Ši socialinės atsakomybės rūšis užtikrina suinteresuotoms grupėms pelną, vartotojams kokybiškus produktus, darbuotojams gerą darbą (Navickas *et al.* 2010).

Ekonominė atsakomybė laikoma pagrindine įmonių funkcija prekių ar paslaugų gamintojų rinkoje, kuri suteikia galimybę gauti pelno ir patenkinti vartotojų lūkesčius. Kitaip tariant, jei verslo įmonė ar viešojo sektoriaus organizacija vykdo prieš visuomenę savo ekonominę atsakomybę, ji jau laikoma socialiai atsakinga organizacija.

Ekonominė atsakomybė susijusi su ekonomine nauda savininkams ir akcininkams, taip pat tokiais klausimais kaip naujų darbo vietų kūrimas, teisingas užmokestis už darbą, naujų išteklių

įsisavinimas, technologijų ir inovacijų plėtra, naujų produktų sukūrimas (Guogis *et al.* 2009). Kita socialinės atsakomybės forma yra teisinė atsakomybė, kuri pagal svarbumą pateikiama po ekonominės atsakomybės.

Teisinė (įstatyminė) atsakomybė. Šiandieninėje nuolat besikeičiančioje ir tobulėjančioje bendruomenėje verslo įmonėms ar viešojo sektoriaus organizacijoms nustatomos taisyklės, leidžiami tam tikri įstatymai, kuriuos įmonė privalo vykdyti. Tokiu atveju iš įmonių ar organizacijų tikimasi sąžiningo ekonominių tikslų siekimo, laikantis įstatymų. Būtent teisinė atsakomybė užtikrina įstatymų laikymosi būtinybę versle rinkos ekonomikos sąlygomis. Teisinė atsakomybė bendriausiu atveju suprantama ir kaip įsipareigojimas teisės subjektams užtikrinti naudojimąsi savo teisėmis, tam tikrų pareigų vykdymu nurodant, kad tokių pareigų nevykdymas bus toleruojamas kaip atitinkamų teisių atėmimu.

Teisinė atsakomybė apima įmonių įsipareigojimus laikytis įstatymų, visuomenėje priimtų „žaidimo taisyklių“ – mokėti mokesčius, vengti korupcinių praktikų santykiuose su valdžios institucijomis. Tačiau teisinė atsakomybė yra ribota, kadangi verslo įmonės ar viešojo sektoriaus organizacijos gali formaliai laikytis teisės aktų, tačiau veikti pažeisdamos teisingumo principus (Guogis *et al.* 2009). Sekanti, pagal tradicinį požiūrį į ISA, yra išskiriama etinė atsakomybė.

Etinė atsakomybė. Etinė atsakomybė versle apibrėžiama kaip paisymas visuomenės lūkesčių, kurie nėra įstatymiškai apibrėžti. Etinė atsakomybė remiasi galiojančiomis moralės normomis.

Etinė atsakomybė įpareigoja įmones veikti ne tik teisėtai, bet ir teisingai, vadovautis moralinėmis normomis ir vertybėmis. Etinė atsakomybė numato pareigas, kurių iš įmonių tikisi visuomenė, tokias kaip socialinės žalos vengimas, pagarbos žmonėms užtikrinimas ir kita (Guogis *et al.* 2009).

Galima teigti, jog etinė atsakomybė susijusi su teisingumu bei tiesa. Etinę atsakomybę sudaro nemažai įvairių visuomenės lūkesčių, tokių kaip įmonės kolektyvo elgesys, garbinga konkurencija ir kt. Jei verslo įmonė ar viešojo sektoriaus organizacija laikosi žmonių, darbuotojų dorovinių normų ir jų sistemų nuostatų, tokia įmonė jau vadinama etiškai atsakinga.

Šių dienų mokslininkai teigia, jog Lietuvoje kol kas verslo etikos supratimas ir dėstymas yra gana ribotas, ką galima aiškinti maža šalies patirtimi rinkos pasaulyje. Lietuvoje leidžiama versta literatūra labiau orientuota į etiketą, visiškai nepaisant ir neįvardijant bendro konteksto. Todėl Lietuvos įmonėms ar organizacijoms etikos samprata dažniausiai apsiriboja etiketo išmanymu, neapimant etikos visumos, individo teisių ir atsakomybės, verslo pasaulio santykio su aplinka. Mokslininkai mano, jog pedantiškas etiketo laikymasis, atskirų „girdėtų“ taisyklių taikymas, bandymas save pristatyti

koncentruotam lygmeniui, neįaučiant bendro verslo rinkos etikos pulso, yra juokingas ir beprasmiškas (Paulavičiūtė 2004).

Šiuolaikinėms verslo įmonėms vis dažniau tenka spręsti etikos problemas. Etikos požiūriu vertinama visos organizacijos ir atskirų darbuotojų veikla. Sprendžiama ir aptariama, kas organizacijos veikloje leistina ir kas draudžiama. Bandoma išsiaiškinti veiksniai, kurie daro verslo etikai poveikį ir lemiančius jos būklę.

Filantropinė atsakomybė. Filantropinė atsakomybė bendriausiu atveju suprantama kaip verslo įmonės ar viešojo sektoriaus organizacijos veiksmai, kuriais siekiama gerinti suinteresuotų grupių (visuomenės, pačių įmonių, darbuotojų ir kt.) gerbūvį. Filantropinė atsakomybė dar kitaip vadinama diskretine, kadangi filantropinės įmonių ar organizacijų įmokos yra visiškai savanoriškos, kurios priklauso tik nuo vadovų sprendimų.

Vykdamas filantropinę veiklą, prisidedama prie įmonių socialinio aktyvumo skatinimo ir socialinės atsakomybės principų įgyvendinimo sklaidos. Įmonių filantropija dažnai peržengia sritis, tiesiogiai susijusias su jų ekonomine veikla arba teisiniais reikalavimais (Navickas *et al.* 2010).

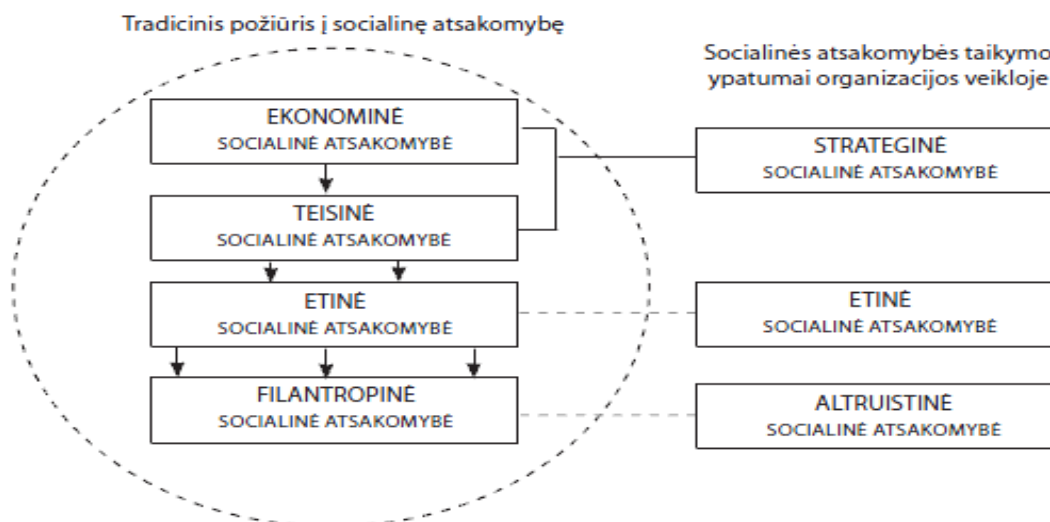
Šiuo metu didžiausia dalis Lietuvos visuomenės socialiai atsakingą veiklą suvokia būtent kaip filantropiją, labdarą, dovanas, paramą ar pagalbą, kadangi tai labai akcentuojama ir viešinama. Taip elgiamasi siekiant sustiprinti verslo įmonės ar viešojo sektoriaus organizacijos reputaciją ir įvairiai, įgyjama nemokama reklama, didinamas suinteresuotų grupių lojalumas įmonei. Visi šie veiksniai gerina verslo rezultatus.

Skiriant papildomą dėmesį į ĮSA sritis, įmonės verslo (veiklos) rodikliai išauga. Socialiai atsakingos įmonės visada ilgiau išlaiko savo geriausius darbuotojus, lyginant su socialinės atsakomybės nepropaguojančiomis įmonėmis.

Viešai pateikdamos informaciją apie savo vykdomą socialinę atsakomybę organizacijos pelno didesnę visuomenės, klientų ar tiekėjų pasitikėjimą (Šimanskienė 2010). Tai šioms organizacijoms taip pat naudinga. Akcentuojant socialinės atsakomybės formas, galima išskirti jų taikymo ypatumus (žr. 3 pav.) Mokslininkai teigia, kad egzistuoja trys socialinės atsakomybės taikymo ypatumai (Matkevičienė 2010):

- Socialinę atsakomybę galima vykdyti **strateginiais tikslais** kai siekiama kokio nors norimo rezultato ar naudos. Tokiu būdu išskiriama **strateginė socialinė atsakomybė**, kuri apima tradicinės ekonominę ir teisinę atsakomybes;
- Socialinė atsakomybė taip pat vykdoma **etinėmis tikslais**, kurie remiasi galiojančiomis moralės normomis. Tokiu būdu išskiriama **etinė socialinė atsakomybė**, kuri priklauso etinės socialinės atsakomybės šakai;

- Socialinė atsakomybė gali būti vykdoma ir **altruistiniais tikslais**, kurie remiasi rūpinimusi kitų interesais ar geroje nesiekiant ekonominės naudos. Dėl to išskiriama **altruistinė socialinė atsakomybė**, kuri priklauso filantropinės socialinės atsakomybės šakai.



3 pav. Įmonių socialinės atsakomybės komponentai ir taikymo ypatumai

Pastaba: sudaryta R. Matkevičienės (2010).

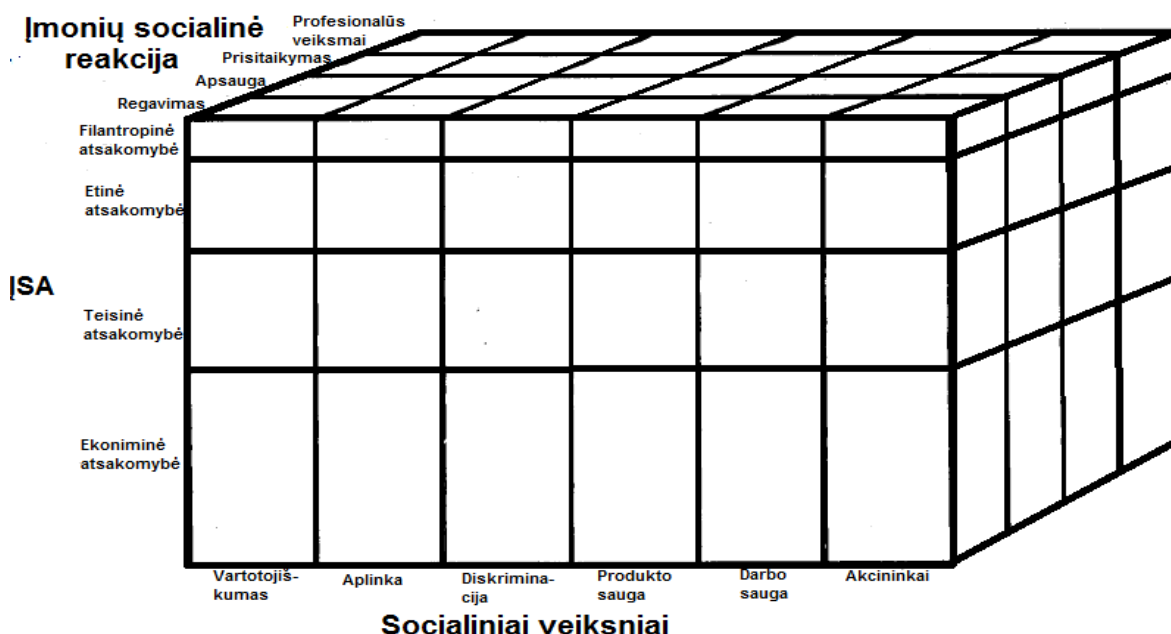
ĮSA komponentai pateikiami visiškai išskiriant du požiūrius: tradicinį požiūrį (akcentuojant ekonominę, teisinę, etinę ir filantropinę atsakomybę), bei požiūrį, išryškinantį ĮSA taikymo ypatumus. Tradicinio požiūrio komponentai jau aptarti anksčiau, todėl reikėtų plačiau apibrėžti požiūrį, išryškinantį socialinės atsakomybės taikymo ypatumus (Matkevičienė 2010):

- Strateginė atsakomybė. Ji suvokiama kaip naudos verslui ir visuomenei siekiamybė. Įmonių pozicija „laimėtojas – laimėtojas“, kuria siekiama filantropijos įgyvendinimą paversti abipuse nauda;
- Etinė atsakomybė. Atsakingas verslo įmonių ekonominės, teisinės, etinės atsakomybės įgyvendinimas;
- Altruistinė atsakomybė. Įmonių filantropinės atsakomybės, nesiekiant finansinės naudos verslui, įgyvendinimas.

Egzistuoja ir iš šių komponentų ar jų atmainų sudaryti įvairūs ĮSA taikymo modeliai, kurie padeda geriau suvokti ĮSA taikymo esmę ir principus. Vieną iš labiausiai paplitusių ĮSA taikymo modelių 1979 m. sudarė JAV mokslininkas A. B. Carrollas, kuris siekė integruoti ir suderinti skirtingus

požiūrius į ĮSA (žr. 4 pav.). Šis modelis pasižymi aiškumu dėl trimačio trijų dimensijų vaizdo. Jame pavaizduota įmonių socialinės veiklos trimatė kombinacija, kurią sudaro ĮSA, įmonių socialinė reakcija į socialinius veiksniai ir socialiniai veiksniai. Šiuo modeliu autorius sujungė įvairias to meto ĮSA apibrėžtis ir tarpusavyje suderino įmonių ekonominius ir socialinius tikslus, kurie integruoti į ĮSA.

Būtent įmonių socialinių ir ekonominių tikslų suderinamumas yra šio modelio esminis bruožas (Boone *et al.* 1992; Carrolas 1979). Kiekvienoje verslo įmonėje ĮSA komponento dydis gali būti skirtingas, tačiau kiekvienas jų turi būtinai egzistuoti, nes yra labai svarbus. Kiekvieno ĮSA komponento (ekonominio, teisinio, etinio, filantropinio) įgyvendinimui įmonės gali pasirinkti skirtingą strategiją (reagavimo, apsaugos, prisitaikymo, profesionalių veiksmų). Šiuo modeliu pereinama nuo ĮSA teorinio aiškinimo prie praktinio pritaikymo.



4 pav. Trimatis teorinis A. B. Carrollo ĮSA taikymo modelis

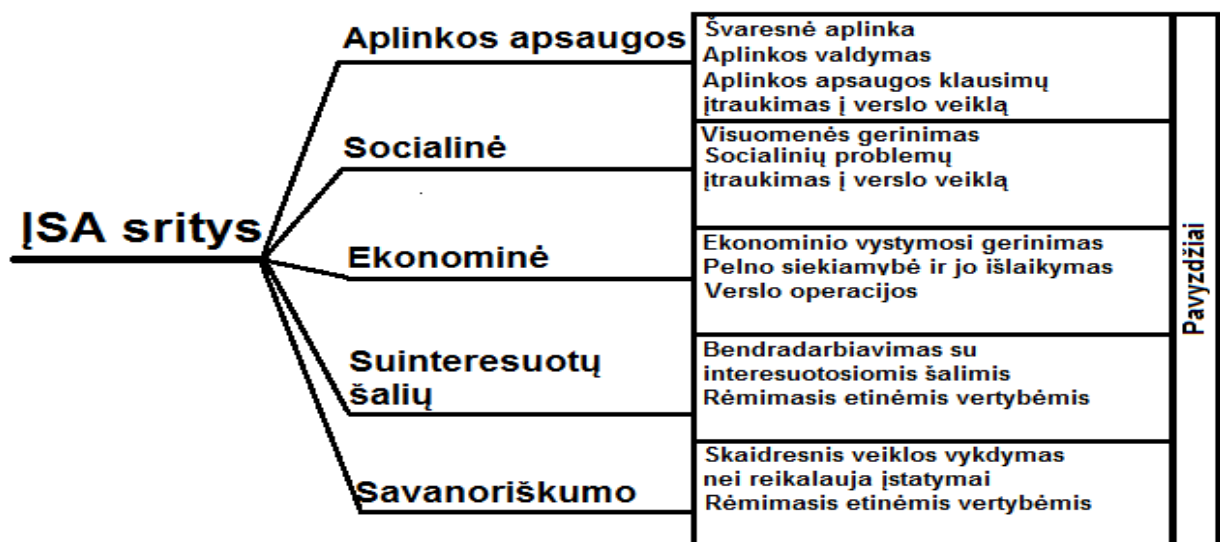
Pastaba: sudaryta A. B. Carrollo (1979).

A. B. Carrolas trimačiame teoriniame ĮSA taikymo modelyje išskiriamos tradicinės keturis socialinės atsakomybės formos, taip pat įvairias socialinio reakcijos į socialinius veiksniai (vartotojiškumą, aplinką, diskriminaciją, produkto saugą, darbo saugą, akcininkus). Šios socialinės strategijos (Carroll 1979):

1. Reagavimas yra atsakas į išorės veiksniai. Išorinio veiksnio pavyzdys galėtų būti amerikiečių išleistas įstatymas dėl negalią turinčių žmonių įdarbinimo, kuriuo siekta priversti įmones įdarbinti neįgalius žmones ir atlikti fizinius pakeitimus darbo vietose, reikalingus neįgaliems darbuotojams (Boone *et al.* 1992);

2. Apsaugos reakcija susijusi su socialiniais klausimais ir yra privaloma verslo įmonėse. Dalis šios socialinės reakcijos aspektų yra vertinami prieštaringai;
3. Prisitaikymo reakcija, kai į socialinius problemas reaguojama be išorinės aplinkos įsikišimo;
4. Profesionalių veiksmų reakcija yra ta, kuria ieškoma anksčiau nenaudotų socialinių problemų sprendimo būdų.

Aptinkama ir kitokių ĮSA modelių, kurie dažniausiai būna tik aprašomojo pobūdžio. Anksčiau pateiktas A. B. Carrollo modelis laikomas klasikiniu socialinės atsakomybės dimensiniu skirstymu. Literatūroje galima aptikti ir kitokių skirstymų. Štai A. Dahlsrudas (2006) giliai išanalizavęs literatūrą, susijusią su socialinės atsakomybės teoriniais aspektais, ir iš 37 socialinės atsakomybės apibrėžčių pateikė savo penkias sritis, su kuriomis ĮSA siejama (žr. 5 pav.).



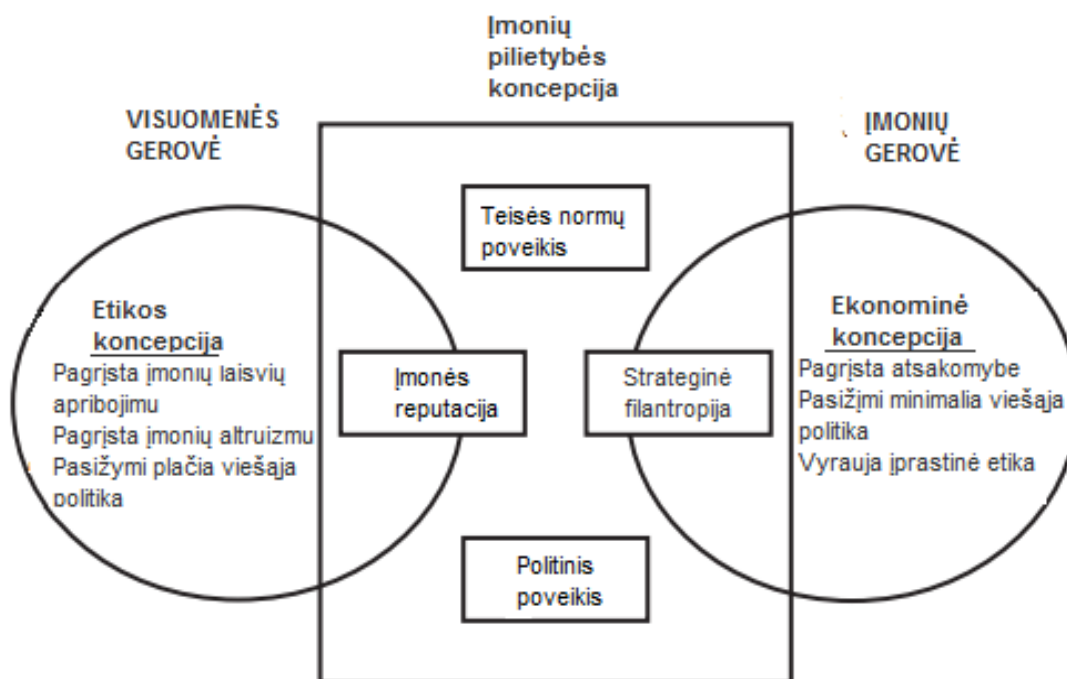
5 pav. ĮSA sritys pagal A. Dahlsrudą

Pastaba: Sudaryta autoriaus, remiantis A. Dahlsrudu (2006).

Taigi, A. Dahlsrudo ĮSA skirstymas susideda iš aplinkos apsaugos, socialinės, ekonominės, suinteresuotų grupių ir savanoriškumo sričių (Dahlsrudas 2006). A. Dahlsrudo ĮSA skirstymas nuo A. B. Carrollo ĮSA modelio skiriasi platesniu bei aiškesniu požiūriu, atitinkančiu šių dienų socialinę atsakomybę.

D. Windsoras savo darbuose pateikia dar vieną ĮSA koncepciją, kurią sudaro trys pagrindiniai požiūriai, kurie susaistyti nehierarchiniais ryšiais: įmonių pilietybės koncepcija (corporate

citizenship conception), etinė koncepcija (ethical conception) ir ekonominė koncepcija (žr. 6 pav.). Autorius šiuos požiūrius įvardija kaip konkuruojančius tarpusavyje (Windsoras 2006).



6 pav. Ryšys tarp pateiktų pagrindinių trijų ĮSA požiūrių

Pastaba: Sudaryta D.Windsoro (2006).

Šie etiniai ir ekonominiai požiūriai yra nesuderinami tarpusavyje ir nesutampa konceptuali požiūriu. Šiuos du požiūrius skiria pereinamoji grandis, kuri įvardijama kaip pilietybės koncepcija. Ši metafora dažniausiai naudojama tarptautinėse verslo įmonėse ir viešojo sektoriaus organizacijose, veikiančiose skirtingose teisinėse sistemose. Ji orientuota į vadovų siekimą strategiškai kurti politinį poveikį ir įmonių reputaciją.

Pateiktame paveiksle matyti, kad visi konkuruojantys požiūriai dalijasi visuomenės ir privačių įmonių gerovių sritimis. Visos verslo įmonės siekia savo privataus gerbūvio neužmiršdamos ir visuomenės gerovės. Kiekvienu atveju šis santykis yra skirtingas ir gali bet kada pasikeisti.

Bėgant laikui kinta ir pats socialinės atsakomybės statusas visuomenėje ir verslo pasaulyje, todėl ateityje galima tikėtis ir platesnių socialinės atsakomybės skirstymų, papildysiančių jau esamus. Jau vien tik pažvelgus į socialinės atsakomybės raidą, galima išvelgti spartų socialinės atsakomybės progresavimą bei plėtrą į naujas visuomenės sritis.

Aptarus socialinės atsakomybės rūšis ir taikymo modelius galima daryti išvadą, jog verslo įmonės, siekiančios tapti pilnai socialiai atsakingomis, turėtų vykdyti savo veiklą pagal visas socialinės atsakomybės dedamąsias arba stengtis tai daryti.

2. SOCIALINĖS ATSAKOMYBĖS POVEIKIS ĮMONIŲ VERSLO REZULTATAMS

Pastaraisiais metais visos verslo įmonės vis labiau skatinamos investuoti į socialinę atsakomybę. Norima įtikinti įmonių vadovus, kad investavimas į socialinę atsakomybę gali pagerinti verslo rezultatus. Siekiama įrodyti, kad ĮSA gali pakelti įmonių reputaciją rinkoje, stiprinti darbuotojų lojalumą ir pritraukti geresnius darbuotojus (Robinsas 2011). Šiame skyriuje siekiama atskleisti verslo rezultatų sampratą, juos lemiančiais veiksniais, aptarti ĮSA plėtros naudos ir sąnaudas.

Šiame skyriuje supažindinama su verslo rezultatų samprata, juos lemiančiais veiksniais ir įvardijamos ĮSA plėtros naudos ir sąnaudos.

Šiame skyriuje siekiama atskleisti verslo rezultatų sampratą, juos lemiančius veiksnius. Taip pat aptarti ĮSA plėtros naudos ir sąnaudas.

2.1. Verslo rezultatus lemiantys socialinės atsakomybės veiksniai

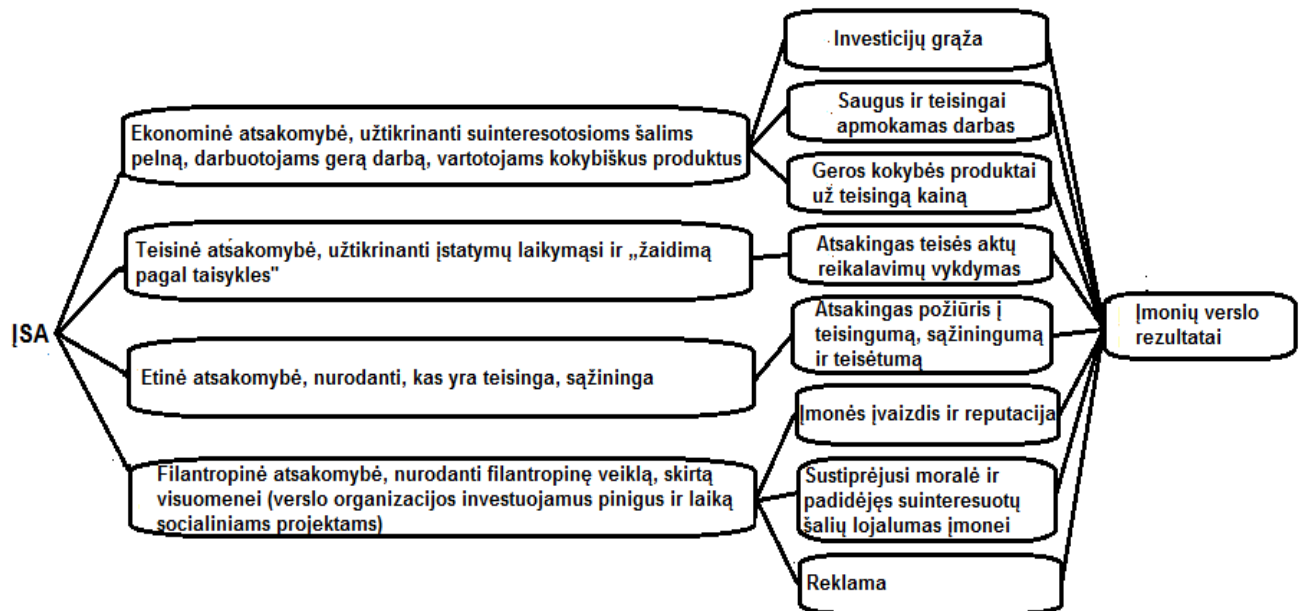
Vienas pagrindinių įmonių tikslų yra siekti nuolatinio įmonės vertės augimo, užtikrinant akcininkams ir investuotojams maksimalią investicijų grąžą. Žinant, kad siekiant atitikties socialiai atsakingos įmonės statusui, yra reikalingi piniginiai bei kiti įmonės ištekliai, kyla klausimas kokios pagrindinės priežastys lemia įmonių pasirinkimą tapti socialiai atsakinga įmone ir kaip tai veikia pačią įmonę, jos veiklos rezultatus.

Galima teigti, kad kartais apsisprendimą tapti socialiai atsakinga įmone lemia įmonių vadovų altruizmas bei aukštos jų vertybės. Tokių vadovų valdomos įmonės dažnai pasižymi gerais verslo rezultatais (jos turi gana stiprius ir pastovius piniginius srautus bei pakankamą sukauptą piniginių lėšų kiekį). Pasiekus aukštumas verslo srityje ir visiško finansinio apsirūpinimo lygį, atsiranda poreikis ir galimybė prisidėti prie filantropinių projektų.

ĮSA praktika per keletą pastarųjų dešimtmečių labai išsiplėtė ir tapo svarbia verslo strategija. Mokslininkai teigia, kad skiriant papildomą dėmesį ĮSA veiksniais, įmonių finansiniai rodikliai išauga. Šimanskienė teigia, kad socialiai atsakinga įmonė gali tikėtis, kad joje norės dirbti geriausi darbuotojai, jei pavyks ne tik pritraukti, bet ir išlaikyti personalą (Šimanskienė *et al.* 2010). Darbuotojų kaitos mažinimas priskiriamas prie įmonių ekonominės atsakomybės, t.y. darbuotojų gero darbo užtikrinimo. Darbuotojų kaitos mažinimas įmonėse taip pat gerina jų verslo rezultatus.

Galima teigti, kad įmonės verslo rezultatus daugiau ar mažiau lemia visos socialinės atsakomybės formos (ekonominė, teisinė, etinė, filantropinė) (Navickas *et al.* 2010), kurios turi

skirtingas gerinimo perspektyvas (žr. 7 pav.).

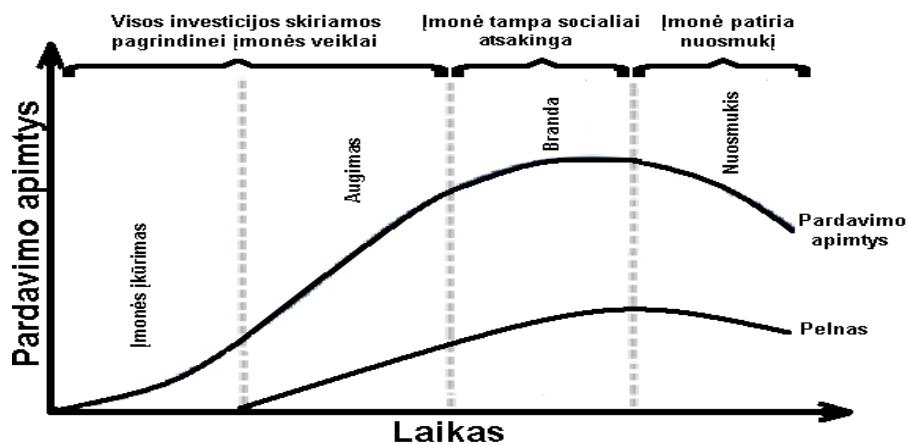


7 pav. Įmonių verslo rezultatus lemiantys ISA veiksniai

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis V. Navicku (2010) ir A. B. Carrollu (1979).

Nors altruizmo vedamos verslo įmonės tampa socialiai atsakingomis įmonėmis, kaip matome 7 paveiksle, jos gauna ir nelauktos arba planuotos tiesioginės naudos, kurią kiekybiškai ir tiksliai įvertinti ganėtinai sunku. Teigiama reklama irgi prisideda prie įmonių, jų gaminių ar pačių įmonių vadovų reputacijos, todėl be abejo teigiamai veikia ir įmonių rezultatus. Gali padidėti teigiamai į įmones (socialiai atsakingas) žiūrinčių klientų skaičius, kurie padeda padidinti apyvartas ir pritraukti verslo partnerių, norinčių turėti verslo reikalų su tokiomis įmonėmis, dėl to gali padidėti sudarytų sutarčių skaičius. Su aukštų vertybių vadovais visada bus norima turėti bendrų verslo reikalų, skirtingai nei su prieštaringos reputacijos vadovais. Dėl papildomų išteklių poreikio, socialiai atsakingos įmonės jau savaime byloja apie gerą įmonės finansinę būklę, kas lemia verslo partnerių teigiamą požiūrį į pačią įmonę. Jokia nuostolingai ar silpnai veikianti įmonė negali sau leisti piniginių ar kitų išteklių skirti su įmonės verslu nesusijusiai veiklai.

Pastebima, jog daugeliu socialiai atsakingų įmonių atvejų pastebimas vienas dėsniumas – jos tampa socialiai atsakingomis įmonėmis būdamos įmonės brandos gyvavimo ciklo stadijoje (žr. 8 pav).



8 pav. Socialiai atsakingos įmonės principinė gyvavimo schema

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis Jasiniavičiumi, Tamošiūnaite, Sokolu (2006).

Galima daryti prielaidą, kad pradžioje įmonei įsikūrus ir aktyviai vykdant įmonės plėtrą, taip pat žinant, kad socialiai atsakingos veiklos išlaidų teigiamas poveikis įmonės veiklos rezultatams yra sunkiai įvertinama, dažniausiai visos piniginės išlaidos yra griežtai skiriamos tik tai veiklai, kuri yra tiesiogiai susijusi su pagrindine įmonės veikla.

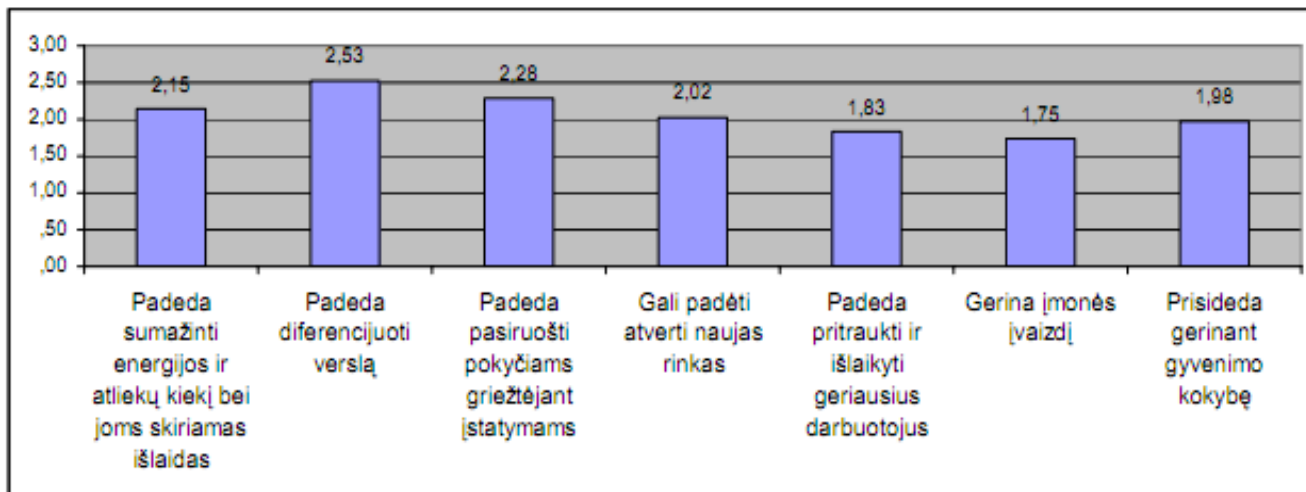
2.2. Įmonių investicijų į socialinę atsakomybę nauda ir sąnaudos

Kiekviena viešojo sektoriaus organizacija ar verslo įmonė, būdama socialiai atsakinga, vykdo socialinės atsakomybės programas. Tokiu būdu daromos papildomos išlaidos, siekiant pelno ilguoju laikotarpiu.

Žinoma, kad ne visada įmonių apsisprendimą tapti socialiai atsakinga įmone lemia vien altruizmas, yra naudos daug svariau veikiančios įmonių rezultatus. Dalis socialiai atsakingų įmonių aktyviai reklamuoja savo gaminius neslėpdamos savo įmonės statuso su siekiu padidinti įmonės apyvartą, dalyvauja renginiuose, apdovanojimuose ir taip siekia norimos reklamos.

Šiuo metu empiriniais tyrimais yra patvirtinta, jog tokios investicijos suteikia daugiau naudos nei sąnaudų. Yra atliekami tyrimai, skirti ĮSA naudos organizacijoms įvertinimui. Viena jų 55 organizacijoms, kurios yra pasiskelbusios kaip socialiai atsakingos, interneto pagalba buvo pateiktos anketos. Kiekviena organizacija išsirinko po vieną asmenį, kuris ir užpildė anketą visos organizacijos vardu. Iš viso grįžo 48 užpildytos anketos. Paveiksle 9 pateikiami tyrimo rezultatai. Jame, pagal vertinimo skalę nuo 1 iki 5, kur 1 reiškia labai naudinga, 5 – visiškai nenaudinga, pateikti vidurkiai. Tyrimo dalyvių nuomone, ĮSA yra naudinga, nes padeda gerinti įmonių įvaizdį (1,75), padeda

pritraukti ir išlaikyti geriausius darbuotojus (1,83), prisideda prie geresnės gyvenimo kokybės kūrimo (1,98). Mažiausiai naudinga, tyrimo dalyvių nuomone, yra tai, kad ĮSA padeda diferencijuoti verslą (Šimanskienė *et al.* 2010).



9 pav. Įmonių socialinės atsakomybės naudos vidurkiai

Pastaba: sudaryta L. Šimanskienės *et al.* (2010).

Išanalizavus ir apibendrinus pateiktus duomenis galima teigti, jog socialinės atsakomybės veikla įmonėms yra labiau naudinga nei nenaudinga, nes visi rodikliai yra žemiau arba lygūs vertinimo skalės vidurkiui (2,5).

Naujausiu tyrimu įrodyta, kad investicijos į ĮSA verslui atsiperka, tam tikrais atvejais daugiau nei tris kartus. Tą įrodo detalus Jungtinių Tautų vystymo programos Lietuvoje užsakymu kompanijos „Ernst & Young Baltic“ atliktas pasirinktų Lietuvos įmonių ĮSA veiklų ekonominės naudos tyrimas. Šis tyrimas buvo pristatytas 2012 m. gruodžio 13 d. VII-oje metinėje ĮSA konferencijoje „Ekonominė įmonių socialinės atsakomybės nauda: kiek atsiperka investicijos į ĮSA?“ (Ernst & Young Baltic 2012).

Atlikto tyrimo išvados rodo, kad grąža dėl investicijų į ĮSA veiklas svyruoja nuo ypač aukštos, siekiančios net 318 % iki neigiamos – 52 %, bet tik vienetiniiais atvejais. Tyrimui buvo atrinktos 10 Lietuvos įmonių, įgijusių didžiausią ĮSA brandą. Vertinant bendrus tyrimo rezultatus, galima teigti, jog socialinės atsakomybės iniciatyvos Lietuvos įmonėse vidutiniškai sukuria 45 % investicijų grąžą arba į ĮSA investuotas vienas litas sukuria 1,45 lito ekonominę naudą investuojančiai įmonei. Vertinant ĮSA iniciatyvų sukuriamą ekonominę grąžą pagal atskiras ĮSA sritis, apskaičiuota, jog didžiausią ekonominę naudą kuria darbuotojų srities iniciatyvos – vidutiniškai 133%. Turbūt pats

svarbiausias tyrimo akcentas tas, jog didžiausią grąžą ĮSA veikla kuria tose įmonėse, kuriose ji yra glaudžiausiai susijusi su bendra įmonės strategija ir verslo modeliu (Ernst & Young Baltic 2012).

Socialinės atsakomybės investicijos yra nukreipiamos ne į tiesioginę verslo įmonės veiklą, jos gerinimą, bet į aplinkos, suinteresuotų grupių sąlygų gerinimą. Visą įmonių ar organizacijų gaunamą naudą ir išlaidas galima sugrupuoti. Tokį grupavimą galime matyti 3 lentelėje.

3 lentelė. Įmonių socialinės atsakomybės išlaidos ir gaunama nauda

Eil. Nr.	Išlaidos	Nauda	Autoriai
1.	Darbuotojų mokymams, pensijoms, draudimams, organizacijos kultūrai gerinti	Darbuotojų lojalumas; Kvalifikuotos darbo jėgos pritraukimas ir išlaikymas; Darbuotojų pasitenkinimas darbu; Didesnis produktyvumas; Mažesnės išlaidos darbuotojų paieškai, atrankai, mokymams; Finansinė nauda.	R.A.Bernardis ir S.T.Guptilas (2007); D.Gracas ir S.Cohenas (2005)
2.	Aplinkos apsaugai	Aplinkos ir visuomenės sveikatos saugojimas; Perėjimas prie ekologiškų etiškų prekių; Konkurencinis pranašumas; Išlaidų mažinimas; Efektyvumo didinimas; Finansinė nauda.	T.P.Lyonas ir J.w.Maxwellas (2008); M.E.Porteris ir M.Krameris (2002); H.B.Coreganis ir J.D.J.Salazaras (2006);
3.	Kovai su korupcija	Geresnis įvaizdis, reputacija; Mažiau konfliktų su valdžios įstaigomis; Mažesnis valdžios įstaigų reguliavimas; Krizių valdymas;	D.Gracas ir S.Cohenas (2005); W.G.Simpsonas ir T.Kohersis (2002); G.Mooras ir A.Robsonas (2002); M.Orlitzkys (2001);
4.	Paramai	Reputacijos didinimas; Rėmimas visuomeninės veiklos; Geresni santykiai su visuomene; Klientų lojalumas; Finansinė nauda.	M.P.Milesas ir J.G.Covinas (2000); J.J.Graflandas ir kt. (2004); F.Bakkeris ir P.Neergardas (2007); M.Rouxas (2007) M.Haighas ir J.Hazeltonas (2004) R.J.Williamsas

Pastaba: sudaryta J. Čepinskio (2009).

Akivaizdu, jog socialinės atsakomybės propagavimas įmonėms suteikia daugiau teigiamų nei neigiamų veiksmų. Skirtingiems verslo sektoriams aktualūs skirtingi socialiniai klausimai, kurie

priklauso nuo santykio su visuomene ir kitų aspektų (veiklos pobūdžio, ekologijos aktualumo). Suprantama, jog nėra pilnai socialiai atsakingų įmonių, tačiau tai tampa vis didesniu siekiu. Įmonės, neatsižvelgdamos į socialinę atsakomybę ateityje gali prarasti konkurencingumą.

Iš 3 lentelėje pateiktų duomenų matyti, jog socialiai atsakingų įmonių investicijos į darbuotojų mokymus, pensijas, draudimus ir kultūros gerinimą atsiperka, suteikdamos konkurencinį pranašumą prieš kitas įmones.

Socialiai atsakingos įmonės aplinkosaugos srityje taip pat dažniausiai gauna didesnę naudą nei patiria išlaidų. Tokioms įmonėms pavyksta sutaupyti įmonės išteklius. Mažiau išleidžiama lėšų popieriui, elektrai, kurui ir kt. Todėl nauda yra abipusė. Mokesčius už aplinkos teršimą mokantys fiziniai/juridiniai asmenys per mokestinę sistemą yra skatinami mažinti aplinkos teršimą: kuo mažiau teršiama aplinka, tuo mažiau reikia mokėti mokesčių, dėl to teigiamai veikiama įmonių finansai.

Bendradarbiavimas su nevyriausybinėmis organizacijomis vertinamas kaip įmonių atvirumo, noro išklausti bei atsižvelgti į visuomenės nuomonę ir poreikius, išraiška. Neretai nevyriausybinių organizacijų gali įmonėms padėti pažvelgti į verslą „nauju“ žvilgsniu, atskleisti nepastebėtus klientų poreikius, į kuriuos atsižvelgdamos įmonės turi galimybę įgyti konkurencinių pranašumų (Vogulytė 2007).

Įmonių investicijos, skirtos kovai su korupcija, pagerina įvaizdį ir reputaciją prieš visuomenę. Integruoto ĮSA proceso užtikrinimas padeda nuspėti galimus pavojus ir geriau valdyti krizes, arba visai jų išvengti, ypač piktnaudžiavimo atvejais ir valdant pramonės ar technologijų riziką. Šios išlaidos pasireiškia tuo, jog stipriai sumažėja reali ar spėjama rizika (Dimitriadis 2006).

Mokslininkai ypač akcentuoja geresnės reputacijos įgijimą vykdant socialinę atsakomybę. Teigiama, kad viešai pateikiama informacija apie įmonės socialinę atsakomybę padeda užsitarnauti didesnę pasitikėjimą, suformuoti ir patrauklaus ir patikimo darbdavio įvaizdį. Šios investicijos padeda įmonėms gerinti ir santykius su valdžios atstovais ir sudaro palankesnę terpę derėtis dėl leidimų, licencijų, spręsti kitus verslo klausimus (Vogulytė; Gudonienė 2007).

Įmonių investicijos, skirtos paramai, suprantamos kaip filantropijos reiškiny, kuris suteikia daugiau įmonėms privalumų nei sąnaudų. Prie privalumų išskiriama reputacijos didėjimas, visuomenės veiklos rėmimas, geresni santykiai su visuomene, klientų lojalumas ir finansinė nauda.

Šiuo metu taip pat pastebima intelektualaus produkto reikšmės didėjimo tendencija, todėl ĮSA tiesiogiai kuria pridėtinę vertę. Užsiimdamos socialiai atsakinga veikla įmonės aktyviai didina savo intelektualiojo produkto dalį, nes tai susiję su palankiau vertinamu prekės ženklu, įvaizdžiu ir visais kitais morališkai suvokiamais privalumais (Žukauskaitė 2010).

Žemiau esančioje 4 lentelėje pateikiama socialinės atsakomybės naudos ir sąnaudos konkrečių suinteresuotų grupių atžvilgiu.

4 lentelė. Socialinės atsakomybės naudos ir sąnaudos suinteresuotoms grupėms

Suinteresuotieji	NAUDA	SĄNAUDOS
Direktoriai	Didesnė nepriklausomybė, savarankiškumas	Daugiau susitikimų, instrukcijų
Akcininkai	Didesnės investicijos iš etika pagrįstų pensijų fondų	Didesnės išlaidos ataskaitoms, daugiau skaidrumo
Vadybininkai	Darbuotojų motyvacija; iš organizuojamų Focus grupių gaunamos etikos problemų žinios leidžia pasitikėti darbuotojais	Dalyvavimas Focus grupėse ir atsiskaitymai
Darbuotojai	Didesnė motyvacija, darbo našumas; mažiau ginčų, streikų; pritraukiami geresni specialistai, jaunimas; mažesnės išlaidos darbuotojų paieškai; mažesnė darbuotojų kaita.	Didesnės išlaidos etikos mokymuisi; daugiau pastangų ir laiko reikia skirti darbo santykiams;
Pirkėjai	Perėjimas prie etiško vartojimo; mažiau ginčų; geresnė reklama; apsaugota reputacija; prekės ženklo kokybės pripažinimas.	Prekių kainos trumpuoju laikotarpiu gali padidėti.
Tiekėjai	Didesnis pasitikėjimas; lankstesni santykiai; teikiama pirmenybė.	Teikiamų išteklių kaina trumpuoju laik. gali padidėti.
Vyriausybė	Palankesnis prekybos režimas; mažiau teisinių ginčų; efektyvesnis bendravimas su socialinės politikos institucijom.	Išlaidos naujiems reglamentams, darbo rinkos politikos priemonėms.
Aplinka	Mažiau teisinių ginčų; geresnis įvaizdis visuomenėje; geresnė darbo aplinka, darbuotojų sveikata.	Investicijos į aplinkos žalos kontrolę, apsaugos technologijas.

Pastaba: sudaryta E. Žukauskaitės (2010).

Siekdamos pelningai funkcionuoti, verslo įmonės būtinai turi prisitaikyti prie kintančių visuomenės vertybių: nuo nuolankumo darbo santykių prie partnerystės ryšių, nuo greito ir lengviausio pelno prie ilgalaikės plėtros tendencijos, nuo naudos siekimo tik sau prie atsakomybės prieš visuomenę ir gamtą. Visa tai verčia įmones imtis socialiai atsakingos veiklos (Žukauskaitė 2010).

2.3. Verslo rezultatai teoriniu aspektu

Siekiant aptarti pagrindinius verslo rezultatus (verslo procese susidarantias verslo išdavas), visų pirma naudinga trumpai aptarti pačią verslo koncepciją. Verslas dažniausiai suprantamas kaip ūkinė veikla, kurią sudaro komercija, prekių gamyba bei jų tarpusavio sąveika ir kuri paremta asmenine rizika siekiant didžiausio tikslo – pelno. Ši veikla vykdoma pasitelkiant gebėjimus, žinias, intuiciją, darbuotojais ir pinigais.

Verslo rezultatai yra labai plati sąvoka ir gali būti suprantama kaip kokių nors priežasčių, veiksmų ar veiksmų versle padariniai, kurie dažniausiai pateikiami skaičiais, faktais ir kitais būdais. Kiekvienam verslo subjektui svarbiausi yra finansiniai veiklos rezultatai nepamirštant socialinės veiklos rezultatų. Verslo veiklos rezultatai ir ūkiniai įvykiai dažniausiai pateikiami vieną kartą per ataskaitinį periodą (dažniausiai per metus) finansinių, socialinių ir kitokių ataskaitų pavidalu, kurios parodo esamą situaciją verslo įmonėse ir viešojo sektoriaus organizacijose.

Verslo įmonių rezultatai vertinami įvairiausiais rodikliais, kurie skiriasi savo reikšme ir aktualumu. Jie pateikiami šiose dokumentuose (LR apskaitos institutas 2003).

- Balanse;
- Pelno (nuostolių) ataskaitoje;
- Nuosavo kapitalo pokyčių ataskaitoje;
- Pinigų srautų ataskaitoje;
- Aiškinamajame rašte.

Socialinės atsakomybės rezultatai pateikiami socialinės atsakomybės ataskaitoje pagal 10 Pasaulinio susitarimo principų, kurie jungia darbuotojų teisės, aplinkos apsaugos, kovos su korupcija aspektus (žr. A priedą). Nors socialinės atsakomybės rezultatų pateikimas Lietuvoje nėra privalomas, tačiau pastebimas socialinės pažangos ataskaitų progresavimas verslo sektoriuose.

Pelnas ir pelningumas. Pagal ūkinių subjektų verslo rezultatus galima spręsti apie jų socialinę, finansinę būklę, lyginti juos su praėjusiais ataskaitinių laikotarpių rezultatais ir ir kt. Vienas pagrindinių verslo rezultatų ir kaip pagrindinis tikslas versle yra pelnas. Pelnas nusakomas konkrečia pinigų suma, kuri gaunama realizavus turimą turtą, atlikus tam tikrus veiksmus ir tai traktuojamas kaip turto vertės padidėjimas. Pelnas gaunamas, kuomet įmonės dirba pelningai – veiklos metu uždirbamos pajamos viršija tai veiklai sunaudotas išlaidas.

Pelningumas dažniausiai yra apibrėžiamas kaip investuoto kapitalo grąža. Ši, vadinama tradicine, pelningumo idėja buvo suformuota praėjusio amžiaus pirmajame dešimtmetyje. Pelningumo terminas nėra apribotas vien verslo sektoriuose. Jo vartojimo sritis buvo praplėsta, apibrėžiant naudingumą klientams sąnaudų atžvilgiu. Verslo sektoriuose pelningumo terminas yra tradiciškai vartojamas kaip investicijų grąžos - ROI sinonimas. Investicijų grąža - ROI apskaičiuojama pajamų ir išlaidų skirtumą padalijus iš kapitalo.

Pajamos. Tai rodiklis, kuris yra vienas iš svarbiausių įmonių ar organizacijų finansinių rodiklių, kurį įmonės siekia nuolat didinti. Didėjant pajamoms ir mažėjant išlaidoms (ar bent jau jų

nedidinant) yra didinamas pelnas. Didėjančios pajamos dažnai yra tiesiogiai proporcingos įmonės rinkos dalies augimui. Įmonių pajamas taip pat nulemia ir vartotojų nuotaikos, esant ekonominėms krizėms ar kitiems ekonominiams sukrėtimams, visa rinka gali kažkiek susitraukti ir sumažinti pajamas, nors įmonių užimama rinkos dalis nėra prarandama. Egzistuoja ir atvirkštinis procesas vartotojų nuotaikoms gerėjant. Naujai įsikūrusios ir mažos įmonės, skirtingai nei didelės įmonės ir įmonės pasiekusios brandos stadiją, pasižymi daug didesniais augimo (apyvartos didėjimo) tempais, jie gali siekti dešimtis ar net šimtus procentų.

Išlaidos. Tai priešingas pajamoms verslo rezultatų rodiklis. Tai išlaidos, išleistos verslo organizacijai išlaikyti ir produkcijai pagaminti. Išlaidų mažinimu dažnai įmonėse siekiama padidinti verslo pelningumą.

Savikaina. Savikainą svarbu įsivertinti verslo kūrimo metu, siekiant planuoti pelną, nustatyti produkcijos ar paslaugų kainą. Savikainai esant didesnei nei prekės pagaminimo ar paslaugos suteikimo kainai ir nesant galimybei pakelti kainą, tuomet tokia veikla yra nuostolinga.

Rentabilumas. Tai verslo rezultatų rodiklis, artimas pelnui. Rentabilumo rodiklis gaunamas pardavimo pelną padalijus iš parduotų prekių ar paslaugų savikainos. Rentabilumo rodiklis naudojamas kuomet norima nustatyti, kiek verslo įmonė gauna pelno patirdama vienokias ar kitokias išlaidas, kitaip tariant tai verslo ar jo dalies investicijų atsiperkamumas.

EBITDA. Sekantis ganėtinai svarbus verslo rezultatų rodiklis EBITDA, kuris rodo pelną prieš nusidėvėjimą ir amortizaciją, palūkanas, mokesčius. Šis rodiklis leidžia eliminuoti verslo įmonėse taikomus skirtingus apskaitos politikas ir finansavimo šaltinius. Taip pat šiuo rodikliu parodoma įmonės gebėjimą uždirbti pelną. Kitaip tariant EBITDA rodiklis parodo įmonės gebėjimą finansuoti skolas ir susimokėti pelno mokesčių (Užkurėlis; Džiugelytė 2009).

Išvestinis dydis EBITDA marža – išreiškiama procentais nuo bendrų įmonės pajamų, skirtingai nuo įmonių veiklos ji būna skirtinga. Pavyzdžiui telekomunikacijų įmonių EBITDA marža būna daug didesnė ir gali siekti net 60 % ir daugiau. Skirtingai įmonių, kurių veiklos procesuose reikia daug rankų darbo, žmogiškųjų išteklių, pavyzdžiui pieno perdirbimo įmonės, žemės ūkio produktų gamybos įmonės, jų EBITDA marža gali nesiekti ir 10 %.

Taip pat prie įmonių veiklos rezultatų gali būti priskiriama ir konkurencinis pranašumas rinkoje. Socialinės atsakomybės iniciatyvų diegimas įmonėse gali lemti atskirus konkurencinio pranašumo veiksnius, tokius kaip geresnė produkcijos kokybė, geresnė mokslinių tyrimų plėtra, lankstumas ir greitesnis reagavimas į rinkos pokyčius, nišos ir diferenciacijos strategijų diegimo galimybę, geresnis procesų efektyvumas ir kt. (Martinuzzis *et al.* 2010).

Egzistuoja begalė kitų rodiklių, paremtų ekonominėmis ir socialinėmis charakteristikomis. Geriausiai įmonių veiklos rezultatus atspindi pelningumo rodikliai, kurie labai priklauso nuo ekonomikos sąlygų. Ekonomikai augant jie gerėja, o ekonomikai smunkant, prastėja.

Šiame darbe įmonių verslo rezultatai bus tiriami ir vertinami pagal pardavimų apimtį ir keturis universalius pelningumo finansinius rodiklius: ROE (nuosavybės grąžos), ROA (turto grąžos), grynąjį ir bendrąjį pelningumus.

ROE (nuosavybės grąža). Šis rodiklis parodo, kokią grąžą generuoja verslo įmonė vienam investuotam savininkų litui. Šis rodiklis apskaičiuojamas taip:

$$ROE = \frac{\text{Grynasis pelnas}}{\text{Vidutinė savininkų nuosavybė}}; \quad (2.1)$$

Kuo ROE rodiklis yra didesnis, tuo efektyvesnė yra verslo įmonės veikla, tuo daugiau pelno ji uždirba savininkams. Dažnai investuotojai yra numatę, kokios grąžos jie reikalauja iš įmonės, o būtent ROE rodiklis ir parodo, ar realūs įmonės veiklos rezultatai atitinka išankstinius lūkesčius. Tačiau kaip ir daugelis kitų rodiklių pastarasis turi savų trūkumų. ROE dydis labai priklauso nuo įmonės kapitalo struktūros ir savininkų nuosavybės dydžio įmonės turte. Jei įmonė dirba pelningai, tai padidindama įmonės skolas ir tokiu būdu sumažindama savininkų nuosavybę, įmonė gali „išauginti“ savininkų nuosavybės grąžą. Žvelgiant aritmetiškai, kuo mažiau yra akcininkų nuosavybės, tuo aukštesnis bus ROE rodiklis. Dėl ROE rodiklio trūkumų (įmonių įsipareigojimų dydžio skirtingumo), šis rodiklis nagrinėjamas kartu su ROA (turto grąžos) rodikliu (Užkurėlis; Džiugelytė 2009).

ROA (turto grąža). Šis rodiklis parodo, kiek grynojo pelno įmonė uždirba vienam turto litui. Šis dydis dažnai naudojamas kaip įmonės turto panaudojimo efektyvumo matas. Jis apskaičiuojamas:

$$ROA = \frac{\text{Grynasis pelnas}}{\text{Vidutinis turtas}}; \quad (2.2)$$

Kuo didesnis ROA rodiklis, tuo turtas „įdarbinamas“ efektyviau, tuo daugiau pelno uždirbama. Šio rodiklio privalumas yra tas, jog jo reikšmė nepriklauso nuo įmonės veiklos finansavimo šaltinių, t.y. ar įmonė naudoja daugiau skolintų ar nuosavų lėšų (taip yra išvengiama pagrindinio ROE trūkumo). Kuo įmonė mažiau naudoja skolinto kapitalo, tuo ROA rodiklis bus artimesnis savininkų nuosavybės grąžos rodikliui ROE. Konkrečios įmonės ROA rodiklio reikšmę reikėtų lyginti su tame pačiame sektoriuje veikiančių įmonių ar vidutiniu sektoriaus dydžiu. Kaip ir dauguma rodiklių ROA rodiklis turi savų privalumų ir trūkumų. Įmonės valdžia gali manipuliuoti įmonės pelnu, keisdami

įmonės apskaitos politiką (pailgindama ilgalaikio turto nusidėvėjimo laikotarpį ar sumažindama nusidėvėjimo normą) ir taip paveikti ROA rodiklio dydį (Užkurėlis; Džiugelytė 2009).

Grynasis pelningumas. Grynasis pelningumas (arba grynojo pelno marža) parodo, kiek procentų (arba litų) grynojo pelno uždirba vienas pardavimo pajamų litas, t.y. jis parodo įmonės veiklos efektyvumą. Jis apskaičiuojamas:

$$\text{Grynasis pelningumas} = \frac{\text{Grynasis pelnas}}{\text{Pardavimo pajamos}} ; \quad (2.3)$$

Didesnė rodiklio reikšmė rodo geresnę visų įmonės sąnaudų kontrolę. Analizuojant įmonių veiklos rezultatus, žemas pelningumas gali būti siejamas su įmonės orientacija į pardavimo pajamų didinimą žemų kainų sąskaita, o taip pat su tarp konkurentų vykstančia kainų konkurencija. Kuo mažesnis pelningumas, tuo didesnių pardavimo pajamų reikia, siekiant uždirbti tą patį pelną (Įmonių finansinė analizė. Rodiklių skaičiavimo metodika 2010).

Dažniausiai įmonių, esančių skirtinguose verslo sektoriuose, grynojo pelningumo rodikliai skiriasi. Gamybos sektoriuje pelningumo rodikliai būna apie 10 %. Prekybos ir paslaugų sektoriuose dažniausiai šis rodiklis būna mažesnis.

Bendrasis pelningumas. Bendrasis pelningumas (arba bendrojo pelno marža) parodo įmonės sugebėjimą uždirbti pelną iš pagrindinės įmonės veiklos, kontroliuoti pardavimo pajamų ir pardavimo savikainos lygį. Kuo didesnė bendrojo pelno suma uždirbama kiekvienam pardavimo pajamų litui, tuo efektyvesnė įmonės veikla (Įmonių finansinė analizė. Rodiklių skaičiavimo metodika 2010). Jis apskaičiuojamas:

$$\text{Bendrasis pelningumas} = \frac{\text{Tipinės veiklos pelnas}}{\text{Pardavimo pajamos}} ; \quad (2.4)$$

Bendrojo pelningumo dydį lemia įmonės veiklos pobūdis ir ekonomikos sektorius, kuriame ji veikia. Dažniausiai gamybos sektoriaus įmonių bendrojo pelningumo rodiklis paprastai būna didesnis už paslaugų ar prekybos sektoriuose veikiančių įmonių rodiklius.

Taigi, verslo rezultatai apibūdinami įvairiausiais rodikliais ir charakteristikomis, kurias kiekvienas verslo subjektas suinteresuotas kuo labiau gerinti.

3. GAMYBOS ĮMONIŲ SOCIALINĖ ATSAKOMYBĖ ES

ĮSA yra būtina ir natūrali konkurencingesnės Europos siekio dalis. Atsakingas verslo įmonių elgesys yra gyvybiškai svarbus kuriant pasitikėjimą rinkos ekonomika, laisva prekyba ir globalizacija. Globalioje ekonomikoje ĮSA dažnai suprantama kaip unikalus reiškinys, padedantis Europos įmonėms įgyti ir išlaikyti konkurencingumą, tačiau mokslinėje literatūroje nėra atlikta daug empirinių tyrimų, kuriais būtų įrodyta, kad šis poveikis visada egzistuoja. Tais atvejais, kai Europos pramonės sektoriai konkuruoja už ES ribų, ĮSA turi būti skatinama siekiant didinti ES pramonės globalųjį konkurencingumą.

Įmonių konkurencingumas apima ne tik aiškų finansinį aspektą, bet ir įmonių įvaizdžio klausimus, ĮSA aspektus. Įmonės siekdamos pagerinti įvaizdį aplinkos atžvilgiu, vis dažniau demonstruoja savo pagarbą aplinkai ir imasi atitinkamų priemonių jai apsaugoti. Įmonių įvaizdis didėja dėl didėjančių vartotojų lūkesčių, didėjančio informuotumo aplinkosaugos, veiklos skaidrumo, socialinės atskaitomybės ir kitais socialiniais klausimais (Rademaekersas *et al.* 2011).

Tuose sektoriuose, kuriuose konkuruojama daugiausiai tarp Europos įmonių, ĮSA ir konkurencingumo susiejimas turi prasmę tik tada, kai nagrinėjami konkrečių įmonių atvejai, o ne visas sektorius (Martinuzzis *et al.* 2010). Atskiruose verslo sektoriuose ir jų subsektoriuose aktualios skirtingos socialinės atsakomybės iniciatyvos, kurios nevienodai lemia verslo rezultatus. ES gamybos sektoriaus įmonėms svarbiausi yra aplinkosaugos klausimai ir iniciatyvos, kadangi jos glaudžiausiai susiję su pagrindine įmonių veikla.

Yra vykdomi įvairūs moksliniai tyrimai siekiant nustatyti socialinės atsakomybės naudą verslui skirtinguose veiklos sektoriuose. Toliau apžvelgiama skirtingų ES gamybos subsektorių socialinės atsakomybės veikla.

3.1. Įmonių socialinė atsakomybė ES chemijos sektoriuje

ES chemijos pramonė, kuri sudaro 1,2% ES BVP, yra gana vientisa sėkmingos veiklos požiūriu, tačiau veiklos sėkmė tarp smulkaus verslo ir didelių įmonių skiriasi. Dauguma įmonių yra mažos ir vidutinės, tačiau jų gaminiai sudaro trečdalį ES cheminių medžiagų pardavimų ir daugiau nei trečdalį chemijos pramonės užimtumo. 5 lentelėje pateikti apibendrinti statistiniai rodikliai (Martinuzzis *et al.* 2010).

5 lentelė. ES chemijos sektoriaus statistikos apžvalga

Chemijos sektorius	
<i>ES BVP</i>	1,2 % (1,9 % su farmacijos sektoriumi)
<i>ES įmonių skaičius</i>	29000
<i>MVĮ procentinė dalis</i>	96% (sudaro 28% visų pardavimų ir 35 % užimtumo)
<i>Užimtumas ES pramonėje</i>	6%
<i>Darbo vietų dalis ES</i>	1.84 % (su farmacijos sektoriumi)

Pastaba: sudaryta Martinuzzio *et al.* (2010).

Europos chemijos pramonę daugiau nei 20 metų ypač prižiūri Europos Komisijos, Siekiama, kad būtų pagal aplinkosaugos ir darbo saugos teisės aktus vykdoma aplinkosauga ir būtų laikomasi darbų saugos taisyklių.

Chemijos pramonė gamina platų chemikalų asortimentą, kurį daugiausiai sudaro pirminiai produktai, pavyzdžiui organinės ir neorganinės medžiagos: polimerai, tirpikliai, smulkūs ir specializuoti chemikalai ir kt. Be to, chemijos pramonė gamina antrinius produktus, klijus, dažus, alyvą ir t.t. Apie 50% visos chemijos pramonės produkcijos naudojamos kituose pramonės sektoriuose.

ES chemijos sektoriaus įmonės ISA iniciatyvų pavyzdys. Pateikiamas konkretus ES chemijos sektoriaus įmonės „Oy Pinifer Ltd“ atvejis. Įmonė užsiima pramoninės alyvos gamyba ir tiekimu, mikroorganizmų suskaidomos ir aplinkai nežalingos pramoninės alyvos kūrimu, gamyba ir tiekimu. Šiai įmonei aktualios aplinkosaugos iniciatyvos. Įmonėje vykdomų atsakingos verslininkystės iniciatyvų pavyzdžiai (Europos Komisijos Įmonių Generlinis direktoratas 2013):

- Uždaras gamybos ciklas;
- Produktai yra nenuodingi ir mikroorganizmų suskaidomi;
- Aplinkos apsaugos vadybos sistemos standarto ISO 14001, kokybės vadybos sistemos standarto ISO 9001 ir profesinės sveikatos ir saugos vadybos sistemos (OHSAS 18001) atitikimas;
- Darbuotojų mokymas, orientuotas į ekologijos, kokybės ir saugumo klausimų pažinimą.

Įmonės įvardijama ISA iniciatyvų nauda. Atsakingas požiūris į aplinkosaugos sritį lėmė apyvartos didėjimą. Padidėjo pardavimų apimtis ir veiklos kokybė. Veikla, orientuota į kokybę, ekologiją ir saugumą sukuria pridėtinę įmonės vertę klientų, pirkėjų ir kitų grupių, pvz. investuotojų ir lėšų rinkimo organizacijų atžvilgiu. Darbuotojų žinios ir sąmoningumas pagerino veiklos kokybę ir įvaizdį (Europos Komisijos Įmonių Generlinis direktoratas 2013).

Chemijos pramonė skiria daug dėmesio aplinkosaugai. Pagrindinės bendrovės ir pramonės asociacijos remia visos pramonės aplinkos iniciatyvas ir aplinkos tyrinėjimo programas. Rūpintis išteklių panaudojimo efektyvumu įmonės įpareigoja šios priežastys (Rademaekersas *et al.* 2011):

- Didėjantis poreikis tiek Europos Sąjungoje tiek už jos ribų;
- Gamtinių žaliavų chemijos pramonei ir energijos išteklių mažėjimas;
- Didėjanti įmonių konkurencija pasauliniu mastu;
- Griežtėjantys aplinkosaugos teisės aktai.

Interviu tyrimo metodu, kuris buvo vykdomas 2008–2010 m. apklausiant ES chemijos sektoriaus įmones, buvo nustatyta, jog chemijos pramonė suvokia teigiamą socialinės atsakomybės naudą ir savanoriškai diegia socialinės atsakomybės iniciatyvas, kurios įtraukia mažas ir vidutines įmones į ĮSA ir gali padidinti akcijų vertę, pagerinanti darbuotojų darbo sąlygas, mažinti nelaimingų atsitikimų skaičių, pagerinti rizikos valdymą ir kt. Pagrindinės priežastys, slopinančios ĮSA plėtrą ES chemijos sektoriuje, įvardijamos kaip sudėtingas ĮSA teigiamos naudos įvertinimas ir įsipareigojimas valdžiai (Martinuzzis *et al.* 2010).

Šiame ES subsektoriuje mokslininkai išskiria svarbiausius chemijos pramonės aplinkosaugos, sveikatos ir saugos socialinės atsakomybės sritis ir jų inovacijas, kurios didina įmonių konkurencingumą. 6 lentelėje pateikta aplinkosaugos inovacijų ir konkurencingumo veiksnių priklausomybė.

6 lentelė. Naujų aplinkosaugos technologijų poveikis didinant chemijos sektoriaus konkurencingumą

Konkurencingumo veiksniai	ĮSA priemonių poveikis konkurencingumo veiksniams	
<i>Naujos technologijos ir įrengimai</i>	Labai teigiamas	Diegiant ekologiškas technologijas ir įrenginius juntamas teigiamas poveikis
<i>Lankstumas ir greitas reagavimas į rinkos pokyčius</i>	Nuo teigiamo iki neutralus, daugiausia teigiamas	Aplinkosaugos inovacijos leidžia įmonėms būti lanksčioms ir pritaikyti prie kintančios paklausos ir situacijų
<i>Aukšta produktų kokybė</i>	Nuo teigiamo iki neutralus, daugiausia teigiamas	Gali turėti teigiamą poveikį jei produkto poveikis aplinkai mažinamas gerinant produkto kokybę

6 lentelės tęsinys

<i>Efektyvus tiekimo valdymas</i>	Nuo teigiamo iki neutralaus	Dažnai veikia gamybos procesus, ir tokiu būdu gali teigiamai paveikti tiekimo grandinę
<i>Žmogiškieji ištekliai ir organizacinė kultūra</i>	Nuo teigiamo iki neutralaus	Diegiant naujas technologijas dažnai reikalingi darbuotojų mokymai. Kiti mokslininkai vertinta kaip neutralų poveikį, nes nėra pakankamai įrodymų apie teigiamą poveikį.
<i>Santykiai su klientais ir geras aptarnavimas</i>	Nuo teigiamo iki neutralaus	Naujos aplinkos apsaugos technologijos gali turėti teigiamą poveikį santykiams su klientais, arba jokio poveikio
<i>Finansiniai ištekliai</i>	Varijuoja nuo teigiamo iki neutralaus arba neigiamo	Tai yra besikeičiantis poveikis. Labiausiai tikimasi teigiamo poveikio ateityje

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis Martinuzziu et al. (2010).

Kaip matyti iš 6 lentelės, aplinkosaugos inovacijos didina įmonių konkurencingumą, t.y. turi teigiamą poveikį atskiriems konkurencingumo veiksniams ir tuo pačių saugoma aplinka.

Europos chemijos sektoriaus pagrindinis konkurencingumo veiksnys yra inovacijos (produkto ir gamybos procesų). Visuomenės sveikata, sauga ir aplinkosauga yra svarbiausia chemijos pramonės atsakomybė, kadangi cheminiai produktai turi ilgalaikį poveikį žmonių sveikatai.

3.2. Įmonių socialinė atsakomybė ES tekstilės sektoriuje

Tekstilės ir drabužių pramonė yra įvairi ir nevienalytė pramonė, apimanti nemažai įvairios veiklos, nuo pluošto perdirbimo į siūlus ir medžiagą iki labai įvairių gaminių, pvz., modernios technologijos sintetinių siūlų iki vilnos, patalynės, pramoninių filtrų, geotekstilės, drabužių ir kt., gamybos (Europos Komisija 2012b).

Europos tekstilės pramonė pastaruosius penkerius dešimtmečius išgyvena didelį nuosmukį. Šiuo metu tekstilės sektoriuje vyksta perversmas – įmonės skverbiasi į rinkos nišas, pramoninis tekstilės subsektorius traukiasi iš drabužių subsektoriaus. Tekstilės pramonė skirstoma į tris subsektorius: pramoninį, namų ir interjero, drabužių (Martinuzzi et al. 2010). Kiekvieno iš šių subsektorių pagrindiniai duomenys pateikti 7 lentelėje.

7 lentelė. ES tekstilės gamybos subsektorių duomenys

	Subsektoriai		
	<i>Pramoninis</i>	<i>Namų interjero</i>	<i>Drabužių</i>
<i>Įmonių skaičius</i>	75	47596	80659
<i>Apyvarta (mlrd. eurų)</i>	8,30	8970	69,00
<i>Investicijos (mlrd. eurų)</i>	0,14	2,90	1,90
<i>Importas(mlrd. eurų)</i>	–	17,60	57,30
<i>Eksportas (mlrd. eurų)</i>	–	16,00	14,40

Pastaba: sudaryta Martinuzzio et al. (2010).

Be to tekstilės sektoriui būdingos šios veiklos rūšys:

- Žaliavų apdorojimas.
- Megztų ir austų audinių gamyba.
- Apdaila (marginimas, balinimas, kt.).
- Konkrečių gaminių gamyba (drabužiai, kilimai, kt.).

Tekstilės gamybos subsektorių ĮSA sritys ir jų svarba yra skirtingos. Pavyzdžiui drabužių subsektoriuje retai susiduriama su aplinkosaugos problemomis, kadangi jos aktualios ir su jomis, tokiomis kaip atliekų tvarkymas, toksinių medžiagų mažinimas, išteklių naudojimo efektyvumo didinimas, efektyvus gamtos išteklių naudojimas, dažniau susiduria pramoninis – apdailos tekstilės gamybos subsektorius. Vandens sunaudojimo mažinimas ypač svarbus apdailos (dažymo) pramonei (Martinuzzis et al. 2010).

Dažniausiai darbas tekstilinės ir drabužių įmonėse yra rankinis, darbuotojai žemos kvalifikacijos, o gamyklos dydis svyruoja nuo kelių iki tūkstančių darbuotojų. Neretai susiduriama su vaikų darbo naudojimo bei darbuotojų skolinės priklausomybės problemomis, netgi minimalių sveikatos ir saugos darbo sąlygų reikalavimų neatitikimu. Šiam sektoriui turėtų būti skiriamas ypatingas dėmesys atsakingumo, etiško elgesio, teisinių normų laikymosi ir pagarbos žmogaus teisėms principams, taip pat darbo praktikos, žmogaus teisių, bendruomenės įtraukimo ir vystymo pagrindinėms sritims (Jonkutė 2012).

ES tekstilės sektoriaus įmonės ĮSA iniciatyvų pavyzdys. Pateikiamas konkretus ES chemijos sektoriaus UAB „Garlita“ atvejis. Įmonė užsiima viršutinio ir apatinio trikotažo gamyba. Šiai įmonei aktualūs aplinkosaugos klausimai, rūpinimasis darbuotojais, klientais, bendruomene,

konstruktyvūs santykiai su partneriais ir akcininkais. Įmonės vykdomų atsakingos verslininkystės iniciatyvų pavyzdžiai (Bendra socialinė atsakomybė smulkiajame ir vidutiniame versle 2012):

- Įmonės darbuotojams užtikrinama sveikatai nekenksminga darbo aplinka.
- Sąlygos maitintis karštu maistu pietų pertraukų metu.
- Motyvuojantis atlyginimas.
- Atsitikus nelaimei, suteikiama socialinė pagalba, darbuotojai yra apdrausti papildomu draudimu.
- Rengia darbuotojų tobulinimo ir mokymosi programas.
- Darbuotojams, kurie yra 1, 2 grupės invalidai, sudaromos sąlygos dirbti nepilną darbo dieną.
- Įmonė bendradarbiauja su neįgaliųjų draugija, kurios nariams nuolat pasiūlomos kelios darbo vietos.
- Drauginai atiduodamos gamybinės atliekos (pvz. verpalai), iš kurių mezgami rankdarbiai ir rengiamos parodos.
- Įmonėje yra įdiegti aplinkos apsaugos standartai (ISO standartai), pagal kuriuos administruojamas utilizavimas, vandens ir oro valymas.

Įmonės įvardijama ĮSA iniciatyvų nauda. Įdiegti aplinkos apsaugos standartai padeda ne tik efektyviau sutvarkyti problematiškas gamybos atliekas, bet ir saugo aplinką nuo žalingos taršos. Visos diegiamos ĮSA iniciatyvos įmonei užtikrina papildomą pridėtinę vertę, kuria geresnę aplinką verslui plėtoti.

Toliau analizuojama kaip tekstilės sektoriaus įmonių konkurencingumą lemia ekologinių inovacijų, aplinkos apsaugos priemonių ir ekologinio produkcijos ženklavimo iniciatyvos ir idėjos. 8 lentelėje pateikti duomenys, kurie gauti interviu metodu 2008–2010 m. apklausiant ES tekstilės sektoriaus įmones, rodo priklausomybę tarp diegiamų ekologinių inovacijų, aplinkos apsaugos priemonių ir konkurencingumo.

8 lentelė. Tekstilės sektoriuje taikomų ekologinių inovacijų ir aplinkos apsaugos priemonių poveikis konkurencingumui

Konkurencingumo veiksniai	ĮSA priemonių poveikis konkurencingumo veiksniams	
<i>Moksliniai tyrimai ir plėtra</i>	Labai teigiamas	Turėtų skatinti naujų produktų plėtrą ir mažinti gamybos išlaidas

8 lentelės tęsinys

<i>Nišos/diferenciacijos strategijos</i>	Nuo labai teigiamo iki teigiamo	Ekologiški produktai suteikia įmonėms galimybę diferenciacijos/nišos strategijų vystymui. Dėl to gali būti įgytas konkurencinis pranašumas
<i>Aukšta produktų kokybė</i>	Nuo teigiamo iki neutralus	Produktas be toksinių medžiagų nebūtinai didina jo kokybę. Tik tuo atveju, kai ekologiškumas yra svarbus vartotojams, tai galima traktuoti kaip produkto kokybės
<i>Lankstumas ir greitas reagavimas į rinkos pokyčius</i>	Nuo teigiamo iki neutralus	Rinka reikalauja ekologiškų produktų. Ekologinės inovacijos gali padėti greičiau reaguoti į rinkos pokyčius
<i>Procesų efektyvumas</i>	Nuo teigiamo iki neutralus	Ekologinių inovacijų ir aplinkosaugos priemonių įgyvendinimas neturi tiesioginio poveikio procesų efektyvumui. Procesų efektyvumą didina investicijos, kurios gali atsipirkti įvertinant didėjančias energijos kainas

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis Martinuzziu *et al.* (2010).

Iš 8 lentelės matyti, jog tekstilės sektoriuje ekologinių inovacijų ir diegiamų aplinkos apsaugos priemonių poveikis konkurencingumo veiksniams dažniausiai yra teigiamas, ir tai lemia geresnius įmonių verslo rezultatus.

Šiuo metu tekstilės sektoriuje ypač juntama ekologinio produkcijos ženklavimo nauda. Papildomos investicijos į produkcijos ženklavimą laikomos strateginiu įmonių sprendimu siekiant ekonominės naudos ir atsipirkimo.

9 lentelė. Ekologinio produkcijos ženklavimo įtaka ES tekstilės sektoriaus konkurencingumui

Konkurencingumo veiksniai	ISA priemonių poveikis konkurencingumo veiksniams	
<i>Rinkos nišos strategijos</i>	Nuo labai teigiamo iki teigiamo	Ekologinis produkcijos ženklavimas suteikia galimybę užpildyti rinkos nišas
<i>Moksliniai tyrimai ir plėtra</i>	Nuo labai teigiamo iki neutralaus	Moksliniai tyrimai ir plėtra yra ekologiškos produkcijos pagrindas

9 lentelės tęsinys

<i>Aukšta produkcijos kokybė</i>	Nuo teigiamo iki neutralus	Ekologinis produkcijos ženklavimas gali turėti teigiamą poveikį produkcijos kokybės gerinimui.
<i>Lankstumas ir greitas reagavimas į rinkos pokyčius</i>	Nuo labai teigiamo iki neutralaus	Produkcijos ekologinis ženklavimas ir sertifikavimas suteikia galimybę greičiau nustatyti potencialius tiekėjus
<i>Procesų efektyvumas</i>	Nuo labai teigiamo iki neutralaus	Ekologinis produkcijos ženklavimas ne visada lemia geresnį procesų efektyvumą

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis Martinuzziu *et al.* (2010).

Iš 9 lentelės duomenų matyti, jog tekstilės sektoriuje produkcijos ekologinio ženklinimo poveikis konkurencingumo veiksniams dažniausiai yra teigiamas, ir tai lemia geresnius įmonių verslo rezultatus. Tai gali didinti įmonių plėtrą, našumą, lankstumą, greičiau reaguoti į rinkos pokyčius, gerinti produkcijos kokybę.

3.3. Įmonių socialinė atsakomybė ES baldų gamybos sektoriuje

Dabar ES baldų pramonė daugiausiai yra surenkamųjų dalių gaminimo pramonė, savo produkcijos gamybai naudojanti įvairias žaliavas. Baldų pramonė techniniu, estetiniu, dizaino ir mados požiūriu gamina aukštos kokybės produkciją ir visame pasaulyje pasižymi labai geru įvaizdžiu.

Europos baldų gamybos sektorių sudaro apie 150 000 bendrovių, kurių apyvarta siekia beveik 126 milijardus eurų, pridėtinė vertė – 38 milijardus eurų, o jose dirba maždaug 1,4 milijono žmonių. Pagrindiniai gamintojai yra Italija ir Vokietija, toliau seka Jungtinė Karalystė, Prancūzija, Ispanija ir, kiek mažiau, Lenkija (Europos Komisija 2012a).

Sektoriuje dominuoja labai mažos įmonės (86 % ES baldų gamybos įmonių turi mažiau nei 10 darbuotojų), tačiau yra ir didelių gamintojų. Mažos bendrovės dažnai veikia kaip didesnių firmų subrangovės, gaminančios, pavyzdžiui, baldų užbaigimui ir surinkimui skirtas detales bei pusgaminius. ES dominuoja medienos baldų, naudojamų miegamiesiems, valgomiesiems, svetainėms ir kitoms erdvėms, taip pat plastikinių ir metalo baldų gamyba (sudaro 38% visos baldų gamybos vertės). Kiti svarbūs gamybos subsektoriai yra sėdėjimui skirtų ir biuro baldų (atitinkamai 29 ir 17 %), taip pat virtuvės baldų (12%) gamyba (Europos Komisija 2012a).

ES baldų gamybos sektoriaus įmonės ĮSA iniciatyvų pavyzdys. Nagrinėjamas konkretus ES gamybos sektoriaus įmonės „Meblo Jogi“ atvejis. Įmonė užsiima lovų ir čiužinių gamyba. 70% produkcijos eksportuojama į Centrinės ir Rytų Europos rinkas. Šiai įmonei aktualūs darbuotojų apmokymų, partnerystės, aplinkos klausimai ir iniciatyvos. Įmonės vykdomų atsakingos verslininkystės iniciatyvų pavyzdžiai (Europos Komisijos Įmonių Generlinis direktoratas 2013):

- Socialinio atsakingumo standartas SA 8000 (apima žmogaus teisių, darbdavystės praktikos, etiško verslo bei atitinkamus organizacijos valdymo aspektus).
- Dešimties minučių „aktyvaus poilsio pertraukėlės“ įvedimas visiems darbuotojams du kartus per dieną.
- Išvykos dienų organizavimas (ekskursijos, žygiai arba slidinėjimas) tris kartus per metus.
- Darbo medicinos ir saugumo mokymo programos visiems darbuotojams įgyvendinimas.
- Darbo organizacijų atstovų skatinimas pasisakyti darbuotojų rūpimais klausimais.
- Mokymo, švietimo ir karjeros siekimo pabrėžimas ir skatinimas.
- Atlyginimų didinimas ir individualių kompensavimo ir premijų teikimo programų įgyvendinimas.

Įmonės įvardijama ĮSA iniciatyvų nauda. Darbuotojų poreikių patenkinimas, motyvacija, lojalumas ir produktyvumas – tai veiksniai, sąlygojantys įmonės sėkmę ir konkurencinį pranašumą.

4. LIETUVOS ĮMONIŲ SOCIALIAI ATSAKINGOS VEIKLOS ANALIZĖ

ĮSA reiškiny Lietuvoje, palyginus su kitomis pažangesnėmis Europos valstybėmis, yra ganėtinai naujas. Aktualumą galima įžvelgti atkreipiant dėmesį į mokslinių tyrimų ir publikacijų skaičiaus didėjimą. Pastebimi praktiniai ĮSA veiklos pavyzdžiai, valstybės vadovų veiksmai, skatinantys įmonių iniciatyvas imtis socialiai atsakingos veiklos. Šiandien ĮSA veiklos poveikio verslo rezultatams tema yra gana nauja, kuri aktuali daugumai įmonių ir organizacijų sprendžiant verslo strategijos klausimus.

Šiame skyriuje analizuojama ĮSA praktika Lietuvoje, išskiriamos oficialios socialiai atsakingos įmonės, kurios charakterizuojamos pagal veiklos sektorius, socialinės atsakomybės ataskaitų skelbiamumą, kapitalą ir dydį.

4.1. Įmonių socialinės atsakomybės praktika Lietuvoje

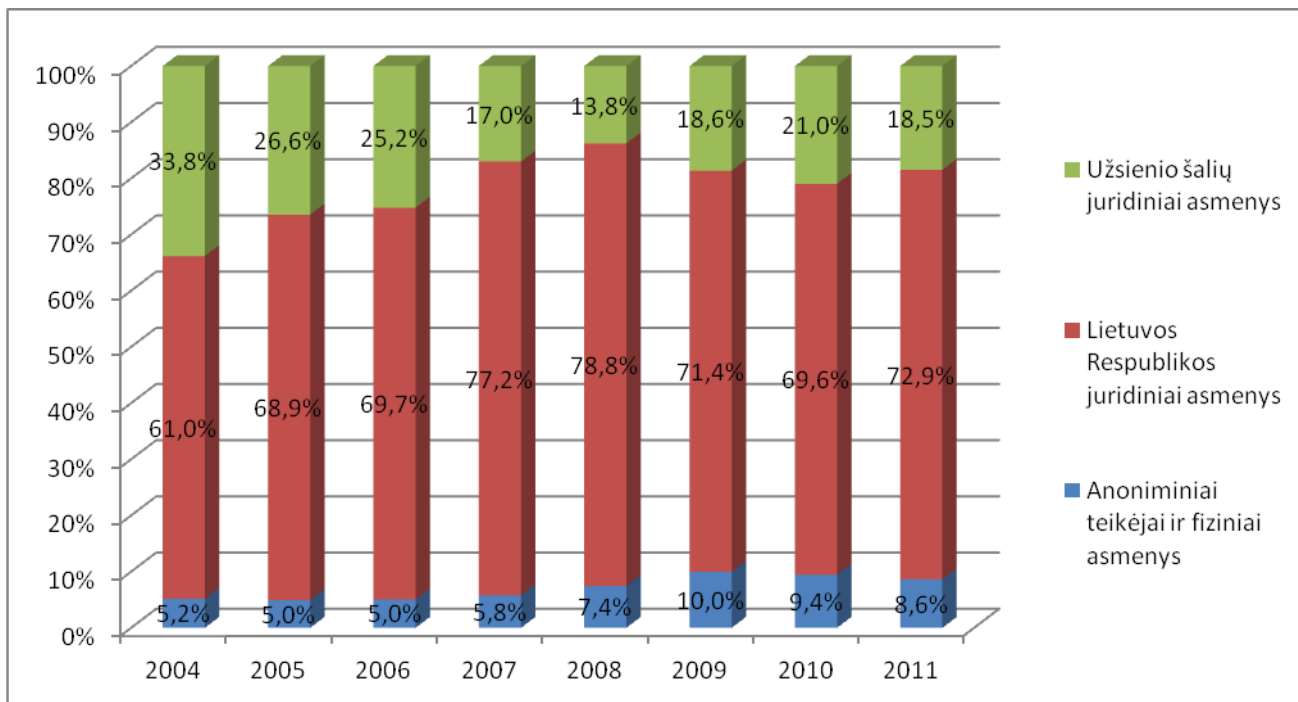
Šiame poskyryje nagrinėjama visų Lietuvos įmonių socialinės atsakomybės praktika filantropijos (labdaros ir paramos) ir aplinkosaugos srityse, išskiriant svarbiausius aspektus. Kadangi kitos socialiniai atsakingos veiklos praktikos rūšys Lietuvos mastu yra sunkiai nustatomos ir įvertinamos (dėl informacijos trūkumo), analizuojamos tik šios.

4.1.1. Filantropijos (labdaros ir paramos) veikla Lietuvoje

ĮSA praktika rodo, jog labiausiai plačiojoje visuomenėje akcentuojama ir viešinama ĮSA rūšis – filantropinė atsakomybė, pasireiškianti filantropijos, labdaros, dovanų, paramos ar pagalbos pavidalais, kurią dar galima pavadinti „brangiai kainuojančia reklama“. Galima teigti, jog ji dažnai nėra „rentabili reklama“ – sąnaudos dažnai būna didesnės nei gaunama finansinė nauda. Kaip žinoma, dažniausiai pagrindinis juridinių asmenų – verslo vienetų egzistavimo tikslas – finansinė nauda.

Remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis, Lietuvoje paramos ir labdaros teikėjai yra Lietuvos ir užsienio šalių juridiniai asmenys ir anoniminiai teikėjai ir fiziniai asmenys (žr. 10 pav.). Iš 10 paveikslą diagramos matyti, jog kasmet didžiausią dalį visų labdaros ir paramos teikėjų užima Lietuvos juridiniai asmenys. 2004–2011 m. laikotarpiu jų padidėjo 19,5 %, ir tai atspindi Lietuvos įmonių, plėtojančių filantropinę veiklą, didėjimą Lietuvoje. Per šį laikotarpį anoniminių teikėjų ir fizinių asmenų procentinė dalis mažai keitėsi, o užsienio šalių juridinių asmenų procentinė

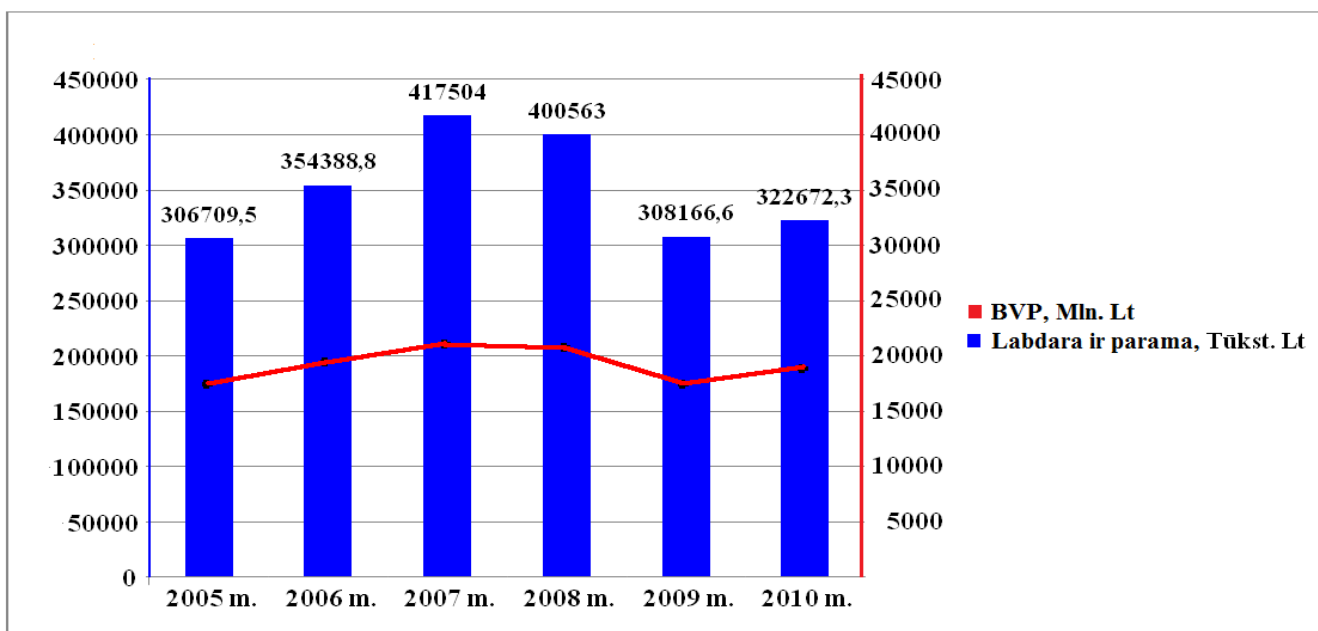
dalis sumažėjo 45,3 %. Tenka pripažinti, kad pagrindiniai labdaros ir paramos teikėjai Lietuvoje (daugiau kaip 90 %) kasmet sudaro užsienio šalių ir Lietuvos juridiniai asmenys, tai verslo įmonės ir viešojo sektoriaus organizacijos, plėtojančios filantropinę veiklą.



10 pav. Teikiamos labdaros ir paramos procentinė dalis Lietuvoje 2004–2011 m.

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis.

Kaip jau minėta, filantropinė atsakomybė dažniausiai nėra „rentabili reklama“, todėl tai yra viena pirmųjų ĮSA rūšių, kurios intensyvumas, mastas, yra peržiūrimas įmonių vadovų ekonominių sunkmečių metu. Kaip matyti iš 11 paveikslo, labdaros ir paramos intensyvumas 2005–2007 metais augo, nuo 2008 metų yra matomas kritimas, ypač didelis kritimas matomas 2009 metais, o nuo 2010 metų fiksuojamas kilimas (Lietuvos statistikos departamentas 2008a; Lietuvos statistikos departamentas 2010a).

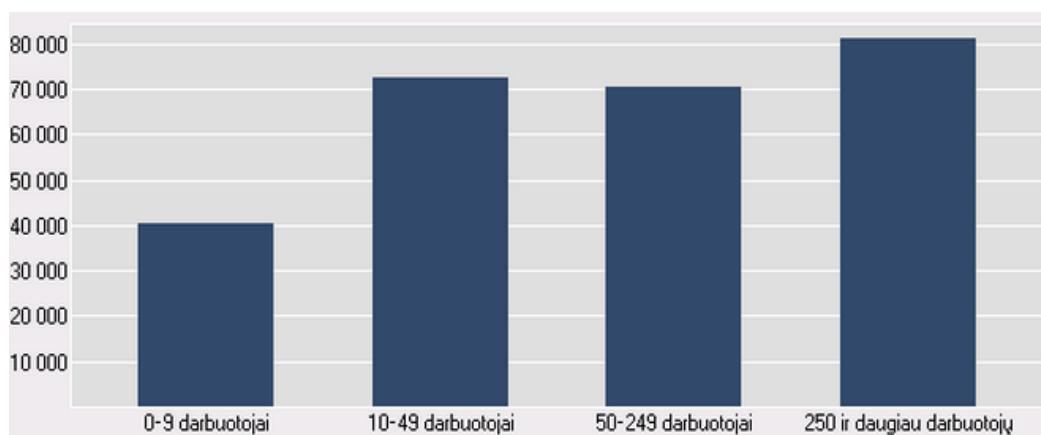


11 pav. Labdaros ir paramos apimties pokyčių tiesioginė priklausomybė nuo Lietuvos sukuriama BVP 2005–2010 metais

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis.

Tokie patys apimties pokyčiai kaip labdaros ir paramos pokyčių diagramoje matyti ir bendrojo vidaus produkto pokyčių diagramoje (žr. 11 pav.): 2005–2007 metais matyti augimas, ryškus kritimas 2009 metais ir nedidelis kilimas 2010 metais. Galima teigti, jog labdaros ir paramos apimtis Lietuvoje tiesiogiai priklauso nuo Lietuvos ekonominės situacijos, kartu ir Lietuvoje veikiančių verslo juridinių asmenų finansinės būklės.

Galima daryti prielaidą, jog 2009 m. ryškų labdaros ir paramos intensyvumo kritimą nulėmė finansų krizė, kai Lietuvoje nemažai įmonių susidūrė su mažėjančiomis pajamomis, dažnu atveju patiriamais nuostoliais ar net buvo priverstos pradėti bankroto procedūras ir visiškai nutraukti savo veiklą. Minėta finansų krizė paliko ryškų pėdsaką pasaulio, o itin Lietuvos ekonomikoje. Tai atsispindi pažvelgus į sukuriama Lietuvos bendrojo vidaus produkto pokyčių diagramą (žr. 11 pav.).



12 pav. Juridinių asmenų suteikta labdara ir parama pagal dydžio grupes 2011 metais

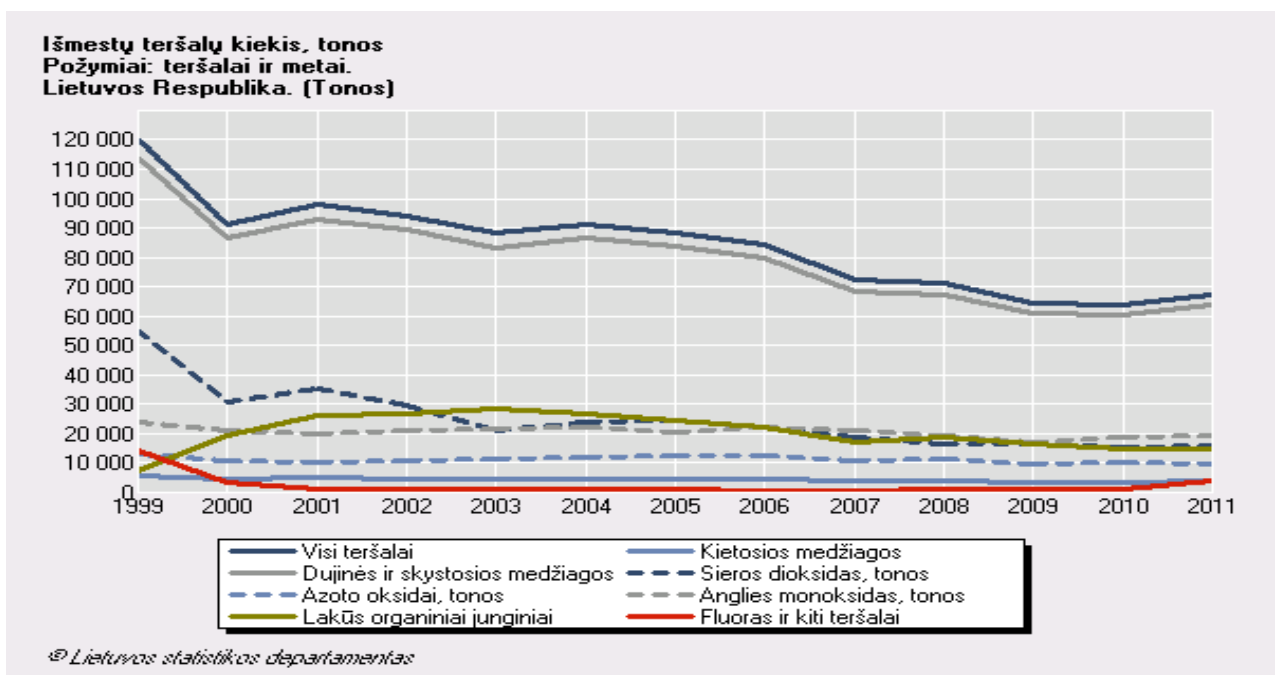
Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis.

Išskiriant juridinių asmenų suteiktą paramą Lietuvoje pagal veiklos sektorius, pastebimas netolygus pasiskirstymas. Iš viso 2011 m. juridiniai asmenys Lietuvoje suteikė 264073,8 tūkst. Lt labdaros ir paramos. Prie to daugiausiai prisidėjo didmeninės ir mažmeninės prekybos, apdirbamosios gamybos ir statybos sektorių įmonės (žr. K priedą). Pagal juridinių asmenų dydį (žr. 12 pav.) daugiausiai 2011 m. labdaros ir paramos skyrė stambios įmonės (80983,4 tūkst. Lt), kiek mažiau smulkios įmonės (72263,7 tūkst. Lt).

4.1.2. Aplinkosaugos veikla Lietuvoje

Aplinkos pažeidimai – tai reiškiny, kilęs visose ekonominėse sistemose, nepaisant jų išpažįstamos politinės ideologijos ir šalies turtingumo lygio. Ekonominiai sunkumai, verčiantys įmones plėtoti savo veiklą atsižvelgiant tik į šiandieninius poreikius, o ne į ilgalaikius interesus, iškelia aplinkos problemas, kurios lemia gamtos išteklių degradavimą (Čiegis 2009).

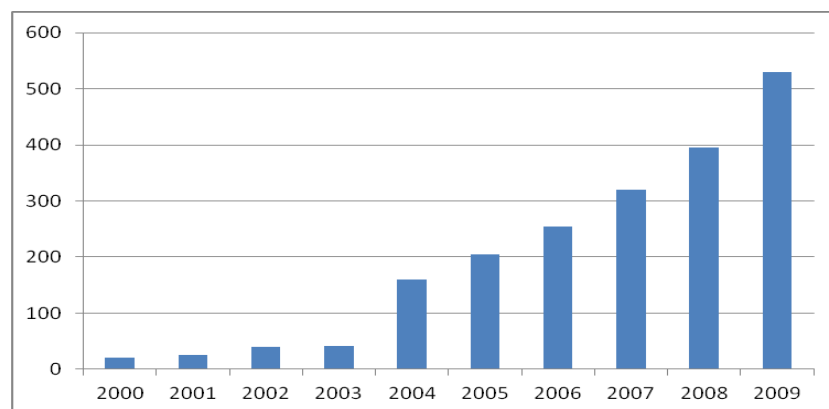
Analizuojant Lietuvos statistikos departamento duomenis apie teršalų išmetimą iš stacionarių taršos šaltinių, nuo 1998 metų matyti atmosferos taršos intensyvus mažėjimas, kuris tęsėsi visą stebėjimo laikotarpį iki 2011 metų (žr. 13 pav.).



13 pav. Teršalų išmetimai į atmosferą iš stacionarių taršos šaltinių 1998 – 2011 metais Lietuvoje
 Pastaba: sudaryta Lietuvos statistikos departamento.

Šiuo metu nemažai Lietuvos įmonių yra įsdiegusios aplinkos apsaugos vadybos standartus. ISO standartai pradėti diegti Lietuvoje nuo 2000 m. Iš viso iki 2012 m. vidurio registruotų įmonių Lietuvoje buvo 62889 (Lietuvos statistikos departamentas 2012b).

Lietuvoje iki 2012 m. gruodžio 1 dienos buvo įregistruotos 795 sertifikuotos ISO 14001:2004 standartu verslo įmonės (Lietuvos statistikos departamentas 2012c). Nuo 2000 m. sparčiai daugėja įmonių, kurios įregistravusios aplinkos vadybos sistemas, atitinkančias tarptautinio standarto ISO 14001 reikalavimus (žr. 14 pav.).

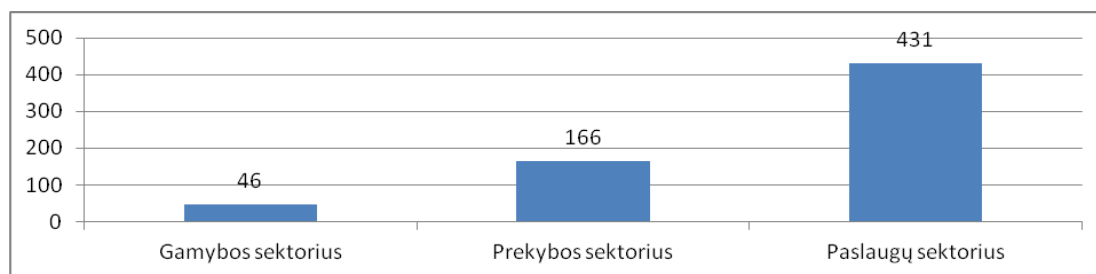


14 pav. Įmonių, įregistravusių aplinkos vadybos sistemas, atitinkančias tarptautinio standarto ISO 14001 reikalavimus, skaičiaus kitimas 2000 – 2009 metais

Pastaba: sudaryta Aplinkos apsaugos agentūros.

ISO 14001 standartas. Šiame tarptautiniame standarte apibrėžiami reikalavimai, keliama aplinkos apsaugos vadybos sistemai ir leidžiantys organizacijai sukurti ir įgyvendinti politiką ir tikslus, kuriuose atsižvelgiama į teisinius ir kitus reikalavimus, kuriuos organizacija prisiima, ir informuoja apie reikšmingus aspektus. Jis taikomas tiems aplinkos apsaugos aspektams, kuriuos organizacija gali vykdyti ir kuriems ji gali daryti poveikį (Lietuvos standartizacijos departamentas 2009). Šis aplinkos apsaugos vadybos standartas padeda užtikrinti verslo plėtrą pagerinti organizacijos įvaizdį, sumažinti žaliavų ir energijos sąnaudas, mažinti atliekų tvarkymo išlaidas, pasiruošti griežtėjantiems teisiniams reikalavimams, gerinti darbo sąlygas ir mažinti nelaimingų atsitikimų skaičių, gerinti santykius su įvairiomis suinteresuotomis grupėmis (Aplinkos apsaugos vadybos sistema (ISO 14001 standartas) 2012).

Visų Lietuvos įmonių ir organizacijų su sertifikuotomis aplinkos apsaugos vadybos sistemomis ISO 14001 pasiskirstymas pagal veiklos sektorius rodo (žr. 15 pav.), kad daugiausiai šį standartą įsdiegusios paslaugų sektoriaus įmonės ir organizacijos (431), prekybos sektoriaus 166 ir gamybos sektoriaus 46 įmonės ir organizacijos (Aplinkos apsaugos agentūra 2010d).



15 pav. Organizacijų su sertifikuotomis aplinkos apsaugos vadybos sistemomis ISO 14001 veiklos sritys 2010 metais

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis Aplinkos apsaugos agentūros duomenimis.

Galima teigti, jog nemažą poveikį oro taršos Lietuvoje mažėjimui turi verslo įmonės ir viešojo sektoriaus organizacijos, kurios investuoja į aplinkos apsaugą įsdiegdamos šiuos standartus. Todėl galima daryti išvadą, jog Lietuvoje aplinkosaugos ĮSA veikla nestovi vietoje ir akivaizdžiai progresuoja.

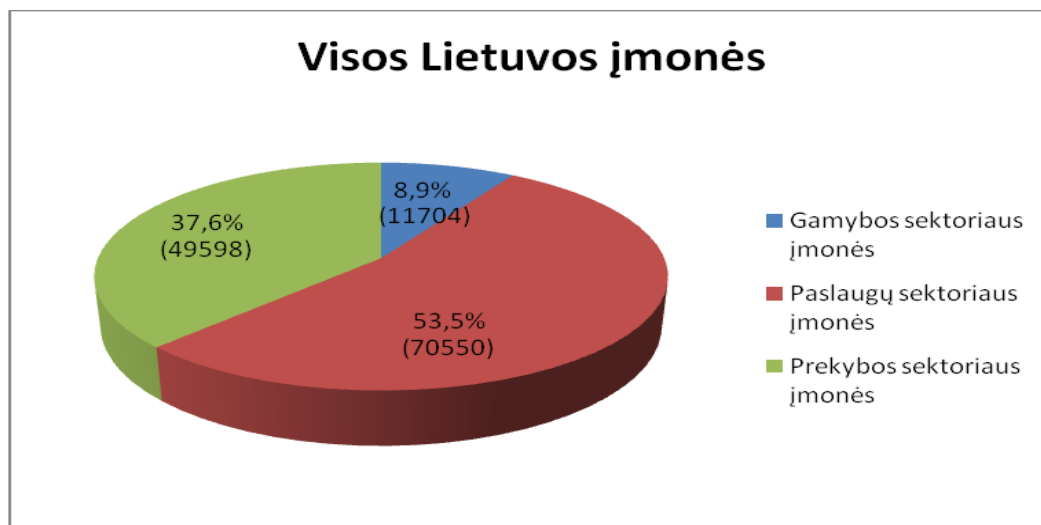
Įvairių sektorių Lietuvos įmonės skiria nevienodas lėšas aplinkosaugos priemonėms, kurias taikant plėtojama įmonių aplinkosaugos atsakomybė. Pastebima, jog įmonės nėra abejingos aplinkosaugos problemoms ir bando jas spręsti. Daugiausia aplinkosaugos srityje investuoja apdirbamosios gamybos sektorius, kuris 2011 m. aplinkosaugos priemonėms skyrė 65925,2 tūkst. Lt. (žr. L priedą).

4.2. Oficialiai socialiai atsakingos Lietuvos įmonės

Visame pasaulyje, o taip pat ir Lietuvoje, yra socialiai atsakingų įmonių, veikiančių pačiuose įvairiausiose verslo sektoriuose (statybų, paslaugų, gamybos, energetikos ir daugelyje kitų), tačiau Lietuvoje veikiančių įmonių bendras socialinės atsakomybės lygmuo yra santykinai žemas.

Analizuojant Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo įmonių tinklą, galima pastebėti, kad jį sudaro tiek mažai, tiek gerai žinomos ir vienos didžiausių Lietuvos įmonės, tokios kaip Koncernas „Achemos grupė“, Koncernas „MG Baltic“, AB „Swedbank“, AB „Lietuva Statoil“, UAB „Lietuvos draudimas“, AB „Mažeikių nafta“, AB „TEO LT“, UAB „Švyturys – Utenos alus“ ir kitos (žr. B priedą) (Lietuvos socialinės apsaugos ir darbo ministerija 2010e; Pasaulinio susitarimo tinklo Lietuvos įmonių sąrašas 2012).

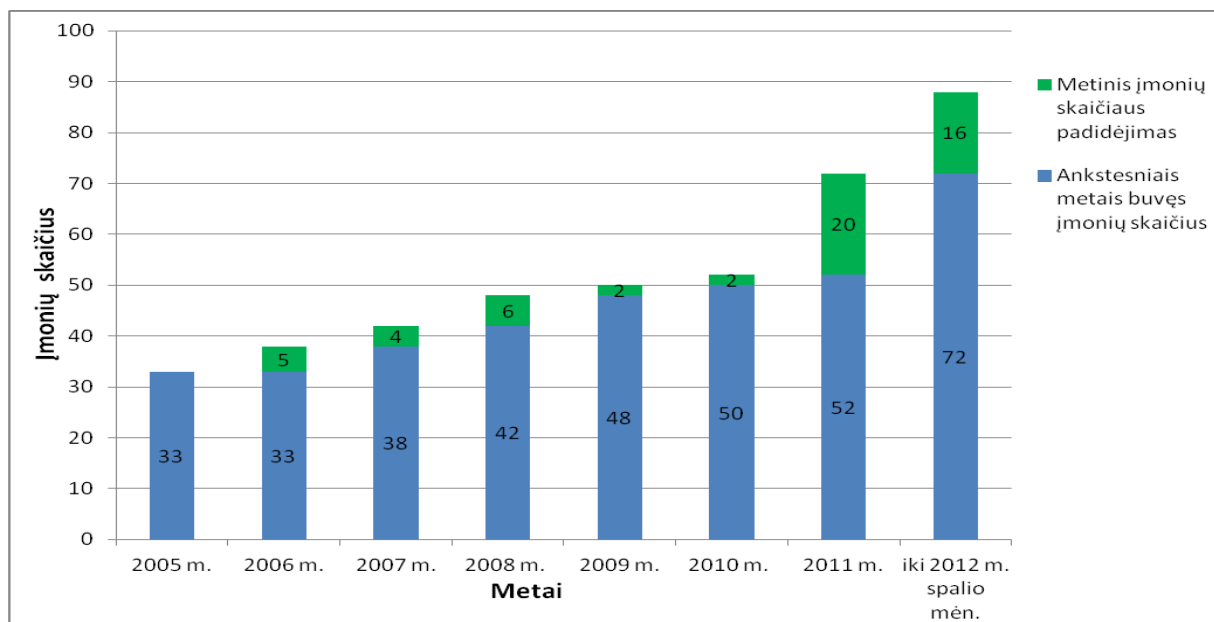
Remiantis Lietuvos socialinės apsaugos ir darbo ministerijos duomenimis ir JT Pasaulinio susitarimo Lietuvos narių pasauliniame tinkle sąrašu, 2012 m. spalio mėn. 16 d. Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklą sudarė 121 verslo įmonė ir viešojo sektoriaus organizacija, kurie yra prisijungę prie Pasaulinio susitarimo (Lietuvos socialinės apsaugos ir darbo ministerija 2010e; Pasaulinio susitarimo tinklo Lietuvos įmonių sąrašas 2012). Šiame darbe apsiribojama verslo įmonėmis, kurių minėtame tinkle yra 88. Tai sudaro 0,07% visų Lietuvoje veikiančių ir vykdančių ekonominę veiklą įmonių, kurių 2010 metais Lietuvoje buvo įregistruota 131852 (žr. 16 pav.) (Lietuvos statistikos departamentas 2012f).



16 pav. Visų Lietuvos įmonių pasiskirstymas pagal veiklos sektorius 2010 m.

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis.

Analizuojant Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo įmonių tinklą, galima išvelgti socialiai atsakingų įmonių gausėjimą Lietuvoje. Ypač daug socialiai atsakingų įmonių nacionaliniame tinkle atsirado per pastaruosius kelerius metus (nuo 2008 m. finansų krizės pradžios), kurių 2012 m. spalio mėn. buvo 88. (žr. 17 pav.). Lyginant 2005 – 2012 metų laikotarpį galima pastebėti, kad socialiai atsakingų įmonių Lietuvoje padaugėjo 62,5 %.



17 pav. Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo įmonių skaičiaus didėjimas 2005–2012 m. laikotarpiu

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis Lietuvos socialinės apsaugos ir darbo ministerijos duomenimis (2010) ir Pasaulinio susitarimo tinklo Lietuvos įmonių sąrašu.

Lietuvos nacionalinis atsakingo verslo tinklas įsteigtas 2005 m. siekiant skatinti atsakingo verslo plėtrą Lietuvoje. Šio tinklo narės keičiasi informacija, patirtimi ir naujovėmis, organizuoja bendrus mokymosi forumus siekiant gerinanti verslo strategijas ir įgyvendinti bendrus projektus visuomenės naudai.

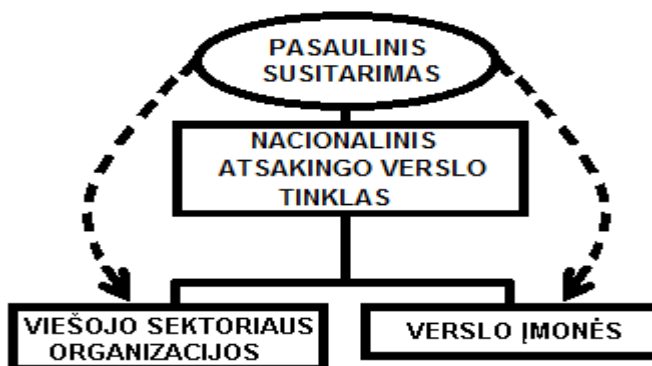
Visi šio tinklo nariai yra prisijungę prie Pasaulinio susitarimo iniciatyvos veikti atsakingai, nedaryti žalos aplinkai, bendruomenei ir prisijungti prie socialinių ir aplinkosaugos problemų sprendimo, prisidėti prie ekonomikos augimo ir visuomenės gerbūvio.

Pasaulinis susitarimas yra visapusiškai savanoriška iniciatyva, kuri niekaip nėra susijusi su jokiais finansiniais įnašais ar mokesčiais. Verslo įmonė ar viešojo sektoriaus organizacija, norinti tapti Pasaulinio susitarimo nariu turi:

- Užpildyti elektroninę paraišką, išreiškdamą pritarimą Pasauliniam susitarimui ir jo principams;
- Numatyti savo verslo plėtrą tokia linkme, kad Pasaulinio susitarimo principai taptų įmonės strategijos, kultūros ir kasdienio darbo dalimi;
- Pagal išgales prisidėti prie viešo Pasaulinio susitarimo ir jo principų skleidimo.
- Savo metinėje socialinės atsakomybės ataskaitoje aprašyti ir pateikti veiklas, kuriomis įgyvendina Pasaulinio susitarimo principus.

Tapus Pasaulinio susitarimo nariu, verslo įmonės ar viešojo sektoriaus organizacijos vardas ar pavadinimas ir jos socialinės atsakomybės praktika įtraukiama į šio susitarimo dalyvių sąrašą, kuris yra publikuojamas oficialioje Pasaulinio susitarimo svetainėje. Pasaulinis susitarimas jungia tiek stambių, tiek smulkių ir vidutinių įmonių verslą (Kaip tapti Pasaulinio susitarimo nariu 2012).

Nacionalinis tinklas yra tarpinė grandis sistemoje tarp Pasaulinio susitarimo ir verslo įmonių ir viešojo sektoriaus organizacijų (žr. 18 pav.).



18 pav. Pasaulinio susitarimo sistema

Pastaba: sudaryta autoriaus.

Šio tinklo narės laikosi Pasaulinio susitarimo principų žmogaus teisės, darbuotojų teisės, aplinkosaugos, kovos prieš korupciją srityse. Šios narės ir sudaro atsakingo verslo tinklą, kuris veikia kaip asociacija vienijanti šias nares.

4.2.1. Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo įmonių veiklos sektoriai

Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo įmonės vykdo savo veiklą skirtinguose verslo sektoriuose. Šiame darbe visos šio tinklo įmonės yra suskirstomos į: gamybos, paslaugų ir

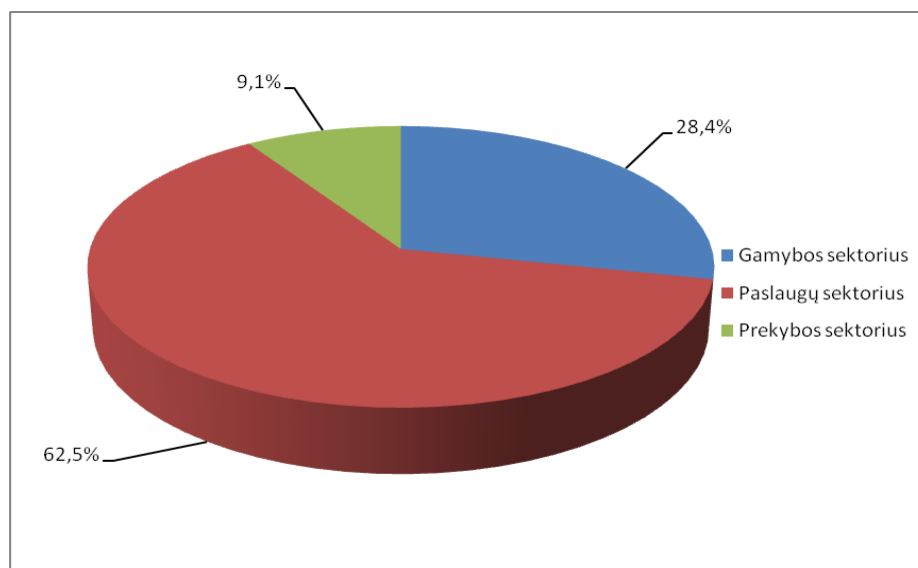
prekybos.

Gamybos sektoriuje 2012 m. spalio mėn. buvo 25 socialiai atsakingos įmonės, kurios skiriasi savo dydžiu ir gamybos sritimis. Tai sudaro 0,22% visų Lietuvos gamybos sektoriaus įmonių. Vienos didžiausių ir geriausiai žinomos Lietuvos socialiai atsakingos gamybos sektoriaus įmonės yra Koncernas „Achemos grupė“, AB „Lifosa“, AB „Klaipėdos kartonas“, AB „Mažeikių nafta“, Koncernas „MG Baltic“, UAB „Narbutas“ ir kt. (žr. D priedą) (Lietuvos socialinės apsaugos ir darbo ministerija 2010e; Pasaulinio susitarimo tinklo Lietuvos įmonių sąrašas 2012; Lietuvos statistikos departamentas 2012f). Taip pat pastebima, jog gamybos sektoriaus įmonių ĮSA branda yra didesnė nei kitų veiklos sričių įmonių (žr. C priedą).

Paslaugų sektoriuje 2012 m. spalio mėn. buvo 55 socialiai atsakingos įmonės, kurios taip pat skiriasi veiklos sritimis ir dydžiu. Tai sudaro 0,02% visų Lietuvos paslaugų sektoriaus įmonių. Geriausiai žinomos šio sektoriaus įmonės yra AB „TEO LT“, UAB „Medicinos bankas“, AB Swedbank, AB „Lietuvos draudimas“ ir kt. (žr. F priedą) (Lietuvos socialinės apsaugos ir darbo ministerija 2010e; Pasaulinio susitarimo tinklo Lietuvos įmonių sąrašas 2012; Lietuvos statistikos departamentas 2012f).

Prekybos sektoriuje 2012 m. spalio mėn. buvo užregistruotos 8 socialiai atsakingos įmonės, tokios kaip Akcinė prekybos bendrovė „Apranga“, UAB „Pakmarkas“ ir kitos verslo įmonės (žr. H priedą) (Lietuvos socialinės apsaugos ir darbo ministerija 2010e; Pasaulinio susitarimo tinklo Lietuvos įmonių sąrašas 2012; Lietuvos statistikos departamentas 2012f).

Visos šios verslo įmonės, pasirašiusios Pasaulinį susitarimą, savo veiklą turi ir vykdo pagal dešimt susitarime akcentuojamų principų: žmogaus teisės, darbuotojų teisės, aplinkos apsaugos ir kovos su korupcija (žr. A priedą). Žemiau esančiame paveiksle pavaizduotas socialiai atsakingų įmonių procentinis pasiskirstymas pagal veiklos sektorius (žr. 19 pav.).



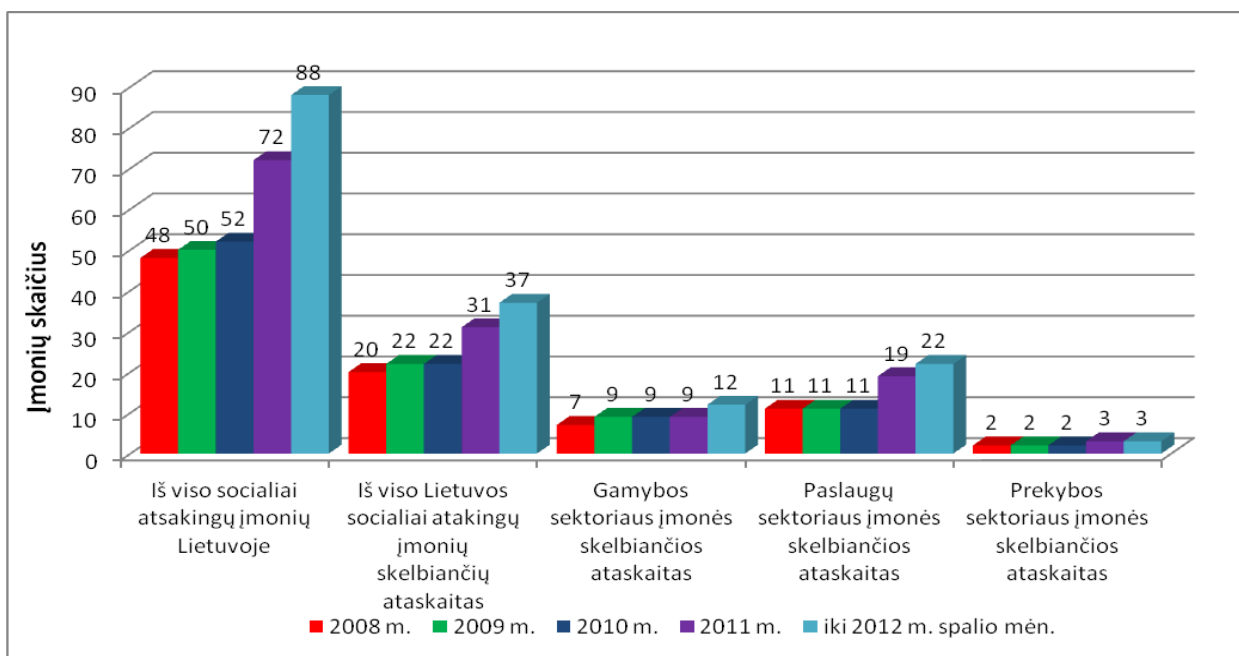
19 pav. 2012 m. spalio mėn. Lietuvos socialiai atsakingų verslo įmonių procentinis pasiskirstymas pagal veiklos sektorius

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis Lietuvos socialinės apsaugos ir darbo ministerijos duomenimis (2010) ir Pasaulinio susitarimo tinklo Lietuvos įmonių sąrašu.

Suskirsčius Lietuvos socialiai atsakingas įmones į tris pagrindinius veiklos sektorius (gamybos, paslaugų ir prekybos), matome, jog didžioji dalis, net 62,5 % visų Lietuvos socialiai atsakingų įmonių, priklauso paslaugų sektoriui. Kiek mažesnę dalį užima gamybos sektorius – 28,4 %. Likusi dalis (9,6%) Lietuvos socialiai atsakingų įmonių priklauso prekybos sektoriui (žr. 19 pav.).

4.2.2. Įmonių socialinė atskaitomybė ir pažangos ataskaitos

Socialinės atsakomybės ataskaitos pasauliniu mastu pradėtos rengti prieš gerus du dešimtmečius. Socialinės atsakomybės ataskaitos daugelyje šalių pateikiamos savanoriškai, įstatymiškai privaloma jas pateikti tik Danijoje, Švedijoje, Prancūzijoje ir Didžiojoje Britanijoje. Šiais laikais vis labiau įsitikinama, jog reguliari socialinių atsakomybės ataskaitų viešas publikavimas suteikia akivaizdžios finansinės naudos. Galima pastebėti, kad šalyse, kur socialinės atsakomybės ataskaitų pateikimas neprivalomas ir įstatymiškai nereglamentuojamas, įmonės vis tiek jas viešai skelbia. Galima daryti išvadą, jog įmonių socialinės pažangos ataskaitų paskelbimas teikia teigiamą naudą įmonių veiklos rezultatams. Lietuvoje, Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo įmonių tinklo mastu, pastebimas įmonių skelbiančių ataskaitas didėjimas ir skelbiamų ataskaitų detalumas (žr. 20 pav.).



20 pav. Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo įmonės 2008–2012 m. laikotarpiu pateikiančios socialinės atsakomybės ataskaitas

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis Lietuvos socialinės apsaugos ir darbo ministerijos duomenimis (2010) ir Pasaulinio susitarimo pasaulinio tinklo Lietuvos įmonių sąrašais.

V. Vogulytės ir V. Gudonienės (2007) teigimu, viešai pateikiama informacija apie įmonės socialinę atsakomybę padeda suformuoti tikslinių auditorijų – visuomenės, valdžios institucijų, įvairių poveikio grupių, nevyriausybinių organizacijų ir darbuotojų pasitikėjimą, todėl komunikacija dažnai yra pagrindas ĮSA dilemose (Vogulytė; Gudonienė 2007).

Šiuo metu egzistuoja socialinės atsakomybės ataskaitos forma, kuria gali naudotis Lietuvos įmonės – nacionalinio atsakingo verslo įmonių tinklo ir JT Pasaulinio susitarimo narės, rengdamos ir skelbdamos savo ĮSA ataskaitas pagal JT Pasaulinio susitarimo reikalavimus. Taip pat įmonės, pateikdamos socialinės atsakomybės ataskaitas, turi galimybę dalintis patirtimi, planuoti ĮSA veiklas ir stebėti Pasaulinio susitarimo principų įgyvendinimo pažangą (Įmonių socialinės atsakomybės gairės vertybinių popierių biržoje listinguojamoms įmonėms. Metodinė priemonė ĮSA atskaitomybei gerinti 2012).

Socialinės atsakomybės pažangos ataskaitų rengimas yra ganėtinai kruopštus procesas, kuris apima keletą būtinų akcentų (Gruževskis *et al.* 2006):

- Prioritetus ir tikslines grupes. Skirtingiems prioritetams ar tikslinėms grupėms reikia skirtingų ataskaitų;
- Patikimumą ataskaitoje. Norint sukurti patikimumą ataskaitoje reikėtų paminėti ne tik

sėkmingą praktiką, bet ir problemas bei nesėkmes;

- Ataskaitos naudojimą ir tikrinimą. Reikia apsispręsti, ar ataskaita skirta vidiniam naudojimui, ar pateikiama išoriniam patikrinimui;
- Darbo gerinimą ir pažangą. Kad būtų matoma pažanga ir darbo gerinimas per tam tikrą laiko tarpą reikalingi kruopščiai paruošti matavimo instrumentai, statistika, standartai ir t.t.

Ruošiant ir pateikiant socialinės atsakomybės ataskaitas, būtina išskirti pagrindinius parametrus, siekiant tinkamai įvertinti ĮSA veiklą:

- Rinka;
- Darbo vietos;
- Visuomenė (bendruomenė);
- Aplinkosauga.

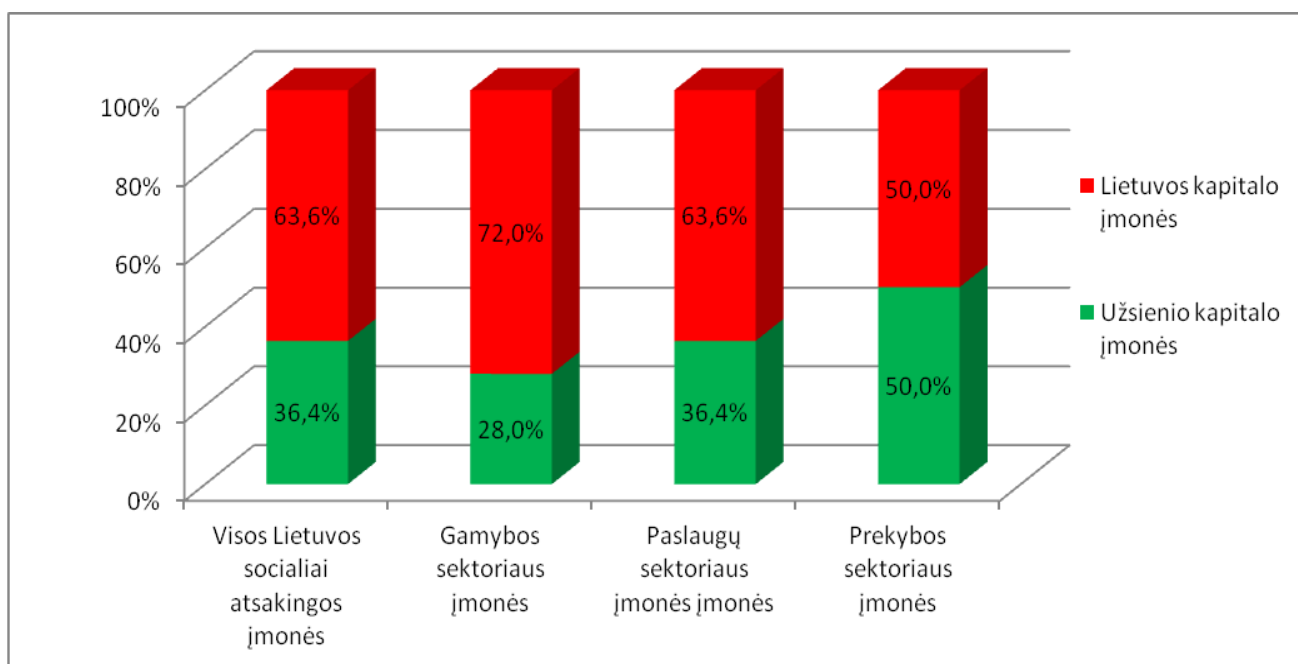
Gruževskio ir kitų autorių teigimu, remiantis šiais parametrais ir yra išvystomos ĮSA strategijos, konkretizuojant ir adaptuojant jų vadybą konkrečiomis sąlygoms (Gruževskis *et al.* 2006). Tuo norima pasakyti, jog šiais esminiais parametrais patariama remtis rengiant ir pateikiant socialinės atsakomybės pažangos ataskaitas siekiant teisingai įvertinti ĮSA veiklą.

Lietuvoje kasmet daugėja įmonių, pateikiančių socialinės atsakomybės ataskaitas įvairiuose verslo sektoriuose, kaip ir apskritai socialiai atsakingų įmonių. 2008–2012 m. laikotarpiu pastebimas akivaizdus socialiniai atsakingų įmonių gausėjimas (žr. 20 pav.). 2008 m. Lietuvos nacionalinį atsakingo verslo tinklą sudarė 48 verslo įmonės, o jau 2012 m. spalį buvo įregistruotos 88 verslo įmonės ir fiksuojamas 45,5 % padidėjimas. Per penkerius metus socialiai atsakingų įmonių padaugėjo beveik dvigubai. 2012 m. spalio mėnesį iš visų socialiai atsakingų įmonių 37 verslo įmonės teikė socialinės atsakomybės ataskaitas. Tai sudaro 42 % visų socialiai atsakingų įmonių Lietuvoje ir 0,044 % visų Lietuvoje veikiančių ūkio subjektų, kurių 2012 m. buvo 83624 (Lietuvos statistikos departamentas 2012g).

Atskiruose verslo sektoriuose pastebimas tolygus socialinės atsakomybės ataskaitų paskelbimo skaičius didėjimas. Šių metų spalio mėnesį, daugiausiai socialinės atsakomybės ataskaitas skelbė paslaugų sektoriaus įmonės, kiek mažiau gamybos ir mažiausiai prekybos sektoriaus įmonės, atitinkamai 22, 12 ir 3 (žr. 20 pav.). Galima tikėtis, jog ateityje ĮSA ataskaitų skaičius nenustos augti ir kasmet vis didės.

4.2.3. Lietuvos socialiai atsakingų įmonių pasiskirstymas pagal kapitalą

Analizuojant Lietuvoje veikiančių socialiai atsakingų įmonių pasiskirstymą pagal įmonių kapitalą galima pastebėti, jog nepaisant to, kad užsienyje ir ypač vakarų šalyse socialiai atsakingas verslas yra daug labiau pažengęs, Lietuvos kapitalo socialiai atsakingų įmonių visuose veiklos sektoriuose (gamybos, paslaugų, prekybos) yra tiek pat arba daugiau nei užsienio kapitalo socialiai atsakingų įmonių. Lietuvos socialiai atsakingų įmonių procentinis pasiskirstymas pateiktas 15 paveiksle, iš kurio matyti, jog iš visų 88 Lietuvos socialiai atsakingų verslo įmonių 56 yra Lietuvos kapitalo ir 32 užsienio kapitalo įmonės, kurios sudaro atitinkamai 63,6 % ir 36,4% (žr. 21 pav.).



21 pav. 2012 m. Lietuvos socialiai atsakingų įmonių procentinis pasiskirstymas pagal kapitalą

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis Lietuvos socialinės apsaugos ir darbo ministerijos duomenimis (2010) ir Pasaulinio susitarimo pasaulinio tinklo narių sąrašais.

2010 m. Lietuvoje ekonominę veiklą vykdė 2811 užsienio kapitalo nefinansinės įmonės, kurios sudarė apie 2% visų šalies nefinansinių įmonių. Palyginti su 2009 m., užsienio kontroliuojamų įmonių skaičius padidėjo 1,6 %. Daugiausia Lietuvos įmonių kontroliavo Vokietijos (12 %), Latvijos ir Estijos (po 8 %), Danijos ir Švedijos (po 7 %), Norvegijos ir Suomijos (po 6 %), JAV ir Nyderlandų (po 5 %), Lenkijos, Rusijos, Jungtinės Karalystės (po 4 %) investuotojai. 2010 m. dauguma užsienio kapitalo įmonių užsiėmė prekyba (37 %), apdirbamąja gamyba (15 %), profesine, moksline ir technine veikla (11 %). (Lietuvos statistikos departamentas 2010h).

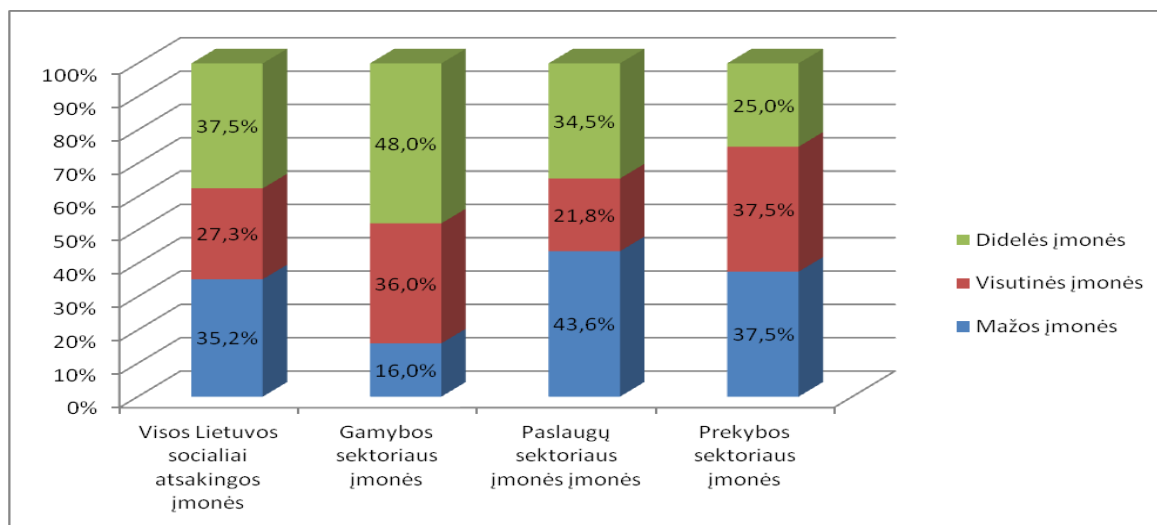
4.2.4. Lietuvos socialiai atsakingų įmonių pasiskirstymas pagal dydį.

Visuomenėje labai dažnai girdima, jog ĮSA veikla užsiima tik stambios ir pasiekusios aukštus finansinius rezultatus verslo įmonės ir suvokiama, jog ĮSA koncepcijos diegimas verslo įmonėse yra „prabanga“. Tačiau socialinės atsakomybės praktika rodo, jog ĮSA veiklos koncepcija egzistuoja ir tarp smulkių ir vidutinių įmonių. Išanalizavus Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo įmones paaiškėjo, jog ĮSA iniciatyvas diegia tiek stambios, vidutinės, tiek ir smulkios verslo įmonės.

Visos verslo įmonės yra klasifikuojamos pagal dydį priklausomai nuo jose dirbančių darbuotojų skaičiaus. Įmonių klasifikavimas pagal dydį yra konkrečiai apibrėžtas, kurį Lietuvos įstatymai reglamentuoja sekančiai (Banys *et al.* 2004):

- Mažos įmonės, tai įmonės, kurių darbuotojų skaičius yra ne didesnis nei 50 žmonių, ir metinės pajamos (apyvarta) neviršija 7 mln. Litų.
- Vidutinės įmonės, tai įmonės, kurių darbuotojų skaičius intervalas yra nuo 50 iki 250 žmonių, ir metinės pajamos (apyvarta) neviršija 24 mln. litų.
- Didelės įmonės, tai įmonės, kurių darbuotojų skaičius yra didesnis nei 250 žmonių.

Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklą 2012 m. spalio mėnesį sudarė 88 socialiai atsakingos verslo įmonės, iš kurių 37,5 % yra didelės įmonės, vidutinės įmonės sudaro 27,3 %, mažos socialiai atsakingos įmonės arba mikroįmonės sudaro 35,2 %, (žr. 22 pav.).



22 pav. Lietuvos socialiai atsakingų įmonių procentinis pasiskirstymas pagal darbuotojų skaičių

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis Lietuvos socialinės apsaugos ir darbo ministerijos duomenimis (2010) ir Pasaulinio susitarimo pasaulinio tinklo narių sąrašais (2012).

Iš pateiktos diagramos matyti, jog didžiąją dalį Lietuvos socialiai atsakingų įmonių sudaro didelės įmonės, tačiau pastebimas spartus vidutinių ir mažų įmonių įsitraukimas į socialiai atsakingą veiklą, todėl skirtumas nėra didelis. Galima teigti, kad didelės įmonės suvokia, jog investavimas į socialinę atsakomybę yra teigiamas veiksnys siekiant geresnių veiklos rezultatų kartu išlaikant ar padidinant užimamos rinkos dalį. Minėtas teigiamas veiksnys dar aktualesnis vidutinėms ir mažoms įmonėms, kurioms augimas, gerėjantys verslo rezultatai kartu ir kovojimas dėl rinkos dalies yra gyvybiškai svarbus.

Įmonių pasiskirstymas pagal dydį skirtinguose veiklos sektoriuose taip pat nėra vienodas. Gamybės sektoriuje vyrauja didelės įmonės, kurios sudaro 48 %, 36 % sudaro vidutinės ir 16 % sudaro mažos įmonės. Paslaugų ir prekybos sektoriuose įmonių pasiskirstymas pagal dydį išlieka panašus kaip ir bendrajame Lietuvos socialiai atsakingų įmonių pasiskirstyme.

Galime daryti prielaidą, kad didžiąją dalį socialiai atsakingų įmonių sudaro didelės įmonės, nes jos generuoja didesnes pajamas, nuo kurių didesnę sumą gali skirti socialinei atsakomybei. Dar viena didelių įmonių varomoji jėga skirti papildomas lėšas socialinei atsakomybei galėtų būti ta, jog didelės įmonės labiau pastebimos ir atpažįstamos visuomenėje, kurių socialinės atsakomybės veiksmai labiau viešinami ir į kuriuos teigiamai atsižvelgia suinteresuotosios šalys. Tai suteikia papildomą reputacijos ir įvaizdžio kilimą verslo sektoriuje, kuris teigiamai veikia veiklos rezultatus.

5. SOCIALINĖS ATSAKOMYBĖS IR VERSLO REZULTATŲ PRIKLAUSOMYBĖ

Įmonių socialinės atsakomybės ir verslo rezultatų priklausomybės ištyrimo lygis Lietuvoje nėra didelis. Galbūt taip yra todėl, kad socialinė atsakomybė praktiškai yra sunkiai apčiuopiama ir įvertinama. Taip pat pastebimas didelis skelbiamos informacijos, susijusios su socialiai atsakinga veikla, trūkumas. Įmonių socialinės atsakomybės ir verslo rezultatų priklausomybė yra aktuali šių dienų tema, kuri gali padėti įmonių vadovams apsispręsti imtis socialiai atsakingos veiklos.

5.1. Lietuvos socialiai atsakingų įmonių palyginimas pagal pelningumo rodiklius

Siekiant įvertinti socialinės atsakomybės ir verslo rezultatų priklausomybę, naudinga atlikti Vilniaus vertybinių popierių biržoje listinguojamų įmonių pelningumo rodiklių analizę, lyginant socialiai atsakingų įmonių finansinius rodiklius su joms bendrų sektorių finansiniais rodikliais. Šiuo metu minėtoje biržoje tiek Oficialiajame tiek ir Papildomame prekybos sąrašuose iš viso yra listinguojamos 33 akcinės bendrovės (Listinguojamų Vilniaus biržoje Lietuvos įmonių sąrašas 2012).

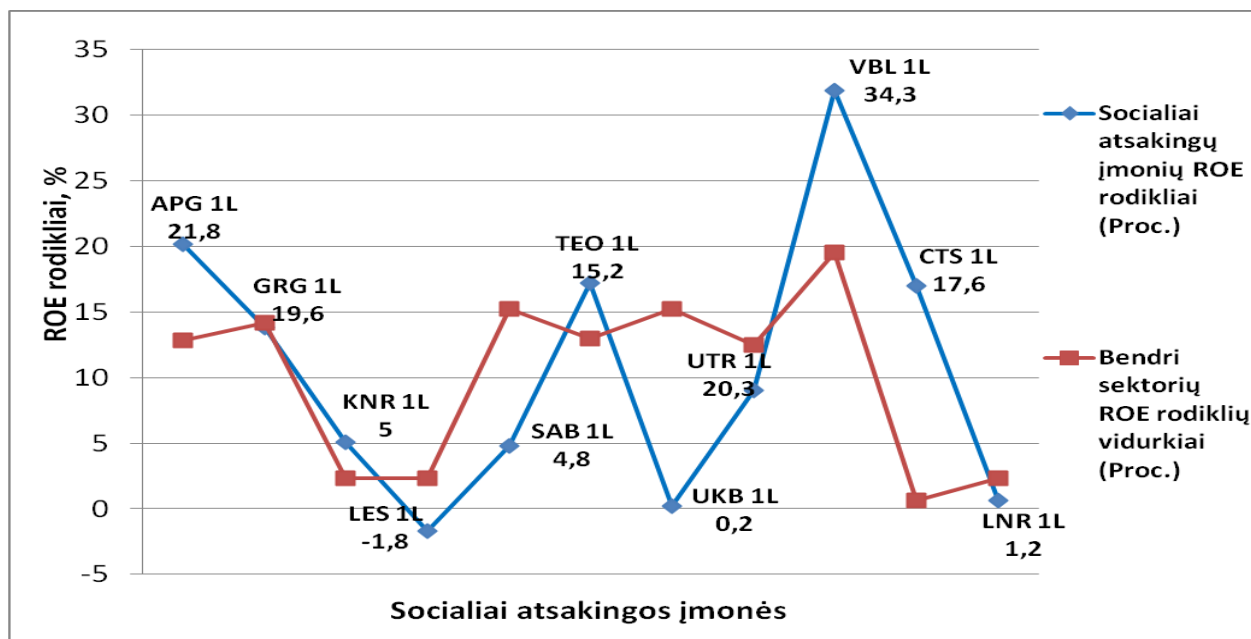
Analizei pasirinkti keturi universalūs santykiniai finansiniai pelningumo rodikliai: nuosavybės grąžos – ROE, turto grąžos – ROA, grynojo ir bendrojo pelningumo (žr. 2.1. poskyrį). Šiame darbe naudojami keturi minėti rodikliai, nes kiekvienas jų naudojamas atskirai turi savo trūkumų ir neapibrėžtumų. Kadangi lyginamos skirtinguose sektoriuose veikiančias įmonės, siekiant eliminuoti sezoniškumo poveikį įmonių rezultatams, naudojami metiniai įmonių finansiniai duomenys, t.y. pastarųjų 2011 m. finansinių metų duomenys. Iš vių 33 listinguojamų Lietuvos įmonių 11 yra socialiai atsakingos, kurių Vilniaus biržoje naudojami sutrumpinimai yra tokie:

10 lentelė. Listinguojamos socialiai atsakingos įmonės

Nr.	Įmonė	Nr.	Įmonė
1.	APG 1L – AB „Apranga“	7.	UKB 1L – AB „Ūkio bankas“
2.	GRG 1L – AB „Grigiškės“	8.	UTR 1L – AB „Utenos trikotažas“
3.	KNR 1L – AB „Kauno energija“	9.	VBL 1L – AB „Vilniaus baldai“
4.	LES 1L – AB „LESTO“	10.	CTS 1L – AB „City service“
5.	SAB 1L – AB „Šiaulių bankas“	11.	LNR 1R – AB „Lietuvos energija“
6.	TEO 1L – AB „TEO LT“		

Pastaba: sudaryta autoriaus.

Analizuojant Lietuvos Vilniaus biržoje listinguojamų socialiai atsakingų įmonių nuosavybės gražos finansinių rodiklių ROE diagramą pastebime, kad labiausiai nuo sektoriaus ROE reikšmių vidurkių į neigiamą pusę yra nutolusios bankininkystės sektoriaus socialiai atsakingos įmonės: AB „Ūkio bankas“ ir AB „Šiaulių bankas“ (žr. 23 pav.).



23 pav. Listinguojamų socialiai atsakingų įmonių 2011 m. nuosavybės gražos finansiniai rodikliai (ROE) ir jų palyginimas pagal bendrus sektorių rodiklių vidurkius

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis 11 listinguojamų Lietuvos socialiai atsakingų įmonių AB „Kauno energija“, AB „Lietuvos energija“, AB „TEO LT“, AB „Utenos trikotažas“, AB „City service“, AB „Grigiškės“, AB „Šiaulių bankas“, AB „Apranga“, AB „Ūkio bankas“, AB „Vilniaus baldai“, AB „LESTO“ finansinėmis ataskaitomis (2011), Lietuvos statistikos departamento duomenimis: 2011 m. įmonių pelningumo ir statistiniai rodikliai pagal ekonominės veiklos rūšis (2012) ir Lietuvos banko duomenimis (2012).

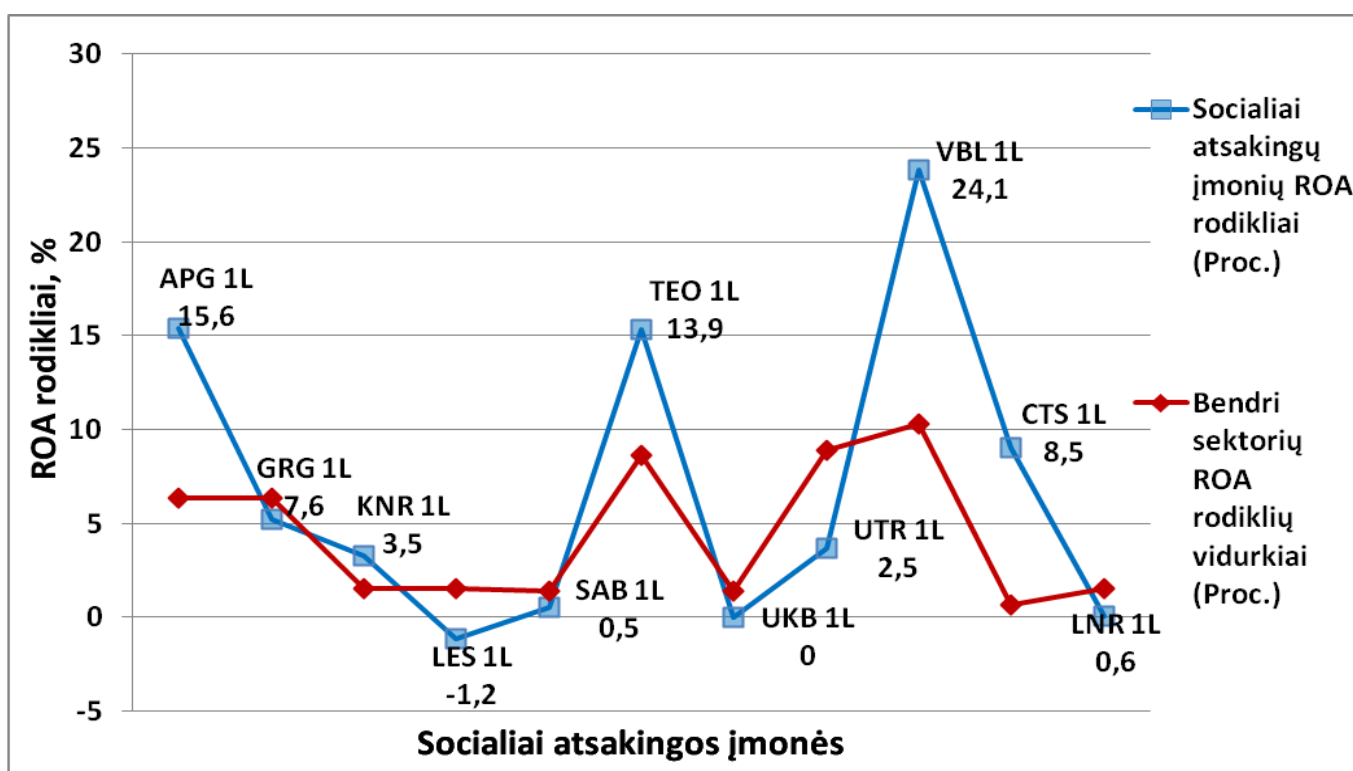
Kitos socialiai atsakingos įmonės, kurių ROE rodikliai yra nežymiai žemesni ar didesni už atitinkamo sektoriaus įmonių ROE rodiklių vidurkį yra AB „LESTO“, AB „Utenos trikotažas“, AB „Lietuvos energija“ ir kt. (žr. 23 pav.). Dažnai valstybės valdomos įmonės finansinių analitikų apžvalgose yra minimos kaip neefektyviai valdomos įmonės, šiuo atveju AB „LESTO“ ir AB „Lietuvos energija“ ROE finansiniai rodikliai tai tik patvirtina.

Didžiausia teigiama ROE reikšmė pasižymi AB „Vilniaus baldai“ (ROE reikšmė net 34,3 %), kuriai sėkmingai pavyko įsitvirtinti ir toliau pavyksta didinti užimamos rinkos dalį eksporto rinkose (didžioji dalis AB „Vilniaus baldai“ pagaminamos produkcijos yra eksportuojama). Anksčiau šiame darbe buvo minėta, kad socialiai atsakingo verslo koncepcija ir yra daug labiau propaguojama ir vertinama būtent užsienio, o ypač vakarų šalyse. Galima daryti prielaidą, kad sėkmingą AB „Vilniaus

baldai“ veiklą eksporto rinkose nulėmė ir įmonės turimo socialiai atsakingos įmonės statusas, kuris padeda formuoti teigiamą įmonės įvaizdį užsienyje.

Galima daryti prielaidą, jog šių socialiai atsakingų įmonių finansiniai rodikliai ateityje tik gerės, kadangi investavimas į socialinę atsakomybę dažniausiai atsiperka ilguoju laikotarpiu.

Anlaizuojant Lietuvos Vilniaus biržoje listinguojamų socialiai atsakingų įmonių turto grąžos finansinių rodiklių ROA diagramą pastebime, kad rodikliai išsidėstę panašiai kaip ir žemiau esančioje ROE rodiklių diagramoje. Šioje diagramoje labiausiai nuo vidutinių atitinkamo sektoriaus ROA reikšmių yra nutolusi AB „LESTO“ (– 1,2 %). AB „Vilniaus baldai“ ROA rodiklio reikšmė (+ 24,1 %) yra labiausiai nutolusi į teigiamą pusę nuo bendro sektoriaus įmonių vidurkio (žr. 24 pav.).

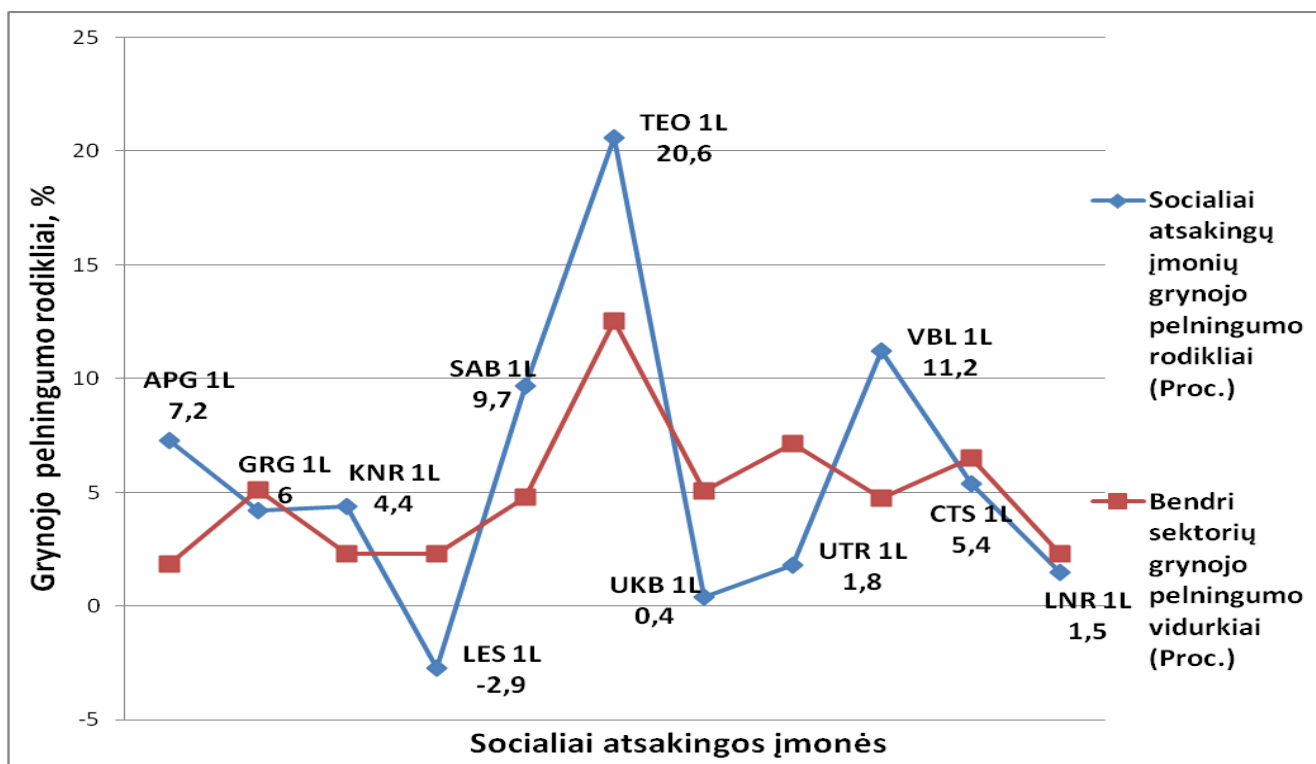


24 pav. Listinguojamų socialiai atsakingų įmonių 2011 m. turto grąžos (ROA) finansiniai rodikliai ir jų palyginimas pagal bendrus sektorių rodiklių vidurkius

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis 11 listinguojamų Lietuvos socialiai atsakingų įmonių AB „Kauno energija“, AB „Lietuvos energija“, AB „TEO LT“, AB „Utenos trikotažas“, AB „City service“, AB „Grigiškės“, AB „Šiaulių bankas“, AB „Apranga“, AB „Ūkio bankas“, AB „Vilniaus baldai“, AB „LESTO“ finansinėmis ataskaitomis (2011), Lietuvos statistikos departamento duomenimis: 2011 m. įmonių pelningumo ir statistiniai rodikliai pagal ekonominės veiklos rūšis (2012) ir Lietuvos banko duomenimis (2012).

Anlaizuojant Lietuvos Vilniaus biržoje listinguojamų socialiai atsakingų įmonių grynojo pelningumo finansinių rodiklių diagramą pastebime, kad labiausiai išsiskiria su teigiamais ir didesniais

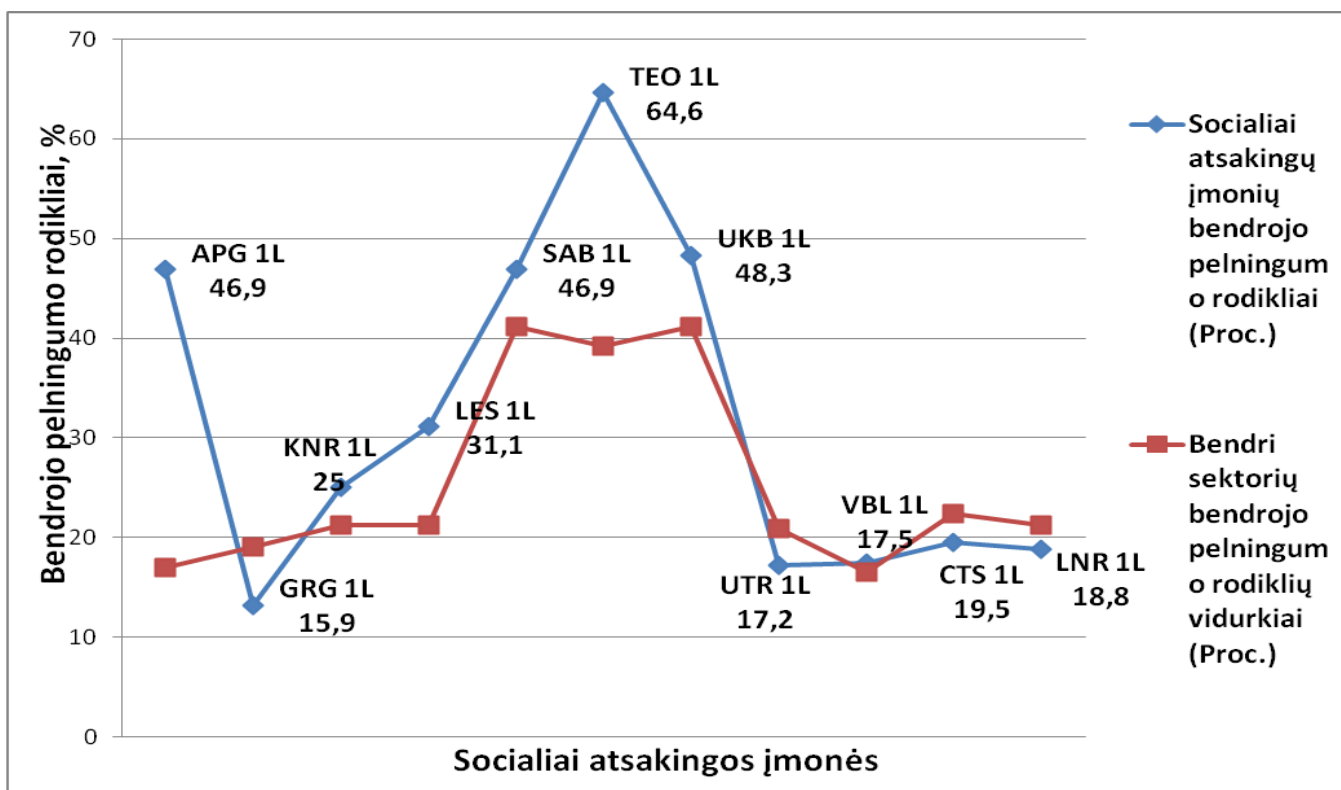
už atitinkamų sektorių įmonių pelningumo rodiklių vidurkius išsiskiria AB „TEO“ (20,6 %), AB „Apranga“ (7,2 %) ir AB „Vilniaus baldai“ (11,2 %) (žr. 25pav.).



25 pav. Listinguojamų socialiai atsakingų įmonių 2011 m. grynojo pelningumo finansiniai rodikliai ir jų palyginimas pagal bendrus sektorių rodiklių vidurkius

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis 11 listinguojamų Lietuvos socialiai atsakingų įmonių AB „Kauno energija“, AB „Lietuvos energija“, AB „TEO LT“, AB „Utenos trikotažas“, AB „City service“, AB „Grigiškės“, AB „Šiaulių bankas“, AB „Apranga“, AB „Ūkio bankas“, AB „Vilniaus baldai“, AB „LESTO“ finansinėmis ataskaitomis (2011), Lietuvos statistikos departamento duomenimis: 2011 m. įmonių pelningumo ir statistiniai rodikliai pagal ekonominės veiklos rūšis (2012) ir Lietuvos banko duomenimis (2012).

Iš bendrojo pelningumo rodiklių diagramos matyti, kad aukščiausius bendrojo pelningumo rodiklius, lyginant su atitinkamų bendrų įmonių sektorių vidurkiais, yra pasiekusios socialiai atsakingos įmonės AB „TEO“ (20,6 %) ir AB „Apranga“ (7,2 %) (žr. 26 pav.).



26 pav. Listinguojamų socialiai atsakingų įmonių 2011 m. bendrojo pelningumo finansiniai rodikliai ir jų palyginimas pagal bendrus sektorių rodiklių vidurkius

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis 11 listinguojamų Lietuvos socialiai atsakingų įmonių AB „Kauno energija“, AB „Lietuvos energija“, AB „TEO LT“, AB „Utenos trikotažas“, AB „City service“, AB „Grigiškės“, AB „Šiaulių bankas“, AB „Apranga“, AB „Ūkio bankas“, AB „Vilniaus baldai“, AB „LESTO“ finansinėmis ataskaitomis (2011), Lietuvos statistikos departamento duomenimis: 2011 m. įmonių pelningumo ir statistiniai rodikliai pagal ekonominės veiklos rūšis (2012) ir Lietuvos banko duomenimis (2012).

Listinguojamų socialiai atsakingų įmonių finansinių rodiklių pagal bendrus sektorių rodiklių vidurkių palyginimas parodė, kad socialiai atsakingų įmonių finansiniai rodikliai nedaug skiriasi nuo bendrų sektorių rodiklių vidurkių ir varijuoja netoli sektorių vidurkių reikšmių. Visuose keturiuose palyginimų paveiksluose išsiskiria kelios įmonės su ypač gerais finansiniais rodikliais (AB „Vilniaus baldai“, AB „TEO LT“, AB „Apranga“ ir kt.). Taip pat skirtingų sektorių įmonės pasižymi skirtingais rodiklių intervalais.

5.2. Socialiai atsakingų gamybos sektoriaus įmonių pelningumo rodiklių dinamika

Siekiant įvertinti, kaip įmonių veiklos rezultatus lemia socialiai atsakinga veikla, naudinga paanalizuoti įmonių veiklos rezultatus prieš tariant ir oficialiai tapus socialiai atsakinga įmone.

Socialiai atsakingų įmonių pelningumo rodikliai lyginami su konkrečių sektorių vidurkiais. Šiam palyginimui naudojami du pagrindiniai įmonių finansiniai pelningumo rodikliai: nuosavybės grąža – ROE, turto grąža – ROA. Šiuo metu Lietuvos gamybos sektoriaus, socialiai atsakingos ir listinguojamos Vilniaus vertybinių popierių biržoje įmonės yra AB „Lietuvos energija“, AB „Vilniaus baldai“, AB „Utenos trikotažas“, AB „Kauno energija“ ir AB „Grigiškės“. AB „Lifosa“ buvo biržoje listinguojama įmonė iki 2012 m., todėl ji taip pat priskiriama prie listinguojamų įmonių sąrašo. Žemiau pateiktoje lentelėje yra nurodytos minėtų įmonių prisijungimo prie JT Pasaulinio susitarimo datos (žr. 11 lentelę). Kadangi AB „Lietuvos energija“ tapo socialiai atsakinga įmone tik 2012 metų gegužės mėnesį, todėl jos finansiniai rodikliai neanalizuojami.

11 lentelė. Listinguojamos gamybos sektoriaus socialiai atsakingos įmonės

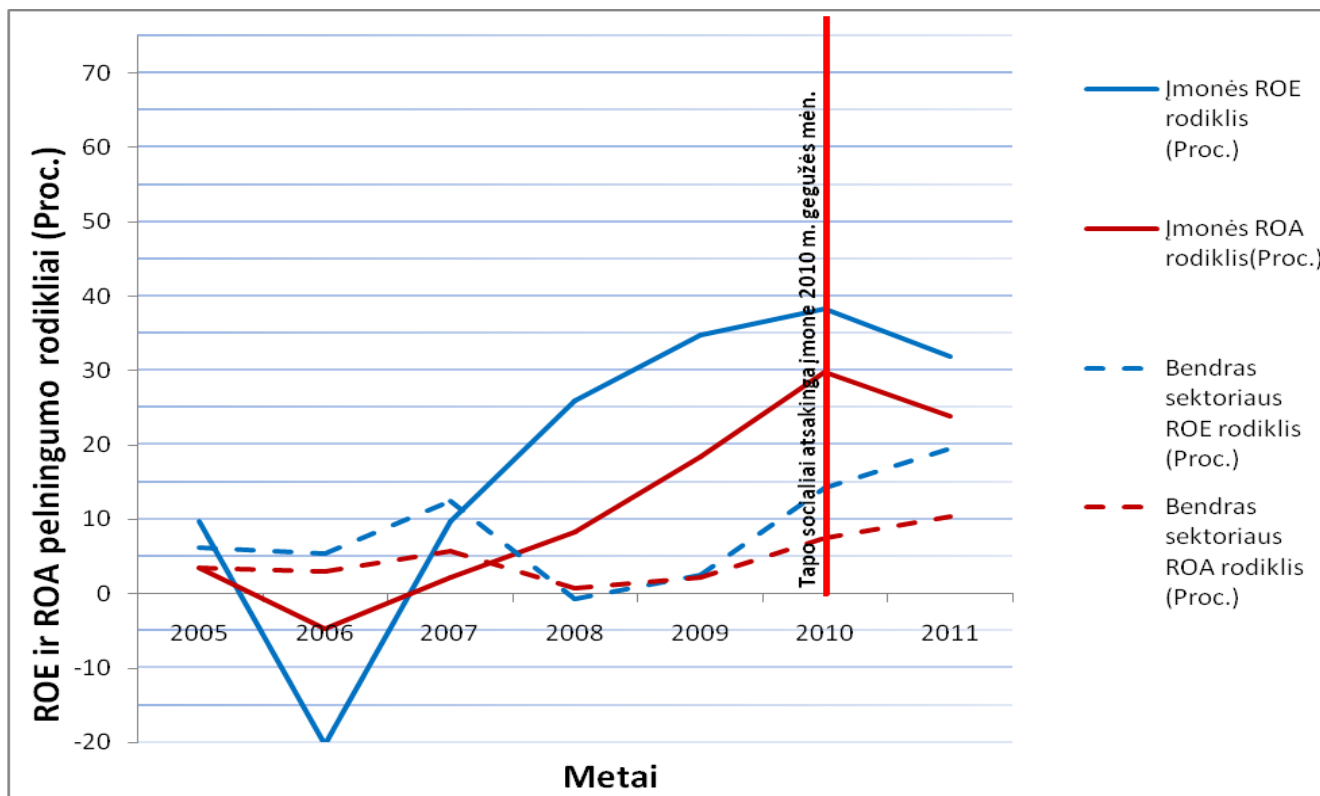
Gamybos sektoriaus įmonė	Prisijungimo prie JT Pasaulinio susitarimo data
AB „Vilniaus baldai“	2010/05/02
AB „Kauno energija“	2005/08/15
AB „Utenos trikotažas“	2006/12/21
AB „Lifosa“	2005/06/02
AB „Grigiškės“	2011/09/01
AB „Lietuvos energija“	2012/05/23

Pastaba: sudaryta autoriaus.

AB „Vilniaus baldai“. AB „Vilniaus baldai“ savo istoriją skaičiuoja nuo 1883 metų, 1993 m. įmonė įregistravo akcinės bendrovės statusą. Bendrovė, kurioje šiuo metu dirba apie 430 darbuotojų, gamina korpusinius baldus. Didžioji dalis produkcijos yra eksportuojama. Nuo 2001 metų sėkmingai dirba pagal sertifikuotą kokybės vadybos sistemą, atitinkančią standarto ISO 9001 reikalavimus. 2003 metais bendrovėje įdiegta aplinkos vadybos sistema pagal LST EN ISO 14001:2005 standarto reikalavimus. Siekdama kurti tvarų ir ilgalaikį verslą bendrovė siekia pati ir skatina savo verslo partnerius veikti atsakingai: nedaryti žalos aplinkai, bendruomenei, kitiems verslams ir bendromis pastangomis su JT, valdžios institucijomis ir nevyriausybinėmis organizacijomis dalyvauti socialinių ir aplinkos apsaugos problemų sprendime, prisidėti prie visuomenės raidos ir ekonomikos augimo. Nuo 2010 m. gegužės mėn. išreiškę savo norą dalyvauti JT Pasauliniame susitarime už atsakingą verslą, bendrovė parėmė 10 principų dėl žmogaus teisių, darbuotojų teisių, aplinkos apsaugos ir kovos su korupcija ir įgyjo socialiai atsakingos įmonės statusą (Informacija apie AB „Vilniaus baldai“ veiklą 2012).

Kaip galima pastebėti iš aukščiau esančio finansinių rodiklių dinamikos grafiko (žr. 27 pav.), AB „Vilniaus baldai“ abu nagrinėjami ROE ir ROA finansiniai rodikliai yra aukščiau sektoriaus

vidurkių reikšmių nuo 2008 metų. Oficialiai tapus socialiai atsakinga įmone, nagrinėjami finansiniai rodikliai kiek sumažėjo. Žinant, kad socialiai atsakinga veikla atsiperka ilgame laikotarpiu, galima tikėtis, kad finansiniai rodikliai ateityje bus geresni. Žinoma, tapimas socialiai atsakinga įmone nėra greitas procesas, priešingai, jis vyksta keletą metų, etapais. Todėl galima daryti prielaidą, kad AB „Vilniaus baldai“ finansinių rodiklių geresnės nei sektoriaus vidutinės reikšmės iki oficialiai tampa socialiai atsakinga įmone lėmė pačio socialiai atsakingos įmonės tapimo proceso.



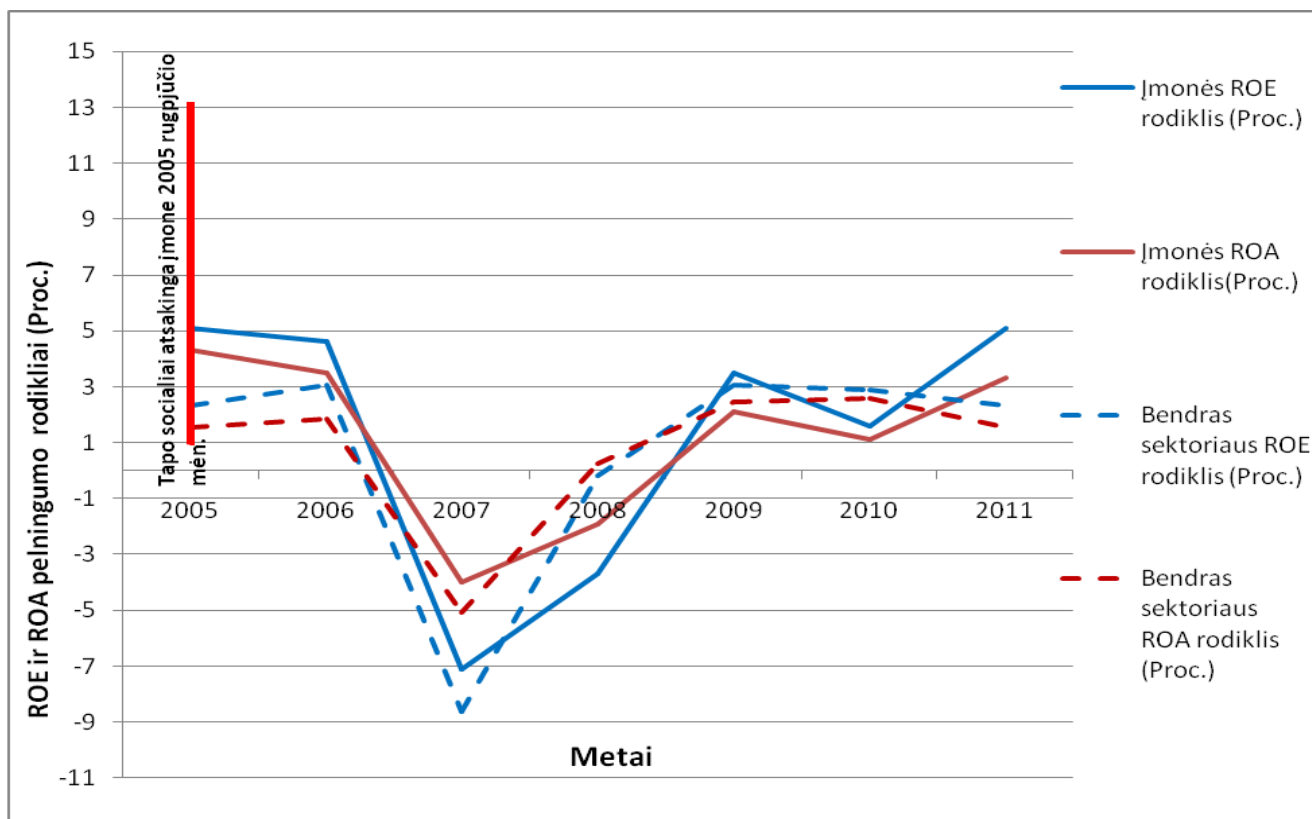
27 pav. AB „Vilniaus baldai“ pagrindiniai finansiniai rodikliai 2005–2011 m. laikotarpiu

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis AB „Vilniaus baldai“ finansinėmis ataskaitomis.

AB „Kauno energija“. Bendrovė įregistruota 1997 m. rugpjūčio 22 d. Tai valstybės valdoma įmonė, kurios veikla apima šilumos, elektros energijos gamybą, tiekimą, šilumos ir karšto vandens sistemų priežiūrą. Bendrovėje šiuo metu dirba apie 550 darbuotojų. Bendrovė nuo 2005 m. dirba ir gyvuoja vadovaudamasi socialiai atsakingos veiklos principais ir yra Pasaulinio susitarimo narė (Informacija apie AB „Kauno energija“ veiklą 2012).

Nagrinėjant AB „Kauno energija“ finansinius rezultatus tapus socialiai atsakinga įmone pastebime, kad pirmaisiais metais po įstojimo nežymiai blogėjo ROE ir ROA finansiniai rodikliai, tačiau jie varijuoja panašiai kaip ir sektoriaus vidurkio rodikliai. 2011 m. abu ROE ir ROA rodikliai

buvo aukštesni už sektoriaus šių rodiklių vidurkių reikšmes. Dažnai valstybės valdomos įmonės finansinių analitikų apžvalgose yra minimos kaip neefektyviai valdomos įmonės, todėl AB „Kauno energija“ finansiniai pelningumo rodikliai nėra žymiai geresni už sektoriaus vidurkių reikšmes (žr. 28 pav.).



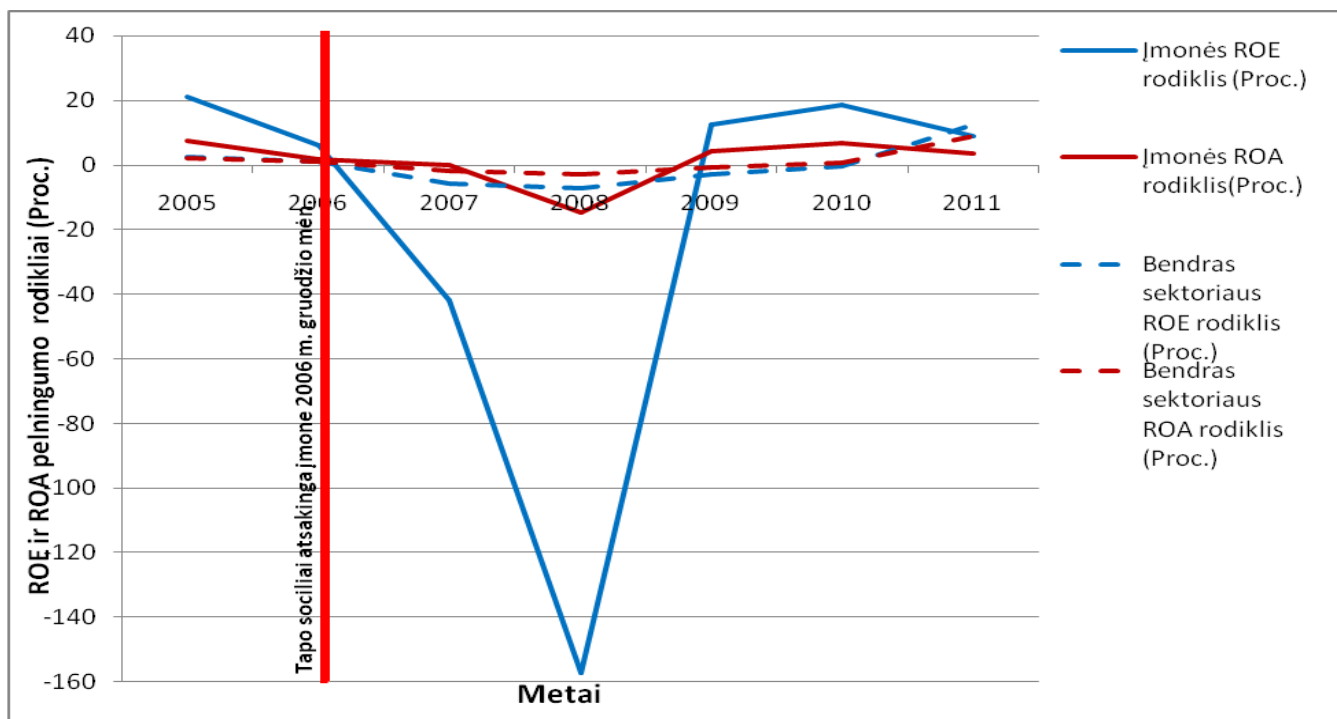
28 pav. AB „Kauno energija“ pagrindiniai finansiniai rodikliai 2005–2011 m. laikotarpiu

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis AB „Kauno energija“ finansinėmis ataskaitomis.

AB „Utenos trikotažas“. Bendrovė yra didžiausia tekstilės bendrovė ne tik Lietuvoje, bet Rytų ir Vidurio Europoje, įkurta 1967 m. liepos 25 d. Bendrovėje šiuo metu dirba apie 682 darbuotojų. Ji vykdo visą produkto gamybos ciklą nuo apatinių ir viršutinių trikotažinių drabužių siuvimo iki trikotažinės medžiagos mezgimo, dažymo. Bendrovė nuo 2006 m. yra socialiai atsakinga įmonė, kuri yra įsidiegusi ISO 14000 aplinkos apsaugos, ISO 9001 kokybės vadybos ir SA 8000 socialinės atsakomybės vadybos sistemas (Informacija apie AB „Utenos trikotažas“ veiklą 2012).

Analizuojant AB „Utenos trikotažas“ finansinių pelningumo rodiklių diagramą stebime, kad įmonės pelningumo rodikliai po tapimo socialiai atsakinga įmone iki pat 2011 metų, išskyrus 2008 metus, nelabai skiriasi nuo bendro sektoriaus vidurkių ir net keletą atvejų didesni už juos. Žinant, kad

įmonė didžiąją produkcijos dalį eksportuoja ir stebint itin suprastėjusių 2007–2008 m. rodiklių laikotarpį, galima daryti prielaidą, kad galbūt viena didžiausių priežasčių šių rodiklių prastėjimui buvo pasaulinė finansų krizė, kurios metu stipriai sumažėjo vartojimas, todėl tai galėjo nulemti ir AB „Utenos trikotažas“ produkcijos paklausos mažėjimą (žr. 29 pav.).

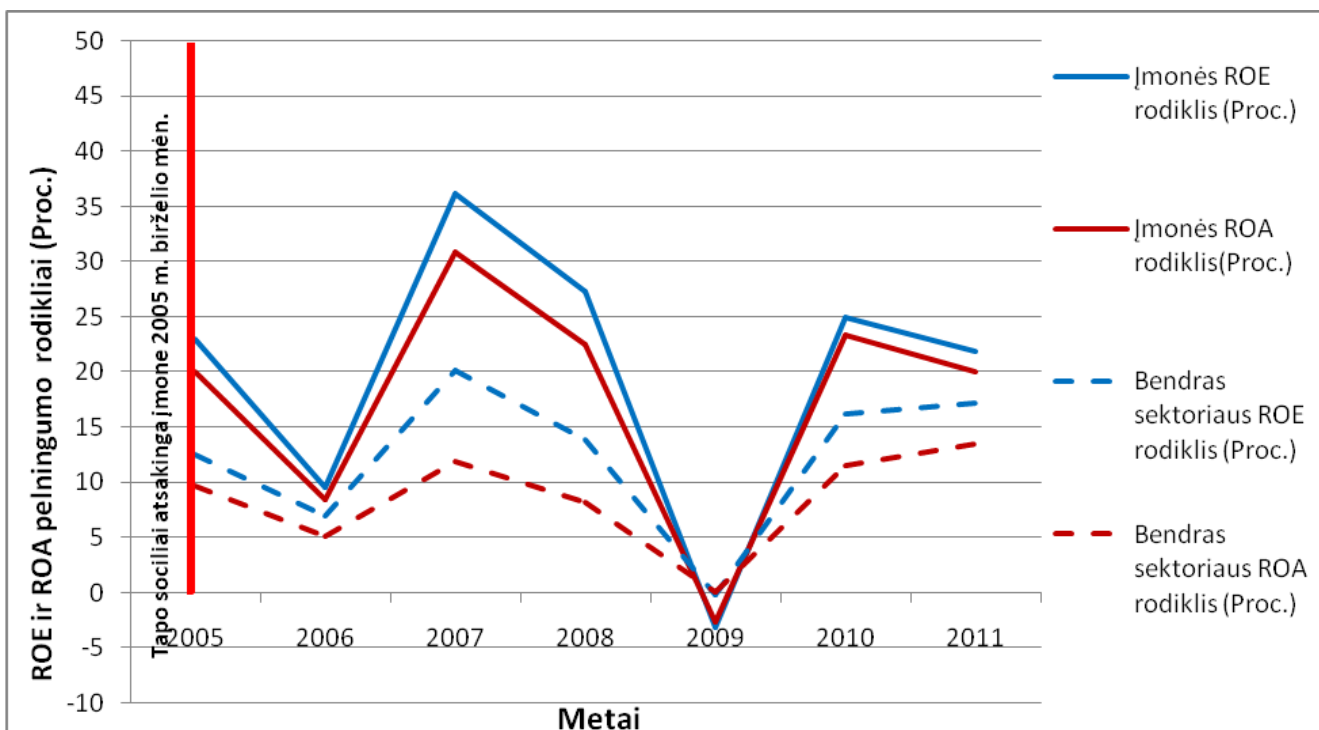


29 pav. AB „Utenos trikotažas“ pagrindiniai finansiniai rodikliai 2005–2011 m. laikotarpiu

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis AB „Utenos trikotažas“ finansinėmis ataskaitomis.

AB „Lifosa“. Bendrovė, įsikūrusi dar 1959 m. Kėdainiuose, užsiimanti aliuminio fluorida, monokalcio fosfato, fosforo rūgšties, diamonio fosfato ir sieros rūgšties gamyba. Bendrovėje šiuo metu dirba apie 972 darbuotojų. Nuo 2005 metų įmonė yra aktyvi socialiai atsakingo verslo asociacijos narė, yra įsidiegusi aplinkos apsaugos vadybos sistemą pagal ISO 14001:2004 standarto reikalavimus, kokybės vadybos sistemą pagal ISO 9001:2000 standarto reikalavimus (Informacija apie AB „Lifosa“ veiklą 2012).

Stebint AB „Lifosa“ finansinių rodiklių diagramą, galima matyti, kad po tapimo socialiai atsakinga įmone, įmonės pelningumo rodikliai beveik visą 2005–2011 m. laikotarpį buvo didesni už sektoriaus vidurkius (žr. 30 pav.). Tai atspindi gerą įmonės finansinę būklę, kurią kažkiek galėjo nulemti ir propaguojama socialiai atsakinga veikla.



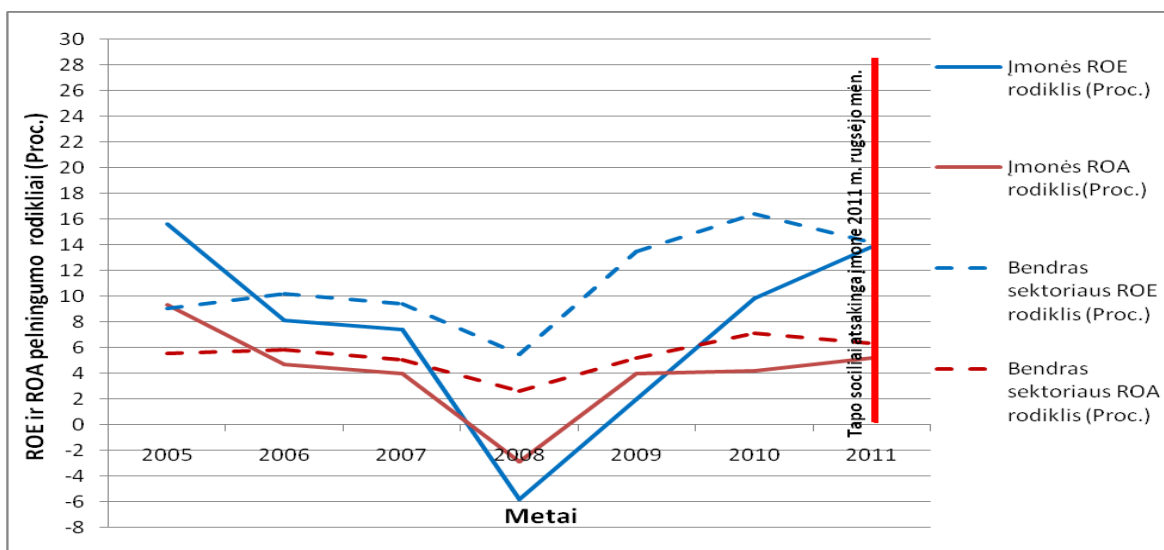
30 pav. AB „Lifosa“ pagrindiniai finansiniai rodikliai 2005–2011 m. laikotarpiu

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis AB „Lifosa“ finansinėmis ataskaitomis.

AB „Grigiskės“. Bendrovė, įsikūrusi 1823 metais, užsiima popierinių rankšluosčių, servetėlių, gofruotojo kartono ir iš jo pagamintų dėžių ir kitų popierinių gaminių gamyba. Bendrovėje šiuo metu dirba apie 290 darbuotojų. Bendrovė nuo 2011 m. dirba ir gyvuoja vadovaudamasi socialiai atsakingos veiklos principais ir yra Pasaulinio susitarimo narė (Informacija apie AB „Grigiskės“... 2012).

Tai pirmoji popieriaus įmonė Lietuvoje, gavusi kokybės vadybos sistemos ISO 9001 sertifikatą. Tai pat bendrovė yra įsidiegusi aplinkos apsaugos vadybos sistemą, atitinkančią ISO 14001 standarto reikalavimus (Informacija apie AB „Grigiskės“ veiklą 2012).

AB „Grigiskės“ socialiai ataskinga įmone tapo tik 2011 metų rugsėjo mėnesį, todėl galima palyginti tik vienerių metų finansinius pelningumo rodiklius su prieš tai buvusių metų finansiniais pelningumo rodikliais. 2011 metais lyginant su 2010 metais galima pastebėti, kad šie du analizuojami finansiniai rodikliai žymiai pagerėjo ir buvo vieni geriausių per visą 2005–2011 m. įmonės gyvavimo laikotarpį (žr. 31 pav.).



31 pav. AB „Grigiškės“ pagrindiniai finansiniai rodikliai 2005–2011 m. laikotarpiu

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis AB „Grigiškės“ finansinėmis ataskaitomis.

Analizuojant aukščiau nurodytų Lietuvos gamybos sektoriaus, socialiai atsakingų ir listinguojamų Vilniaus vertybinių popierių biržoje įmonių (AB „Lietuvos energija“, AB „Vilniaus baldai“, AB „Utenos trikotažas“, AB „Kauno energija“, AB „Grigiškės“ ir AB „Lifosa“) pateiktą informaciją, pastebimas vienas dėsningumas – visos nagrinėjamos įmonės tapo socialiai atsakingomis įmonėmis būdamos brandos gyvavimo ciklo stadijoje (žr. 8 pav).

Galima daryti prielaidą, kad pradžioje įmonėms įsikūrus ir aktyviai vykdančioms įmonės plėtrą, taip pat žinant, kad socialiai atsakingos veiklos išlaidų teigiama poveikis įmonės veiklos rezultatams yra sunkiai įvertinama, dažniausiai visos piniginių išlaidos yra griežtai skiriamos tik tai veiklai, kuri yra tiesiogiai susijusi su pagrindine įmonės veikla.

5.3. Gamybos sektoriaus įmonių socialinės atsakomybės ir verslo rezultatų priklausomybė

5.3.1. Koreliacinė regresinė analizė

Daugelyje praktinių uždavinių, kur naudojami vykstančių procesų kiekybiniai rodikliai, svarbu, kaip jie veikia vieni kitus. Tarp kintamųjų kiekybinių rodiklių ryšiai gali egzistuoti iš tikrųjų ar tik būti įtariami. Šiame darbe socialinės atsakomybės ir verslo rezultatų priklausomybė tiriama pasitelkiant koreliacinės regresinės analizės metodą.

Koreliacinės regresinės analizės metodas – tai ryšių tarp kintamųjų priklausomybė, kuri naudojama sudėtingiems fiziniams ir ekonominiams reiškiniams tirti. Koreliacinė analizė – tai statistinis metodas, kuris leidžia nustatyti, ar egzistuoja ryšys tarp nagrinėjamų veiksnių, išreikštų kiekybiniais rodikliais. Koreliacinės analizės metodas neatskleidžia ryšių tarp reikšmių atsiradimo priežasčių – juo naudojantis galima tik kiekybiškai išmatuoti tų ryšių stiprumą.

Tyrimui naudojama **porinė koreliacinė analizė**, kurioje nagrinėjami du veiksniai, arba statistinio objekto požymiai Y ir X . Porinės koreliacinės analizės tikslas – nustatyti stochastinio ryšio tarp veiksnių Y ir X egzistavimą. Tai daroma pagal turimus statistinius duomenis skaičiuojant koreliacijos koeficientą ir įvertinant jo reikšmingumą (Pabedinskaitė 2008). Koreliacijos koeficientas gali turėti reikšmes nuo -1 iki 1 . Kai koreliacijos koeficientas teigiamas, tai reiškia, kad didėjant veiksnio X reikšmėms, didėja ir Y reikšmės. Atvirkštinis variantas stebimas kai koreliacijos koeficientas būna neigiamas.

Regresinė analizė – tai taip pat statistinis metodas, kuriuo galima nustatyti priklausomybių tarp atsitiktinių dydžių matematinę išraišką, t.y. nustatyti regresijos lygtį. Regresijos lygtis išreiškia priklausomybę tarp nagrinėjamų rodiklių ir pagal ją galima rasti Y vidurkio įvertinimą esant konkrečiai X reikšmei.

Tiriamąjoje dalyje analizuojamos dviejų įmonių, AB „Vilniaus baldai“ ir AB „Utenos trikotažas“, finansinių pelningumo rodiklių, pardavimo apimties priklausomybė nuo labdaros ir paramos sąnaudų 2002–2011 m. laikotarpiu. Šios įmonės pasirinktos todėl, kad jo abi priklauso Lietuvos gamybos sektoriui ir finansinėse ataskaitose išskiria labdaros ir paramos sąnaudas. Statistiniai – finansiniai duomenys imami iš įmonių finansinės atskaitomybės ataskaitų.

Tyrimo tikslai:

1. Nustatyti įmonių AB „Vilniaus baldai“ ir AB „Utenos trikotažas“ finansinių nuosavybės grąžos – ROE, turto grąžos – ROA, grynojo ir bendrojo pelningumo rodiklių ir pardavimo apimties priklausomybę nuo labdaros ir paramos sąnaudų;
2. Atlikti verslo rezultatų (pelningumo rodiklių, pardavimo apimties) ir labdaros ir paramos veiksnių porinę koreliacinę analizę AB „Vilniaus baldai“ ir AB „Utenos trikotažas“ atvejais;
3. Atlikti verslo rezultatų (pelningumo rodiklių, pardavimo apimties) ir labdaros ir paramos veiksnių porinę regresinę analizę AB „Vilniaus baldai“ ir AB „Utenos trikotažas“ atvejais;
4. Pateikti išvadas.

5.3.1.1. Porinė koreliacinė analizė (AB „Vilniaus baldai“ atvejis)

Lentelėje 12 pateikiamos apskaičiuotos AB „Vilniaus baldai“ pasirinktų kintamųjų atsitiktinių dydžių 2005–2011 m. reikšmės.

12 lentelė. AB „Vilniaus baldai“ labdaros ir paramos sąnaudų, nuosavybės grąžos – ROE, turto grąžos – ROA, grynojo pelningumo ir bendrojo pelningumo dinaminiai pokyčiai 2005–2011 m.

Nr.	Laikotarpis	Nagrinėjami dydžiai				
		Labdaros ir paramos sąnaudų, tūkst. Lt	Nuosavybės grąža – ROE, %	Turto grąža ROA, %	Grynasis pelningumas, %	Bendras pelningumas, %
		x	y_1	y_2	y_3	y_4
1.	2005 m.	86	9,70	3,48	3,10	12,40
2.	2006 m.	43	-20,30	-4,67	-4,80	6,60
3.	2007 m.	0	9,65	2,16	1,39	9,80
4.	2008 m.	2	25,90	8,24	5,50	5,90
5.	2009 m.	300	34,71	18,35	10,40	19,40
6.	2010 m.	102	38,28	29,84	14,10	21,10
7.	2011 m.	54	31,91	23,86	11,25	17,50

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis AB „Vilniaus baldai“ 2005 – 2011 m. finansinėmis ataskaitomis.

Norint nustatyti ryšį tarp nagrinėjamų dydžių porų, skaičiuojami poriniai koreliacijos koeficientai (žr. 13 lentelę). Koreliacijos koeficientas rodo ryšio stiprumą – kuo absoliuti reikšmė arčiau vieneto, tuo ryšys stipresnis. Neigiamas koreliacijos koeficientas rodo atvirkštinį ryšį. Poriniai koreliacijos koeficientai skaičiuojami naudojantis programinės įrangos paketo MS EXCEL funkcija CORREL.

Taigi, remdamiesi pateiktais duomenimis gavome, kad koreliacijos koeficientai tarp labdaros ir paramos sąnaudų ir pelningumo rodiklių varijuoja 0,402–0,659 intervale. Jei koreliacijos koeficientas yra didesnis arba lygus 0,5, tai ryšys tarp tiriamų rodiklių yra esminis (Bartosevičienė 2001). Šiuo atveju esminis ryšys egzistuoja tik tarp labdaros ir paramos sąnaudų ir bendrojo pelningumo rodiklių (žr.13 lentelę).

Vien tik pagal porinius koreliacijos koeficientų dydžius negalima spręsti apie stochastinio ryšio tarp tiriamų dydžių egzistavimą, reikia atsižvelgti į statistinės imties tūrius.

13 lentelė. Apskaičiuoti poriniai koreliacijos koeficientai AB „Vilniaus baldai“ atveju

MS EXCEL funkcija	Nagrinėjami dydžiai				
	Labdaros ir paramos sąnaudos	Nuosavybės grąža – ROE	Turto grąža ROA	Grynasis pelningumas	Bendrasis pelningumas
CORREL	x	y_1	y_2	y_3	y_4
	–	0,406	0,402	0,445	0,659

Pastaba: sudaryta autoriaus.

Sprendimą dėl koreliacijos koeficiento dydžio reikšmingumo priimame naudodami imties statistiką t . Kadangi tiriami dydžiai X ir Y yra nekoreliuoti, statistikos t pasiskirsčiusios pagal Stjudento dėsnį su $k = n - 2$ laisvės laipsniais ir reikšmingumo (tikimybinio) lygmeniu $\alpha = 0,05$.

Pasinaudojant programinės įrangos paketo MS EXCEL funkcija TTEST apskaičiuojamos reikšmės t (žr. 14 lentelę) ir lyginamos su kritine reikšme $t_{\alpha,k}^{kr}$. Kritinę reikšmę randame naudojant programinės įrangos paketo MS EXCEL funkciją TINV (žr. 15 lentelę). Jei $t > t_{\alpha,k}^{kr}$ daroma išvada, jog koreliacijos koeficiento dydis reikšmingas.

14 lentelė. Apskaičiuotos statistikos t reikšmės AB „Vilniaus baldai“ atveju

MS EXCEL funkcija	Nagrinėjami dydžiai				
	Labdaros ir paramos sąnaudos	Nuosavybės grąža – ROE	Turto grąža – ROA	Grynasis pelningumas	Bendrasis pelningumas
	x	y_1	y_2	y_3	y_4
TTEST	–	0,993	0,982	1,111	1,959

Pastaba: sudaryta autoriaus.

15 lentelė. Apskaičiuota $t_{\alpha,k}^{kr}$ reikšmė AB „Vilniaus baldai“ atveju

MS EXCEL funkcija	Nagrinėjami dydžiai				
	Labdaros ir paramos sąnaudos	Nuosavybės grąža	Turto grąža – ROA	Grynasis pelningumas	Bendrasis pelningumas
	x	y_1	y_2	y_3	y_4
TINV	2,5706				

Pastaba: sudaryta autoriaus.

Nagrinėjamu AB „Vilniaus baldai“ atveju visos statistikos t reikšmės yra mažesnės už $t_{\alpha,k}^{kr}$. Tokiu atveju galime daryti išvadą, kad koreliacijos koeficientų reikšmės nėra reikšmingos ir

stochastinis ryšio tarp nagrinėjamų dydžių yra nedidelis. Tokius rezultatus galėjo nulemti tai, kad dėl skelbiamos informacijos trūkumo pasiremta nedidele imtimi.

5.3.1.2. Porinė koreliacinė analizė (AB „Utenos trikotažas“ atvejis)

Lentelėje 16 pateikiamos apskaičiuotos AB „Utenos trikotažas“ pasirinktų kintamųjų atsitiktinių dydžių 2002–2010 m. reikšmės.

16 lentelė. AB „Utenos trikotažas“ labdaros ir paramos sąnaudų, nuosavybės grąžos – ROE, turto grąžos – ROA, grynojo pelningumo ir pardavimų dinaminiai pokyčiai 2002–2010 m.

Nr.	Laikotarpis	Nagrinėjami dydžiai				
		Labdaros ir paramos sąnaudos, tūkst. Lt	Nuosavybės grąža ROE, %	Turto grąža – ROA, %	Grynasis pelningumas, %	Pardavimai, tūkst. Lt
		x	y_1	y_2	y_3	y_4
1.	2002 m.	393,0	18,5	12,9	6,8	163212
2.	2003 m.	451,0	29,3	14,2	7,3	180855
3.	2004 m.	338,0	22,2	11,5	5,7	174691
4.	2005 m.	157,0	21,0	7,5	4,4	173327
5.	2006 m.	213,0	6,0	1,8	1,3	163274
6.	2007 m.	139,0	-42,5	-8,0	-0,1	137541
7.	2008 m.	101,0	-157,0	-26,0	-0,2	109954
8.	2009 m.	11,0	12,4	4,3	3,5	70336
9.	2010 m.	18,0	18,6	6,7	5,2	70711

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis AB „Vilniaus baldai“ 2005 – 2011 m. finansinėmis ataskaitomis.

Siekiant nustatyti ryšį tarp nagrinėjamų dydžių porų, skaičiuojami poriniai koreliacijos koeficientai (žr. 17 lentelę). Poriniai koreliacijos koeficientai skaičiuojami naudojantis programinės įrangos paketo *MS EXCEL* funkcija *CORREL*.

Taigi, remdamiesi pateiktais duomenimis gavome, kad koreliacijos koeficientai tarp labdaros ir paramos sąnaudų ir nagrinėjamų rodiklių varijuoja 0,338–0,840 intervale. Jei koreliacijos koeficientas yra didesnis arba lygus 0,5, tai ryšys tarp tiriamų rodiklių yra esminis (Bartosevičienė 2001). Šiuo atveju esminiai ryšiai egzistuoja tarp labdaros ir paramos sąnaudų ir turto grąžos, grynojo pelningumo rodiklių, pardavimų apimtys (žr. 17 lentelę).

Ir šiuo atveju vien tik pagal porinius koreliacijos koeficientų dydžius negalima spręsti apie stochastinio ryšio tarp tiriamų dydžių egzistavimą, reikia atsižvelgti į statistinės imties tūrius.

17 lentelė. Apskaičiuoti poriniai koreliacijos koeficientai AB „Utenos trikotažas“ atveju

MS EXCEL funkcija	Nagrinėjami dydžiai				
	Labdaros ir paramos sąnaudos	Nuosavybės grąža ROE	Turto grąža – ROA	Grynasis pelningumas	Pardavimai
	x	y_1	y_2	y_3	y_4
CORREL	–	0,338	0,512	0,579	0,840

Pastaba: sudaryta autoriaus.

Sprendimą dėl koreliacijos koeficiento dydžio reikšmingumo priimame naudodami imties statistiką t , Kadangi tiriami dydžiai X ir Y yra nekoreliuoti, statistikos t pasiskirsčiusios pagal Stjudento dėsnį su $k = n - 2$ laisvės laipsniais ir reikšmingumo lygmeniu $\alpha = 0,05$.

Pasinaudojant programinės įrangos paketo MS EXCEL funkcija TTEST apskaičiuojamos reikšmės t (žr. 18 lentelę) ir lyginamos su bendra kritine reikšme $t_{\alpha,k}^{kr}$. Kritinė reikšmė randama pasinaudojant programinės įrangos paketo MS EXCEL funkcija TINV (žr. 19 lentelę). Jei $t > t_{\alpha,k}^{kr}$ daroma išvada, jog koreliacijos koeficiento dydis reikšmingas.

18 lentelė. Apskaičiuotos statistikos t reikšmės AB „Utenos trikotažas“ atveju

MS EXCEL funkcija	Nagrinėjami finansiniai dydžiai				
	Labdaros ir paramos sąnaudos	Nuosavybės grąža ROE	Turto grąža – ROA	Grynasis pelningumas	Pardavimai,
	x	y_1	y_2	y_3	y_4
TTEST	–	0,950	1,577	1,879	4,096

Pastaba: sudaryta autoriaus.

19 lentelė. Apskaičiuota $t_{\alpha,k}^{kr}$ reikšmė AB „Utenos trikotažas“ atveju

MS EXCEL funkcija	Nagrinėjami finansiniai dydžiai				
	Labdaros ir paramos sąnaudos	Nuosavybės grąža – ROE	Turto grąža – ROA	Grynasis pelningumas	Pardavimai
	x	y_1	y_2	y_3	y_4
TINV	2,365				

Pastaba: sudaryta autoriaus.

Nagrinėjama AB „Utenos trikotažas“ atveju beveik visos (y_1, y_2, y_3) statistikos t reikšmės yra mažesnės už $t_{\alpha,k}^{kr}$. Tokiu atveju galime daryti išvadą, kad šių trijų nagrinėjamų dydžių koreliacijos koeficientų reikšmės nėra reikšmingos ir stochastiniai ryšiai yra silpni. Pastebima, jog vienintelė pardavimų statistikos t reikmė yra didesnė už $t_{\alpha,k}^{kr}$. Galima daryti išvadą, jog stochastinis ryšys tarp AB „Utenos trikotažas“ pardavimo apimties ir skiriamos labdaros ir paramos sąnaudų egzistuoja.

5.3.1.3. Porinė regresinė analizė (AB „Vilniaus baldai“ atvejis)

Porinei regresinei analizei atlikti pasirinkti aukščiau pateikti AB „Vilniaus baldai“ tyrimo duomenys. Nustačius, jog visų AB „Vilniaus baldai“ nagrinėjamų dydžių koreliacijos koeficientai yra teigiami, kiekvienai porai sudaromos tiesinės regresijos lygtys. Ieškomų regresijos lygčių forma:

$$\hat{y} = a_0 + a_1 x; \quad (5.1)$$

čia a_0 – regresijos tiesės atkarpa; a_1 – tiesės nuolydis – regresijos koeficientas

Pasinaudojant programinės įrangos paketo MS EXCEL funkcija INTERCEPT, apskaičiuojamos tiesinės priklausomybės lygčių koeficientai a_0 (žr. 20 lentelę).

20 lentelė. Apskaičiuoti tiesinės priklausomybės lygčių koeficientai a_0 AB „Vilniaus baldai“ atveju

MS EXCEL funkcija	Nagrinėjami finansiniai dydžiai				
	Labdaros ir paramos sąnaudos	Nuosavybės grąža – ROE	Turto grąža – ROA	Grynasis pelningumas	Bendras pelningumas
	x	$\hat{y}_1$	$\hat{y}_2$	$\hat{y}_3$	$\hat{y}_4$
Intecept	–	11,713	7,455	3,461	9,926

Pastaba: sudaryta autoriaus.

Regresijos koeficientai (tiesės nuolydžiai) skaičiuojami naudojantis programinės įrangos paketo MS EXCEL funkcija SLOPE (žr. 21 lentelę).

21 lentelė. Apskaičiuoti tiesinės priklausomybės lygčių regresijos koeficientai a_1 AB „Vilniaus baldai“ atveju

MS EXCEL funkcija	Nagrinėjami finansiniai dydžiai				
	Labdaros ir paramos sąnaudos	Nuosavybės grąža – ROE	Turto grąža – ROA	Grynasis pelningumas	Bendrasis pelningumas
	x	$\hat{y}_1$	$\hat{y}_2$	$\hat{y}_3$	$\hat{y}_4$
SLOPE	–	0,082	0,050	0,028	0,040

Pastaba: sudaryta autoriaus.

Įstatčius gautas ieškomų koeficientų reikšmes, gaunamos keturios tiesinių priklausomybių matematinės išraiškos – tiesinės regresijos lygtys:

$$\hat{y}_1 = 11,713 + 0,082x;$$

$$\hat{y}_2 = 7,455 + 0,050x;$$

$$\hat{y}_3 = 3,461 + 0,028x;$$

$$\hat{y}_4 = 9,926 + 0,040x.$$

Tai lygtys, kurios sudaromos remiantis mažiausių kvadratų principu ir geriausiai aprašo statistinių taškų visumą. Suradus tiesinės regresijos lygtis ir nubrėžus jų tieses (žr. I priedą), toliau pereinama prie regresinės analizės 2 etapo – kreivių adekvatumo įvertinimo.

Kreivių adekvatumas turintiems statistiniams duomenims vertinamas lyginant regresijos lygties reikšmių y_i išsibarstymą apie vidurkį y_{vid} (regresijos dispersija) su statistinių $\hat{y}_i$ reikšmių išsibarstymu regresijos kreivės atžvilgiu (likutinė dispersija). Jei išsibarstymas regresijos kreivės atžvilgiu yra daug mažesnis, tai reiškia, kad kreivė gana gerai atspindi statistinius duomenis (Pabedinskaitė 2008).

Taigi, pirmiausia apskaičiuojamos regresijos dispersija (žr. 22 lentelę) ir likutinė dispersija (žr. 23 lentelę). Jų matematinės išraiškos yra tokios:

$$S_{regr}^2 = \frac{\sum \left(\hat{y}_i - \bar{\hat{y}} \right)^2}{m}, \quad (5.2)$$

čia m – veiksmų skaičius.

$$S_{lik}^2 = \frac{\sum \left(\hat{y}_i - y_i \right)^2}{n - 2}. \quad (5.3)$$

čia n – imtis.

22 lentelė. Apskaičiuotos regresijų dispersijos S_{regr}^2 AB „Vilniaus baldai“ atveju

Regresijų dispersijos	Nuosavybės grąža – ROE	Turto grąža – ROA	Grynasis pelningumas	Bendrasis pelningumas
	$\hat{y}_1$	$\hat{y}_2$	$\hat{y}_3$	$\hat{y}_4$
S_{regr}^2	425,931	6016,061	49,662	101,352

Pastaba: sudaryta autoriaus.

23 lentelė. Apskaičiuotos likutinės dispersijos S_{lik}^2 AB „Vilniaus baldai“ atveju

Likutinės dispersijos	Nuosavybės grąža – ROE	Turto grąža – ROA	Grynasis pelningumas	Bendrasis pelningumas
	$\hat{y}_1$	$\hat{y}_2$	$\hat{y}_3$	$\hat{y}_4$
S_{lik}^2	2128,675	804,207	207,585	129,287

Pastaba: sudaryta autoriaus.

Sekantis kreivių adekvatumo įvertinimo žingsnis yra apskaičiuotų regresijos dispersijų ir likutinių dispersijų santykių arba statistikų F radimas (žr. 24 lentelę). Dispersijų santykiai pasiskirstę pagal Fišerio pasiskirstymo dėsnį su laisvės laipsniais $v_1=m$ ir $v_2=n-2$ ir reikšmingumo (tikimybinio) lygmeniu $\alpha = 0,05$.

24 lentelė. Apskaičiuoti dispersijų santykiai (statistikos F) AB „Vilniaus baldai“ atveju

Dispersijų santykiai	Nuosavybės grąža – ROE	Turto grąža – ROA	Grynasis pelningumas	Bendrasis pelningumas
	$\hat{y}_1$	$\hat{y}_2$	$\hat{y}_3$	$\hat{y}_4$
F	0,20	7,48	0,24	0,78

Pastaba: sudaryta autoriaus.

Apskaičiuoti regresijos ir likutinių dispersijų santykiai yra lyginami su kritine (lentelė) reikšme $F_{\alpha, v_1, v_2}^{kr}$, kuri randama pasinaudojant programinės įrangos paketo *MS EXCEL* funkcija *FINV*, kai laisvės laipsniai $v_1=1$ ir $v_2=5$ ir reikšmingumo (tikimybinis) lygmuo $\alpha = 0,05$ (žr. 25 lentelę). Jeigu apskaičiuoti dispersijų santykiai yra didesnis ir galioja $F \geq F_{\alpha, v_1, v_2}^{kr}$ lygybė, tai reiškia, jog regresijos

lygtys yra adekvačios realioms padėtims ir jas galima taikyti praktiniams skaičiavimams ar planavimui (Pabedinskaitė 2008).

25 lentelė. Dispersijų santykių kritinė reikšmė $F_{\alpha, v_1, v_2}^{kr}$ AB „Vilniaus baldai“ atveju

Dispersijų santykių kritinė reikšmė	Nuosavybės grąža – ROE	Turto grąža – ROA	Grynasis pelningumas	Pardavimai
	$\hat{y}_1$	$\hat{y}_2$	$\hat{y}_3$	$\hat{y}_4$
$F_{\alpha, v_1, v_2}^{kr}$	6,6079			

Pastaba: sudaryta autoriaus.

Apskaičiuoti $\hat{y}_1, \hat{y}_3, \hat{y}_4$ regresijos lygčių dispersijų santykiai F yra mažesni už $F_{\alpha, v_1, v_2}^{kr}$,

todėl daroma išvada, jog šios trys $\hat{y}_1, \hat{y}_3, \hat{y}_4$ lygtys nėra adekvačios realiai padėčiai ir jų nepatartina taikyti sprendžiant praktinius uždavinius.

Vienintelis apskaičiuotas regresijos lygties $\hat{y}_2$ dispersijos santykis F yra didesnis už $F_{\alpha, v_1, v_2}^{kr}$. Tai reiškia, jog ši lygtis, nusakanti turto grąžos – ROA ir labdaros ir paramos priklausomybę, yra adekvati realiai padėčiai ir ją galima taikyti sprendžiant praktinius uždavinius.

5.3.1.4. Porinė regresinė analizė (AB „Utenos trikotažas“ atvejis)

Porinei regresinei analizei atlikti pasirinkti aukščiau pateikti AB „Utenos trikotažas“ tyrimo duomenys. Nustačius, jog visų AB „Utenos trikotažas“ nagrinėjamų dydžių koreliacijos koeficientai yra teigiami ir tarp kai kurių yra stochastinis ryšys, kiekvienai porai sudaromos tiesinės regresijos lygtys. Ieškomų regresijos lygčių forma:

$$\hat{y} = a_0 + a_1 x; \quad (5.4)$$

čia a_0 – regresijos tiesės atkarpa; a_1 – tiesės nuolydis – regresijos koeficientas.

Pasinaudojant programinės įrangos paketo MS EXCEL funkcija INTERCEPT, apskaičiuojamos tiesinės priklausomybės lygčių koeficientai a_0 (žr. 26 lentelę).

26 lentelė. Apskaičiuoti tiesinės priklausomybės lygčių koeficientai a_0 AB „Utenos trikotažas“ atveju

MS EXCEL funkcija	Nagrinėjami finansiniai dydžiai				
	Labdaros ir paramos sąnaudos	Nuosavybės grąža – ROE	Turto grąža – ROA	Grynasis pelningumas	Pardavimai
	x	$\hat{y}_1$	$\hat{y}_2$	$\hat{y}_3$	$\hat{y}_4$
Intecept	–	-33,517	-5,494	1,700	91182,021

Pastaba: sudaryta autoriaus.

Regresijos koeficientai (tiesės nuolydžiai) skaičiuojami naudojantis programinės įrangos paketo MS EXCEL funkcija SLOPE (žr. 27 lentelę).

27 lentelė. Apskaičiuoti tiesinės priklausomybės lygčių regresijos koeficientai a_1 AB „Utenos trikotažas“ atveju

MS EXCEL funkcija	Nagrinėjami finansiniai dydžiai				
	Labdaros ir paramos sąnaudos	Nuosavybės grąža – ROE	Turto grąža – ROA	Grynasis pelningumas	Pardavimai
	x	$\hat{y}_1$	$\hat{y}_2$	$\hat{y}_3$	$\hat{y}_4$
SLOPE	–	0,126	0,041	0,010	232,434

Pastaba: sudaryta autoriaus.

Įstatčius gautas ieškomų koeficientų reikšmes, gaunamos keturios tiesinių priklausomybių matematinės išraiškos – tiesinės regresijos lygtys:

$$\begin{aligned} \hat{y}_1 &= -33,517 + 0,126x; & \hat{y}_2 &= -5,494 + 0,041x; \\ \hat{y}_3 &= 1,700 + 0,010x; & \hat{y}_4 &= 91182 + 232,434x. \end{aligned}$$

Suradus tiesinės regresijos lygtis ir nubrėžus jų tieses (žr. J priedą), toliau pereinama prie regresinės analizės 2 etapo – kreivių adekvatumo įvertinimo. Jų adekvatumas turintiems statistiniams duomenims vertinamas lyginant regresijos lygties reikšmių y_i išsibarstymą apie vidurkį y_{vid} (regresijos dispersija) su statistinių $\hat{y}_i$ reikšmių išsibarstymu regresijos kreivės atžvilgiu (likutinė dispersija). Jei išsibarstymas regresijos kreivės atžvilgiu yra daug mažesnis, tai reiškia, kad kreivė gana gerai atspindi statistinius duomenis (Pabedinskaitė 2008).

Apskaičiuojamos regresijos dispersija (žr. 28 lentelę) ir likutinė dispersija (žr. 29 lentelę). Jų matematinės išraiškos yra tokios:

$$S_{regr}^2 = \frac{\sum (\hat{y}_i - \bar{y})^2}{m}, \quad (5.5)$$

čia m – veiksnių skaičius.

$$S_{lik}^2 = \frac{\sum (\hat{y}_i - y_i)^2}{n-2}. \quad (5.6)$$

čia n – imtis.

28 lentelė. Apskaičiuotos regresijų dispersijos S_{regr}^2 AB „Utenos trikotažas“ atveju

Regresijų dispersijos	Nuosavybės grąža – ROE	Turto grąža – ROA	Grynasis pelningumas	Pardavimai
	$\hat{y}_1$	$\hat{y}_2$	$\hat{y}_3$	$\hat{y}_4$
S_{regr}^2	3232,830	569,512	19,978	17810391549,529

Pastaba: sudaryta autoriaus.

29 lentelė. Apskaičiuotos likutinės dispersijos S_{lik}^2 AB „Utenos trikotažas“ atveju

Likutinės dispersijos	Nuosavybės grąža – ROE	Turto grąža – ROA	Grynasis pelningumas	Pardavimai
	$\hat{y}_1$	$\hat{y}_2$	$\hat{y}_3$	$\hat{y}_4$
S_{lik}^2	3614,957	136,411	6,086	656651353,354

Pastaba: sudaryta autoriaus.

Kitas kreivių adekvatumo įvertinimo žingsnis yra apskaičiuotų regresijos dispersijų ir likutinių dispersijų santykių arba statistikų F radimas (žr. 30 lentelę). Dispersijų santykiai pasiskirstę pagal Fišerio pasiskirstymo dėsnį su laisvės laipsniais $v_1=m$ ir $v_2=n-2$ ir reikšmingumo (tikimybinio) lygmeniu $\alpha = 0,05$.

30 lentelė. Apskaičiuoti dispersijų santykiai (statistikos F) AB „Utenos trikotažas“ atveju

Dispersijų santykiai	Nuosavybės grąža – ROE	Turto grąža – ROA	Grynasis pelningumas	Pardavimai
	$\hat{y}_1$	$\hat{y}_2$	$\hat{y}_3$	$\hat{y}_4$
F	0,894	4,175	3,283	27,123

Pastaba: sudaryta autoriaus.

Apskaičiuoti regresijos ir likutinių dispersijų santykiai yra lyginami su kritine (lentelė) reikšme $F_{\alpha, v_1, v_2}^{kr}$, kuri randama pasinaudojant programinės įrangos paketo *MS EXCEL* funkcija *FINV*, kai laisvės laipsniai $v_1 = 1$ ir $v_2 = 7$ ir reikšmingumo (tikimybinis) lygmuo $\alpha = 0,05$ (žr. 31 lentelę). Jeigu apskaičiuoti dispersijų santykiai yra didesnis ir galioja $F \geq F_{\alpha, v_1, v_2}^{kr}$ lygybė, tai reiškia, jog regresijos lygtys yra adekvačios realioms padėtimis ir jas galima taikyti praktiniams skaičiavimams ar planavimui (Pabedinskaitė 2008).

31 lentelė. Dispersijų santykių kritinė reikšmė $F_{\alpha, v_1, v_2}^{kr}$ AB „Utenos trikotažas“ atveju

Dispersijų santykių kritinė reikšmė	Nuosavybės grąža – ROE	Turto grąža – ROA	Grynasis pelningumas	Pardavimai
	$\hat{y}_1$	$\hat{y}_2$	$\hat{y}_3$	$\hat{y}_4$
$F_{\alpha, v_1, v_2}^{kr}$	5,591			

Pastaba: sudaryta autoriaus.

Apskaičiuoti $\hat{y}_1, \hat{y}_2, \hat{y}_3$ regresijos lygčių dispersijų santykiai F yra mažesni už $F_{\alpha, v_1, v_2}^{kr}$, todėl daroma išvada, jog šios trys $\hat{y}_1, \hat{y}_2$ ir $\hat{y}_3$ lygtys nėra adekvačios realiai padėčiai ir jų nepatartina taikyti sprendžiant praktinius uždavinius.

Vienintelis apskaičiuotas $\hat{y}_4$ regresijos lygties dispersijos santykis F yra didesnis už $F_{\alpha, v_1, v_2}^{kr}$. Tai reiškia, jog ši lygtis, nusakanti pardavimų ir labdaros ir paramos priklausomybę, yra adekvati realiai padėčiai ir ją galima taikyti sprendžiant praktinius uždavinius.

IŠVADOS

1. Atlikus ĮSA plėtros raidos analizę paaiškėjo, kad ĮSA, kaip konkrečią sąvoką, imta plačiau vartoti nuo XX amžiaus vidurio iki šių dienų. Šiame laikotarpyje socialinės atsakomybės reiškinys įgavo praktinę reikšmę, o socialinės atsakomybės sąvoką imta plačiau vartoti verslo sferoje. Per keletą pastarųjų dešimtmečių ĮSA praktika labai išsiplėtė ir tapo svarbia verslo strategija.

2. Šiandieniniame versle egzistuoja įvairios ĮSA veiklų iniciatyvos ir taikymo modeliai, kurie remiasi pagrindinėmis ir klasikinėmis ekonomine, teisine, etine, filantropine socialinės atsakomybės sritimis. Vykdomos ĮSA veiklos ir iniciatyvos lemia įmonių verslo rezultatus, kurių poveikį išmatuoti yra gana sunku.

3. Šiandieninėje visuomenėje pastebima tendencija, kad įmonės ĮSA veiklas vykdo dažniausiai dėl altruistinių paskatų, o šių veiklų nauda suvokiama neįžvelgiant naudos įmonių verslo rezultatams. Turbūt pagrindinė ĮSA plėtros kliūtis yra ta, kad nėra dar pakankamai įrodyta ĮSA veiklų teigiama vertė verslo rezultatams. ĮSA veikla suvokiama kaip kainuojanti veikla, kurios vertė verslui šiuo metu abejojama.

4. Globalioje ekonomikoje ĮSA dažnai suprantama kaip unikalus reiškinys, padedantis Europos įmonėms įgyti ir išlaikyti konkurencingumą, tačiau mokslinėje literatūroje nėra daug atlikta tyrimų, kuriais būtų įrodyta, kad šis poveikis visada egzistuoja. ĮSA veiklos ir konkurencingumo bei verslo rezultatų susiejimas turi prasmę tik tada, kai nagrinėjami konkrečių įmonių atvejai. Visos įmonės priklauso skirtingiems verslo sektoriams, kuriems aktualios skirtingos ĮSA iniciatyvos, o skirtingos iniciatyvos nevienodai lemia verslo rezultatus. ĮSA veiklos iniciatyvų svariausia nauda kuriama tose įmonėse, kuriose šios iniciatyvos yra labiausiai susiję su bendru įmonės verslo modeliu ir strategija.

5. Naujausiu tyrimu įrodyta, kad investicijos į ĮSA verslui atsiperka, tam tikrais atvejais daugiau nei tris kartus. Šio tyrimo išvados rodo, kad grąža dėl investicijų į ĮSA veiklas svyruoja nuo ypač aukštos, siekiančios net 318 % iki neigiamos – 52 %, bet tik vienetiniaisi atvejais. Socialinės atsakomybės iniciatyvos Lietuvos įmonėse vidutiniškai sukuria 45 % investicijų grąžą arba į ĮSA investuotas vienas litas sukuria 1,45 lito ekonominę naudą įmonei. Vertinant ĮSA iniciatyvų sukuriamą ekonominę grąžą pagal atskiras ĮSA sritis, apskaičiuota, jog didžiausią ekonominę naudą kuria darbuotojų srities iniciatyvos – vidutiniškai 133%.

6. Lietuvoje veikiančių įmonių bendras socialinės atsakomybės lygis yra pakankamai žemas. 2012 metais Lietuvos nacionalinį atsakingo verslo tinklą sudarė 121 verslo įmonė ir viešojo sektoriaus organizacija, iš kurių 88 buvo verslo įmonės. Tai sudaro 0,07 % visų Lietuvoje veikiančių ir vykdančių ekonominę veiklą įmonių.

7. Suskirsčius Lietuvos socialiai atsakingas įmones pagal veiklos sektorius, nustatyta, kad didžioji dalis oficialiai socialiai atsakingų įmonių vykdo veiklą paslaugų sektoriuje – 62,5 %, 28,4 % socialiai atsakingų įmonių vykdo veiklą gamybos ir tik 9,1 % įmonių vykdo veiklą prekybos sektoriuje. Pastebima, jog gamybos sektoriaus įmonių ĮSA branda yra didesnė lyginant su paslaugų ir prekybos sektoriais.

8. Šiuo metu iš 33 vertybinių popierių biržoje listinguojamų Lietuvos įmonių 11 yra socialiai atsakingos ir savo veiklas vykdo pagal Pasaulinį susitarimą, iš kurių 6 priklauso gamybos sektoriui. Daugumos šių įmonių pagrindiniai finansiniai rodikliai 2005–2011 m. laikotarpiu varijuoja aukštesnėmis išraiškomis lyginant su bendrais atitinkamų veiklų rodiklių vidurkiais.

9. Atlikus AB „Vilniaus baldai“ ir AB „Utenos trikotažas“ labdaros (paramos) sąnaudų ir pelningumo rodiklių, pardavimo apimtys koreliacinę analizę paaiškėjo, kad esminiai koreliaciniai ryšiai egzistuoja tarp visų tirtų pelningumo rodiklių, pardavimo apimčių ir labdaros (paramos) sąnaudų (teigiami koreliacijos koeficientai). Įvertinus stochastinio ryšio stiprumą atsižvelgiant į statistinės imties tūrius paaiškėjo, kad didžiausias esminis stochastinis ryšys egzistuoja tarp labdaros (paramos) sąnaudų (socialinės atsakomybės) ir pardavimo apimtys (verslo rezultatų). Galima daryti išvadą, kad įmonių pardavimų apimtys didėjimui teigiamą poveikį turi įmonės įvaizdžio ir reputacijos gerėjimas, sustiprėjusi moralė, padidėjęs suinteresuotų grupių lojalumas įmonei ir nemokamai gaunama reklama. Šiuos visus veiksnius generuoja įmonių filantropinė atsakomybė. Pastebima tendencija, kad kuo didesnės labdaros (paramos) sąnaudos, tuo stipresnis stochastinis ryšys tarp labdaros (paramos) sąnaudų ir pelningumo rodiklių bei pardavimo apimtys. Atlikto tyrimo apribojimais laikoma nedidelė duomenų imtis dėl tiriamų įmonių informacijos, susijusios su socialine atsakomybe ir finansiniais rezultatais, neskelbtinumo.

10. Atlikus AB „Vilniaus baldai“ ir AB „Utenos trikotažas“ labdaros (paramos) sąnaudų ir pelningumo rodiklių, pardavimo apimtys regresinę analizę paaiškėjo, kad lygtys, nusakančios turto grąžos – ROA ir labdaros sąnaudų priklausomybę bei pardavimo apimtys ir labdaros sąnaudų priklausomybę yra adekvačios realiai padėčiai ir jas galima taikyti sprendžiant praktinius uždavinius.

11. Atliekant panašaus pobūdžio tyrimus ateityje rekomenduočiau naudotis šio tyrimo rezultatais. Šiuo tyrimo rezultatai galėtų būti pritaikyti gamybos sektoriaus įmonių tyrimams siekiant nustatyti teigiamą jų filantropinės veiklos ir pardavimų apimtys bei turto grąžos – ROA priklausomybę. Šie tyrimo rezultatai turėtų labiau skatinti gamybos sektoriaus įmones užsiimti filantropine veikla.

LITERATŪRA

1. Aleksandravičius, E. 2004. Ar gilios filantropijos šaknys Lietuvoje? [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. balandžio 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.labdaraparama.lt/filontrop.php?id=mg1>; prisijungimo laikas: 2007-11-20>.
2. Apie įmonių socialinę atsakomybę [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. sausio 12 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.socmi-n.lt/index.php?1398296752>>.
3. Aplinkos apsaugos agentūros duomenys: Įmonių, įregistravusių aplinkos vadybos sistemas, atitinkančias tarptautinio standarto ISO 14001 reikalavimus, skaičiaus kitimas 2000 – 2009 metais [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugsėjo 26 d.]. Prieiga per internetą: <<http://gamta.lt/cms/index?rubricId=e542f7dd-e094-4f79-883b-bcc1ea8d5a0c>>.
4. Aplinkos apsaugos agentūros duomenys: Organizacijų su sertifikuotomis aplinkos apsaugos vadybos sistemomis ISO 14001 veiklos sritys, 2010d. [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugsėjo 26 d.]. Prieiga per internetą: <<http://gamta.lt/cms/index?rubricId=e542f7dd-e094-4f79-883b-bcc1ea8d5a0c>>.
5. Aplinkos apsaugos vadybos sistema (ISO 14001 standartas). [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. balandžio 27 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.dekona.lt/index.php?page_id=156>.
6. Banys, R.; Rudinaitis, V.; Grybėnas, V. 2004. Smulkaus ir vidutiniojo verslo plėtros kliūtys Lietuvoje [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugsėjo 18 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.e-library.lt/resursai/Mokslai/Kolegijos/Kolpingo_kolegija/konferencija2006/03.pdf>.
7. Bartosevičienė, V. 2001. Ekonominė statistika. Kaunas: Technologija. 108 p.
8. Bendra socialinė atsakomybė smulkiajame ir vidutiniame versle. 2012. [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. birželio 11 d.]. Prieiga per internetą: <http://csr.schnittsteller.de/uploads/media/CSR_Manual_LT_edition.pdf>.
9. Boone, L. E.; Kurtz, D. L. 1992. Management. Fourth Edition. New York: McGraw – Hill. New York: McGraw-Hill. 605 p.
10. Carroll 's Pyramid of Corporate Social Responsibility [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugpjūčio 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.strandtheory.org/research/corporateresponsibility.html>>.
11. Carroll, A. B. 1979. A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance // Academy of Management Review, 1: 497 – 505.
12. Carroll, A. B. 1999. Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct // Business & Society, 38, 3: 268–296.

13. Čepinskis, J.; Sakalauskaitė, E. 2009. Įmonių socialinė atsakomybė ekonominės krizės sąlygomis // *Taikomoji ekonomika: sisteminiai tyrimai*, 3(1): 143– 163.
14. Čiegis, R. 2009. Gamtos išteklių ir aplinkos ekonomika. Klaipėda: KU. 145.
15. Dahlsrud, A. 2006. How Corporate Responsibility is Defened: an analysis of 37 Definitions // *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 132.
16. Delves, D.; Patrick, B. Agency Theory Summary [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugpjūčio 20 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.delvesgroup.com/wpcontent/uploads/2010/08/Agency-Theory-Summary_Delves-Patrick.pdf>.
17. Dimitriadis, D. 2006. Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komiteto nuomonė dėl Komisijos komunikato Europos Parlamentui, Tarybai bei Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui Augimo ir užimtumo partnerystės įgyvendinimas — paversti Europą įmonių socialinės atsakomybės pavyzdžiu [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugsėjo 10 d.]. Prieiga per internetą:<<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2006:325:0053:01:LT:HTML>>.
18. Ernst & Young Baltic. 2012. Ekonominė įmonių socialinės atsakomybės nauda: kiek atsiperka investicijos į ĮSA? // *VII-oji metinė ĮSA konferencija* [interaktyvus], žiūrėta 2012 m. gruodžio 13 d.]. Prieiga per internetą: < <http://www.transliuoti.lt/>>.
19. ES aplinkos apsaugos klausimai ir veiklos principai [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. balandžio 20 d.]. Prieiga per internetą: < [http://www.ueapme.com/businesssupport%20II/Training-%20Tools/Confartigianato/Environment/LT-EU%20Environmental %20Guide.pdf](http://www.ueapme.com/businesssupport%20II/Training-%20Tools/Confartigianato/Environment/LT-EU%20Environmental%20Guide.pdf) >.
20. Europos Komisijos Įmonių Generlinis direktoratas. 2013. Bendra socialinė atsakomybė [interaktyvus], [žiūrėta 2013 m. sausio 1 d.]. Prieiga per internetą: < http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainablebusiness/files/csr/campaign/documentation/download/cases_lt.pdf>.
21. Europos Komisija. 2012a. Baldų pramonės sektorius [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m.gruodžio 24 d.]. Prieiga per internetą: <http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/furniture/index_lt.htm>.
22. Europos Komisija. 2012b. Tekstilės ir drabužių pramonė [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m.gruodžio 24 d.]. Prieiga per internetą: <http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/-textiles/index_lt.htm>.
23. Fontaine, C.; Haarman, A.; Schmid, S. 2006. The Stakeholder Theory [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugpjūčio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://edalys.fr/documents/-Stakeholders%20theory.pdf>>.

24. Frederick, W. C. 1994. From CSR1 to CSR2: The Maturing of Business-and-Society Thought // *Business and Society*: 33 (2).
25. Friedman, M. 1970. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits // *The New York Times Magazine*.
26. Garriga, E.; Domenec, M. 2004. Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory // *Journal of Business Ethics*: 53: 51 – 71.
27. Gruževskis, B.; Vasiljevienė, N.; Moskvina, J.; Kleinaitė, I. 2006. Įmonių socialinė atsakomybė. Aktualūs socialinės politikos klausimai. Vilnius: Darbo ir socialinių tyrimų institutas. 40 p.
28. Guogis, A.; Gudelis, D. 2009. Viešojo administravimo ir verslo vadybos integracijos perspektyvos: viešojo ir privataus sektorių sąveikos modelis // *Viešoji politika ir administravimas* [Public Policy and Administration], 28: 23 – 27.
29. Hart, A. L.; Dowell, G. 2010. A Natural-Resource-Based View of the Firm: Fifteen Years After // *Journal of Management*.
30. Informacija apie AB „Grigiškės“ veiklą [interaktyvus], 2012. [žiūrėta 2012 m. spalio 11 d.]. Prieiga per internetą: < http://www.grigiskes.lt/lt/apie_mus/ >.
31. Informacija apie AB „Kauno energija“ veiklą [interaktyvus], 2012. [žiūrėta 2012 m. spalio 11 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.kaunoenergija.lt/Apiebendrov%C4%99/tabid/55/ - Default.aspx>>.
32. Informacija apie AB „Lifosa“ veiklą [interaktyvus], 2012. [žiūrėta 2012 m. spalio 11 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.lifosa.com/lt/apie-imone>>.
33. Informacija apie AB „Utenos trikotažas“ veiklą [interaktyvus], 2012. [žiūrėta 2012 m. spalio 11 d.]. Prieiga per internetą: < <http://www.sba.lt/lt/main/group/outfit/ut> >.
34. Informacija apie AB „Vilniaus baldai“ veiklą, 2012. [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. spalio 11 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.vilniausbaldai.lt/lt/2-apie-mus.html>>.
35. Jasinavičius, R.; Tamošiūnienė, R.; Sokol, J. 2006. Verslininkas ir jo veikla [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. spalio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://distance.ktu.lt/kursai/verslumas/-verslo_projektavimas_II/117841.html>.
36. Jonkutė, G. 2012. CSI EU socialinės atsakomybės mokomojo puslapio vartotojo vadovas. 2012. [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. gruodžio 24 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.prepare-net.com/sites/default/files/csi_eu_users_guide_-_lithuanian.pdf>.
37. Jungtinių Tautų Pasaulinio susitarimo Lietuvos narių pasauliniame tinkle ąrašas [interaktyvus]. [žiūrėta 2012 m. spalio 21 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/index.html>>.

38. Juščius, V. 2007. Verslo socialinės atsakomybės teorijų raida, *Ekonomika* 78: 48 – 64.
39. Kaip tapti Pasaulinio susitarimo nariu [interaktyvus], 2012. [žiūrėta 2012 m. spalio 20 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.globalcompact.lt/lt/kaip_tapti_pasaulinio_susitarimo_nariu/>.
40. Key, S. 1999. Toward a new theory of the firm: a critique of stakeholder „theory“// *Management Decisions*. 37 (4). , p. 317–328.
41. Kovaliov, R. 2009. Influence on social responsible business on the enterprise value: summary of the doctoral dissertation. Kaunas University of Technology. Kaunas: Technologija. 37 p.
42. Kovaliov, R.; Šubonytė, J.; Simanavičienė, Ž. 2010. Makroekonominės verslo aplinkos įtaka ĮSA plėtrai // *Ekonomika ir vadyba* [Economics and management]: 627 – 634.
43. Laurinavičius, A.; Reklaitis, J. 2011. Darnaus verslo socialinė atsakomybė. Vilnius. 8 p.
44. Lietuvos bankas. 2012. Finansinio stabilumo apžvalga [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. kovo 23 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.lb.lt/finansinio_stabilumo_apzvalga_2012_m>.
45. Lietuvos Respublikos Vyriausybė. 2009. Nacionalinis įmonių socialinės atsakomybės plėtros 2009-2013 m. programos projektas [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugpjūčio 23 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.lrv.lt-/Posed_medz/2010/100112/16.pdf>.
46. Lietuvos socialinės apsaugos ir darbo ministerijos duomenys: Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo nariai [interaktyvus], 2010e. [žiūrėta 2012 m. vasario 13 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.socmin.lt/index.php?-1677521490>>.
47. Lietuvos standartizacijos departamentas. 2009. Aplinkos vadybos sistemos. Reikalavimai ir naudojimo gairės (ISO 14001:2004) [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugsėjo 27 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.lsd.lt/standards/catalog.php?ics=0&pid=610487>>.
48. Lietuvos standartizacijos departamento duomenys: Sertifikuotos aplinkos vadybos sistemos. 2012c. [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. lapkričio 13 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.lsd.lt/typo_new/fileadmin/Failai/2012_12_AVSp.pdf>.
49. Lietuvos statistikos departamento duomenys: 2008-2011 m. Lietuvos įmonių investicijos aplinkos apsaugos priemonėms [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. spalio 11 d.]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/SelectVarVal/saveelections.asp>>.
50. Lietuvos statistikos departamento duomenys: 2011 m. įmonių pelningumo ir statistiniai rodikliai pagal ekonominės veiklos rūšis [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. spalio 19 d.]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/SelectVarVal/saveelections.asp>>.
51. Lietuvos statistikos departamento duomenys: 2011 m. įmonių pelningumo ir statistiniai rodikliai pagal ekonominės veiklos rūšis [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugsėjo 13d.]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/SelectVarVal/saveelections.asp>>.

52. Lietuvos statistikos departamento duomenys: 2011 m. juridinių asmenų suteikta parama ir labdara Lietuvoje pagal įmonių veiklos sektorius [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. spalio 16 d.]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/SelectVarVal/saveelections.-asp>>.
53. Lietuvos statistikos departamento duomenys: 2011 m. juridinių asmenų suteikta labdara ir parama Lietuvoje pagal įmonės dydžio grupes [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. spalio 20 d.]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/SelectVarVal/saveelections.asp>>.
54. Lietuvos statistikos departamento duomenys: Bendrojo vidaus produkto kitimas 2005-2010 m. [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugpjūčio 28 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/lt/news/view?id=8073>>.
55. Lietuvos statistikos departamento duomenys: Gauta labdara ir parama Lietuvoje 2004 - 2011 m. [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugpjūčio 27 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/lt/news/view/?id=9088>>.
56. Lietuvos statistikos departamento duomenys: Įmonių skaičius 2010 metais, 2012f. [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugsėjo 13 d.]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/selectvarval/saveelections.asp?MainTable=M4032008&PLanguage=0&TableStyle=&Buttons=&PXSID=20107&IQY=&TC=&ST=ST&rvar0=&rvar1=&rvar2=&rvar3=&rvar4=&rvar5=&rvar6=&rvar7=&rvar8=&rvar9=&rvar10=&rvar11=&rvar12=&rvar13=&rvar14=>>>.
57. Lietuvos statistikos departamento duomenys: Labdara ir parama Lietuvoje, 2010a. [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugpjūčio 27 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/lt/news/view/?id=7890>>.
58. Lietuvos statistikos departamento duomenys: Labdara ir parama Lietuvoje, 2008a. [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugpjūčio 27 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/lt/news/view/?id=7563>>.
59. Lietuvos statistikos departamento duomenys: Sertifikuotos aplinkos vadybos sistemos 2012b. [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugsėjo 25 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.lsd.lt/typo_new/fileadmin/Failai/2012_09_AVS.pdf>.
60. Lietuvos statistikos departamento duomenys: su užsieniu susijusių įmonių verslo struktūros rodikliai, 2010h. [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugsėjo 13 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/lt/news/view/?id=10635>>.
61. Lietuvos statistikos departamento duomenys: Teršalų išmetimas į atmosferą iš stacionarių taršos šaltinių 1998 – 2010 metais [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugsėjo 13 d.]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/selectvarval/saveelections.asp?MainTable=M8010401&PLanguage=>

age=0&TableStyle=&Buttons=&PXSId=5957&IQY=&TC=&ST=ST&rvar0=&rvar1=&rvar2=&rvar3=&rvar4=&rvar5=&rvar6=&rvar7=&rvar8=&rvar9=&rvar10=&rvar11=&rvar12=&rvar13=&rvar14>.

62. Lietuvos statistikos departamento duomenys: Veikiančių ūkio subjektų skaičius 2012 metų pradžioje, 2012g, [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. lapkričio 18 d.]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/selectvarval/saveelections.asp?MainTable=M4010116&PLanguage=0&TableStyle=&Buttons=&PXSId=5389&IQY=&TC=&ST=ST&rvar0=&rvar1=&rvar2=&rvar3=&rvar4=&rvar5=&rvar6=&rvar7=&rvar8=&rvar9=&rvar10=&rvar11=&rvar12=&rvar13=&rvar14=>>>.
63. Lietuvos statistikos departamento duomenys: Vidutinis mėnesinis bruto darbo užmokestis pagal ekonomikos sektorius [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugsėjo 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/lt/pages/view/?id=1304&PHPSESSID=f0b97b94c72f363504a445c43e89a7ca>>.
64. Listinguojamų Vilniaus biržoje Lietuvos įmonių sąrašas, 2012. [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugsėjo 25 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.nasdaqomxbaltic.com/market/?period=&period&market=XVSE&list%5B%5D=BAMT&list%5B%5D=BAIT&list%5B%5D=BAFN&price=1&start_d=28&start_m=9&start_y=2012&end_d=28&end_m=9&end_y=2012&_market=XVSE&pg=stats&lang=lt¤cy=0&downloadcsv=0&start=&end=>>.
65. LR apskaitos institutas. 2003. Verslo apskaitos standartas „Finansinė atskaitomybė“. [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugsėjo 29 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.administratorius.com/wp-content/uploads/01vas.pdf>>.
66. Martinuzzi, A.; Gisch-Boie, S.; Wiman, A. 2010. Does Corporate Responsibility Pay Off? Exploring the links between CSR and competitiveness in Europe's industrial sectors [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. spalio 18 d.]. Prieiga per internetą: <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/csr/documents/competitiveness/101124_csr_comp_final_report_long_version_final_en.pdf>.
67. Matkevičienė, R. 2010. Korporatyvinės socialinės atsakomybės raiška verslo organizacijų veikloje: nesocialiai atsakingą veiklą vykdančių organizacijų socialinės atsakomybės veikla // *Komunikacija: teorija ir praktika*, 52: 57-58.
68. Mikšys, A. 2010. Socialinė atsakomybė. Standartai ISO 26000, SA8000, kt. [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. liepos 20 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.isokonferencija.lt/2_2-_socialine_atsakomybe_ISO26000_SA8000.pdf>.

69. Navickas, V.; Kontautienė, R. 2010. Įmonių filantropijos poveikis jų ekonominės veiklos rezultatams // *Verslas: teorija ir praktika* [Business: Theory and Practice], 12(1): 15 – 23.
70. Pabedinskaitė, A. 2008. Kiekybiniai sprendimų metodai. Vilnius: Technika, 6-55 p.
71. Pasaulinio susitarimo tinklo Lietuvos įmonių sąrašas, 2012. [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. spalio 20 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.unglobalcompact.org/participants/search>>.
72. Paulavičiūtė, A. 2004. Verslo etikos būklė Lietuvoje. Vilnius: UAB CIKLONAS, 97 p.
73. Pruskus, V. 2003. Verslo etika. Vilnius: Enciklopedija.
74. Pučėtaitė, R. 2009. Įmonių socialinės atsakomybės vadyba integralumo aspektu // *Ekonomika ir vadyba* [Economics and Management], 14: 328 – 334.
75. Rademaekers, K.; Asaad, S. S. Z.; Berg, J. 2011. Study on the Competitiveness of the European Companies and Resource Efficiency [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. spalio 22 d.]. Prieiga per internetą: <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/files/competitiveness-of_european_companies_150711_en.pdf>.
76. Robins, R. 2011. Does Corporate Social Responsibility Increase Profits ? // *Business Ethics*.
77. Ruževičius, J. 2012. Pavyzdinis įmonių socialinės atsakomybės taikymo planas ir jo įgyvendinimo gairės valstybės valdomoms įmonėms [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugpjūčio 24 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.kv.ef.vu.lt/wp-content/uploads/2010/10/Mokymai-SA-ISA_Gaires_valstybes_imo-nems_JTVP_Svetainei_2012.pdf>.
78. Šimanskienė, L.; Paužuolienė, J. 2010. Įmonių socialinės atsakomybės svarba Lietuvos organizacijoms // *Vadybos mokslas ir studijos – kaimo verslų ir jų infrastruktūros plėtrai* [Management theory and studies for rural business and infrastructure development], 20(1).
79. Terminų žodynas [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugpjūčio 16 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.zodynas.lt/terminu-zodynas/r/racionalus>>.
80. UAB „Kvalitetas“. 2012. Įmonių socialinės atsakomybės gairės vertybinių popierių biržoje listinguojamoms įmonėms. Metodinė priemonė ĮSA atskaitomybei gerinti [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugpjūčio 19 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.undp.lt/uploads/-Publications%20LT/Listinguojamu%20imoniui%20gaikes_Final.pdf>.
81. Užkurėlis, D.; Džiugelytė, N. 2009. Santykinių finansinių rodiklių paaiškinimas [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. rugsėjo 20 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.nasdaqomxbaltic.com/files/vilnius/rodikliai/Swedbank/Santykiniu%20finansiniu%20rodikliu%20paaiskinimai.pdf>>.

82. Vaidelytė, E. 2007. Socialinė politika ir filantropija Lietuvoje: teorinės interpretacijos ir empirinės įžvalgos // *Viešojo politika ir administravimas*, 21: 97 – 98.
83. Vertybinių popierių birža „NASDAQ OMX Vilnius“. 2010. Įmonių finansinė analizė. Rodiklių skaičiavimo metodika [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. kovo 23 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.nasdaqomxbaltic.com/files/vilnius/leidiniai/Rodikliu_skaiciavimo_metodika-final.pdf>.
84. Vogulytė, V. 2007. Bendros socialinės atsakomybės tendencijos tarp smulkių ir vidutinių įmonių - tyrimo ataskaita [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. birželio 23 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.atsakingasverslas.lt/docs/CSR_ataskaita_galutine.pdf>.
85. Vogulytė, V.; Gudonienė, V. 2007. Įmonės socialinė atsakomybė - altruizmas, ar nauda? [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. kovo 23 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.verslobanga.lt/lt/patark.full/4617c3a0833e0.2>>.
86. Williamson, O. E. 1981. The Modern Corporation: Origins, Evolution, Attributes // *Journal of Economic Literature*: 19. p. 1537 – 1569.
87. Windsor, D. 2006. Corporate Social Responsibility: three Key Approaches // *Journal of Management Studies*: 43 (1): 93 – 114.
88. Žukauskaitė, E. 2010. Įmonių socialinė atsakomybė [interaktyvus], [žiūrėta 2012 m. kovo 24 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.kvalitetas.lt/socialine-atsakomybe/78>>.

Finansinės ataskaitos

89. AB „Lietuvos energija“. 2012. Konsoliduotas metinis pranešimas bei konsoliduotos ir įmonės 2011 m. finansinės ataskaitos.
90. AB „City service“. 2012. Konsoliduotos ir bendrovės 2011 m. finansinės ataskaitos, parengtos pagal Tarptautinius finansinės atskaitomybės standartus, priimtus taikyti Europos Sąjungoje, pateikiamos kartu su nepriklausomo auditoriaus išvada.
91. AB „Grigiškės“. 2004. Nepriklausomo auditoriaus išvada bei finansinės atskaitos už metus, pasibaigusius 2003 m. gruodžio 31 d.
92. AB „Grigiškės“. 2005. Nepriklausomo auditoriaus išvada bei finansinė atskaitomybė už metus, pasibaigusius 2004 m. gruodžio 31 d.
93. AB „Grigiškės“. 2006. Nepriklausomo auditoriaus išvada, finansinė atskaitomybė bei veiklos ataskaita už metus, pasibaigusius 2005 m. gruodžio 31 d.

94. AB „Grigiškės“. 2007. Nepriklausomo auditoriaus išvada, metinis pranešimas ir finansinė atskaitomybė už metus, pasibaigusius 2006 m. gruodžio 31 d.
95. AB „Grigiškės“. 2008. 2007 m. gruodžio 31 d. metinės ataskaitos.
96. AB „Grigiškės“. 2009. Metinės ataskaitos už, pasibaigusius 2008 m. gruodžio 31 d.
97. AB „Grigiškės“. 2010. Metinės ataskaitos už, pasibaigusius 2009 m. gruodžio 31 d.
98. AB „Grigiškės“. 2011. Konsoliduotos ir bendrovės 2010 m. finansinės ataskaitos, parengtos pagal Tarptautinius finansinės atskaitomybės standartus, priimtus taikyti Europos Sąjungoje, pateikiamos kartu su nepriklausomo auditoriaus išvada.
99. AB „Grigiškės“. 2012. Konsoliduotos ir bendrovės 2011 m. finansinės ataskaitos, parengtos pagal Tarptautinius finansinės atskaitomybės standartus, priimtus taikyti Europos Sąjungoje, pateikiamos kartu su nepriklausomo auditoriaus išvada.
100. AB „Kauno energija“. 2004. 2003 m. finansinė atskaitomybė, pateikiama kartu su nepriklausomų auditorių išvada.
101. AB „Kauno energija“. 2005. 2004 m. finansinė atskaitomybė.
102. AB „Kauno energija“. 2006. 2005 m. finansinė atskaitomybė.
103. AB „Kauno energija“. 2007. Konsoliduota ir bendrovės 2006 m. finansinė atskaitomybė, parengta pagal Tarptautinius finansinės atskaitomybės standartus, pateikiamos kartu su nepriklausomų auditorių išvada.
104. AB „Kauno energija“. 2008. Konsoliduota ir bendrovės 2007 m. finansinė atskaitomybė, parengta pagal Tarptautinius finansinės atskaitomybės standartus, priimtus taikyti Europos Sąjungoje pateikiamos kartu su nepriklausomo auditoriaus išvada.
105. AB „Kauno energija“. 2009. 2008 m. metinis pranešimas.
106. AB „Kauno energija“. 2010. Konsoliduotųjų ir bendrovės 2009 m. finansinių ataskaitų rinkinys, parengta pagal Tarptautinius finansinės atskaitomybės standartus, priimtus taikyti Europos Sąjungoje pateikiamos kartu su nepriklausomo auditoriaus išvada.
107. AB „Kauno energija“. 2011. Konsoliduotųjų ir bendrovės 2010 m. finansinių ataskaitų rinkinys, parengta pagal Tarptautinius finansinės atskaitomybės standartus, priimtus taikyti Europos Sąjungoje pateikiamos kartu su nepriklausomo auditoriaus išvada.
108. AB „Kauno energija“. 2012. Konsoliduotųjų ir bendrovės 2011 m. finansinių ataskaitų rinkinys, parengta pagal Tarptautinius finansinės atskaitomybės standartus, priimtus taikyti Europos Sąjungoje pateikiamos kartu su nepriklausomo auditoriaus išvada.
109. AB „Šiaulių bankas“. 2012. Nepriklausomo auditoriaus išvada, finansinės ataskaitos ir metinis pranešimas 2011 m. gruodžio 31 d.

- 110.AB „Ūkio bankas“. 2012. Nepriklausomo auditoriaus išvada, metinis pranešimas ir finansinės ataskaitos už metus, pasibaigusius 2011 m. gruodžio 31 d.
- 111.AB „Utenos trikotažas“. 2004. Konsoliduota ir bendrovės 2003 m. finansinė atskaitomybė.
- 112.AB „Utenos trikotažas“. 2005. Konsoliduota ir bendrovės 2004 m. finansinė atskaitomybė.
- 113.AB „Utenos trikotažas“. 2006. Konsoliduota ir bendrovės 2005 m. finansinė atskaitomybė.
- 114.AB „Utenos trikotažas“. 2007. Konsoliduotos ir bendrovės finansinės ataskaitos, metinis pranešimas ir nepriklausomo auditoriaus išvada už 2006 m. gruodžio 31 d. pasibaigusius metus.
- 115.AB „Utenos trikotažas“. 2008. Konsoliduotos ir bendrovės finansinės ataskaitos, metinis pranešimas ir nepriklausomo auditoriaus išvada už 2007 m. gruodžio 31 d. pasibaigusius metus.
- 116.AB „Utenos trikotažas“. 2009. Konsoliduotos ir bendrovės finansinės ataskaitos, metinis pranešimas ir nepriklausomo auditoriaus išvada už 2008 m. gruodžio 31 d. pasibaigusius metus.
- 117.AB „Utenos trikotažas“. 2010. Konsoliduotos ir bendrovės finansinės ataskaitos, metinis pranešimas ir nepriklausomo auditoriaus išvada už 2009 m. gruodžio 31 d. pasibaigusius metus.
- 118.AB „Utenos trikotažas“. 2011. Konsoliduotos ir bendrovės finansinės ataskaitos, metinis pranešimas ir nepriklausomo auditoriaus išvada už 2010 m. gruodžio 31 d. pasibaigusius metus.
- 119.AB „Utenos trikotažas“. 2012. Konsoliduotos ir bendrovės finansinės ataskaitos, metinis pranešimas ir nepriklausomo auditoriaus išvada už 2011 m. gruodžio 31 d. pasibaigusius metus.
- 120.AB „Vilniaus baldai“. 2004. 2003 metų finansinė atskaitomybė.
- 121.AB „Vilniaus baldai“. 2005. 2004 m. metinės ataskaitos.
- 122.AB „Vilniaus baldai“. 2006. 2005 m. metinės ataskaitos.
- 123.AB „Vilniaus baldai“. 2007. Konsoliduotos ir bendrovės 2006 m. finansinės ataskaitos, parengtos pagal Tarptautinius finansinės atskaitomybės standartus, priimtus taikyti Europos Sąjungoje, pateikiamos kartu su nepriklausomo auditoriaus išvada.
- 124.AB „Vilniaus baldai“. 2008. Konsoliduotos ir bendrovės 2007 m. finansinės ataskaitos, parengtos pagal Tarptautinius finansinės atskaitomybės standartus, priimtus taikyti Europos Sąjungoje, pateikiamos kartu su nepriklausomo auditoriaus išvada.
- 125.AB „Vilniaus baldai“. 2009. Konsoliduotos ir bendrovės 2008 m. finansinės ataskaitos, parengtos pagal Tarptautinius finansinės atskaitomybės standartus, priimtus taikyti Europos Sąjungoje, pateikiamos kartu su nepriklausomo auditoriaus išvada.
- 126.AB „Vilniaus baldai“. 2010. Konsoliduotos ir bendrovės 2009 m. finansinės ataskaitos, parengtos pagal Tarptautinius finansinės atskaitomybės standartus, priimtus taikyti Europos Sąjungoje, pateikiamos kartu su nepriklausomo auditoriaus išvada.

- 127.AB „Vilniaus baldai“. 2011. Konsoliduotos ir bendrovės 2010 m. finansinės ataskaitos, parengtos pagal Tarptautinius finansinės atskaitomybės standartus, priimtus taikyti Europos Sąjungoje, pateikiamos kartu su nepriklausomo auditoriaus išvada.
- 128.AB „Vilniaus baldai“. 2012. Konsoliduotos ir bendrovės 2011 m. finansinės ataskaitos, parengtos pagal Tarptautinius finansinės atskaitomybės standartus, priimtus taikyti Europos Sąjungoje, pateikiamos kartu su nepriklausomo auditoriaus išvada.
- 129.AB „TEO LT“. 2012. Finansinės ataskaitos, konsoliduotas metinis pranešimas ir nepriklausomo auditoriaus išvada už 2011 m. gruodžio 31 d. pasibaigusius metus.
130. APB „Apranga“. 2012. Konsoliduotos ir Įmonės finansinės ataskaitos, konsoliduotas metinis pranešimas ir nepriklausomo auditoriaus išvada už 2011 m. gruodžio 31 d. pasibaigusius metus.

PRIEDAI

A priedas. Jungtinių Tautų Pasaulinio susitarimo principai

Žmogaus teisės	<i>Remti ir gerbti tarptautines žmogaus teises</i>
	<i>Neprisidėti prie žmogaus teisių pažeidimų</i>
Darbuotojų teisės	<i>Remti asociacijų laisvę ir pripažinti teisę į veiksmingas derybas</i>
	<i>Atsisakyti bet kokio priverstinio darbo</i>
	<i>Panaikinti vaikų darbą</i>
	<i>Panaikinti diskriminaciją, susijusią su įdarbinimu ar profesija</i>
Aplinkos apsauga	<i>Remti programas, užtikrinančias aplinkos apsaugą</i>
	<i>Aktyviai skatinti didesnę atsakomybę aplinkosaugos srityje</i>
	<i>Skatinti aplinkai palankių technologijų plėtrą, diegimą</i>
Kova su korupcija	<i>Kovoti su visomis korupcijos formomis (kyšininkavimu, papirkinėjimu ir kitomis)</i>

Šaltinis: Global compact <http://www.globalcompact.lt/en/global_compact/>.

B priedas. Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo nariai (abėcėlės tvarka)

Pavadinimas
ĮMONĖS
1. „Soloveिकास Markauskas Aviza Bagdanskis – SMA“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
2. AB „ALNA“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
3. AB „City Service“
4. AB „Dolomitas“
5. AB „Kauno energija“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
6. AB „Klaipėdos kartonas“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
7. AB „LESTO“
8. AB „Lietuvos draudimas“
9. AB „Lietuvos energija“
10. AB „Lietuvos geležinkeliai“
11. AB „Lifosa“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
12. AB „Mažeikių nafta“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
13. AB „Medicinos bankas“
14. AB „SEB bankas“
15. AB „Šiaulių bankas“
16. AB „Swedbank“
17. AB „TEO LT“
18. AB „Ūkio bankas“
19. AB „Utenos trikotažas“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
20. AB „Vilniaus baldai“
21. Advokatų kontora „Lideika, Petrauskas, Valiūnas ir partneriai LAWIN“
22. Akcinė prekybos bendrovė „Apranga“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
23. Bendrovė „AGA“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
25. Koncernas „Achemos grupė“
26. Koncernas „MG Baltic“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
27. UAB „All Time group“
28. UAB „Arvi Kalakutai“
29. UAB „Arvi Kalakutu Fermos“
30. UAB „Aukštaitijos vandenys“
31. UAB „Aviva Lietuva“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
32. UAB „Baltic-West Trading“
33. UAB „Baltų žemės“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
34. UAB „Berlin-Chemie Menarini Baltic“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)

35. UAB „BS Chemical“
36. UAB „Bureau Veritas Lit“
37. UAB „Coca-Cola HBC Lithuania“
38. UAB „Constructus“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
39. UAB „Delfi“
40. UAB „DPD Lietuva“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
41. UAB „Dzūkijos Vandenys“
42. UAB „Ekonomines konsultacijos ir tyrimai“
43. UAB „Eksponentė“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
44. UAB „Electronic House“
45. UAB „Elgama-Elektronika“
46. UAB „Ericsson Lietuva“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
47. UAB „Ernst&Young“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
48. UAB „Eugesta“
49. UAB „EURA“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
50. UAB „European Leadership Institute“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
51. UAB „Gamtos namai“
52. UAB „Grand partners“
53. UAB „Gyvybės draudimas Bonum Publicum“
54. UAB „Invalida Service“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
55. UAB „Karlas Transport“
56. UAB „Kauno vaisių ir daržovių prekyba“
57. UAB „Klaipėdos statybos kompanija“
58. UAB „Klaipėdos terminalo grupė“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
59. UAB „Konekesko Lietuva“
60. UAB „Kopa“
61. UAB „Kvalitetas“
62. UAB „Lietuva Statoil“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
63. UAB „LINTEL“
64. UAB „Marijampolės Pasarai“
65. UAB „Metalų meistrai“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
66. UAB „Narbutas“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
67. UAB „Nestle Baltics“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
68. UAB „Noringė“
69. UAB „Omnitel“
70. UAB „Ortopedijos centras“
71. UAB „OVC Consulting“

72. UAB „Pakmarkas“
73. UAB „Pas dobilą“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
74. UAB „PR Service/Edelman Affiliate“
75. UAB „PricewaterhouseCoopers“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
76. UAB „Raminora“ - SPA Vilnius SANA
77. UAB „Renega“
78. UAB „Scaent Baltic“
79. UAB „Spaudmeta“
80. UAB „Švyturys-Utenos alus“
81. UAB „Traidenis“
82. UAB „Utenos Vandenys“
83. UAB „Vakarų medienos grupė“
84. UAB „Vilniaus Troleibusiai“
85. UAB „Vilniaus Vandenys“
86. UAB „WTE Baltic“
87. UAB „Danisco Sugar Kėdainiai“ and „Danisco Sugar Panevėžys“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
88. UAB „Akreta“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
OGRAIZACIJOS
89. Asociacija „Mano miestas – Klaipėda“
90. Inžinerinės ekologijos asociacija
91. Aplinkosaugos valdymo ir technologijų centras
92. Aplinkos vadybos ir audito institutas
93. Europos humanitarinis universitetas
94. VšĮ Gyva LT
95. ISM Vadybos ir ekonomikos universitetas
96. VšĮ „Iniciatyvos fondas“
97. Vilniaus universiteto tarptautinio verslo mokykla
98. Tarptautinė teisės ir verslo aukštoji mokykla
99. Investors' Forum
100. JCI Lietuva
101. Kauno technologijos universitetas
102. Kauno kolegija
103. LCC tarptautinis universitetas
104. Lietuvos kreditas
105. Lietuvos vandens tiekėjų asociacija
106. Lietuvos jaunimo organizacijų taryba
107. VšĮ "New ideas"

108. Panevėžio kolegija
109. Viešoji įstaiga Socialinių mokslų kolegija
110. Sėkmės mokykla
111. Šiaulių valstybinė kolegija
112. Socialiai atsakingų įmonių asociacija
113. Nacionalinė elektros technikos verslo asociacija
114. „Lietuvos maistininkų profesinė sąjunga“
115. Viliaus verslo teisės akademija
116. Vilniaus kooperacijos kolegija
117. „Baltijos vadybos institutas“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
118. Asociacija „Investuotojų forumas“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
119. Asociacija „Mano miestas Klaipėda“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)
120. „Jaunųjų vadovų asociacija“ (išbraukta iš pasaulinio tinklo)

Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis Lietuvos socialinės apsaugos ir darbo ministerijos duomenimis bei pasaulinio susitarimo pasaulinio tinklo narių sąrašais (<<http://www.socmin.lt/index.php?658282903>>, <[http://www.unglobalcompact.org/participants/search?commit=Search&keyword=&country%5B%5D=115&joined_after=10%2F01%2F1992&joined_b.\)](http://www.unglobalcompact.org/participants/search?commit=Search&keyword=&country%5B%5D=115&joined_after=10%2F01%2F1992&joined_b.))>

C priedas. Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo narių tikslesnė informacija

Nr.	Įmonė	Sektorius	Socialinės atsakomybės ataskaita	Lietuvos kapitalo įmonė (taip/ne)	Įstojimo metai
1.	„Soloveicikas Markauskas Aviza Bagdanskis – SMA“	Paslaugų	Ne	Taip	2007/10/03
2.	AB „Šiaulių bankas“	Paslaugų	Ne	Taip	2008/06/19
3.	AB „ALNA“	Paslaugų	Ne	Taip	2006/05/22
4.	AB „City Service“	Paslaugų	Taip	Taip	2011/08/15
5.	AB „Dolomitas“	Gamybos	Ne	Taip	2010/12/23
6.	AB „Kauno energija“	Gamybos	Taip	Taip	2005/08/15
7.	AB „Klaipėdos kartonas“	Gamybos	Taip	Taip	2005/06/02
8.	AB „LESTO“	Paslaugų	Taip	Taip	2009/04/14
9.	AB „Lietuvos draudimas“	Paslaugų	Ne	Ne	2008/09/04
10.	AB „Lietuvos energija“	Gamybos	Taip	Taip	2012/05/23
11.	AB „Lietuvos geležinkeliai“	Paslaugų	Ne	Taip	2012/08/06
12.	AB „Lifosa“	Gamybos	Taip	Ne	2005/06/02
13.	AB „Mažeikių nafta“	Gamybos	Ne	Ne	2005/06/02
14.	AB „Medicinos bankas“	Paslaugų	Taip	Taip	2005/06/02
15.	AB „SEB bankas“	Paslaugų	Taip	Ne	2005/06/02
16.	AB „Swedbank“	Paslaugų	Taip	Ne	2006/12/04
17.	AB „TEO LT“	Paslaugų	Taip	Ne	2005/06/02
18.	AB „Ūkio bankas“	Paslaugų	taip	Ne	2005/06/02
19.	AB „Utenos trikotažas“	Gamybos	Ne	Taip	2006/12/21
20.	AB „Vilniaus baldai“	Gamybos	Taip	Taip	2010/05/02
21.	Advokatų kontora „Lideika, Petrauskas, Valiūnas ir partneriai LAWIN“	Paslaugų	Taip	Ne	2005/06/22
22.	Akcinė prekybos bendrovė „Apranga“	Prekybos	Ne	Taip	2005/06/02
23.	Bendrovė „AGA“	Paslaugų	Ne	Ne	2005/06/02
24.	Koncernas „Achemos grupė“	Gamybos	Taip	Taip	2005/06/13
25.	Koncernas „MG Baltic“	Gamybos	Taip	Taip	2005/06/02
26.	UAB „All Time group“	Paslaugų	Ne	Ne	2012/01/26
27.	UAB „Arvi Kalakutai“	Gamybos	Taip	Taip	2012/02/08
28.	UAB „Arvi Kalakutu Fermos“	Gamybos	Ne	Taip	2012/02/08
29.	UAB „Aukštaitijos vandenys“	Paslaugų	Ne	Taip	2011/07/05
30.	UAB „Aviva Lietuva“	Paslaugų	Ne	Ne	2005/06/02-
31.	UAB „Baltic-West Trading“	Paslaugų	Ne	Ne	2011/01/19
32.	UAB „Baltų žemės“	Paslaugų	Ne	Ne	2005/06/02
33.	UAB „Berlin-Chemie Menarini Baltic“	Gamybos	Ne	Ne	2005/06/02
34.	UAB „BS Chemical“	Paslaugų	Taip	Ne	2012/04/03
35.	UAB „Bureau Veritas Lit“	Paslaugų	Taip	Ne	2005/07/05
36.	UAB „Coca-Cola HBC Lithuania“	Gamybos	Ne	Ne	2010/05/19

C priedo tęsinys

37.	UAB „Constructus“	Paslaugų	Ne	Taip	2005/06/02
38.	UAB „Delfi“	Paslaugų	Ne	Taip	2012/07/06
39.	UAB „DPD Lietuva“	Paslaugų	Ne	Ne	2008/10/08
40.	UAB „Dzūkijos Vandenyss“	Paslaugų	Taip	Taip	2011/06/24
41.	UAB „Ekonomines konsultacijos ir tyrimai“	Paslaugų	Taip	Taip	2005/06/02
42.	UAB „Eksponentė“	Paslaugų	Ne	Taip	2005/06/02
43.	UAB „Electronic House“	Prekybos	Ne	Ne	2012/05/22
44.	UAB „Elgama Elektronika“	Gamybos	Ne	Taip	2012/04/04
45.	UAB „Ericsson Lietuva“	Prekybos	Ne	Ne	2005/06/02
46.	UAB „Ernst&Young“	Paslaugų	Ne	Ne	2005/06/02
47.	UAB „Eugesta“	Paslaugų	Ne	Taip	2011/11/22
48.	UAB „EURA“	Paslaugų	Ne	Taip	2005/06/02
49.	UAB „European Leadership Institute“	Paslaugų	Ne	Ne	2008/09/04
50.	UAB „Gamtos namai“	Gamybos	Taip	Taip	2012/05/16
51.	UAB „Grand partners“	Paslaugų	Ne	Taip	2012/08/13
52.	UAB „Gyvybės draudimas Bonum Publicum“	Paslaugų	Taip	Taip	2005/06/02
53.	UAB „Invalida Service“	Paslaugų	Ne	Taip	2005/06/02
54.	UAB „Karlas Transport“	Paslaugų	Taip	Taip	2011/12/29
55.	UAB „Kauno vaisių ir daržovių prekyba“	Prekybos	Taip	Taip	2011/12/19
56.	UAB „Klaipėdos statybos kompanija“	Paslaugų	Ne	Taip	2011/01/19
57.	UAB „Klaipėdos terminalo grupė“	Paslaugų	Ne	Taip	2007/01/04
58.	UAB „Konekesko Lietuva“	Prekybos	Ne	Ne	2011/01/11
59.	UAB „Kopa“	Paslaugų	Ne	Taip	2011/02/09
60.	UAB „Kvalitetas“	Paslaugų	Taip	Taip	2011/01/25
61.	UAB „Lietuva Statoil“	Prekybos	Taip	Ne	2005/06/02
62.	UAB „Lintel“	Paslaugų	Taip	Taip	2009/05/27
63.	UAB „Marijampolės Pasarai“	Gamybos	Ne	Taip	2012/02/07
64.	UAB „Metalų meistrai“	Gamybos	Ne	Taip	2010/03/11
65.	UAB „Narbutas“	Gamybos	Ne	Taip	2006/12/18
66.	UAB „Nestle Baltics“	Gamybos	Taip	Ne	2005/06/02
67.	UAB „Noringė“	Paslaugų	Ne	Taip	2012/08/10
68.	UAB „Omnitel“	Paslaugų	Taip	Ne	2008/12/11
69.	UAB „Ortopedijos centras“	Paslaugų	Taip	Taip	2012/01/04
70.	UAB „OVC Consulting“	Paslaugų	Taip	Ne	2011/09/08
71.	UAB „Pakmarkas“	Prekybos	Taip	Taip	2005/06/02
72.	UAB „Pas dobilą“	Paslaugų	Ne	Taip	2005/06/02
73.	UAB „PR Service/Edelman Affiliate“	Paslaugų	Ne	Ne	2011/09/22
74.	UAB „PricewaterhouseCoopers“	Paslaugų	Ne	Ne	2005/06/02
75.	UAB „Raminora“ - SPA Vilnius SANA	Paslaugų	Ne	Taip	2012/08/28
76.	UAB „Renerga“	Gamybos	Ne	Taip	2008/08/27
77.	UAB „Scaent Baltic“	Paslaugų	Ne	Ne	2011/01/19

C priedo pabaiga

78.	UAB „Spaudmeta“	Paslaugų	Taip	Taip	2012/02/22
79.	UAB „Švyturys-Utenos alus“	Gamybos	Taip	Ne	2006/06/19
80.	UAB „Traidenis“	Gamybos	Taip	Taip	2005/06/02
81.	UAB „Utenos Vandenys“	Paslaugų	Taip	Taip	2011/05/27
82.	UAB „Vakarų medienos grupė“	Gamybos	Ne	Taip	2011/04/11
83.	UAB „Valpirus“	Paslaugų	Ne	Taip	2005/06/02
84.	UAB „Vilniaus Troleibusiai“	Paslaugų	Taip	Taip	2011/01/14
85.	UAB „Vilniaus Vandenys“	Paslaugų	Ne	Taip	2011/07/25
86.	UAB „WTE Baltic“	Paslaugų	Ne	Ne	2011/06/24
87.	UAB „Danisco Sugar Kėdainiai“ and „Danisco Sugar Panevėžys“	Gamybos	Ne	Ne	2005/06/02
88.	UAB „Akreta“	Prekybos	Ne	Taip	2009/04/02

Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis Lietuvos socialinės apsaugos ir darbo ministerijos duomenimis ir pasaulinio susitarimo pasaulinio tinklo narių sąrašais (<<http://www.socmin.lt/index.php?658282903>>, <[112](http://www.unglobalcompact.org/participants/search?commit=Search&keyword=&country%5B%5D=115&joined_after=10%2F01%2F1992&joined_b.)>..</p>
</div>
<div data-bbox=)

D priedas. Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo gamybos sektoriaus nariai

Nr.	Įmonė	Socialinės atsakomybės ataskaita	Lietuvos kapitalo įmonė (taip/ne)
1.	Koncernas „Achemos grupė“	Taip	Taip
2.	UAB „Berlin-Chemie Menarini Baltic“	Ne	Ne
3.	UAB „Coca-Cola HBC Lithuania“	Ne	Ne
4.	UAB „Danisco Sugar Kėdainiai“ and „Danisco Sugar Panevėžys“	Ne	Ne
5.	AB „Klaipėdos kartonas“	Taip	Taip
6.	AB „Kauno energija“	Taip	Taip
7.	AB „Lifosa“	Taip	Ne
8.	AB „Mažeikių nafta“	Ne	Ne
9.	Koncernas „MG Baltic“	Taip	Taip
10.	UAB „Metalo meistrai“	Ne	Taip
11.	UAB „Narbutas“	Ne	Taip
12.	UAB „Nestle Baltics“	Taip	Ne
13.	UAB „Renerga“	Taip	Taip
14.	UAB „Švyturys-Utenos alus“	Taip	Ne
15.	UAB „Traidenis“	Taip	Taip
16.	AB „Utenos trikotažas“	Ne	Taip
17.	AB „Vilniaus baldai“	Ne	Taip
18.	AB „Dolomitas“	Ne	Taip
19.	AB „Lietuvos energija“	Taip	„Taip“
20.	UAB „Arvi Kalakutai“	Taip	Taip
21.	UAB „Elgama Elektronika“	Ne	Taip
22.	UAB „Gamtos namai“	Taip	Taip
23.	UAB „Marijampolės Pazarai“	Ne	Taip
24.	UAB „Vakarų medienos grupė“	Ne	Taip
25.	UAB „Arvi Kalakutu Feros“	Ne	Taip

Šaltinis: sudaryta autoriaus

E priedas. Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo gamybos sektoriaus įmonių išskyrimas pagal dydį

Mažos įmonės	Darbuotojų skaičius	Vidutinio dydžio įmonės	Darbuotojų skaičius	Didelės įmonės	Darbuotojų skaičius
UAB „Renega“	26	„Coca-Cola HBC Lithuania“	200	Koncernas „Achemos grupė“	5485
UAB „Gamtos namai“	15	UAB „Danisco Sugar Kėdainiai“ and „Danisco Sugar Panevėžys“	58	AB „Klaipėdos kartonas“	204
UAB „Marijampolės Pasarai“	2	UAB „Metalų meistrai“	58	AB „Kauno energija“	550
		UAB „Traidenis“	141	AB „Lifosa“	970
		UAB „Berlin-Chemie Menarini Baltic“	109	AB „Mažeikių nafta“	1700
		AB „Dolomitas“	140	Koncernas „MG Baltic“	2094
		UAB „Arvi Kalakutai“	230	UAB „Narbutas“	170
		UAB „Elgama Elektronika“	87	UAB „Švyturys-Utenos alus“	442
		UAB „Vakarų medienos grupė“	62	AB „Utenos trikotažas“	682
				AB „Vilniaus baldai“	430
				AB „Lietuvos energija“	501
				UAB „Nestle Baltics“	280

Šaltinis: sudaryta autoriaus

F priedas. Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo paslaugų sektoriaus nariai

Nr.	Įmonė	Socialinės atsakomybės ataskaita	Lietuvos kapitalo įmonė (taip/ne)
1.	Bendrovė „AGA“	Ne	Ne
2.	AB „ALNA“	Ne	Taip
3.	UAB „Aviva Lietuva“	Ne	Ne
4.	UAB „Baltų žemės“	Ne	Ne
5.	UAB „Constructus“	Ne	Taip
6.	UAB „DPD Lietuva“	Ne	Ne
7.	UAB „Ekonomines konsultacijos ir tyrimai“	Taip	Taip
8.	UAB „Eksponentė“	Ne	Taip
9.	VĮ „Respublikinis energetikų mokymo centras“	Ne	Taip
10.	UAB „Ernst&Young“	Ne	Ne
11.	UAB „EURA“	Ne	Taip
12.	UAB „European Leadership Institute“	Ne	Ne
13.	UAB „Gyvybės draudimas Bonum Publicum“	Taip	Taip
14.	AB „Swedbank“	Taip	Ne
15.	UAB „Invalida Service“	Ne	Taip
16.	UAB „Klaipėdos terminalo grupė“	Ne	Taip
17.	Advokatų kontora „Lideika, Petrauskas, Valiūnas ir partneriai LAWIN“	Taip	Ne
18.	AB „Lietuvos draudimas“	Ne	Taip
19.	UAB „LINTEL“	Taip	Taip
20.	UAB „Medicinos bankas“	Taip	Taip
21.	UAB „Omnitel“	Taip	Ne
22.	UAB „Pas dobilą“	Ne	Taip
23.	UAB „PricewaterhouseCoopers“	Ne	Ne
24.	AB „SEB bankas“	Taip	Ne
25.	„Soloveicikas Markauskas Aviza Bagdanskis – SMA“	Ne	Taip
26.	AB „Šiaulių bankas“	Ne	Taip
27.	AB „TEO LT“	Taip	Ne
28.	AB „Ūkio bankas“	Taip	Ne
29.	UAB „Valpirus“	Ne	Taip
30.	AB „City Service“	Taip	Taip
31.	AB „LESTO“	Taip	Taip
32.	AB „Lietuvos geležinkeliai“	Ne	Taip
33.	UAB „All Time group“	Ne	Ne
34.	UAB „Aukštaitijos vandenys“	Ne	Taip
35.	UAB „Baltic-West Trading“	Ne	Ne
36.	UAB „BS Chemical“	Taip	Ne
37.	UAB „Bureau Veritas Lit“	Taip	Ne
38.	UAB „Delfi“	Ne	Taip
39.	UAB „Dzukijos Vandenys“	Taip	Taip
40.	UAB „Eugesta“	Ne	Taip
41.	UAB „Grand partners“	Ne	Taip
42.	UAB „Karlas Transport“	Taip	Taip

43.	UAB „Klaipėdos statybos kompanija“	Ne	Taip
44.	UAB „Kopa“	Ne	Taip
45.	UAB „Kvalitetas“	Taip	Taip
46.	UAB „Noringė“	Ne	Taip
47.	UAB „Ortopedijos centras“	Taip	Taip
48.	UAB „OVC Consulting“	Taip	Ne
49.	UAB „PR Service/Edelman Affiliate“	Ne	Ne
50.	UAB „Raminora“ - SPA Vilnius SANA	Ne	Taip
51.	UAB „Scaent Baltic“	Ne	Ne
52.	UAB „Spaudmeta“	Taip	Taip
53.	UAB „Utenos Vandenys“	Taip	Taip
54.	UAB „Vilniaus Troleibusai“	Taip	Taip
55.	UAB „Vilniaus Vandenys“	Ne	Taip

Šaltinis: sudaryta autoriaus

G priedas. Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo paslaugų sektoriaus įmonių išskyrimas pagal dydį

Mažos įmonės	Darbuotojų skaičius	Vidutinio dydžio įmonės	Darbuotojų skaičius	Didelės įmonės	Darbuotojų skaičius
Bendrovė „AGA“	43	UAB „Constructus“	90	AB „ALNA“	
UAB „Baltų žemės“	9	UAB „DPD Lietuva“	158	UAB „Aviva Lietuva“	
UAB „Ekonomines konsultacijos ir tyrimai“	36	UAB „Invalida Service“	140	UAB „Ernst&Young“	269
UAB „Eksponentė“	3	UAB „Invalida Service“	140	AB „Swedbank“	1144
UAB „EURA“	25	UAB „Klaipėdos terminalo grupė“	62	AB „Lietuvos draudimas“	1153
UAB „European Leadership Institute“	2	Advokatų kontora „Lideika, Petrauskas, Valiūnas ir partneriai LAWIN“	87	UAB „LINTEL“	998
UAB „Gyvybės draudimas Bonum Publicum“	35	UAB „PricewaterhouseCoopers“	139	UAB „Medicinos bankas“	547
UAB „Pas dobilą“	8	AB „City Service“	78	UAB „Omnitel“	655
„Soloveicikas Markauskas Aviza Bagdanskis – SMA“	11	UAB „Delfi“	90	AB „SEB bankas“	1849
UAB „Valpirus“	7	UAB „Dzukijos Vandenys“	155	AB „Šiaulių bankas“	293
UAB „All Time group“	13	UAB „Noringė“	75	AB „TEO LT“	1960
UAB „Baltic-West Trading“	23	UAB „Utenos Vandenys“	127	AB „Ūkio bankas“	755
UAB „BS Chemical“	16			AB „LESTO“	2560
UAB „Bureau Veritas Lit“	36			AB „Lietuvos geležinkeliai“	10859
UAB „Grand partners“	8			UAB „Aukštaitijos vandenys“	265
UAB „Karlus Transport“	7			UAB „Eugesta“	463
UAB „Klaipėdos statybos kompanija“	2			UAB „Raminora“ - SPA Vilnius SANA	284
UAB „Kopa“	9			UAB „Vilniaus Troleibusai“	2133
UAB „Kvalitetas“	16			UAB „Vilniaus Vandenys“	909
UAB „Ortopedijos centras“	45				
UAB „OVC Consulting“	24				
UAB „PR Service/Edelman Affiliate“	16				
UAB „Scaent Baltic“	23				
UAB „Spaudmeta“	11				

Šaltinis: sudaryta autoriaus

H priedas. Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo prekybos sektoriaus nariai ir jų išskyrimas pagal dydį

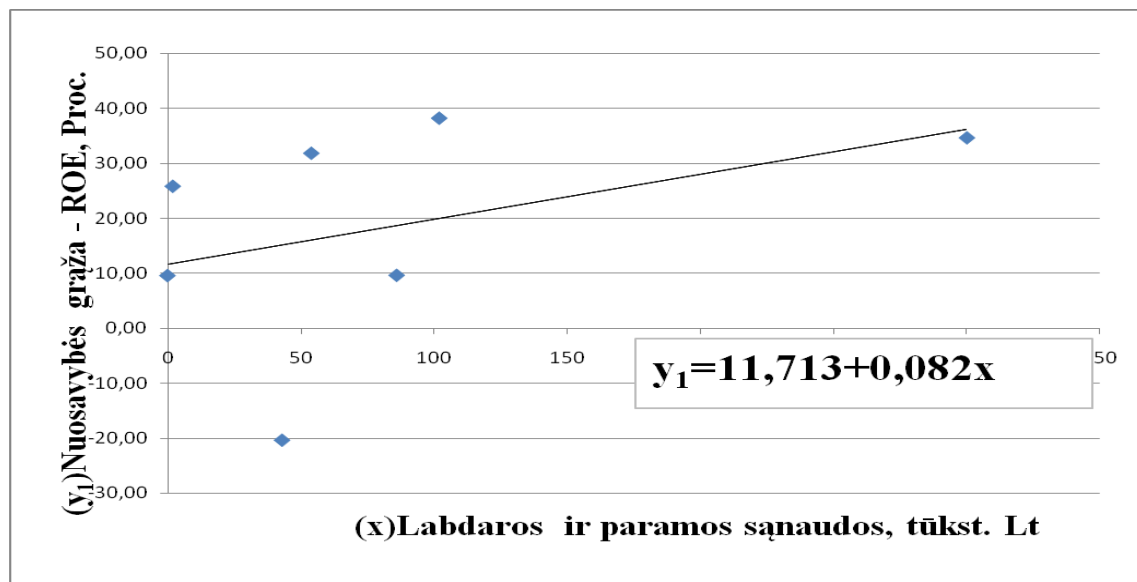
Nr.	Įmonė	Socialinės atsakomybės ataskaita	Lietuvos kapitalo įmonė (taip/ne)
1.	UAB „Akreta“	Ne	Taip
2.	Akcinė prekybos bendrovė „Apranga“	Ne	Taip
3.	UAB „Ericsson Lietuva“	Ne	Ne
4.	UAB „Lietuva Statoil“	Taip	Ne
5.	UAB „Pakmarkas“	Taip	Taip
6.	UAB „Electronic House“	Ne	Ne
7.	UAB „Kauno vaisių ir daržovių prekyba“	Taip	Taip
8.	UAB „Konekesko Lietuva“	Ne	Ne

Šaltinis: sudaryta autoriaus

Mažos įmonės	Darbuotojų skaičius	Vidutinio dydžio įmonės	Darbuotojų skaičius	Didelės įmonės	Darbuotojų skaičius
UAB „Akreta“	9	UAB „Pakmarkas“	159	Akcinė prekybos bendrovė „Apranga“	786
UAB „Ericsson Lietuva“	24	UAB „Kauno vaisių ir daržovių prekyba“	69	UAB „Lietuva Statoil“	611
UAB „Electronic House“	48	UAB „Konekesko Lietuva“	75		

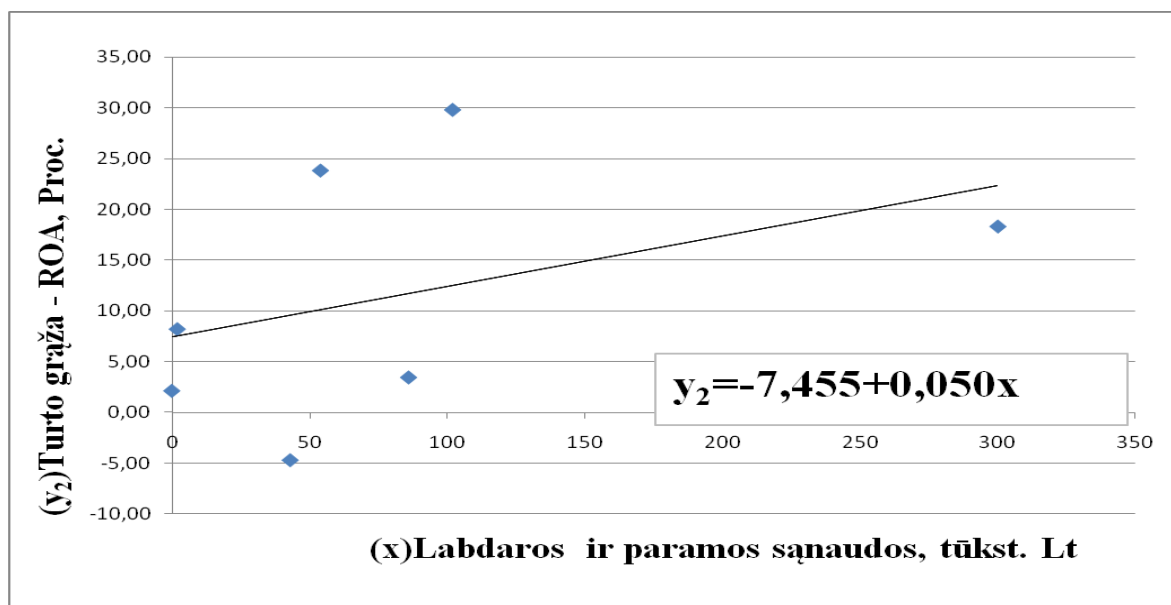
Šaltinis: sudaryta autoriaus.

I priedas. Nuosavybės grąžos – ROE priklausomybė nuo labdaros ir paramos sąnaudų AB „Vilniaus baldai“ atveju



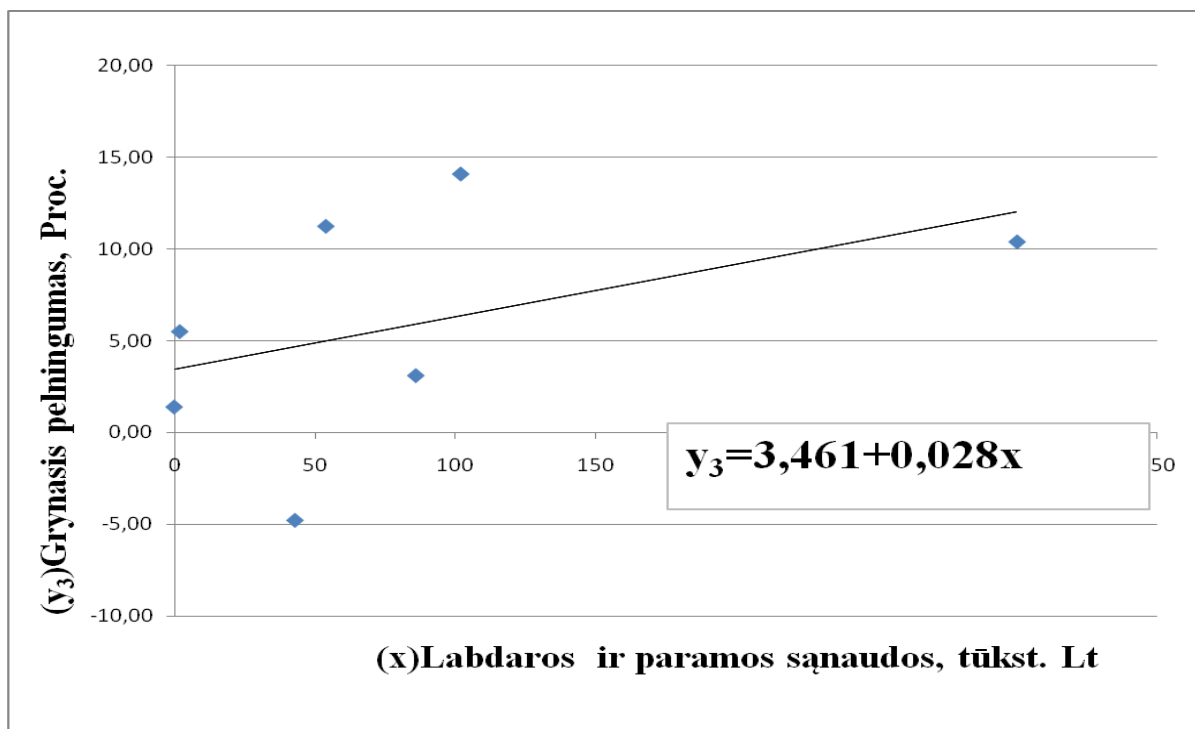
Šaltinis: sudaryta autoriaus.

Turto grąžos – ROA priklausomybė nuo labdaros ir paramos sąnaudų AB „Vilniaus baldai“ atveju



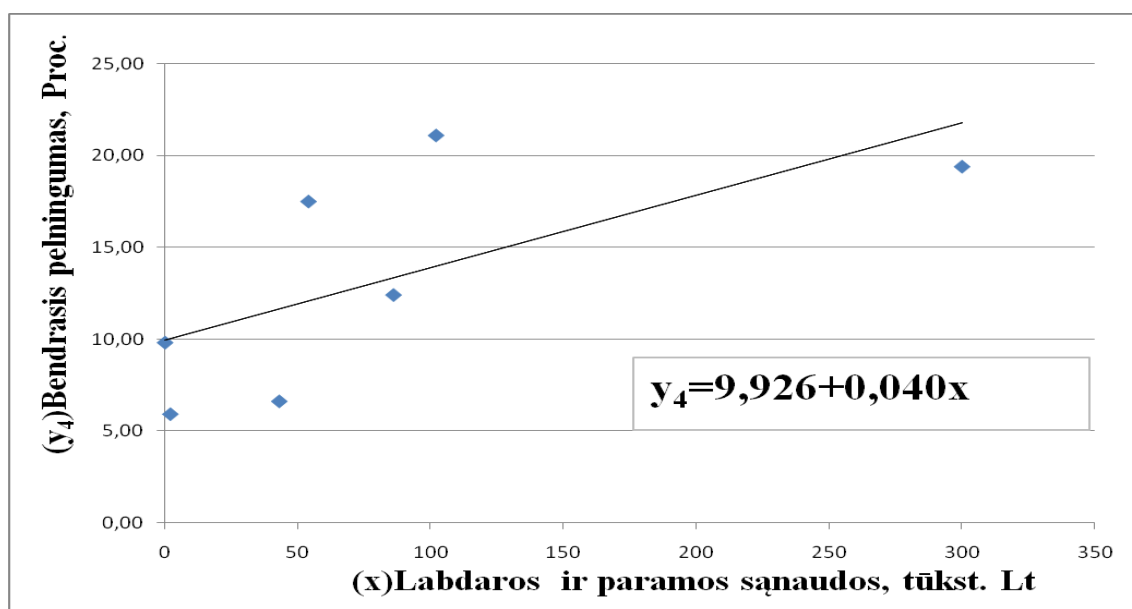
Šaltinis: sudaryta autoriaus.

Grynojo pelningumo priklausomybė nuo labdaros ir paramos sąnaudų AB „Vilniaus baldai“ atveju



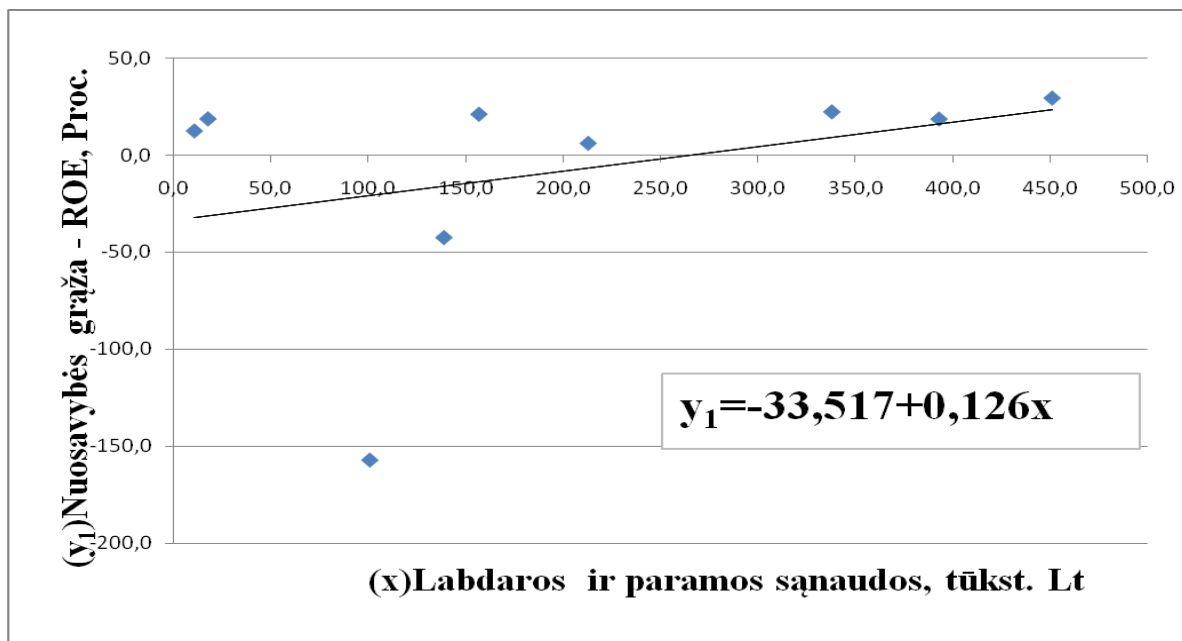
Šaltinis: sudaryta autoriaus.

Bendrojo pelningumo priklausomybė nuo labdaros ir paramos sąnaudų AB „Vilniaus baldai“ atveju



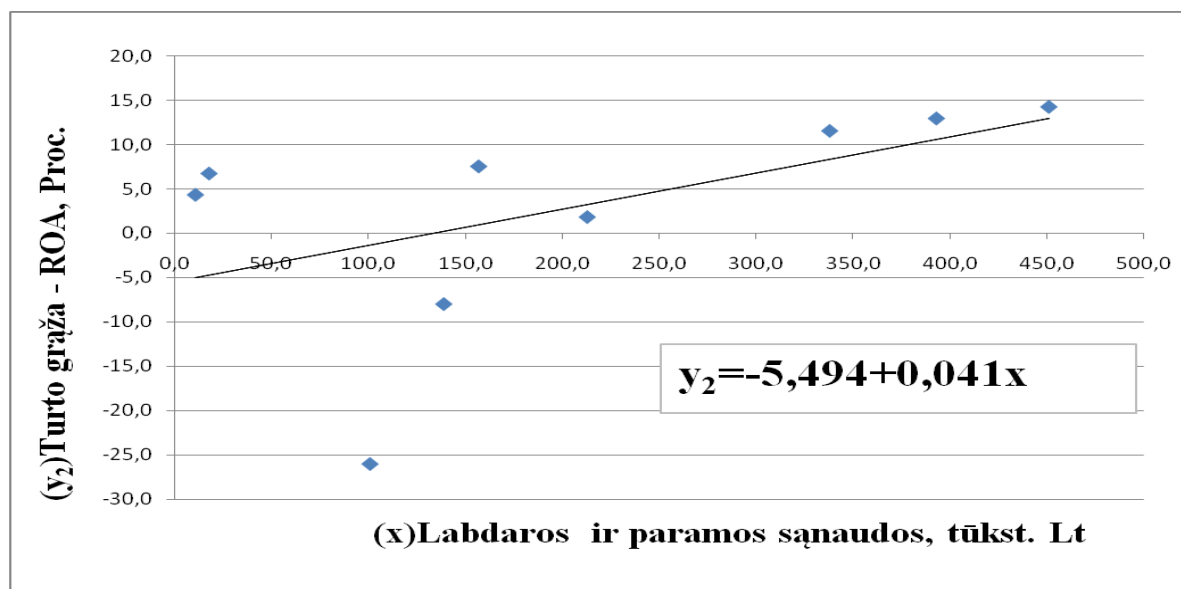
Šaltinis: sudaryta autoriaus.

J priedas. Nuosavybės grąžos – ROE priklausomybė nuo labdaros ir paramos sąnaudų AB „Utenos trikotažas“ atveju



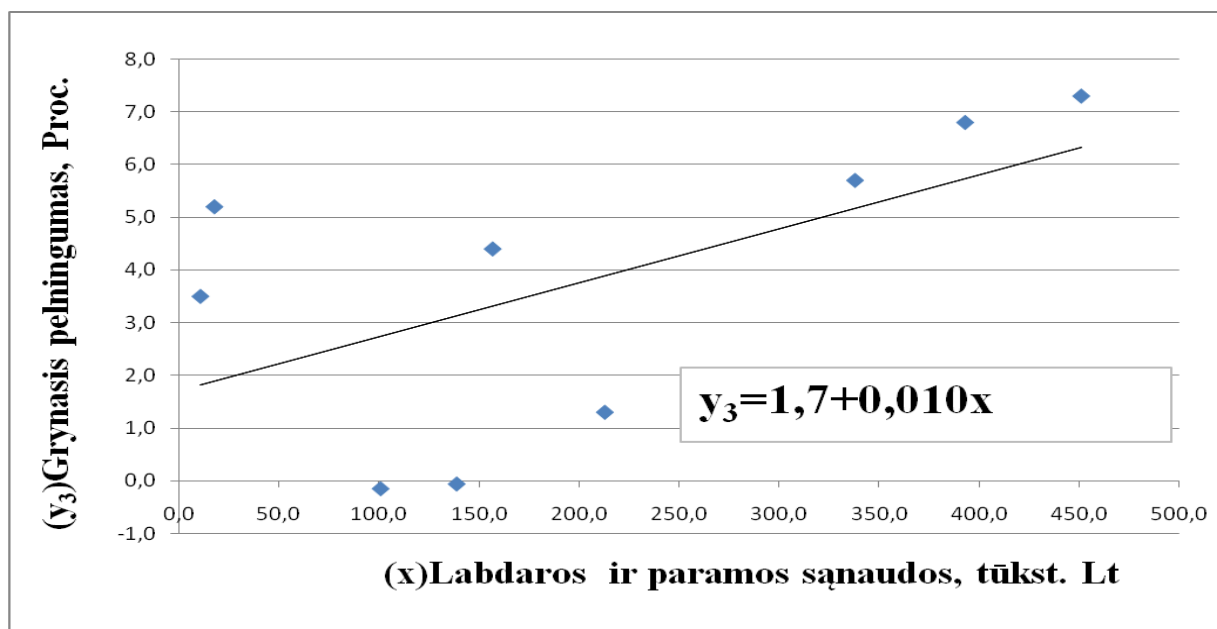
Pastaba: sudaryta autoriaus.

Turto grąžos – ROA priklausomybė nuo labdaros ir paramos sąnaudų AB „Utenos trikotažas“ atveju



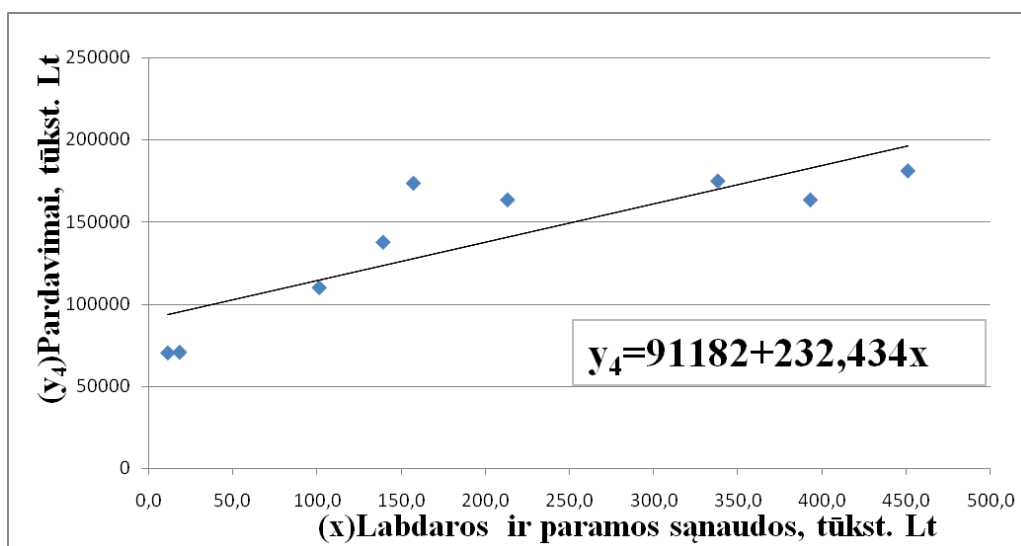
Pastaba: sudaryta autoriaus.

Grynojo pelningumo priklausomybė nuo labdaros ir paramos sąnaudų AB „Utenos trikotažas“ atveju



Pastaba: sudaryta autoriaus.

Pardavimų priklausomybė nuo labdaros ir paramos sąnaudų AB „Utenos trikotažas“ atveju



Pastaba: sudaryta autoriaus.

**K priedas. Juridinių asmenų suteikta labdara ir parama (tūkst. Lt) Lietuvoje
2010 –2011 metais**

	2010	2011
Žemės ūkis, miškininkystė ir žuvininkystė	1 262,8	1 785,3
Kasyba ir karjerų eksploatavimas	1 387,7	617,9
Apdirbamoji gamyba	31 778,1	36 282,5
Elektros, dujų, garo tiekimas ir oro kondicionavimas	10 118,2	9 962,6
Vandens tiekimas, nuotekų valymas, atliekų tvarkymas ir regeneravimas	1 664,7	2 301,9
Statyba	22 627,6	20 386,6
Didmeninė ir mažmeninė prekyba; variklinių transporto priemonių ir motociklų remontas	75 598,8	98 585,9
Transportas ir saugojimas	12 101,8	13 688,5
Apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų veikla	1 410,4	2 109,6
Informacija ir ryšiai	10 196,1	12 738,8
Finansinė ir draudimo veikla	22 300,3	21 281,8
Nekilnojamojo turto operacijos	8 497,1	7 969,4
Profesinė, mokslinė ir techninė veikla	17 581,4	17 978,5
Administracinė ir aptarnavimo veikla	3 657,9	3 551,7
Viešasis valdymas ir gynyba; privalomasis socialinis draudimas	..	8
Švietimas	1 734,6	2 961,8
Žmonių sveikatos priežiūra ir socialinis darbas	2 615,1	2 630,7
Meninė, pramoginė ir poilsio organizavimo veikla	4 830,0	5 896,8
Kita aptarnavimo veikla	1 967,2	3 335,5
Iš viso pagal ekonomines veiklos rūšis	231 329,8	264 073,8

Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis (2011).

L priedas. Lietuvos įmonių investicijos aplinkosaugos priemonėms (tūkst. Lt.)

2008 –2011 metais

VEIKLOS SEKTORIUS	Įmonių investicijos, tūkst. Lt			
	2008 m.	2009 m.	2010	2011 m.
<i>Kasyba ir karjerų eksploatavimas</i>	143,9	202,9	9,1	0
Žalios naftos ir gamtinių dujų gavyba	143,9	145,3	0	0
Kita kasyba ir karjerų eksploatavimas	-	57,6	9,1	0
<i>Apdirbamoji gamyba</i>	76 933,7	80 017,0	14 079,9	65 925,2
Maisto produktų gamyba	12 974,6	20 951,0	1 548,3	8 492,8
Gėrimų gamyba	48	336,9	127,3	0
Tekstilės gaminių gamyba	-	83,2	0	0
Drabužių siuvimas (gamyba)	3,9	0	0	24,5
Odos ir odos dirbinių gamyba	-	3 426,7	0	30,4
Medienos bei medienos ir kamštienos gaminių, išskyrus	7 549,2	7 823,1	1 761,7	2 857,6
Popieriaus ir popieriaus gaminių gamyba	21	37,1	60,5	1 946,8
Spausdinimas ir įrašytų laikmenų tiražavimas	16	52,8	0	75,7
Chemikalų ir chemijos produktų gamyba	5 191,9	4 787,0	6 284,4	27 176,3
Guminių ir plastikinių gaminių gamyba	2 259,0	15	163,4	1 094,7
Kitų nemetalo mineralinių produktų gamyba	4 175,8	3 156,9	400,8	812,9
Pagrindinių metalų gamyba	8 812,6	41,2	65,5	0
Metalo gaminių, išskyrus mašinas ir įrenginius, gamyba	70	37 815,8	34,2	116,9
Kompiuterinių, elektroninių ir optinių gaminių gamyba	9,6	20	0	0
Elektros įrangos gamyba	314,6	328	27	331,3
Niekur kitur nepriskirtų mašinų ir įrangos gamyba	1 074,8	247,7	63,6	160,5
Variklinių transporto priemonių, priekabų ir puspriekabių	-	3,3	0	0
Kitų transporto priemonių ir įrangos gamyba	-	33,7	0	0
Baldų gamyba	4 552,9	450	184,6	1 401,7
Kita gamyba	59	14,3	15	17,6
Mašinų ir įrangos remontas ir įrengimas	-	0	4,8	444
Elektros, dujų, garo tiekimas ir oro kondicionavimas	127 200,4	83 785,6	14 687,7	41 019,7
Vandens surinkimas, valymas ir tiekimas	93 661,0	277 123,0	226	263 923,4
Nuotekų valymas	3 876,8	20,2	59,1	81,2
Atliekų surinkimas, tvarkymas ir šalinimas; medžiagų	61 414,8	39 918,1	73 538,7	83 787,4
Inžinerinių statinių statyba	331,4	3 376,9	97,4	522,6
Sausumos transportas ir transportavimas vamzdiniais	44 866,0	1 998,4	8 071,3	1 409,0
Sandėliavimas ir transportui būdingų paslaugų veikla	3 065,2	3 763,3	1 051,4	3 807,8

Pastaba: Pastaba: sudaryta autoriaus, remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis (2011).