



Kauno technologijos universitetas

Panevėžio technologijų ir verslo fakultetas

**Įmonių socialinės atsakomybės įgyvendinimo sąlygų ir
iniciatyvų kaita COVID–19 pandemijos laikotarpiu**

Baigiamasis magistro studijų projektas

Dovilė Kulbienė

Projekto autorė

Dr. Rita Toleikienė

Vadovė

Panevėžys, 2023



Kauno technologijos universitetas
Panevėžio technologijų ir verslo fakultetas

Įmonių socialinės atsakomybės įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaita COVID–19 pandemijos laikotarpiu

Baigiamasis magistro studijų projektas

Vadyba (6211LX035)

Dovilė Kulbienė

Projekto autorė

Dr. Rita Toleikienė

Vadovė

Recenzentas / Recenzentė

Panevėžys, 2023



Kauno technologijos universitetas
Panevėžio technologijų ir verslo fakultetas
Dovilė Kulbienė

Įmonių socialinės atsakomybės įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaita COVID–19 pandemijos laikotarpiu

Akademinio sąžiningumo deklaracija

Patvirtinu, kad:

1. baigiamąjį projektą parengiau savarankiškai ir sąžiningai, nepažeisdama kitų asmenų autoriaus ar kitų teisių, laikydamasi Lietuvos Respublikos autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymo nuostatų, Kauno technologijos universiteto (toliau – Universitetas) intelektinės nuosavybės valdymo ir perdavimo nuostatų bei Universiteto akademinės etikos kodekse nustatytų etikos reikalavimų;
2. baigiamajame projekte visi pateikti duomenys ir tyrimų rezultatai yra teisingi ir gauti teisėtai, nei viena šio projekto dalis nėra plagijuota nuo jokių spausdintinių ar elektroninių šaltinių, visos baigiamojo projekto tekste pateiktos citatos ir nuorodos yra nurodytos literatūros sąrašė;
3. įstatymų nenumatytų piniginių sumų už baigiamąjį projektą ar jo dalis niekam nesu mokėjusi;
4. suprantu, kad išaiškėjus nesąžiningumo ar kitų asmenų teisių pažeidimo faktui, man bus taikomos akademinės nuobaudos pagal Universitete galiojančią tvarką ir būsiu pašalinta iš Universiteto, o baigiamasis projektas gali būti pateiktas Akademinės etikos ir procedūrų kontrolieriaus tarnybai nagrinėjant galimą akademinės etikos pažeidimą.

Dovilė Kulbienė

Patvirtinta elektroniniu būdu



Kauno technologijos universitetas
Panevėžio technologijų ir verslo fakultetas

TVIRTINU
TVKC vadovė
Doc. dr. Nijda Kvedaraitė

Baigiamojo magistro projekto užduotis

Diplomantui **Dovilei Kulbienei**

Baigiamojo projekto tema (lietuvių kalba)	Įmonių socialinės atsakomybės įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu
Baigiamojo projekto tema (anglų kalba)	The Change of Conditions and Initiatives for the Implementation of Corporate Social Responsibility During the COVID-19 Pandemic

Patvirtinta 2022 m. lapkričio 16 d. dekanų potvarkiu Nr. V25-13-30

Parengto baigiamojo projekto įkėlimo į Moodle aplinką terminas iki 2023 m. sausio 4 d.

Duomenys, reikalavimai ir sąlygos baigiamajam projektui: magistro baigiamasis projektas turi atitikti Kauno technologijos universiteto Rašto darbų rengimo metodinius nurodymus.

Baigiamojo projekto užduotys / uždaviniai, kurie turi būti atskleisti projekte

1. Atskleisti ĮSA sampratą ir taikymo modelius bei įgyvendinimo sąlygas verslo įmonėse (remiantis mokslinių šaltinių analize).
2. Identifikuoti ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaitą COVID-19 kontekste užsienio šalyse (remiantis mokslinių šaltinių analize).
3. Atskleisti ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaitą Lietuvos įmonėse COVID-19 pandemijos laikotarpiu (remiantis antrinių duomenų analize).
4. Identifikuoti ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaitą Panevėžio mieste veiklą vykdančiose gamybinėse įmonėse.

Vadovė

Dr. Rita Toleikienė

(vadovo pareigos, vardas, pavardė, parašas)

Užduotį gavau

Dovilė Kulbiene

(studento vardas, pavardė, parašas)

2022 m. lapkričio 25 d.

Kulbienė, Dovilė. Įmonių socialinės atsakomybės įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu. Magistro studijų baigiamasis projektas / vadovė Dr. Rita Toleikienė; Kauno technologijos universitetas, Panevėžio technologijų ir verslo fakultetas.

Studijų kryptis ir sritis (studijų krypčių grupė): vadyba, socialiniai mokslai (verslo ir viešojo vadyba).

Reikšminiai žodžiai: įmonių socialinė atsakomybė, ĮSA įgyvendinimo sąlygos, ĮSA iniciatyvos
Panevėžys, 2023. 88 p.

Santrauka

Šiomis dienomis verslą vykdančios įmonės susiduria su nenusipėjamomis verslo sąlygomis, ekonomine krize, darbo jėgos trūkumu, pastaraisiais metais visą pasaulį sukausčiusia pandemija. Išgyvenę daugiau kaip dviejų metų pandemijos laikotarpį, akivaizdžiai matome, kad ji užklupo mus nepasiruošusius tiek mediciniškai, tiek ekonomiškai. COVID-19 pandemija palietė daugelį sektorių, verslo procesų, ne išimtis ir įmonių socialinė atsakomybė. ĮSA vykdymas priklauso nuo šių veiksnių: palankių ekonominių sąlygų, geros įmonės finansinės padėties, teigiamo valstybės požiūrio, stabilios teisinės sistemos, įmonės misijos, kultūros. Esant stabiliai verslo aplinkai, – mažiau pastebime įmonių iniciatyvas, tačiau kokį socialinės atsakomybės vaidmenį įmonė prisiima, kai atsiduriame dinamiškesnėse – ekonominės krizės, pasaulinės pandemijos ar karo situacijose.

Darbo objektas – ĮSA įgyvendinimo sąlygos ir iniciatyvos COVID-19 pandemijos laikotarpiu.
Darbo tikslas – išanalizavus ĮSA konceptą, įgyvendinimo sąlygas, atskleisti ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaitą COVID-19 pandemijos laikotarpiu. Darbo tikslui pasiekti iškelti uždaviniai: atskleisti ĮSA sampratą ir taikymo modelius bei įgyvendinimo sąlygas verslo įmonėse; identifikuoti ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaitą COVID-19 kontekste užsienio šalyse; atskleisti ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaitą Lietuvos įmonėse COVID-19 pandemijos laikotarpiu; identifikuoti ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaitą Panevėžio mieste veikiančiose gamybinėse įmonėse.

Teorinėje darbo dalyje analizuojama ĮSA samprata, modeliai, sritys, įgyvendinimo sąlygos ir iniciatyvos. Atlikta mokslinės literatūros analizė leidžia teigti, kad ĮSA yra plati sąvoka, apimanti tris ją jungiančius veiksniai: savanoriška veikla; pagrindinės dedamosios yra ekonominė, socialinė ir aplinkosauginė sritys; įmonės interesų derinimas su suinteresuotomis šalimis. Mokslinės literatūros autoriai atskleidžia, kad ĮSA iniciatyvas įmonė gali įgyvendinti keturiuose srityse: rinkos, darbo, visuomenės, aplinkosaugos, suteikiant kiekvienai socialinės atsakomybės sričiai pakankamą reikšmingumą ir svarbumą. Įmonės didesnis įsitraukimas į ĮSA priklauso nuo ĮSA įgyvendinimo sąlygų, iš kurių svarbiausios yra verslui palankios ekonominė aplinka, gera įmonės finansinė padėtis, teigiamas valstybės požiūris, stabili teisinė sistema, vyraujanti konkurencija, įmonės dydžio kaita, įmonės kultūra ir vertybės.

Vykdyto tyrimo rezultatai atskleidžia, kad pastebimai kito ekonominės, finansinės, politinės ĮSA įgyvendinimo sąlygos. Kito nežymiai teisinės ir kultūrinės ĮSA įgyvendinimo sąlygos, nekito ar kito nepastebimai konkurencinės sąlygos ir įmonės dydis. Tyrimo rezultatai patvirtino užsienio autorių atliktų tyrimų rezultatus – COVID-19 pandemijos laikotarpiu įmonės daugiau iniciatyvų įgyvendino darbo srityje (nuo darbuotojų aprūpinimo saugos priemonėmis iki nuotolinio darbo organizavimo), mažiausiai iniciatyvų pastebėta aplinkosaugos srityje.

Kulbienė, Dovilė. The Change of Conditions and Initiatives for the Implementation of Corporate Social Responsibility During the COVID-19 Pandemic. Master's Final Degree Project / supervisor Dr. Rita Toleikienė. Faculty of Technologies and Business, Kaunas University of Technology.

Study field and area (study field group): Management, Social Sciences (Business and Public Administration).

Keywords: Corporate Social Responsibility, Conditions for implementation of CSR, Initiatives of CSR.

Panevėžys, 2023. 88 p.

Summary

Businesses today face unpredictable business conditions, an economic crisis, labour shortages and, in recent years, a pandemic that has gripped the world. Having lived through more than two years of the pandemic, it is clear that it has caught us unprepared both medically and economically. The COVID-19 pandemic has affected many sectors and business processes, and corporate social responsibility is no exception. CSR depends on a number of things, such as favourable economic conditions, a company's good financial position, a positive attitude from the state, a stable legal system, a company's mission and culture. In a stable business environment, we see fewer corporate initiatives, but what is the role of corporate social responsibility when we are in a more dynamic situation, such as an economic crisis, a global pandemic or a war.

The subject of this paper is the conditions and initiatives for the implementation of CSR during the COVID-19 pandemic. The aim of the paper is to show the change of the conditions and initiatives for CSR implementation during the COVID-19 pandemic by analysing the concept of CSR and the conditions for implementation. To achieve the aim of the thesis, the following objectives were set: to reveal the concept and application models of CSR and the conditions of implementation in business enterprises; to identify the change in the conditions of CSR implementation in the context of COVID-19 in foreign countries; to reveal the change in the conditions of CSR implementation in Lithuanian enterprises during the period of the COVID-19 pandemic; to identify the change in the conditions and initiatives of CSR implementation in the manufacturing enterprises operating in Panevezys city.

The theoretical part of the thesis analyses the concept of CSR, models, areas, implementation conditions and initiatives. The analysis of the scientific literature suggests that CSR is a broad concept that encompasses three connecting factors: voluntary activity; the main components are economic, social and environmental; and the alignment of the company's interests with those of its stakeholders. The literature reveals that CSR initiatives can be implemented by a company in four areas: market, labour, society and the environment, with each area of social responsibility being given sufficient weight and importance. The conditions for CSR implementation have an impact on a company's greater involvement in CSR, the most important of which are favourable economic conditions for business, a good financial situation of the company, a positive attitude of the State, a stable legal system, the prevailing competition, the change in the size of the company, the company's culture and values.

The results of the study show that the economic, financial and political conditions for implementing CSR have changed significantly. The legal and cultural conditions for implementing CSR have changed slightly, while the competitive conditions and the size of the company have remained stable or changed imperceptibly. The results of the study confirmed the results of studies carried out by foreign authors: in the period of the COVID-19 pandemic, more initiatives were taken by companies in the area of work (from the provision of safety equipment for employees to the organisation of teleworking), while the least initiatives were observed in the area of environment.

Turinys

Lentelių sąrašas	9
Paveikslų sąrašas	10
Santrumpų sąrašas	12
Įvadas.....	13
1. Įmonių socialinės atsakomybės koncepto raidos teorinis pagrindimas.....	16
1.1. Įmonių socialinės atsakomybės sampratos kaita teoriniu aspektu	16
1.2. Įmonių socialinės atsakomybės įgyvendinimo teoriniai modeliai	19
1.3. Įmonių socialinės atsakomybės įgyvendinimo sritys	24
1.4. ĮSA įgyvendinimo sąlygos COVID-19 pandemijos laikotarpiu.....	29
1.5. ĮSA įgyvendinimas COVID-19 pandemijos laikotarpiu: tyrimų apžvalga	37
2. ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu: tyrimo rezultatai.....	41
2.1. Tyrimo metodika	41
2.2. ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu Lietuvos verslo įmonėse .	45
2.3. Panevėžio miesto gamybos įmonių ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu	64
2.4. Tyrimo „ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu“ rezultatų apibendrinimas.....	75
Išvados	80
Literatūros sąrašas	82
Informacijos šaltinių sąrašas	87
Priedai.....	89
1 priedas. Įmonių socialinės atsakomybės įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu tyrimo anketa.	89

Lentelių sąrašas

1 lentelė. Įmonės socialinės atsakomybės apibrėžimai.....	16
2 lentelė. ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaita	36
3 lentelė. ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaitos analizės elementai	41
4 lentelė. Respondentų atrankos kriterijai	43
5 lentelė. Dalyvauti apklausoje pakviestų įmonių sąrašas	43
6 lentelė. Parama verslui. Paskolos, subsidijos, kompensacijos (Finansų ministerija, 2022)	51
7 lentelė. Parama verslui. Mokestinė pagalba (Finansų ministerija, 2022)	52
8 lentelė. Mokesčių lengvatos	52
9 lentelė. COVID-19 pandemijai suvaldyti ir jos poveikiui sumažinti išleisti nauji teisės aktai, turintys įtakos įmonių veiklai	55
10 lentelė. Apklausoje dalyvavusių įmonių charakteristika	64

Paveikslų sąrašas

1 pav. Įmonių socialinės atsakomybės dedamosios (Potašinskaitė, Draugelytė, 2013).....	17
2 pav. Įmonių socialinės atsakomybės piramidė (sudaryta pagal Carroll, 2012; Potašinskaitė, Draugelytė, 2013).....	19
3 pav. Ekonominiai ĮSA komponentai (sudaryta autorės, remiantis Iamandi, 2007).....	20
4 pav. Teisiniai ĮSA komponentai (sudaryta autorės, remiantis Iamandi, 2007).....	21
5 pav. Etiniai ĮSA komponentai (sudaryta autorės, remiantis Iamandi, 2007).....	21
6 pav. Filantropiniai ĮSA komponentai (sudaryta autorės, remiantis Iamandi, 2007).....	22
7 pav. Naujasis tarptautinis įmonių socialinės atsakomybės modelis (piramidė) (Masoud, 2017) ..	23
8 pav. Trigubos naudos linijos teorija (sudaryta autorės, remiantis Elkingston (1998).....	24
9 pav. ĮSA privalumai ir trūkumai (sudaryta autorės remiantis Barauskaite, Štreimikiene, 2021) ..	28
10 pav. ĮSA įgyvendinimo sąlygos (sudaryta autorės remiantis mokslinė literatūra).....	30
11 pav. ĮSA ataskaitų rengimo prievolės nustatymas (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2021).....	34
12 pav. ĮSA iniciatyvų kaita COVID-19 pandemijos metu	39
13 pav. Tyrimo ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu tyrimo seka	41
14 pav. Realiojo BVP augimas 2019–2021 m. (Lietuvos bankas, 2022)	45
15 pav. Prekių eksportas (tūkst. Eur) 2019–2021 m. (Statistikos departamentas, 2022).....	46
16 pav. Nedarbo lygis Lietuvoje (proc.) 2019–2021 m. (Statistikos departamentas, 2022).....	46
17 pav. Naujai įregistruotų ir išregistruotų įmonių skaičius 2019–2020 m. (Statistikos departamentas, 2022).....	47
18 pav. Mažų, vidutinių ir didelių įmonių apyvarta ir grynasis pelnas 2019–2021 m, tūkst. Eur (Statistikos departamentas, 2022).....	48
19 pav. Mažų, vidutinių ir didelių įmonių grynojo pelno pokytis (proc.) 2019–2021 m. (Statistikos departamentas, 2022).....	49
20 pav. Bendrosios įmonių investicijos į materialųjį turtą 2019–2021 m., tūkst. Eur (Statistikos departamentas, 2022).....	50
21 pav. Suteiktos paramos suma meno, kultūros, sporto ir mokslo veikloms ir suteiktų mokesčių lengvatų suma (tūkst. Eur) Panevėžio miesto savivaldybės teritorijoje 2019–2021 m. (Panevėžio miesto savivaldybė, 2022)	53
22 pav. Įmonių veiklą reglamentuojančių teisės aktų pakeitimai 2019–2021 m. (Lietuvos Respublikos seimas, 2022)	54
23 pav. Išlaidos MTEP veiklai verslo sektoriuje 2019–2021 m. (Statistikos departamentas, 2022)	56
24 pav. Veikiančių mažų ir vidutinių įmonių skaičius metų pabaigoje 2019–2021 m. (Statistikos departamentas, 2022).....	57
25 pav. Daugiausiai ir mažiausiai suteikusios paramos įmonės pagal darbuotojų skaičių 2019–2021 m. (Statistikos departamentas, 2022).....	58
26 pav. Suteiktos paramos struktūra (proc.) 2019–2021 m. (Statistikos departamentas, 2022).....	59
27 pav. Pagrindinės paramos teikimo sritys (proc.) 2019–2021 m. (Statistikos departamentas, 2022)	60
28 pav. Suteiktos paramos dydis (tūkst. Eur) 2019–2021 m. (Statistikos departamentas, 2022).....	61
29 pav. Paramos teikėjų struktūra pagal įmonių veiklos rūšis 2019–2021 m. (Statistikos departamentas, 2022).....	61

30 pav. Išlaidos darbuotojams (nefinansų įmonių; įskaitant darbdavio socialinio draudimo įmokas) 2019–2021 m., tūkst. Eur (Statistikos departamentas, 2022)	62
31 pav. Nelaimingų atsitikimų darbe skaičius 2019–2021 m. (Valstybinė darbo inspekcija, 2022)	63
32 pav. Socialiai atsakingos įmonės tyrimo rezultatai (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)	65
33 pav. Įmonių įsitraukimas į ĮSA (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)	65
34 pav. Sąlygos, skatinančios imtis socialiai atsakingos veiklos (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais).....	66
35 pav. Tyrime dalyvavusių įmonių finansinių sąlygų kaita, tūkst., Eur 2019–2020 m. (www.rekvizitai.vz.lt).....	67
36 pav. Ekonominių sąlygų kaita 2019–2020 m. (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)	67
37 pav. Politinės sąlygos COVID-19 pandemijos laikotarpiu (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)	68
38 pav. Socialinės atsakomybės sritys iki pandemijos ir pandemijos laikotarpiu (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais).....	69
39 pav. Socialinės atsakomybės iniciatyvos darbo srityje (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)	70
40 pav. Socialinės atsakomybės iniciatyvos aplinkosaugos srityje (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais).....	70
41 pav. Socialinės atsakomybės iniciatyvos visuomenėje (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)	71
42 pav. Priežastys, skatinančios paramos tiekimą (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)	72
43 pav. Kriterijai suteikti paramą konkrečiai organizacijai (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)	72
44 pav. Įmonių dalyvavimas socialinėse akcijose (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)	73
45 pav. ĮSA iniciatyvos pasibaigus COVID-19 pandemijai (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)	74
46 pav. ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais).....	77
47 pav. ĮSA iniciatyvų sąlygų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais).....	78

Santrumpų sąrašas

ĮSA – įmonių socialinė atsakomybė;

MTEP – Moksliniai tyrimai ir eksperimentinė plėtra.

Įvadas

Šiuolaikinėje visuomenėje verslą vykdančios įmonės susiduria su didele konkurencija, nenuspėjamomis verslo sąlygomis, ekonomine krize, darbo jėgos trūkumu, pastaraisiais metais visą pasaulį sukausčiusia COVID-19 pandemija, o šiomis dienomis ir Rusijos karine invazija į Ukrainą. Todėl nenuostabu, kad ilgalaikę sėkmę įmonė patirs tik sugebėdama prisitaikyti prie ją supančios aplinkos (Pavlovskis, Pavlovskaja, 2018). Siekiant tapti socialiai atsakinga įmone, nebepakanka vien tik pateisinti savo būtį – dirbti pelningai, laikytis įstatymų ar numatytų etinių normų. Vis dažniau įmonės savo strateginiuose tiksluose numato ne tik finansinės naudos siekimą, bet ir socialinės atsakomybės koncepcijų diegimą, taip išsipareigodamos ne tik vykdyti privalomųjų teisinių aktų įgyvendinimą, bet ir prisidėti prie socialinės, ekonominės, aplinkosaugos gerovės užtikrinimo (Potašinskaitė, Draugelytė, 2013). Socialinės atsakomybės įgyvendinimas kasdieninėje verslo aplinkoje ne tik padeda pagerinti santykius su verslo partneriais, darbuotojais, bet ir sukurti palankų įvaizdį visuomenėje. Akivaizdu, kad, bėgant metams, keičiasi tiek pati įmonė, tiek jos socialinės atsakomybės vaidmuo. Tad įmonių socialinė atsakomybė šiuolaikiniame versle tampa nebe pasirinkimu, o įmonės, maistančios, siekiančios tobulėti ir sėkmingos veiklos ateityje būtinybe.

Moksliniuose straipsniuose įmonių socialinė atsakomybė apibrėžiama įvairiais aspektais: kaip savanoriško verslo įmonių pastangos (Gruževskis et.al, 2006); kaip organizacijų politika ir praktika (Ruževičius, 2014); kaip sugebėjimas atlikti pareigą (Šimanskienė, Paužolienė, 2010) įtraukiant socialinius ir aplinkosauginius klausimus į bendrą veiklą su suinteresuotomis šalimis; kaip galimybė išsiskirti iš konkurentų (Fatima, Elbanna, 2022); gebėjimas atitikti visuomenės lūkesčius (Velte, 2021). Įmonių socialinės atsakomybės apibrėžimų gausa dar kartą įrodo jos svarbą. Neabejojama įmonių pareiga vykdyti socialiai atsakingą veiklą, tačiau būtina nuspręsti kokią ir kokios apimties socialinę atsakomybę reikia įgyvendinti.

Temos aktualumas ir naujumas. COVID-19 pandemija, pradėjusi plisti 2019 m. pabaigoje Kinijoje, netrukus apėmė visą pasaulį. Lietuvoje pirmasis ligos atvejis nustatytas 2020 m. vasario 28 d. Iki dabar kasdien pasaulyje nustatoma šimtai tūkstančių naujų ligos atvejų, registruojama dešimtys tūkstančių mirčių. Išgyvenę daugiau kaip dvejų metų pandemijos laikotarpį, akivaizdžiai matome, kad ji užklupo mus nepasiruošusius tiek mediciniškai, tiek ekonomiškai. Virusų atsiradimas ir staigus jo plitimas neleido įsivaizduoti kokias pasekmes jis sukels. COVID-19 pandemija palietė daugelį sektorių, verslo procesų, ne išimtis ir įmonių socialinė atsakomybė (ĮSA). ĮSA vykdymas priklauso nuo įvairių aspektų, t. y. nuo įmonės misijos, kultūros, supančios aplinkos, rizikos pobūdžio (Akbar, Humaedi, 2020). Esant stabiliai verslo aplinkai, – mažiau pastebime įmonių iniciatyvas, tačiau kokį socialinės atsakomybės vaidmenį įmonė prisiima, kai atsiduriame dinamiškesnėse – ekonominės krizės, pasaulinės pandemijos ar karo situacijose. Mokslininkai, analizavę ĮSA kaitą pasaulinių krizių laikotarpiu, pastebi, kad recesijų, krizių ar stichinių nelaimių metu, įmonės gali atsisakyti ĮSA iniciatyvų įgyvendinimo dėl lėšų trūkumo ar neapibrėžtumo ekonominėje aplinkoje. Tačiau būtent tokiu metu ĮSA iniciatyvos reikalingiausios (Rodríguez, Pérez ir Gallego, 2014), siekiant suvaldyti kritinę situaciją. Filantropinė ĮSA tampa būdu įmonėms įveikti neigiamą krizės poveikį, nes tai suteikia ilgalaikės teigiamos naudos (Mahmud, Ding ir Hasan, 2021): gerina įmonės įvaizdį, konkurencingumą, sukuria teigiamus ilgalaikius santykius su suinteresuotomis šalimis. Tad cituojant ISM Vadybos ir ekonomikos universiteto rektorių Misiūną (2020), pandemija paskatins verslą veikti dar atsakingiau, taip įrodant, kad ĮSA yra verslo strategijos dalis, o ne viešųjų ryšių akcija. COVID-19 pandemija atgaivino diskusijas apie ĮSA, pradėjusias sparčiai kurti naujas tvaresnes įmonių vystymosi sąlygas (Zhao, 2021). COVID-19

pandemijos akivaizdoje atsiranda nenumatytų veiksnių, kas skatina įmones keisti ĮSA įgyvendinimo kryptis ir vykdyti daugiau iniciatyvų ar jų atsisakyti, ĮSA įgyvendinti pagal prioritetus, atsižvelgiant į turimus išteklius (Akbar, Humaedi, 2020). Užsienio autoriai pateikia darbų, kuriuose analizuojamos ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaita pasaulinių krizių kontekste, tačiau Lietuvos mokslininkų tai mažai analizuota tema. Todėl tai paskatino atlikti tyrimą ir šiame magistro darbe analizuojama, kaip kito Lietuvos įmonių socialinės atsakomybės įgyvendinimo sąlygos ir iniciatyvos.

Mokslinis iširtumas. Augant įmonių socialinės atsakomybės svarbai, sparčiai didėja ir mokslinių tyrimų bei publikacijų skaičius šia tema. Įmonių socialinė atsakomybė nagrinėjama įvairiais aspektais tiek užsienio, tiek Lietuvių autorių: ĮSA svarbą Lietuvos organizacijoms nagrinėjo Šimanskienė ir Paužuolienė (2010), visuomenės požiūrį į ĮSA Mauricienė ir Paužolienė (2013), iniciatyvų įgyvendinimą įmonėse Astromskienė ir Adomonienė (2009), Česynienė ir Neverkevič (2010), Maon'as, Swaen ir Lindgreen (2017), naudą Juknaitė ir Lazdauskaitė (2013), ĮSA veiksnius ekonomikos nuosmukio ar krizės laikotarpiu Juščius (2009), Čepinskis ir Sakalauskaitė (2009), pagal įmonės veiklos sritis, kaip, pvz. alkoholio pramonėje veikiančių įmonių socialinę atsakomybę nagrinėjo Mialon ir McCambridge (2018), Išoraitė (2013), kitais įvairiais aspektais įmonių socialinė atsakomybė nagrinėta Čiegio (2009), Štreimikienės ir Pušinaitės (2009) moksliniuose darbuose. Įmonių socialinė atsakomybė COVID-19 kontekste nagrinėta užsienio autorių moksliniuose darbuose: problemos ir iššūkiai, susiję su ĮSA – Šain'as (2021), Ispanijos įmonių ĮSA iniciatyvos – García-Sánchez ir García-Sánchez (2020), Raimo, Rella, Vitolla, Sanchez-Vicent ir García-Sánchez (2021), verslo atsakas siekiant paremti svarbias suinteresuotąsias šalis – Mahmud'as, Ding'as ir Hasan'as, (2021), verslo atsakas per etikos prizmę – Manuel ir Herron (2020). Lietuvoje ši tema nėra plačiai nagrinėta, todėl tai paskatino atlikti šį tyrimą.

Problema. Darbo tyrimo problema formuluojama klausimais:

1. Kaip kito ĮSA įgyvendinimo sąlygos ir iniciatyvos COVID-19 pandemijos laikotarpiu tiek užsienio šalyse, tiek Lietuvoje?
2. Kaip ekonominių, finansinių, teisinių, politinių, konkurencinių, kultūrinių sąlygų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu paveikė ĮSA iniciatyvų įgyvendinimą?

Darbo objektas – ĮSA įgyvendinimo sąlygos ir iniciatyvos COVID-19 pandemijos laikotarpiu

Darbo tikslas – išanalizavus ĮSA konceptą, įgyvendinimo sąlygas, atskleisti ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaitą COVID-19 pandemijos laikotarpiu.

Darbo uždaviniai:

1. atskleisti ĮSA sampratą ir taikymo modelius bei įgyvendinimo sąlygas verslo įmonėse;
2. identifikuoti ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaitą COVID-19 kontekste užsienio šalyse;
3. atskleisti ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaitą Lietuvos įmonėse COVID-19 pandemijos laikotarpiu;
4. identifikuoti ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaitą Panevėžio mieste veiklą vykdančiose gamybinėse įmonėse.

Tyrimo duomenų rinkimo metodai: mokslinės literatūros analizė, antrinių duomenų analizė, anketinė apklausa

Duomenų analizės metodai: aprašomoji statistika, kokybinė turinio analizė

Mokslinės literatūros analizės metodas taikytas siekiant išnagrinėti ĮSA sampratą, raidą, modelius, sritis, įgyvendinimo sąlygas ir iniciatyvas verslo įmonėse. Ribotai (dėl mokslinės literatūros stokos) nagrinėta ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaita užsienio šalyse ir Lietuvoje. Ribotumą lėmė analizei pasirinktos tematikos naujumas – COVID-19 pandemija trunka vos keli metai, todėl šia tema dar nedaug atlikta mokslinių tyrimų.

Antrinių duomenų analizės metodas taikytas siekiant atskleisti ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaitą COVID-19 pandemijos laikotarpiu, naudojant anksčiau surinktus statistinius duomenis (Statistikos departamentas, Lietuvos bankas, Lietuvos Respublikos finansų ministerija, Valstybinė darbo inspekcija). Tai naudingas metodas, nes yra galimybė analizuoti bei palyginti anksčiau surinktus duomenis, susijusius su nagrinėjama tyrimo problema, bendru Lietuvos įmonių mastu. Siekiant parodyti ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaitą, lyginami statistiniai duomenys iki pandemijos (2019 m.) ir pandemijos metu (2020 ir 2021 m.).

Kokybiniu dokumentų turinio analizės metodu atliekama 2020–2021 m. Lietuvos Respublikos Seimo, Lietuvos Respublikos Prezidento, Lietuvos Respublikos Vyriausybės, Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministerijos, Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerijos išleistų teisės aktų analizė. Tikslas – nustatyti sąsaja tarp COVID-19 pandemijos suvaldymo priemonių reglamentavimo ir ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaitos. Teisės aktų paieška atlikta Lietuvos Respublikos Seimo tinklapyje (www.lrs.lt) teisės aktų informacinėje sistemoje naudojant raktinius žodžius COVID-19, pandemija, ekstremali padėtis.

Kiekybinis tyrimo metodas (anketa) taikytas siekiant charakterizuoti, kokios priežastys lėmė Panevėžio mieste veiklą vykdančių gamybinių įmonių didesnę ar mažesnę įsitraukimą į ĮSA iniciatyvas COVID-19 pandemijos laikotarpiu, kokios sąlygos skatino ar trukdė ĮSA iniciatyvų įgyvendinimą. Šio tipo tyrimas pasirinktas todėl, kad kiekvienas respondentas atsakys į tuos pačius klausimus, o tai leis gauti duomenis pagal tuos pačius požymius. Kvietimas dalyvauti tyrime pateiktas 21 įmonei, atitinkančiai šiuos kriterijus (remiantis www.rekvizitai.vz.lt duomenimis): 1) veiklą vykdo Panevėžio mieste; 2) veiklos pobūdis – apdirbamoji gamyba; 3) darbuotojų skaičius nuo 50 iki 249; 4) 2021 m. metinės pajamos didesnės kaip 3,5 mln. Eur.

Apibendrinimo metodas taikytas išvadoms formuluoti. Tikimasi, kad atlikto tyrimo rezultatai padės identifikuoti problemas, kylančias įmonėms įgyvendinant socialinės atsakomybės iniciatyvas COVID-19 pandemijos laikotarpiu.

Konferencijose skaityti pranešimai: Kulbienė, Dovilė. Įmonių socialinės atsakomybės iniciatyvos COVID-19 kontekste. Jaunųjų tyrėjų tarptautinė mokslinė konferencija „Jaunasis tyrėjas išmaniajai visuomenei“. Šiauliai: Vilniaus universiteto Šiaulių akademija, 2022 m. gegužės 11 d.

1. Įmonių socialinės atsakomybės koncepto raidos teorinis pagrindimas

1.1. Įmonių socialinės atsakomybės sampratos kaita teoriniu aspektu

Besikeičiant pasauliniams įvykiams, verslo tendencijoms, vertybių suvokimui bei moralės principams, keitėsi ir įmonių socialinės atsakomybės samprata. Vieni autoriai ją apibrėžia kaip vieną iš įmonės valdymo būdų, kuris orientuotas į aplinkos tausojimą, skaidrią veiklą ir visuomenės gerovę (Rakštelytė, Lobanova, 2018), kiti kaip įmonės kasdieninę veiklą, grindžiamą socialine, aplinkosaugine ir ekonomine atsakomybėmis (Kontautienė, 2016), tretį kaip verslo įsipareigojimą etiškai elgtis (Gudonienė, Leipuvienė (2007) cit. iš Juknaitė, Lazdauskaitė 2018). Seiliūtės (2013) darbe įmonių socialinė atsakomybė apibrėžiama kaip sėkmingos verslo organizacijos strategijos dalis, Čiegis ir Norkutė (2012) įmonių socialinę atsakomybę apibūdina kaip savanorišką iniciatyvą, kurios idėjoms populiarėjant, susidarė būtinybė jas reglamentuoti.

Nors kaip reiškinys įmonių socialinė atsakomybė plačiai nagrinėjama mokslininkų, tačiau vieningos nuomonės dėl ĮSA sąvokos nėra priimta. Kaip pastebi Potašinskaitė ir Draugelytė (2013), įmonių socialinės atsakomybės sąvoka literatūroje ne retai sugretinama su organizacijų etika, įmonių pilietiškumu, filantropija, atsakinga lyderyste ir daugelį kitų, todėl sąvokų gausa įvardinama kaip pagrindinė priežastis termino neapibrėžtumui. 1 lentelėje pateikiama įvairių autorių ĮSA apibrėžimai.

1 lentelė. Įmonės socialinės atsakomybės apibrėžimai

Apibrėžimas ir šaltinis	Bruožai
Įmonių socialinė atsakomybė – tai įmonių ideologija, politika bei praktika, atspindinti tokią įmonių elgseną, kai jos į savo veiklą savanoriškai įtraukia socialinius ir aplinkosaugos klausimus bei santykiuose su visais suinteresuotais visuomenės, verslo ir valdžios atstovais vadovaujasi pagarbos žmogui, visuomenei bei gamtai vertybiniais principais (Bagdonienė, Paulavičienė, 2010)	Savanoriškumas Socialiniai, aplinkosauginiai veiksniai Suinteresuotos šalys
Įmonių socialinė atsakomybė tai savanoriškas, įstatymų nenulemtas įmonių ar organizacijų įsipareigojimas visose savo veiklos srityse derinant savo interesus su vartotojais, darbuotojais, akcininkais, visa bendruomene ir su kitais susijusiais asmenų interesais (Grundey, 2008).	Savanoriškumas Suinteresuotos šalys
Įmonių socialinė atsakomybė tai savanoriškos verslo įmonių pastangos įtraukti socialines ir aplinkos problemas į bendrą veiklą ir ryšius su suinteresuotomis šalimis (Gruževskis, 2006).	Savanoriškumas Socialiniai ir aplinkos veiksniai Suinteresuotos šalys
Įmonių socialinė atsakomybė – tai organizacijos įsipareigojimas maksimaliai padidinti teigiamą ir sumažinti neigiamą poveikį suinteresuotosioms šalims (DeWitt, Dahlin, 2009).	Suinteresuotos šalys
Įmonių socialinė atsakomybė – tai ilgalaikis verslo įsipareigojimas etiškai elgtis ir vykdant ekonominę plėtrą prisidėti prie darbuotojų ir jų šeimų gerovės, taip pat vietinės bendruomenės ir apskritai visuomenės gyvenimo lygio tobulinimo (Gudonienė, Leipuvienė, 2007 cit. iš Juknaitė, Lazdauskaitė, 2013).	Ekonominiai ir socialiniai veiksniai Suinteresuotos šalys
Įmonių socialinė atsakomybė – savarankiškas įmonės išteklių paskirstymas socialinei gerovei gerinti, o tai yra priemonė santykių su pagrindinėmis suinteresuotosiomis šalimis stiprinimas (Barnettas, 2007 cit. iš Mahmud, Ding ir Hasan, 2021).	Savarankiškumas Suinteresuotos šalys
ĮSA – įmonės kasdieninė veikla, grindžiama socialine, aplinkosaugine ir ekonomine atsakomybėmis, sąlygojama intensyvios sąveikos su suinteresuotomis šalimis, siekiant ilgalaikės ekonominės plėtros ir bendruomenės gerovės didinimo (Kontautienė, 2016)	Socialiniai, aplinkosauginiai, ekonominiai veiksniai Suinteresuotos šalys

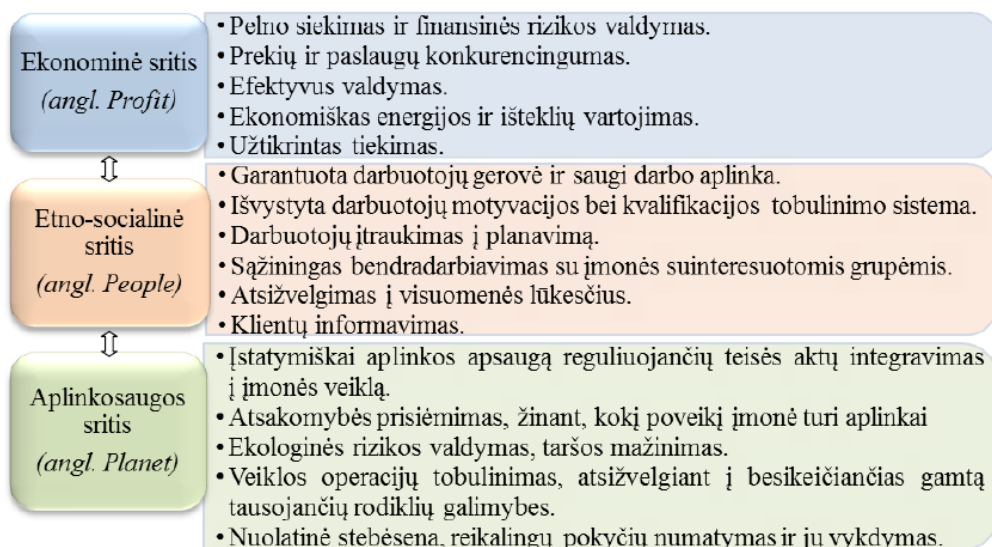
1 lentelėje pateikta įmonių socialinė atsakomybė apibrėžimai mokslinėje literatūroje. Teisiškai Lietuvoje ji apibrėžiama Lietuvos Respublikoje įmonių socialinė atsakomybė 2016–2022 m. veiksmų plane kaip įmonių atsakomybė už jų poveikį aplinkai ir visuomenei (įmonių politika ir praktika, kai jos, laikydamosi įstatymų, tarptautinių susitarimų ir sutartų elgsenos normų, į savo veiklos vidinius procesus ir išorinius santykius savanoriškai integruoja socialinius, aplinkosaugos ir skaidraus verslo principus).

Apibendrinant 1 lentelėje pateiktų apibrėžimų įvairovę, galima teigti, kad įmonių socialinė atsakomybė yra plati sąvoka. Tačiau jose randami trys ją jungiantys veiksniai:

- įmonių socialinė atsakomybė suprantama kaip savanoriška veikla;
- įmonių socialinės atsakomybės pagrindinės dedamosios: ekonominė, socialinė ir aplinkosauginė sritys;
- įmonių socialinė atsakomybė apibrėžiama kaip savo interesų derinimas su suinteresuotomis šalimis (vartotojais, tiekėjais, darbuotojais, akcininkais, visuomene ir pan.).

ĮSA turi skiriamuosius bruožus: savanoriškumas bei savarankiškumas (Sagebien, Whellams, 2010). Vadinasi, įmonė laisva valia renkasi vykdyti socialiai atsakingą veiklą, kuri nėra teisiškai reglamentuota (Juščius, Šneiderienė, 2013). O taip pat pati įmonė nustato biudžeto dydį, kurį naudos socialiai atsakingoms veikloms remti bei remiamos veiklos sritis. Kiekviena įmonė pati sprendžia, kokia socialinės atsakomybės sritis jai reikšmingiausia, kokia socialinė veikla jai naudingiausia, neretai teikianti konkurencinį pranašumą. Reikėtų pabrėžti, kad savanoriškumas pasireiškia ne tik vykdomoje socialiai atsakingoje veikloje, bet ir apie šią veiklą informacijos atskleidime. Budrionytės (2014) teigimu, viešai apie įmonę teikiama informacija gali būti privaloma ir savanoriška. Ir nors viešai skelbiama informacija apie įmonių socialiai atsakingą veiklą padeda įmonei suformuoti teigiamą įvaizdį tiekėjų, klientų, darbuotojų atžvilgiu, tik labai maža įmonių dalis savanoriškai rengia ir skelbia socialinės atsakomybės ataskaitas.

Galima pastebėti, kad ĮSA apibrėžimuose minimos trys pagrindinės dedamosios paremtos J. Elkington (1998) sudarytu ĮSA „3P“ koncepciniu modeliu (cit. iš Potašinskaitė, Draugelytė, 2013)



1 pav. Įmonių socialinės atsakomybės dedamosios (Potašinskaitė, Draugelytė, 2013)

Modelio autorių Potašinskaitės ir Draugelytės (2013) teigimu, kiekvienoje iš šių trijų sričių aiškiai turi būti matoma ĮSA, nes šios sritys ne tik tarpusavyje glaudžiai susijusios, bet kartu ir tolygiai plėtojamos. Ekonominė sritis suprantama kaip įmonės finansinių klausimų sprendimas, etno-socialinė kaip įmonės darbuotojų, visuomenės narių gerovės gerinimas, aplinkosauginė sritis kaip neigiamo aplinkai poveikio mažinimo priemonė.

Tiek nagrinėjant mokslinę literatūrą, tiek 1 lentelėje pateiktus apibrėžimus pastebėta, kad įmonių socialinė atsakomybė neatskiriama nuo suinteresuotų šalių poreikių tenkinimo ir jų lūkesčių įgyvendinimo. Pagal suinteresuotų šalių spektrą, svarbiausios suinteresuotos šalys skirstomos į vidaus suinteresuotų šalių grupę (įmonės darbuotojai) ir išorės suinteresuotų šalių grupę (bendruomenė ir vartotojai) (Mahmud, Ding ir Hasan, 2021). Suinteresuotų šalių teorija nurodo, kad įmonė turi ginti visų suinteresuotų šalių, kurios lemia įmonės veiklą arba kurioms turėti įtakos gali įmonė savo veikla, interesus (Freeman, 1984 cit. iš Mahmud, Ding ir Hasan, 2021). Vadinasi socialiai atsakingai besielgianti įmonė, siekdama pagrindinių įmonės tikslų, turi užsitarnavusi klientų, tiekėjų pagarbą, sukuria saugią darbo aplinką savo darbuotojams, bendradarbiauja su bendruomenėmis sprendžiant socialines problemas.

Nors mokslinėje literatūroje įmonių socialinę atsakomybę skirtingai apibrėžiama, tačiau pastebima juos vienijantys veiksniai: savanoriškumas, dedamosios sritys (ekonominė, socialinė ir aplinkosauginė) bei suinteresuotų šalių dalyvavimas. ĮSA apibrėžtumas nuolat kinta, priklausomai nuo visuomenės moralinių vertybių, lūkesčių, aplinkos ir įvykių kaitos, kurie lemia visuomenės gerovę. Tad šiame darbe įmonių socialinę atsakomybę nagrinėsime kaip savanorišką įmonės elgseną, kuri ekonominėje, socialinėje, aplinkosauginėje veiklose derina savo interesus su vartotojais, verslo partneriais, valdžios atstovais, darbuotojais, o esant tam tikrai ekstremaliai situacijai tenkina visuomenės poreikius ir lūkesčius.

Akivaizdu, kad tik nuo mūsų pačių suvokimo, noro, pastangų priklauso kokiam pasaulyje gyvensime ir jį paliksime ateities kartoms. Ypač šių dienų patirtis: kai jau porą metų esame sukaustyti COVID-19 pandemijos, o pastarosiomis dienomis sukrėsti Rusijos karinės invazijos į Ukrainą, kritinės situacijos suvaldymui tikimės visuomenės sąmoningumo. Tuo pačiu didelius socialinės atsakomybės lūkesčius, o ne retai ir reikalavimus keliamo verslo įmonėms.

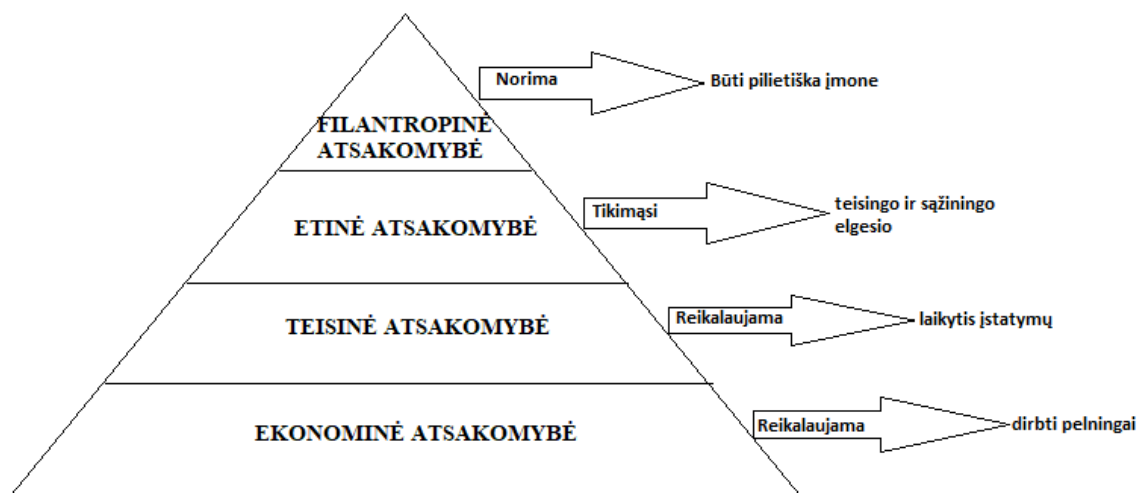
Nors kita vertus, dabartinė nuostata, kad verslo įmonės turi būti socialiai atsakingos prieš visuomenę nėra nauja (Agudelo, Johannsdottr ir Davidsdottr, 2019). Įmonių socialinės atsakomybės užuomazgos randamos jau senovės romėnų raštuose kaip suteikiama pagalba vargšų ir našlaičių prieglaudoms, senelių namams ir ligoninėms. Vėliau ši labdaros forma virsta rėmimu, kai verslūs žmonės tampa meno mecenatais, remia bažnyčių statybas, įvairias švietimo iniciatyvas. XIX a. pabaigoje ir XX a. pradžioje įmonių socialinė atsakomybė suprantama kaip siekiamybė apsaugoti ir išlaikyti darbuotojus bei pagerinti jų gyvenimo kokybę (Carroll, 2008; Heald, 1970 cit. iš Agudelo et. al., 2019). 1920–1930 m. įmonių socialinės atsakomybės raidoje pagrindinis vaidmuo tenka įmonės vadovui, iš kurio atsakomybės tikisi akcininkai pelno maksimizavimo srityje, klientai – teisingos konkurencijos srityje, darbuotojai ir bendruomenės – gyvenimo kokybės gerinimo srityje. Be viso to, šiuo laikotarpiu atsiranda filantropija, kai įmonių didžioji dalis aukų tekdavo labdaros organizacijoms. Remiantis Murphy išskirtomis keturiomis ĮSA epochomis, būtent laikotarpis iki 1950 – ujų metų buvo filantropinė era. Ir tik nuo 1950 – ujų metų galima vadinti modernios (šiuolaikinės) įmonių socialinės atsakomybės pradžia kartu su ekonomistu H. R. Bowen (1953), kuris įmonių socialinę atsakomybę apibrėžė kaip „*verslininkų įsipareigojimus vykdyti tokią*

politiką, priimti tokius sprendimus ar laikytis tokių veiklos kryptių, kurios yra pageidautinos atsižvelgiant į mūsų visuomenės tikslus ir vertybes“. 1953–1967 m. laikotarpis buvo laikomas sąmoningumo era, kai akcentuojama bendra verslo atsakomybė ir dalyvavimas bendruomeninėje veikloje. 1968–1973 m. laikotarpyje verslas pradeda spręsti taršos, rasistines problemas, todėl šis laikotarpis buvo vadinamas „problemine“ era. 1974–1988 m. prasideda reagavimo era, kurios laikotarpiu (o ir vėliau) įmonės imasi organizacinių ir valdymo veiksmų, tokių kaip įmonės etikos nagrinėjimas ar informacijos apie įmonės socialinės veiklos atskleidimą ir pan. Nuo 1990 m. įmonių socialinėje atsakomybėje svarbų vaidmenį vaidina įmonių socialinė veikla, suinteresuotųjų šalių teorija, verslo etika, tvarumas, įmonių pilietiškumas (Carroll, 2008). 2000 -aisiais metais Įmonių socialinės atsakomybės judėjimas tampa pasauliniu reiškiniu su trijų sričių požiūriu, kuriuos išskyrė Schwartz ir Carroll (2003): ekonominis, teisinis ir etinis. Pastarasis dešimtmetis yra socialinio verslo augimo metai, kai pradedamos įgyvendinti socialinio verslo iniciatyvos, kurias organizacijos, kurios vienija įmones, diegiančias atsakingos ir etiškos veiklos principus, daugybėje forumų sprendžiamos problemos, su kuriomis susiduria socialiai atsakingas verslas. Nuo 2010 – ūjų prasidedantis dešimtmetis ĮSA ir bendros vertės kūrimo etapas. Tuo tikslu Porteris ir Krameris (2011) cit. iš Agudelo, Jóhannsdóttir ir Davídsdóttir (2019) nustatė tris bendros vertės kūrimo būdus: iš naujo įvertinti įmonės produktus ir rinkas, apibrėžiant jų produktyvumą vertės grandinėje sukurti paramos klasterius, kuriuose įmonė vykdo veiklą.

Taigi matome, kad Įmonių socialinė atsakomybė turi ilgą istoriją, ryškius raidos etapus. Įmonių socialinės atsakomybės samprata keitėsi su kiekvieno laikmečio pažiūromis ir moralinėmis vertybėmis bei kiekvieno laikotarpio idėjos suformavo šių dienų ĮSA tendencijas.

1.2. Įmonių socialinės atsakomybės įgyvendinimo teoriniai modeliai

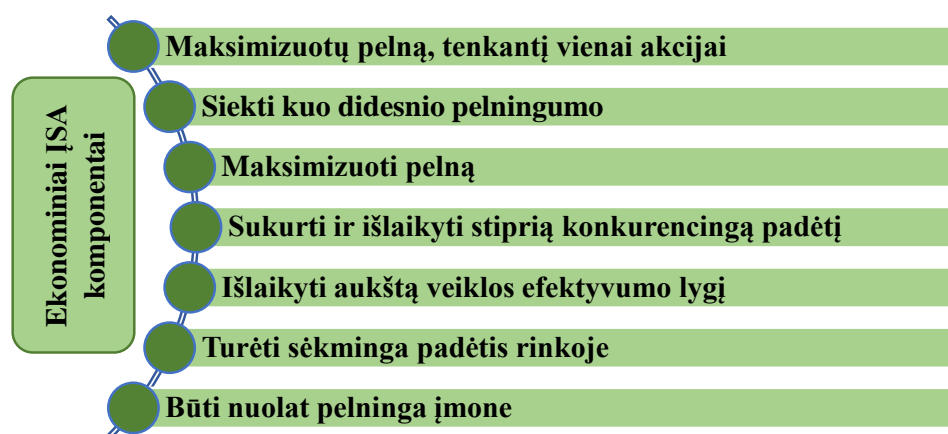
Kaip jau aptarta ankstesniame skyriuje nagrinėjant įmonių socialinės atsakomybės sąvoką, ĮSA pamatinės dimensijos yra ekonominė, socialinė ir gamtosauginė. Nagrinėjant mokslinę literatūrą, pastebėta, kad daugelis mokslininkų teigia, jog ĮSA apima ekonominę, teisinę, etinę ir filantropinę atsakomybę. Kaip dažniausiai cituojamą šaltinį, galima būtų išskirti Carroll'o (1991) sudarytą ĮSA modelį, kuris vaizduojamas kaip piramidė (2 pav.):



2 pav. Įmonių socialinės atsakomybės piramidė (sudaryta pagal Carroll, 2012; Potašinskaitė, Draugelytė, 2013)

Carroll'o pateiktame modelyje (2 pav.) įmonių socialinė atsakomybė padalinama į keturias dimensijas: ekonominė, teisinė, etinė ir filantropinė. Nors visos atsakomybės rūšys skirtingos, tačiau visos jos sudaro bendrą visumą, apimančią visų suinteresuotų šalių interesus. Mokslinėje literatūroje aiškinama, kad du apatiniai piramidės blokai svarbūs įmonės veiklai, šių atsakomybių iš įmonių reikalaujama. Ekonominė atsakomybė pasireiškia reikalavimu tiekiant prekes ir paslaugas dirbti pelningai, teisinė atsakomybė reikalauja teisės aktų laikymosi ir prekės/paslaugų atitikimo teisės aktų normoms. Etinės atsakomybės tikimasi ar laukiama, o aukščiausiam lygmenyje esančios filantropinės atsakomybės pageidaujama ar jos savanoriškai imasi pati įmonė. Toliau apžvelgsime kiekvieną atsakomybės kategoriją detaliau.

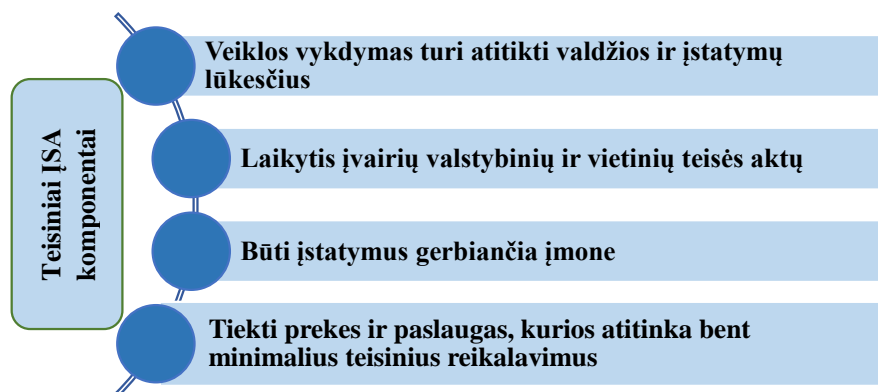
Ekonominė atsakomybė viena svarbiausių socialinių atsakomybių ir yra pagrindas visoms kitoms. Pagrindinis įmonės tikslas – uždirbti pajamas ir veikti pelningai. Neįgyvendinus šios atsakomybės, įmonė bus nepajėgi vykdyti kitų socialinės atsakomybių įsipareigojimų. Tik dirbdama pelningai, įmonė galės patenkinti suinteresuotų šalių lūkesčius: užtikrinti akcininkų poreikį gauti dividendus, patenkinti klientų poreikius pasiūlant jiems reikiamas prekes ar paslaugas, laiku atsiskaityti su tiekėjais, sukurti orias ir saugias darbo sąlygas įmonės darbuotojams ir užtikrinti konkurencingą atlygį, prisidėti prie bendruomenių socialinių problemų sprendimo. Ekonominiai ĮSA komponentai pateikti 3 paveiksle.



3 pav. Ekonominiai ĮSA komponentai (sudaryta autorės, remiantis Iamandi, 2007)

Kaip matome iš 3 paveikslo, pagrindinis ekonominės ĮSA įgyvendinimo tikslas – veikti pelningai, susikurti sėkmingą padėtį rinkoje ir išlaikyti stiprų konkurencingumą.

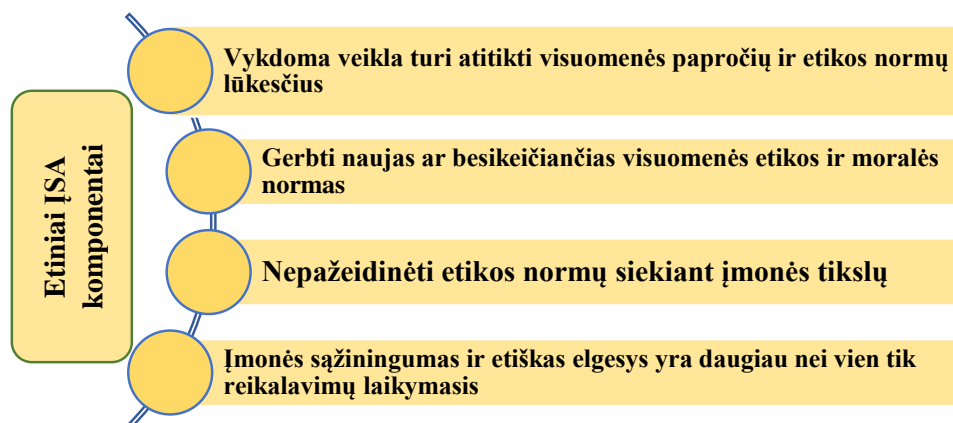
Laikui bėgant nebeužtenka, kad verslas veiktų vadovaudamasis vien tik pelno motyvu. Kartu pradedama tikėtis, kad įmonės laikysis įstatymų ir teisės normų. Tai sudaro pagrindą atsirasti *teisinei atsakomybei*. Verslo gebėjimas laikytis teisės aktų siekiant didinti pelną, skiriasi priklausomai nuo skirtinguose šalyse galiojančių teisės aktų (Ehie, 2016). Teisės aktų skirtumai, skirtingi taikomi reglamentavimai, sukelia prieštaravimų tarp skirtingų šalių verslo įmonių. Iamandi (2007) išskirti teisiniai ĮSA komponentai pateikti 4 paveiksle.



4 pav. Teisiniai ISA komponentai (sudaryta autorės, remiantis Iamandi, 2007)

Kaip matyti iš 4 paveikslo, pagrindinis teisinės ISA tikslas – tenkinant visuomenės poreikius ir lūkesčius, vykdyti ekonominę veiklą pagal teisinius reikalavimus.

Etinė atsakomybė apima standartus, normas ir lūkesčius, kurių įgyvendinimas parodo įmonės rūpestį savo akcininkais, klientais, tiekėjais, darbuotojais. Galima teigti, kad etinė atsakomybė sudaro pagrindą teisės aktų ir normų kūrimui, nors tam tikra prasme etika ir moralinės vertybės yra aukščiau už įstatymus. Dažnu atveju etinė atsakomybė suprantama kaip įmonės pareiga, kurias įmonė privalo vykdyti atsiradus naujoms visuomenės vertybėms ir normoms. Etiniai ISA komponentai pateikti 5 paveiksle.



5 pav. Etiniai ISA komponentai (sudaryta autorės, remiantis Iamandi, 2007)

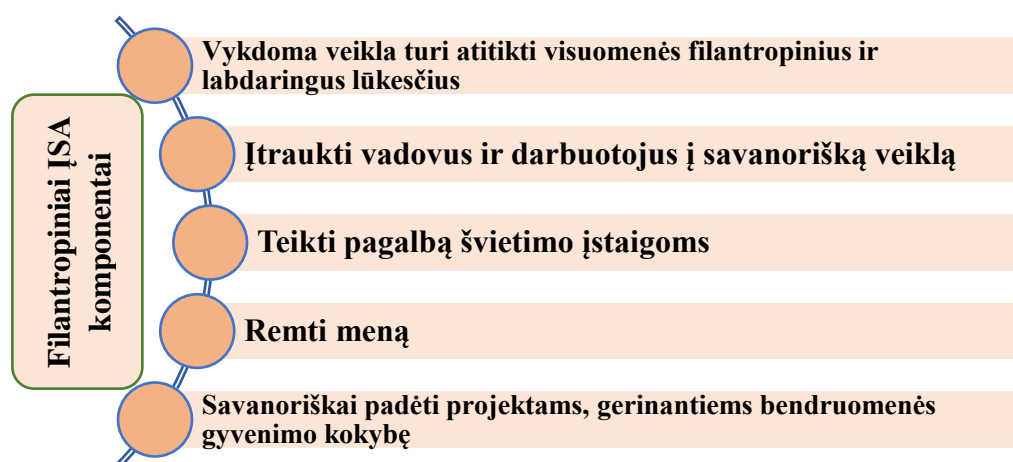
Apibendrinant 5 paveikslo duomenis, galime teigti, kad pagrindinis etinės ISA tikslas vykdant veiklą nedaryti žalos, veikti sąžiningai ir teisingai.

Esant ekstremalioms situacijoms, visuomenė tikisi įmonių paramos ir sukeliama neigiamų viešų diskusijų tų įmonių atžvilgiu, kurios šių lūkesčių nepateisina, nors įstatymiškai ši pareiga nėra privaloma. Akivaizdžiai tai galima pastebėti šiomis dienomis, kai visuomenė viešai smerkia įmones, kurios vis dar prekiauja rusiškais prekėmis. Dėl karinės padėties, visuomenės moralinis požiūris pasikeitė, todėl tokį įmonės elgesį ji laiko neetišku, nors įstatymiškai tokia veikla nėra uždrausta.

Apibendrinant galima daryti išvadą, kad etinė atsakomybė glaudžiai susijusi su teisine ir filantropine atsakomybėmis: etinė atsakomybė savanoriška, apimanti veiklos sritis už įmonės

interesų ribos, nevaržoma įstatymų, tačiau reglamentuota moralinių vertybių normomis, tradicijomis, etika ir utilitarizmu.

Filantropinė atsakomybė tai įmonės savanoriškas noras, nevaržomas įstatymų įsitraukti į bendruomenės veiklą. Tokia veikla būtų galima laikyti įmonės piniginių lėšų, jos gaminamų prekių ar teikiamų paslaugų dovanojimą, įmonės ar jos darbuotojų dalyvavimą bendruomenių skelbiamose akcijose (kaip pvz. medelių sodinimas, aplinkos tvarkymas, kraujo donorystė ir pan.) ar kita veikla, kuri sukuria ar gerina gyventojų gerovę. Pagrindinis skirtumas tarp etinės ir filantropinės atsakomybės tas, kad filantropinės atsakomybės neskatina visuomenės lūkesčiai priešingai nei etinės atsakomybės atveju. Nors esant krizinėms situacijoms (kaip pvz. karinė padėtis, ekonominė krizė, COVID-19 pandemija), bendruomenės tikisi aktyvaus įmonių įsitraukimo savo veikla ar rėmimu piniginėmis lėšomis, tačiau jos nėra laikomos neetiškomis jei šių bendruomenės lūkesčių nepateisina. Filantropiniai ĮSA komponentai, išskirti Iamandi (2007), pateikti 6 paveiksle.



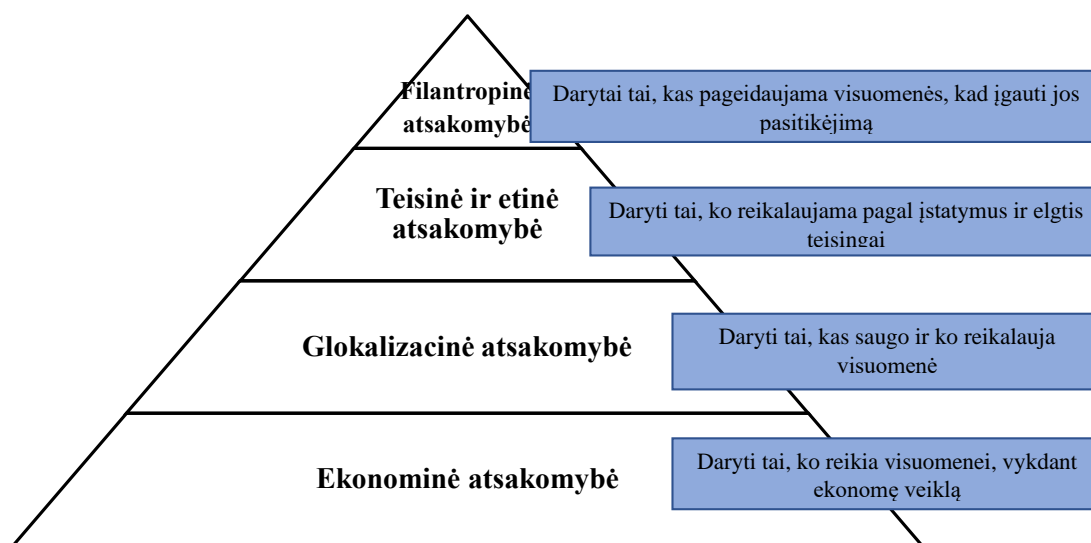
6 pav. Filantropiniai ĮSA komponentai (sudaryta autorės, remiantis Iamandi, 2007)

6 paveiksle pavaizduoti filantropiniai ĮSA komponentai rodo, kad atsakomybę įmonės turi priimti savanoriškai, nenulemiant ekonominėms priežastims ar teisės aktų reikalavimams.

Kita vertus, filantropinė atsakomybė didina įmonės konkurencingumą. Orientuodamosi į rinką, įmonės savo filantropinę veiklą planuoja taip, kad atitiktų išorės poreikius ir suinteresuotųjų šalių prašymus (Grigore, 2010). Vadinasi, įmonė tikisi, kad jos klientai rinkis ją, o ne konkurentus, vien todėl, kad įmonė dalyvauja socialiai atsakingos veiklos iniciatyvose. Tai akivaizdžiai galime pastebėti pastaruoju metu, kai įmonės dalį savo pelno už gautas prekes ar paslaugas skiria remti nuo karo Ukrainoje nukentėjusiems žmonėms, taip skatindamos teikti pirmenybę pirkti jų prekes ar paslaugas. ĮSA iniciatyvos paramos ir labdaros forma tapo įprastu reiškiniu įmonėse, tačiau jos ir daugiausiai sulaukiančios kritikos dėl visuomenės požiūrio ir vertinimo, kad tai suplanuota įmonės reklama ir viešieji ryšiai nei filantropinė atsakomybė (Kim, Austin, 2019)

Nors Carroll'o pasiūlytas įmonių socialinės atsakomybės piramidės modelis neabejotinai laikomas vienu geriausių modelių, tačiau neišvengta ir jo kritikos. Vienas iš kritikų Visser teigia (Masoud, 2017), kad šis modelis tinka tik Amerikos valstijoms, o besivystančiose šalyse (tokiose kaip Afrikoje), šios piramidės sluoksnių eiliškumas skiriasi nuo klasikinės piramidės eiliškumo: didžiausiais dėmesys, kaip ir tradicinėje piramidėje skiriamas ekonominei atsakomybei, antroje vietoje pagal svarbą yra filantropinė atsakomybė, po jos eina teisinė, o tada etinė atsakomybė.

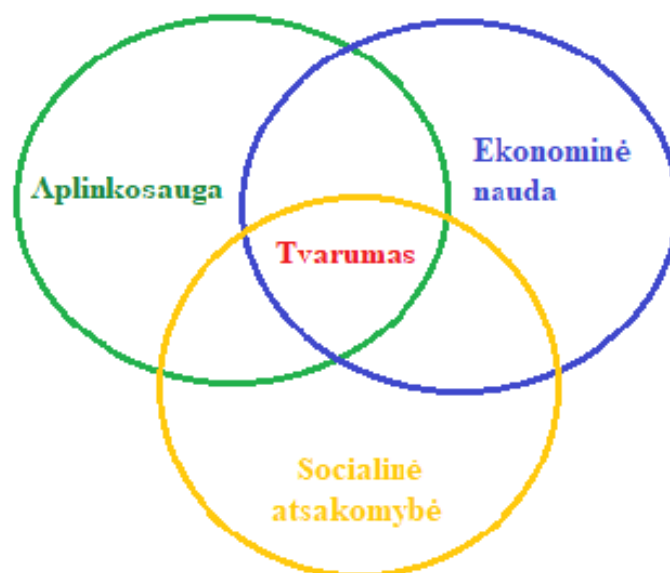
Mokslinėje literatūroje galima rasti dar keletą pasiūlytų ĮSA modelių, kurie nuo Carroll'o skiriasi ne tik atsakomybės kategorijų prioritetų eiliškumu, bet ir atsakomybės apimtimi (Masoud, 2017). Savo darbe Masoud'as (2017) pasiūlo naują tarptautinį ĮSA modelį, tinkantį ne tik Amerikai, bet ir kitoms šalims ar mažesnėms įmonėms.



7 pav. Naujasis tarptautinis įmonių socialinės atsakomybės modelis (piramidė) (Masoud, 2017)

Modelio autoriaus Masoud'o (2017) teigimu, atsakomybės lygiai yra lankstūs, kaip pvz. filantropinė atsakomybė pavaizduota ĮSA piramidės viršuje, tačiau priklausomai nuo konteksto, ji gali būti antrame ar trečiame lygyje. Tarptautinėje piramidėje matome atsiradusią naują atsakomybės sritį – globalizacinę atsakomybę, kuri autoriaus teigimu, turėtų būti įgyvendinama prisitaikant prie vietos sąlygų. Tuo pačiu atsižvelgiant ne tik į finansinius veiksmus, bet ir į socialines ir aplinkosaugines sąlygas, įtraukiant ir technologijų atsakomybę. Kaip ir tradicinėje Carroll (1991) ĮSA piramidėje, taip ir tarptautiniame modelyje reikšmingiausia išlieka ekonominė atsakomybė. Tarptautiniame ĮSA modelyje, teisinė ir etinė atsakomybės sujungiamos ir pateikiamos trečiame lygmenyje.

Kaip palyginimą Carroll (1991) sukurtam ĮSA modeliui, galime pateikti 1998 m. John Elkington'o atrastą Trigubos naudos linijos teoriją (The Triple Bottom Line theory (TBL)), kuri aiškinama kaip ĮSA sistema, apimanti ekonominius, socialinius ir aplinkosauginius įmonės veiklos aspektus. John Elkington'as tvarumą išskiria kaip svarbiausią TBL teorijos tikslą (Brin, Nehme, 2019), t.y. įmonės turi taikyti TBL teoriją, kad gautų nuolatinį pelną ir įgyvendintų socialinius ir aplinkosauginius projektus. Trigubos naudos principas teigia, kad įmonės vykdydamos veiklą turi prisiimti atsakomybę ne tik už finansinę naudą ir riziką, bet ir už savo socialinį poveikį bei poveikį aplinkai (Lock, Araujo, 2020).



8 pav. Trigubos naudos linijos teorija (sudaryta autorės, remiantis Elkington (1998))

Kaip matome iš pateikto grafiko, įmonės tvarumą pasieks įgyvendinusios visus tris TBL teorijos aspektus:

Ekonominis aspektas. Remiantis TBL teoriją, įmonei svarbu turėtų būti ne gauti didelį pelną, o siekti nuolatinio ilgalaikio pelno. Tam tikslui įmonėje turi būti sudaromi strateginiai planai, kuriuose būtų įvertinami tiek teigiami rinkos rodikliai, tiek galinčios kilti grėsmės, apskaičiuotos išlaidos ir galimi mokesčiai, prognozuojami verslo pokyčių veiksniai.

Socialinis aspektas. Kad verslas išliktų stabilus ilgą laiką, įmonės turėtų didelį dėmesį skirti ir savo socialinei veiklai. Priklausomai nuo to, kokia veikla užsiima, kokiame regione vykdo veiklą, įmonė turėtų įvertinti bendruomenės prioritetus ir stengtis kuo daugiau juos patenkinti.

Aplinkosaugos aspektas. Tai bene vienas iš svarbiausių TBL teorijos aspektų, kurio esmė palikti ateinančioms kartoms tokią pačią gyvenimo kokybę kokią turime dabar patys. Todėl laikydamasi aplinkosaugos tvarumo principų įmonės turėtų naudoti alternatyvius energijos šaltinius, saugoti gamtinius išteklius, vengti gamyboje pavojingų aplinkai medžiagų, šalinti atliekas aplinkai mažiausiai pavojingu būdu, o taip pat sekti aplinkosauginius pokyčius bei laikytis naujų aplinkosaugos įstatymų.

Apibendrinant mokslinėje literatūroje išnagrinėtus ĮSA modelius, galima teigti, kad ekonominė atsakomybė svarbiausia socialinė atsakomybė įmonės veikloje. Jei ji nebus įgyvendinta, kitas atsakomybes įmonei įgyvendinti bus sunku. Kita vertus, į ĮSA modelį, įmonė turėtų žiūrėti kaip į visumą, kiekvienai atsakomybės kategorijai suteikiant pakankamą reikšmingumą ir svarbumą. Tik visas atsakomybės sritis įgyvendinanti įmonė gali save vadinti socialiai atsakinga įmone.

1.3. Įmonių socialinės atsakomybės įgyvendinimo sritys

ĮSA iniciatyvos – tai savanoriški įmonės įsipareigojimai gerinti visuomenės gerovę, panaudojant pinigines lėšas, darbo jėgą ar kitus įmonės išteklius. Tenkindama neribotus visuomenės poreikius, įmonė siekia ir savo tikslų. Veikloje įmonės įgyvendina daug įvairių ĮSA iniciatyvų, tačiau kiekviena įmonė pasirenka skirtingas ĮSA apimtis ir jos įgyvendinimo būdus (Turner, McIntosh, Reid ir Buckley, 2019). Dėl ribotų išteklių dažnai renkamos tos iniciatyvos, kurios labiausiai

atspindi įmonės vertybes bei tuo pačiu metu yra naudingiausios tiek įmonei, tiek suinteresuotoms šalims. Daugelio lietuvių autorių (Bagdonienė, Paulavičienė, 2010; Simanavičienė, Simanavičius ir Kovaliov, 2012; Ruževičius, 2014) požiūriu ĮSA iniciatyvos gali būti įgyvendinamos šiose srityse: 1) aplinkoje; 2) darbo vietoje; 3) rinkoje; 4) bendruomenėje (visuomenėje). Be šių išvardintų keturių Ruževičius (2014) išskiria papildomą ĮSA iniciatyvų sritį – Asmeninė socialinė atsakomybė, kuri pasireiškia principu „Pradėk nuo savęs“, t.y. pačios įmonės socialinės atsakomybės elgsena ir rodomas pavyzdys.

Rhou ir Singal'as (2020) atlikę tyrimą, kiek publikacijų paskelbta ĮSA tematika, įmonių socialinę atsakomybę skirsto į šias dimensijas: 1) ĮSA poveikis aplinkai; 2) ĮSA poveikis klientams; 3) ĮSA poveikis darbuotojams; 4) ĮSA poveikis bendruomenei; 5) bendroji ĮSA. Kaip pažymi autoriai, daugiausiai mokslinių straipsnių paskelbta ĮSA poveikiui aplinkai. Todėl galima daryti išvadą, kad su kiekviena diena keičiasi įmonių požiūris į aplinką ir jos tausojimą, vis svarbesni jai tampa aplinkosauginiai klausimai. Vis daugiau įmonių palaiko tvaraus verslo idėją, ĮSA iniciatyvas nukreipdama darnaus vystymosi linkme, o ne tenkinti visuomenės poreikių.

Įmonių socialinė atsakomybė rinkoje pasireiškia tokiomis iniciatyvomis kaip pareigingi mokėjimai pagal gaunamas sąskaitas (Bagdonienė, Paulavičienė 2010), socialiai atsakingas investavimas (Ruževičius, 2014), rinkodara (Simanavičienė, Simanavičius ir Kovaliov, 2012), kokybiškų prekių ir paslaugų tiekimu, skaidraus verslo vykdymu ir pan. Įmonių socialinę atsakomybę rinkoje galima apibūdinti kaip santykių kūrimą su suinteresuotomis šalimis, tokiomis kaip vartotojai, tiekėjai, investuotojai, akcininkai. Pastebima, kad ĮSA įtraukimas į verslo vadybą sukuria įmonei konkurencinį pranašumą (Servera-Francés, Piqueras-Tomás, 2019), kuri formuoja tiekiami kokybiški produktai ir prekės. Tai bene pagrindinė sąlyga įmonėms imtis iniciatyvos diegtis kokybės vadybos standartus. Pagrindinis ir tarptautiniu mastu pripažintas kokybės vadybos standartas ISO9001:2015, kurį gali taikyti visų veiklos sričių, tipų ir dydžių įmonės. ISO 9001 kokybės vadybos sistema paremta septyniais principais (dėmesys klientui, lyderystė, darbuotojų įtraukimas, procesinis požiūris, tobulėjimas, įrodymais pagrįstas sprendimų priėmimas, santykių su suinteresuotomis šalimis kūrimas), kurie padeda užtikrinti geros kokybės prekių ir paslaugų teikimą. Šiuo metu sertifikuota daugiau kaip vienas milijonas įmonių iš 170 pasaulio šalių ir joms tai motyvacija siekti didesnio klientų pasitenkinimo, pasaulinio pripažinimo ir geresnių veiklos rezultatų (Fonseca et al. 2021).

Siekiant būti pripažintai socialiai atsakinga įmone, svarbu vadovautis etinės rinkodaros nuostatomis. Išskiriami šeši etinės rinkodaros principai (Dole, 2019): 1) atvirumas; 2) atsakomybė; 3) sąžiningumas; 4) pagarba; 5) skaidrumas; 6) pilietiškumas. Vykdam etišką rinkodara labai svarbu atsižvelgti į vartotoją – ne tik kaip į reklamos gavėją, bet ir siekiant jį pažinti ir patenkinti jo poreikius. Sekantis svarbus aspektas – Inovacijos. Nuolatinis prekių ir paslaugų tobulinimas gerina vartotojų patirtį, stiprina prekės ženklą, sukuria lojalumo santykius su vartotojais, kurie už kokybišką prekę pasirenkę mokėti daugiau.

Svarbu pažymėti ir tai, kad ĮSA įmonės įgyvendina ne tik suteikdamos naudą vartotojams, bet ir juos įtraukdama į socialinių iniciatyvų įgyvendinimą: keldama reikalavimą būti socialiai atsakingus prekių ir paslaugų tiekėjus, įtraukiant vartotojus į tvarių produktų vartojimą ar aplinkos ir išteklių tausojimo, atliekų tvarkymo akcijas. Kaip pavyzdį būtų galima pateikti įmonių įgyvendinamas iniciatyvas prekes parduodant be pakuotes, kavai suteikiant nuolaidą, jei pirkėjas atsineša savo

puodelį, popierinių kasos čekių nespausdinimą, o jį pateikiant elektroniniu būdu, baterijų surinkimo vietų įrengimą, aukų dėžučių įvairioms labdaros organizacijoms įrengimą prekybos vietose ir pan.

Apibendrinant įmonių vykdomas socialines atsakomybės iniciatyvas rinkoje galima teigti, kad jos sukuria dvejopą naudą: įmonė priversta nuolat tobulėti, diegti naujas technologijas, pažinti savo vartotoją, elgtis etiškai, sąžiningai, skaidriai siekiant sukurti lojalių klientų ratą, įgauti investuotojų, tiekėjų, akcininkų pasitikėjimą.

ISA iniciatyvos darbo vietoje. Mokslinėje literatūroje darbuotojai įvardinami kaip svarbiausia suinteresuota šalis įmonių socialinės atsakomybės iniciatyvų įgyvendinime. Jie ne tik skatina įmones imtis socialinės ar aplinkosauginės atsakomybės, bet ir vaidina nemažą vaidmenį formuojant ISA politiką, dalyvauja jos įgyvendinime ir rezultatų siekime (Onkila, Sarna, 2022). ISA darbuotojų atžvilgiu pasireiškia įmonių siekiu sukurti saugias ir sveikas darbo vietas, pagarba žmogaus teisėms, sudaryti lygias darbo sąlygas įvairių socialinių grupių atstovams, galimybė darbuotojams mokytis ir tobulėti (Bagdonienė, Paulavičienė, 2010). Iš pirmo žvilgsnio gali pasirodyti, kad socialinė atsakomybė prieš darbuotojus paremta teisinių aktų nuostatų laikymuisi. Tačiau daugelį ISA iniciatyvų įmonės įgyvendina etiniu požiūriu. Viena iš jų – socialinės atsakomybės standarto SA8000 diegimas. Pats standartas nėra labai populiarus, nes jo dauguma nuostatų atspindima kituose kokybės vadybos standartuose. Per 25 standarto gyvavimo metus, apsaugota daugiau 2 milijonai darbuotojų iš daugiau kaip 4000 sertifikuotų įmonių. SA8000 standartas apibrėžia devynis reikalavimus, kurių privalu laikytis įmonėms: 1) nenaudoti vaikų darbo ir jo neremti; 2) nenaudoti priverstinio ar privalomojo darbo; 3) rūpintis saugia ir sveikatai nekenksminga darbovietės aplinka; 4) darbuotojai turi turėti teisę pagal savo pasirinkimą steigti, stoti į profesinę sąjungą; 5) turi neapraktikuoti ir neremti diskriminavimo įdarbinimo principų; 6) turi elgtis su visais darbuotojais pagarbiai ir saugant jų orumą; 7) turi laikytis taikytinų įstatymų reikalavimų, reglamentuojančių darbo laiką, pertraukas ir valstybines šventes; 8) turi gerbti darbuotojų teisę į pragyvenimo minimumą; 9) politikos, procedūrų laikymasis. Pagrindinis SA8000 standarto tikslas – skiriant didelį dėmesį darbuotojams prisidėti prie jų gyvenimo kokybės ir gerovės gerinimo. Įmonės, kurios įsidedusios socialinės atsakomybės standartą, gerina savo įmonės reputaciją ir įvaizdį, sulaukia darbuotojų lojalumo bei skatina jų motyvaciją (Rakštelytė, Lobanova, 2018).

Siekiant visapusiškai įgyvendinti ISA politiką, svarbu į jos kūrimą ir rezultatų siekimą įtraukti įmonės darbuotojus. Darbuotojai padeda įgyvendinti daugelį savo įmonių ISA veiklų, vykdydami jiems pavestas pareigas (Park, Levy, 2014). Viena iš sėkmingo darbuotojo įtraukimo prielaidų – darbuotojų ir įmonės vertybių atitiktis. Taip pat labai svarbus ir vadovo vaidmuo, jo lyderystės savybės bei rodomos pavyzdys. Darbuotojai į ISA iniciatyvų įgyvendinimą gal būti įtraukti padedant surinkti reikiamas lėšas labdaros organizacijoms, rūšiuojant atliekas darbo vietoje, aplinkos tvarkymo ar kraujo donorystės akcijų metu.

Apibendrinant įmonių socialinės atsakomybės iniciatyvas darbo vietoje galima teigti, kad teigiamas darbuotojų požiūris į darbą mažina pasipriešinimą pokyčiams, ketinimą išeiti iš darbo, neproduktyvų darbą. Sukurta draugiška aplinka ir palankus darbo klimatas, sukuria įmonei konkurencinį pranašumą darbuotojų paieškai, atrankai ir išlaikymui. Saugios ir sveikos darbo sąlygos gerina darbuotojų gyvenimo kokybę ir prisideda prie jų gerovės kūrimo.

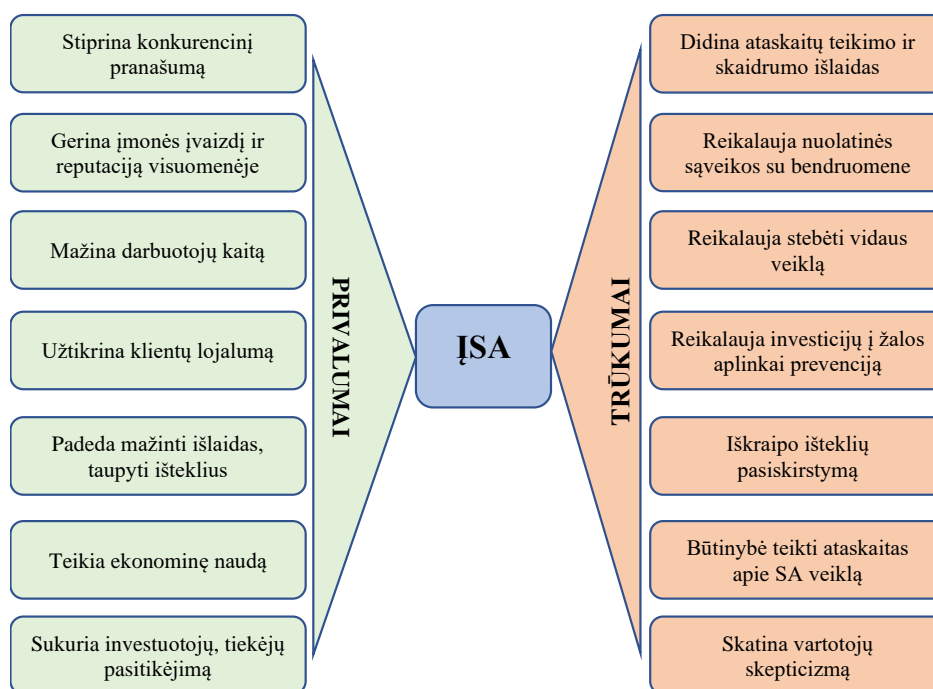
ISA iniciatyvos aplinkoje. Tai bene jautriausia ir daugiausia dėmesio sulaukianti ISA iniciatyvų įgyvendinimo sritis, pasireiškianti efektyviu išteklių naudojimu savo veikloje, aplinkos saugojimu, produktų, tinkamų perdirbti gamyba, technologijų, sunaudojančių mažiau išteklių, naudojimu (Bagdonienė, Paulavičienė, 2010). Imtis šių iniciatyvų įmonės skatina klientų pageidavimai įsigyti aplinkai draugiškų prekių ir paslaugų (Kraus, Rehman ir García, 2020). Nors daugelis įmonių, spaudžiamos vartotojų lūkesčių, palankiai nusiteikusios aplinkosaugos atžvilgiu, susiduriama su komunikacijos dilema apie jų įgyvendinimus “žaliuosius“ įsipareigojimus (Kang, Sung, 2022) Viena iš galimybių įrodyti suinteresuotoms šalims įmonės aplinkosauginių įsipareigojimų laikymąsi – ISO14001 standarto diegimas. Tai savanoriškas, sertifikuotas standartas, kuriame nustatyti reikalavimai ir principai, padedantys įmonėms sumažinti poveikį aplinkai, laikytis atitinkamų įstatymų, skatinti nuolatinį aplinkosaugos vadybos praktikos tobulinimą (Camilleri, 2022).

Kita savanoriška aplinkosaugos iniciatyva – nefinansinės informacijos atskleidimas apie įmonės poveikį aplinkai ir keliamą riziką. Nors šios iniciatyvos įmonės imasi spaudžiamos suinteresuotų šalių, tačiau būtent šia iniciatyva pasitikima mažiausia. Visų pirma todėl, kad informacijos pateikimas nėra privalomas, paprastai įmonės tai atlieka savanoriškai; antra – nėra reglamentuota informacijos pateikimo forma ir jos nėra galimybės palyginti su kitomis įmonėmis; trečia – informacijos tikrumo neįmanoma patikrinti, įmonė pasilieka teisę atskleisti tik tą informaciją, kurią ji nori pateikti (Flankova, 2022).

Apibendrinat įmonių vykdomas socialines atsakomybes aplinkoje galime teigti, kad jų intensyvumas priklauso nuo visuomenės spaudimo. Nors šios iniciatyvos reikalauja nemažų įmonės finansinių išteklių, jų įgyvendinimas dėl efektyvių išteklių naudojimo sumažina įmonės sąnaudas, be to už aplinkai draugiškus produktus vartotojai linkę mokėti daugiau.

ISA iniciatyvos bendruomenėje. Daugelis atliktų tyrimų rodo, kad įmonės egzistavimas, tęstinumas ir augimas priklauso nuo visuomenės požiūrio. ISA iniciatyvos bendruomenėje pasireiškia tokia veikla kaip kaimo plėtros rėmimas, švietimo, meno ir kultūros finansavimas ir skatinimas, parama sveikatos apsaugai, sportui, nedarbui, vaikų priežiūrai ir skurdo mažinimui (Singh, Misra, 2021). Imtis iniciatyvų bendruomenėje, įmonę skatina keletas priežasčių. Viena iš jų – vykdant socialiai atsakingą veiklą įmonė atkreipia į save dėmesį, taip sukurdamą teigiamą įmonės reputaciją ir įvaizdį. Paprastai ISA iniciatyvos bendruomenėje įgyvendinamos vietos lygmeniu, kas suteikia galimybę jas pažinti, prisitaikyti ir įgauti pasitikėjimą. Klaidinga būtų manyti, kad ISA iniciatyvas bendruomenėje įgyvendina tik stambios įmonės. Tiesiog šios iniciatyvos labiau pastebimos dėl didesnio žiniasklaidos dėmesio ir įmonių informacijos viešinimo tvarumo ataskaitose. Didžioji ISA iniciatyvų bendruomenėje įgyvendinamos teikiant piniginę paramą, tačiau įmonės bendruomenės gali paremti ir savo gaminama produkcija, teikiamomis paslaugomis ar prisijungdama prie bendruomenės iniciatyvų (kaip pvz. medelių sodinimas, aplinkos tvarkymas ir pan.). Tad apibendrinant įmonės iniciatyvas bendruomenėje, galime teigti, kad įmonė turi prisiimti atsakomybę prieš visuomenę ir rodyti jai pagarbą ne tik labdaringa veikla, bet ir veiksmais, kurie įrodytų įmonės vertybes saugant gamtą, aplinką, visuomenės sveikatą (Ioannis, 2021)

Daugelyje mokslinių tyrimų, o ir praktikoje net neabejojama ISA sukuriama nauda verslui. Tačiau išvelgiama ir tam tikrų trūkumų. ISA atsakomybės iniciatyvų įgyvendinimo privalumai ir trūkumai pateikti 9 paveiksle.



9 pav. ĮSA privalumai ir trūkumai (sudaryta autorės remiantis Barauskaite, Štreimikiene, 2021)

Kaip matome iš pateiktų ĮSA privalumų ir trūkumų, ĮSA įgyvendinimas padeda įmonei pasinaudoti turimomis galimybėmis sukuriant ryšį tarp verslo ir suinteresuotų šalių. Didžioji dalis trūkumų susiję su padidėjusiais finansiniais ištekliais, kurie sumažina įmonės pelną trumpuoju laikotarpiu, gali atsiliesti produkcijos ar paslaugų kainai. Tačiau investicijos į ĮSA suteikia naudą ilguoju laikotarpiu stiprėjant įmonės konkurenciniam pranašumui.

Kaip matome, ĮSA įgyvendinimas turi tiek privalumų, tiek trūkumų. Tad šiame etape susiduriama su klausimu, kokios gi priežastys verčia įmones imtis socialinės atsakomybės iniciatyvų įgyvendinimo. Iamandi (2007) tyrime išskiriamos trys to priežastys:

1) Pragmatinė arba racionali priežastis. Įmonės ĮSA iniciatyvas įgyvendina savo noru, net gi turėdamos tam tikrų savanaudiškų paskatų: siekdamos ilgalaikio pelno, įvaizdžio ir reputacijos visuomenėje gerinimo, konkurencinio pranašumo.

2) Deontologinė priežastis. Įmonės ĮSA iniciatyvas įgyvendina jausdamos moralinį įsipareigojimą tą daryti. Įmonės egzistuoja tam, kad tenkinti tam tikrus socialinius poreikius, ir tai priežastis, dėl kurios jos turėtų elgtis sąžiningai, teisingai ir atsakingai.

3) Socialiniu spaudimu pagrįsta priežastis. Įmonės priverstos ar jaučia visuomenės spaudimą vykdyti ĮSA iniciatyvas. Įmonė jausdama visuomenės tam tikrus lūkesčius, stengiasi įrodyti savo atsakomybę dalyvaudamos socialinėje veikloje.

Analizuojant įmonių įgyvendinamas ĮSA iniciatyvas, svarbu pastebėti ryškėjančią tendenciją, kad įmonės vis dažniau imasi veiksmų, kurie visuomenėje gali būti vertinami priešaringai (Turner, McIntosh, Reid ir Buckley, 2019). Taip visuomenėje sukuriama įvaizdis, kad įmonė palaiko tam tikrą socialinę ar politinę idėją, o ne siekia patenkinti tam tikros suinteresuotos šalies poreikius. Tokia įmonės pozicija gali turėti neigiamą įtaką naujų darbuotojų pritraukymui ar esamų išlaikymui. Kaip pavyzdį galima būtų pateikti aktualiją iš šių dienų – lygiateisiškumo klausimą.

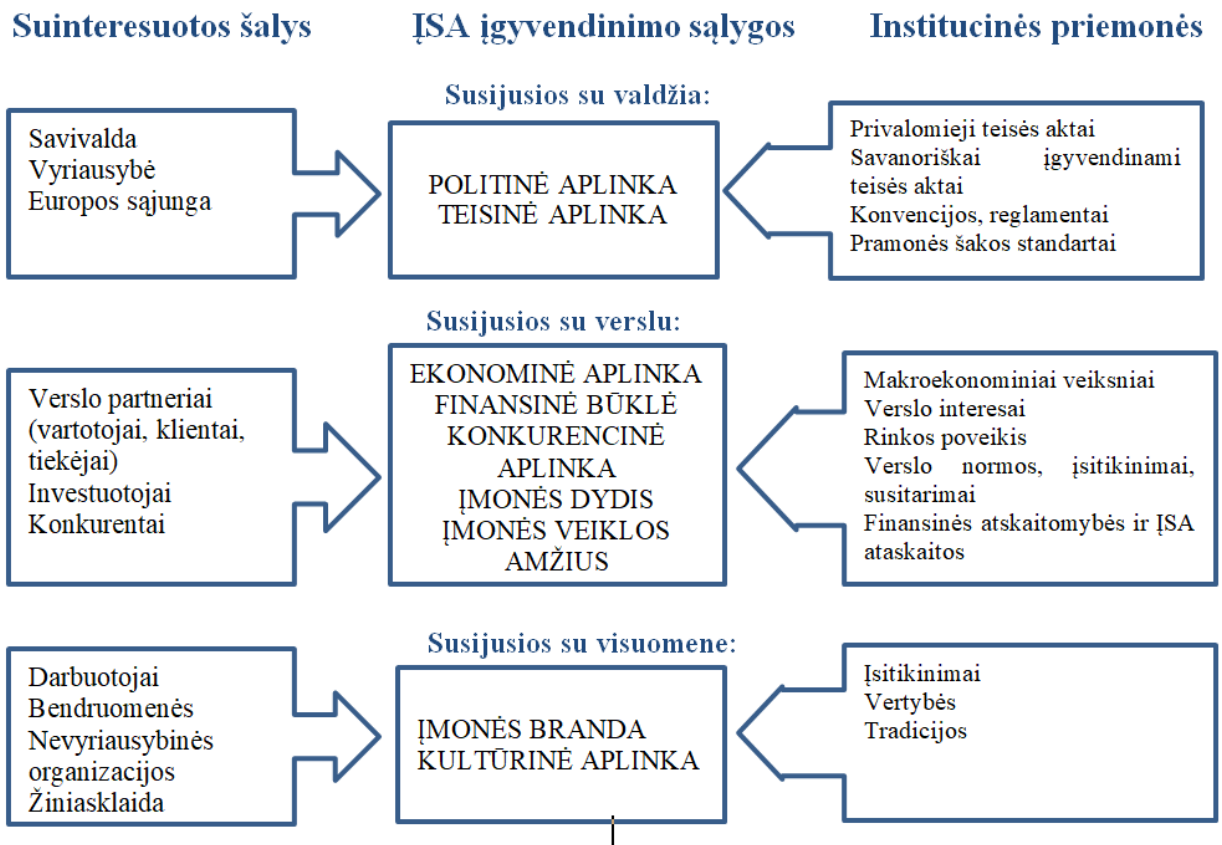
Vargu ar pavyktų įmonei, pasisakančiai už homoseksualių asmenų partnerystę, išlaikyti ar pritraukti darbuotojus, kurie turi tvirtą nuostatą už tradicinę šeimą. Įmonės požiūris ir jos įgyvendinamos ĮSA iniciatyvos taip pat gali paveikti ir vartotoją renkantis prekes ar paslaugas. COVID-19 pandemijos akivaizdoje, išryškėjo įmonės pasisakančios prieš tam tikrus vyriausybės apribojimus (pvz. Lietuvoje galimybių pasų naudojimą). Taip sulaukdamos tiek dalies visuomenės palaikymo, tiek neigiamo jos požiūrio. Tad galima teigti, kad viešai reiškiamą įmonės nuomonę ir vertybės siekia patenkinti tik konkrečios suinteresuotos šalies, o ne visos visuomenės interesus. Įmonės neturėtų imtis spręsti socialinių aktyvumo klausimų, priešingu atveju gali sulaukti atvirkštinės savo darbuotojų, vartotojų, investuotojų ir visuomenės reakcijos.

Kita pastebima tendencija – įmonės veidmainiškas elgesys ĮSA praktikoje. Įmonės veidmainystė suvokiama kaip faktiniai įmonės veiksmai prieštarauja jos įsipareigojimams ar viešai skelbiama informacija apie vykdomą socialinę atsakomybę. Nuogaustaujama, kad simbolinės investicijos į ĮSA daromos tik reklamos sumetimais (Scheidler, Edinger-Schon, Spanjol, ir Wieseke, 2019). Castrillón'o (2022) teigimu, įmonių veidmainiškumas pasireškia tikrovės neatitinkančiais teiginiais, klaidingu prekių ženkliniu, klaidinančia reklama ir rinkodara, produktų klastotėmis, autorių teisės pažeidimais taip siekiant pasinaudoti suinteresuotomis šalimis. Jei įmonės ĮSA veikla interpretuojama kaip veidmainiškas elgesys, sulaukiama neigiamos suinteresuotų šalių reakcijos: vartotojai atsisako pirkti prekes; darbuotojai – palikdami darbovietę; investuotojai – atsisakymu investuoti į įmonę. Svarbu pažymėti, kad net ir maži įmonės nusižengimai gali sumenkinti didžiausias įmonės vykdytas ĮSA iniciatyvas, būti ilgai prisimenami.

Apibendrinat galima daryti išvadą, kad įmonė elgtis socialiai atsakingai turi vienodai visuose socialinės atsakomybės srityse: rinkoje, darbo vietoje, aplinkoje ir visuomenėje. Renkantis ĮSA iniciatyvas pirmenybę teikti reikalingiausioms ir daugiausiai naudos teikiančioms priemonėms. Atsakingai ir nuosekliai įgyvendinti ĮSA programas bei jas viešinti, siekiant nebūti apkaltintoms veidmainiškumu.

1.4. ĮSA įgyvendinimo sąlygos COVID-19 pandemijos laikotarpiu

Ar įmonės imasi įgyvendinti įmonių socialinę atsakomybę, koku mastu ir priemonėmis lemia ją supanti aplinka ir tam tikros sąlygos ar veiksniai. Dar 2007 m. Campbell savo darbe išskyrė dvi pagrindines sąlygas, kurioms veikiant įmonės labiau linkusios elgtis ar nesielgti socialiai atsakingomis: tai ekonominės ir institucinės sąlygos. Be kita ko, reikėtų pažymėti, kad šias sąlygas veikia ir tam tikri veiksniai, tokie kaip įmonių finansinė būklė, konkurencija, teisinė aplinka ir reguliavimas. Vėlesniuose moksliniuose darbuose ir tyrimuose pastebėta, kad poreikį įgyvendinti ĮSA turi ir daugelis kitų sąlygų. Įsitraukti į ĮSA ir pateikti informaciją apie tai nulemia tokios sąlygos kaip institucinė, politinė, teisinė, kultūrinė, ekonominė aplinkos, o taip pat ir įmonės dydis bei įmonės veiklos amžius (Coluccia, Fontana ir Solimene, 2018). Kas nulemia ĮSA pasirinkimą ir strategiją Vashchenko (2017) aiškina pateikdamas suinteresuotų šalių ir institucinės perspektyvų modelį. Remiantis juo matome, kad iš vienos pusės sprendimus dėl ĮSA iniciatyvų įgyvendinimo inicijuoja suinteresuotų šalių interesai ir spaudimas, iš kitos pusės ĮSA įgyvendinimo sprendimai priimami atsižvelgiant įmonės veiklą veikiančias išorines sąlygas. Taip pat modelyje išskiriami trys išoriniai veiksniai, kurie lemia sprendimų priėmimą: 1) susiję su valdžia; 2) susiję su rinka; 3) susiję su visuomene. Apžvelgiant mokslinėje literatūroje nagrinėjamas ĮSA įgyvendinimo sąlygas, jas galime pavaizduoti 10 paveiksle.



10 pav. ĮSA įgyvendinimo sąlygos (sudaryta autorės remiantis moksline literatūra)

Kaip matome iš 9 paveikslo, sprendimą dėl dalyvavimo ĮSA įmonė priima ne tik veikiamą tam tikrų sąlygų, bet ir jausdama atitinkamos suinteresuotos šalies lūkesčius ir spaudimą. Todėl, norint, kad ĮSA pastangos būtų tikslingesnės, įmonė turėtų nuolat stebėti ją supančią aplinką, suinteresuotų šalių poreikius, atsižvelgiant į pokyčius iš naujo įvertinti įgyvendintų ĮSA veiklų ir iniciatyvų rezultatus (Vashchenko, 2017).

Pastaruoju metu vienas iš didesnių pokyčių, galėjęs turėti įtakos ĮSA įgyvendinimo sąlygoms – COVID 19 pandemija. 2019 m. gruodžio mėn. pabaigoje Vuchano mieste (Kinija) buvo užfiksuota keletas naujo viruso atvejų, kuris užkrečia žmonių viršutinius kvėpavimo takus ir sukelia peršalimo ir į gripą panašias infekcijas. Šis virusas sukelia koronavirusinę ligą (COVID-19), sparčiai išplitusią per pasaulį. Dėl staigaus virusinės infekcijos užkrečiamumo, Pasaulio sveikatos organizacija (PSO) 2020 m. kovo 11 d. paskelbė COVID-19 ligos pasaulinės pandemijos protrūkį. COVID-19 laikomas "kartą per šimtmetį pasitaikančiu patogenu" (Padhan, Prabheesh, 2021), nes ligos mirtinumui rizika siekia 1 proc., nuo jos gali mirti tiek jauni, tiek pagyvenę žmonės, o ligos plitimo greitis rodo, kad ji daug pavojingesnė nei bet kuri kita pandemija.

Pasaulio sveikatos organizacijos 2022 m. gegužės 18 d. duomenimis pasaulyje užregistruota daugiau kaip 518 mln. patvirtintų atvejų ir daugiau kaip 6 mln. mirčių. Tikėtina, kad realūs susirgimų skaičiai gerokai didesni: į statistiką gali būti neįskaičiuoti atvejai, pasireiškę lengva ar be simptomų forma. Pandemija, apgaubusi visą pasaulį, neaplenkė ir Lietuvos. Nuo pirmojo 2020 m. vasario 28 d. Lietuvoje patvirtinto atvejo iki 2022 m. gegužės 23 d. registruota daugiau kaip 1,06 mln. ligos užsikrėtimo atvejų. Statistikos departamento duomenis liga Lietuvoje nusinešė daugiau kaip 18 tūkst. gyvybių.

Precedento neturinčia krizę sukėlęs koronavirusas ne tik nusinešė nemažai gyvybių, bet ir paveikė daugelio šalių ekonomiką, sveikatos, švietimo sistemas. Sulėtėjus pasaulio ekonomikos vystymuisi, prisitaikyti prie sudėtingų sąlygų buvo priverstos ir verslo įmonės. Veiklos sustabdymas, sumažėję užsakymai, nuo pajamų nepriklausančios pastovios nuomos, darbo užmokesčio sąnaudos, kylančios žaliavų kainos, pasikeitę vartojimo įpročiai ne vieną įmonę privedė prie išlikimo ribos. Tad kaip keitėsi įmonių požiūris ir sprendimai dėl ĮSA įgyvendinimo, galime pastebėti aptarę kiekvieną sąlygą detaliau.

Politinė aplinka. Vyriausybės ar vietos savivaldos veiksmai stiprus argumentas įmonėms diegtis ĮSA principus, nes jos gali daryti įtaką įmonėms per įstatymų leidybą ir teisėsaugą (Vashchenko, 2017). Stabilios vyriausybės buvimas įmonėms yra garantija, kad jos veikia „saugioje“ aplinkoje ir jaučia kaip skatinančią iniciatyvą (Coluccia, Fontana ir Solimene, 2018), tobulėti, vystytis, investuoti. Diegti etikos normos ir principus, įmonės imasi ir dėl galimybės dalyvauti viešuosiuose pirkimuose. Tad suvokimas, kad nėra korupcijos, o pasirinkimas priklauso tik nuo įmonės kokybės, skatina įmones imtis socialinės veiklos. Vadinasi, galima teigti, kad šalyse, kuriose politinė aplinka stabili, vyriausybe pasitikima – tikėtina, kad įmonės labiau bus linkusios įgyvendinti ĮSA.

Teisinė aplinka. ĮSA teisinė atsakomybė pasireiškia tuo, kad įmonė vykdydama ekonominę veiklą, turi vadovautis įstatymais ir teisės aktais, kurie nustato įsipareigojimus prieš suinteresuotas šalis. Kaip pastebi Campbell (2007), įmonės labiau linkusios būti socialiai atsakingos, jei teisės aktus įmonės pajėgios įvykdyti bei jie priimti bendradarbiaujant įmonėms, vyriausybei ir kitoms suinteresuotoms šalims. Svarbu paminėti ir tai, kad ne tik valstybė prisiima atsakomybę dėl teisinių ar reguliavimo sąlygų nustatymo, tačiau jas gali įgyvendinti kiekviena įmonė savanoriškai diegdama tam tikras taisykles, standartus ar kitus teisės aktus. Didelį postūmį įgyvendinti ĮSA turėjo ir nuo 2000 m. Europos Komisijos siekis nukreipti įmones į ĮSA praktiką. O tai paskatino diskusijas kaip ES galėtų prisidėti prie ĮSA skatinimo (Coluccia, Fontana ir Solimene, 2018). Europos Komisija yra paskelbusi direktyvas, reglamentus, komunikatus, konvencijas, kurie reglamentuoja ir skatina įmonių socialinę atsakomybę tvarios veiklos, žmogaus teisių, darbuotojų saugos ir sveikatos, įmonių skaidrumo ir atskaitomybės socialiniais ir aplinkosauginiais klausimais, atžvilgiu.

Teisinė įmonių socialinė atsakomybė gali būti laikoma „kodifikuota etika“, nes daugelis įstatymų ir reglamentų gimė būtent etiniais sumetimais (kaip pvz. aplinkos tarša, žmogaus teisės ir pan.). Pandemijos metu ĮSA teisinę atsakomybę gana sunku pastebėti, nes staigiai prasidėjusi precedento neturinti pandemija, nebuvo reglamentuota teisės aktais. Tad dabar sunku įvertinti kokias teises pasekmes ji sukels. Pandemijos metu institucinėse sąlygose ypač išryškėjo teisinio reguliavimo veiksnys. Įmonėms reikėjo didelio atidumo dėl staiga atsiradusių naujų teisės aktų, reglamentuojančių darbų saugą, darbuotojų sveikatą ir gerovę. Pandemijos metu išryškėjusi galimybė dirbti nuotoliniu būdu taip pat turėtų sulaukti teisinio reglamentavimo dėmesio, nes darbinei aplinkai persikėlus į asmeninę kyla būtinybė suderinti darbinės ir asmeninės pareigas. Teisinių sąlygų kaita pandemijos metu, padėjo suprasti įmonėms, kad būtina būti atidžioms ir sekti įstatymus, reglamentus, kitų teisės aktų (reglamentuojančius pandemijos valdymą) pakeitimus. Tikėtina, kad pandemija (o ir po jos) tik paskatins įmonių teisinės atsakomybės didėjimą. Visuomenės lūkesčiai skatina įmones sąžiningai vykdyti darbdavio funkciją, sulaukiant vis daugiau ieškinių iš darbuotojų ar jų šeimos narių, kurie mano, kad mirtinu virusu užsikrėsta buvo būtent darbe. Per ateinančius kelerius metus šie klausimai bus ypač aktualūs, nes įmonės sieks atstatyti pusiausvyrą tarp finansinių įsipareigojimų ir teisinės, etinės ir filantropinės atsakomybės.

Kiekviena šalis COVID-19 pandemijos suvaldymui taikė skirtingus verslo suvaržymus kas daugeliui įmonių apsunkino tarptautinį bendradarbiavimą. Nemažai prieštaravimų tarp verslų sukėlė ir Lietuvoje taikyti apribojimai dėl prekybos ploto, kai didieji prekybos centrai turėjo galimybę tęsti veiklą, kai tuo tarpu mažesnieji veiklą turėjo sustabdyti.

Ekonominė aplinka. Tang, Bouges ir Karim (2018) teigimu, esant gerai ekonominei situacijai, įmonės daugiau imasi socialinės atsakomybės iniciatyvų siekdamos gauti ribinę naudą dėl didesnės vartotojų galios. Vadinasi, keičiantis ekonominėms sąlygoms (pvz. didėjanti infliacija, vartojimo ir perkamosios galios mažėjimas), įmonės nebesitiki trumpuoju laikotarpiu pasiekti norimą pelną, todėl tikėtina, kad jos mažiau imsis socialiai atsakingų veiklų nei tai darytų kitu atveju (Campbell, 2007). Nors kita vertus, esant blogai ekonominei situacijai įmonės kaip tik aktyviau imsis įgyvendinti socialinę atsakomybę, kad galėtų gerinti įmonės reputaciją taip sėkmingiau konkuruodamos sumažėjusioje rinkoje. Tad čia galima pastebėti, kad ĮSA turi įtakos ir prekės ženklo žinomumui. Vis daugiau vartotojų pasirengę mokėti brangiau už ekologiškus ir aplinkai draugiškus produktus. Ir atvirkščiai, vengia prekės ženklo, kuris atstovauja socialiai neatsakingai įmonei. Todėl tikėtina, kad įmonė, atsižvelgdama į vartotojo lūkestį, priims sprendimus ištraukti į ĮSA veiklą. Nuoširdi ir autentiška įmonės ĮSA veikla padeda užmegzti tvirtesnius ryšius su klientais, nes būtent kriziniu laiku tikimasi iš pirmaujančių verslo įmonių (prekių ženklų), ypač visuomenei palankių prekių ženklų, pastangų ir pagalbos kovojant su virusu. Pastebima, kad vartotojai didžiuojasi, jei jų mėgstamų prekių ženklų atstovaujančios įmonės padeda savo darbuotojams, aukoja pinigus ir įrangą krizės laikotarpiu. Toks vartotojo požiūris krizės metu ir su juo užsimezges ryšys paprastai būna prasmingesnis ir ilgalaikis nei įprastu laiku. Kitas veiksnys skatinantis imtis sprendimų dėl ĮSA – tiekėjų spaudimas, kuris paaiškinamas tuo, kad bendradarbiavimas su neatsakingu verslo partneriu prieštarauja jų ĮSA vertybėms. Todėl tikėtina, kad partneriai, kurie jau taiko ĮSA principus to paties reikalaus ir iš savo partnerių.

Kaip jau ir nagrinėjome šiame darbe, įgyvendinant ĮSA ekonominę atsakomybę iš įmonių tikimasi, kad jos gamins ir tieks visuomenei trūkstamas prekes ir paslaugas, kurs darbo vietas, veiks pelningai. Būtent pandemijos laikotarpiu ekonominių sąlygų kaita tapo įmonėms labai aktuali. Daugelyje šalių įvesti veiklų ribojimai, stiprėjanti konkurencija, pasikeitę vartotojų poreikiai ir įpročiai ne vienai įmonei tapo išūkiu tinkamai įgyvendinant ekonominę įmonių socialinę atsakomybę. O tai sudarė tarpusavyje susijusių neigiamų padarinių grandinę: įmonių veiklų sustabdymai paskatino darbo vietų mažinimą; dėl darbuotojų ar jų artimųjų ligos sumažėjusi darbo jėga paskatino produktyvumo mažėjimą ir tam tikrų prekių ir paslaugų trūkumą; darbo netekimas, liga, prekių trūkumas, pablogėjusi ekonominė situacija, neigiamos prognozės ir baimė dėl ateities sumažino namų ūkio vartojimą ir investicijų galimybes. Ypatingai pandemijos metu nukentėjo tokie sektoriais kaip transportas, pramonė, restoranai ir kavinės, turizmas (Carroll, 2021). Neabejojama, kad Covid-19 pandemija užklupo nepasiruošusias tiek medicinos įstaigas, tiek ir pačias įmones. Todėl vienas iš svarbiausių ĮSA ekonominių sąlygų veiksnių, išryškėjusi Covid-19 pandemijos akivaizdoje, būtinybė veikti greitai (McKav, 2020, cit. iš Carroll, 2021). Susidūrus su krize, masine pandemija ar pasauliniais įvykiais, kurie keičia kultūras, vertybes, žmones, iš karto kyla klausimas, ar jų nebuvo galima numatyti iš anksto ir imtis įmanomų priemonių, kad išvengtų skaudžių pasekmių. Todėl viena iš pamokų, gauta pandemijos metu, tai, kad būtina į įmonės strategiją ištraukti krizių valdymo sprendimus, ypač susijusius su sveikatos apsauga (Carroll, 2021).

Siekdamas dirbti pelningai, COVID-19 laikotarpiu, kai Lietuvoje verslo įmonėms buvo apribota veikla, verslas ėmėsi iki šiol neįgyvendintų iššūkių: daugelis įmonių sukūrė internetines platformas

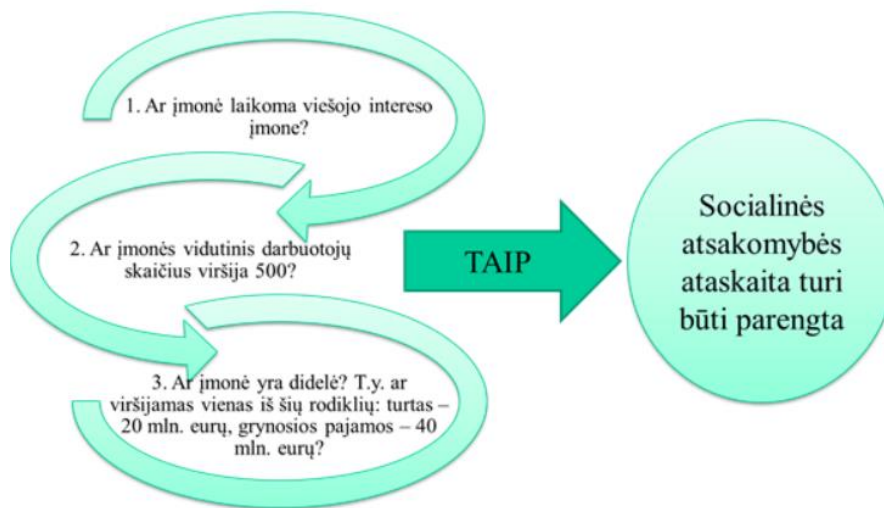
ir prekybą iškėlė į elektroninę erdvę, kavinės ir maitinimo įstaigos veiklą vykdė maistą pristatydami į namus ar ofisus, mokymai, seminarai ir net pramoginiai renginiai buvo transliuojami internetu. Tačiau atsirado ir tokių verslų, kuria nesąžiningai pasinaudojo esama situacija, nepagrįstai sukeldama rinkoje tuo metu trūkstančių prekių (kaukių, dezinfekcinių skysčių) kainas.

Nagrinėjant ekonomines sąlygas suinteresuotų šalių (klientų) atžvilgiu, kaip pastebi Qiu, Jiang, Liu, Chen ir Yuan (2020), pandemijos laikotarpiu daugiausia dėmesio turi būti skiriama produktų saugai ir klientų gerovei. Todėl įmonės siūlančios nemokamas apsaugos priemones klientams, bekontaktį aptarnavimą sulaukė didesnio pasitikėjimo ir momentinės finansinės naudos.

Finansinė įmonių būklė. Kaip pastebi Campbell (2007), mažiau pelningos įmonės atitinkamai turi ir mažiau finansinių išteklių, kuriuos galėtų panaudoti įgyvendinti ĮSA iniciatyvas. Akivaizdu, kad esant sudėtingai įmonės finansinei būklei, ji bus mažiau linkusi imtis ĮSA iniciatyvų. Tad tikėtina, kad COVID-19 pandemijos laikotarpiu, besikeičiančios ekonominės sąlygos gali daryti įtaką įgyvendinant filantropinę ĮSA. Beveik visos verslo sritys daugiau ar mažiau finansiškai nukentėjo pandemijos metu. O finansiškai silpnos įmonės linkusios mažiau teikti paramos ne tiek dėl moralinių vertybių, o finansinių išteklių stokos. Filantropinė atsakomybė suprantama kaip savanoriškos įmonių iniciatyvos, panaudojant įmonės išteklius. Paprastai tai pasireiškia prisidėjimu prie bendruomenių gerovės gerinimo paramos ar labdaros principu.

Konkurencinė aplinka. Konkurencijos lygis ir konkurentų ĮSA strategijos vienas iš veiksnių, galinčių turėti įtakos organizacijos ĮSA pasirinkimui (Vashchenko, 2017). Tiek per stipri, tiek per silpna konkurencija daro neigiamą poveikį įmonės ĮSA. Suaktyvėjusi konkurencija gali įmones paskatinti elgtis neatsakingai (mažinti gaminių kokybę, slėpti mokesčius, išnaudoti darbuotojus), o esant įprastoms konkurencinėms sąlygoms (kai įmonė bent minimaliai dirba pelningai) tikėtina, kad ji imsis mažiau socialiai neatsakingų veiksmų. Pastebima ir tai, kad susiklosčiusia ekonomine situacija, socialiai neatsakingai ja pasinaudoja monopolinės įmonės ar įmonės, siūlančios rinkoje mažai esančių prekių, nepagrįstai išdidindamos jų kainas. Tikėtina ir tai, kad įmonei pradėjus įgyvendinti ĮSA principus, jų pavyzdžiu paseks ir konkurentai, siekdami nukopijuoti konkurencinį pranašumą. Įgyti konkurencinį pranašumą įmonės gali įvairiais būdais ar įgyvendindama įvairias verslo strategijas kaip pvz. inovacijų, diferenciacijos, paslaugų, bendradarbiavimo (Yasa, Giantari, Setini, Rahmayanti, 2020). Bet kurios iš šios strategijos įgyvendinimas reikalauja nemažų investicijų, drastiškų, drąsių, kūrybingų verslo sprendimų. Formuodama konkurencinį pranašumą, įmonė tuo pačiu įgyvendina ir ĮSA principus. Įgyvendindama inovacijų, diferenciacijos, paslaugų strategijas įmonė siekia kuo geriau patenkinti vartotojų poreikius gamindama išskirtinius, kokybiškus, už priimtina kainą, mažiau gamybos sąnaudų reikalaujančius gaminius taip siekdama gauti sau naudos (ekonominės atsakomybės įgyvendinimas), o socialinė atsakomybė reikalauja suderinti naudos gavimą ir jos pasiekimo būdus ((Paužuolienė, Viningienė, 2014). Be to verta paminėti, kad inovacijos skatina naujų technologijų diegimą įmonėje, kurios prisideda prie energijos taupymo, gamybos atliekų mažinimo ir kitų aplinkosauginės atsakomybės principų įgyvendinimo. Diegiant bendradarbiavimo strategiją, įmonė konkurencinį pranašumą formuoja įgyvendindama ĮSA iniciatyvas vartotojų, visuomenės, darbuotojų atžvilgiu. Tad apibendrinant galima teigti, kad socialinės atsakomybės iniciatyvų įgyvendinimas skatina įmonės atsakingą elgesį, o tai formuoja teigiamą požiūrį tiek į pačią įmonę, tiek į jos produktus, kurie laikui bėgant įgauna konkurencinį pranašumą (Paužuolienė, Viningienė, 2014).

Įmonės dydis. Įmonės dydis – tai skalė, naudojama nustatyti įmonės dydį pagal konkrečius rodiklius (Cahyani, Suryaningsih, 2016), kaip pvz. pardavimus, turtą, darbuotojų skaičių, akcijų vertę ir pan. Daugelyje mokslinių šaltinių teigiama, jog kuo didesnė įmonė tuo didesnės apimties veiklą ji vykdo, todėl daro didesnę poveikį visuomenei, aplinkai, suinteresuotoms šalims. Taip pat didelės įmonės turi daugiau akcininkų, kurie skatina įmonę imtis socialinių programų įgyvendinimo (Siregar, Bukit, 2018). Dar viena priežastis didžiąsias įmones imtis ĮSA – tai informacijos apie ĮSA veiklą atskleidimas finansinėse ataskaitose, metiniuose pranešimuose ar ĮSA ataskaitose. Lietuvoje prievolė rengti ĮSA ataskaitas tenka didelėms, viešojo intereso įmonėms, kurių metinis darbuotojų skaičius per metus viršija 500 darbuotojų (11 pav.)



11 pav. ĮSA ataskaitų rengimo prievolės nustatymas (Lietuvos Respublikos finansų ministerija, 2021)

Įmonei, kuriai yra prievolė rengti ĮSA ataskaitą, ataskaitoje privalo pateikti su aplinkosaugos, socialiniais ir personalo, žmogaus teisių užtikrinimo, kovos su korupcija ir kyšininkavimu klausimais susijusią informaciją. Apibendrinant galime daryti prielaidą, kad institucinė priemonė (prievolė didelėms įmonėms teikti ĮSA ataskaitas) daro poveikį įmonių socialinei veiklai.

Įmonės veiklos amžius (branda). Įmonės gyvavimo laikotarpis rodo įmonės sugebėjimus išgyventi ilgą laiką įvairiomis aplinkybėmis ir sąlygomis. Vadinas, kuo įmonė brandesnė – tuo labiau keičiasi jos požiūris į ĮSA. Tą patvirtina ir Withisuphakorn'o ir Jiraporn'o (2015) atliktas tyrimas, kurio metu nustatyta, kad kuo vyresnė įmonė, tuo ji daugiau investuoja į ĮSA, nes jai investicijas į ĮSA leidžia atlikti stabilus pelnas ir subalansuoti pinigų srautai. Nors mokslinėje literatūroje galima rasti prieštaravimų, jog brandžioms įmonėms nebereikia užsitarnauti klientų ar darbuotojų lojalumo ir jos būdamos vyresnės mažiau įsitraukia į ĮSA veiklas, tačiau brandos sulaukusias įmones įsitraukimą į ĮSA skatina daugiau ne finansinė, o moralinė paskata, sąmoningumas socialinės įvairovės ir aplinkosauginiu požiūriu (Withisuphakorn, Jiraporn, 2015). Todėl šią, įmonės veiklos amžiaus (brandos) sąlygą būtų galima priskirti ne tik sąlygų grupei, susijusioms su verslu, bet ir su sąlygomis, susijusioms su visuomene.

Įgyvendinant ĮSA **kultūrinėje aplinkoje** didelį vaidmenį vaidina vadovų elgesys ir etika. O tai reiškia, kad kultūros vertybės gali turėti įtakos tam, kaip paskirstomi įmonės ištekliai, kaip jais dalijamasi su suinteresuotomis šalimis (Coluccia, Fontana ir Solimene, 2018). Ekonominių ir institucinių sąlygų kaita pandemijos metu, pakeitė ir ĮSA etinės atsakomybės įgyvendinimą. Įgyvendinant etinę įmonių socialinę atsakomybę, svarbu tampa tiek pats įstatymų laikymasis, tiek

etinės normos, kurių tikisi arba draudžia visuomenė. Tačiau teisės aktais jos nėra reglamentuotos. Nors etinė atsakomybė išskirta kaip atskiras ĮSA atsakomybės lygmuo, tačiau būtent ji yra svarbi ir kituose įmonių socialinės atsakomybės lygmenyse: ekonominėje, teisinėje, filantropinėje. Ypač pandemijos metu etinė atsakomybė akcentuojama kaip svarbiausia iš visų socialinės atsakomybės lygmenų, nes šiuo laikotarpiu suinteresuotos šalys labiausiai pažeidžiamos. Viena iš svarbiausių įmonės suinteresuotų šalių – darbuotojai. Etinės atsakomybės nesilaikymas jų atžvilgiu, įmonei gali sukelti tiek ekonomines (finansines) pasekmes, tiek teises. Pandemijos laikotarpiu daugeliui darbuotojų keitėsi darbo sąlygos: vieni neteko darbo (ar jiems buvo sutrumpintas darbo laikas), kitiems teko dirbti sudėtingomis, pavojingomis ar kenksmingomis darbo sąlygomis (pvz. medikai), treči bandė suderinti darbo ir asmenines aplinkas dirbant nuotoliu. Daugelis tėvų susidūrė su iššūkiu bandydami suderinti darbą su vaikų priežiūra, kai dėl pandemijos buvo uždaryti vaikų darželiai ar mokyklos. Todėl drąsiai galima teigti, kad pandemija ne tik fiziškai sunkino darbo sąlygas, bet ir psichologiškai nualino visuomenę. Etiškas darbdavio elgesys turėtų pasireikšti būtent pagalba darbuotojui susitvarkyti su šiais sunkumais, suteikiant papildomas atostogų dienas ir pan. Kaip pastebi Carroll (2020), pandemijos metu aktuali tapo ir lyčių lygybės problema. Įprasta, kad didžioji dalis darbo vietų medicinos priežiūros, mokyklose, paslaugų įmonėse yra skirtos moterims. Be to, didžiausias krūvis slaugant šeimos narius, vaikų priežiūra tenka būtent irgi joms. Nors teisine prasme įmonės atsižvelgti į moterų darbo sąlygas neturi, tačiau etiškai besielgiantys darbdavys į tai turėtų atkreipti dėmesį. Pandemiją apnuogino ir dar vieną problemą – darbuotojų emocinį perdegimą, nuovargį ir stresą. Nors pas psichologą kreiptis ir apie psichinės sveikatos ligas kalbėtis dar neįprasta, tačiau jau daugelis darbdavių imasi iniciatyvų (mokymų, seminarų organizavimas streso valdymo temomis) įgyvendinimo.

Nagrinėjant ĮSA įgyvendinimą suinteresuotų šalių teorijos aspektu, reikėtų pažymėti, kad COVID-19 pandemijos laikotarpiu įmonių ĮSA iniciatyvos daugiausia orientuotos į paramą suinteresuotosioms šalims - darbuotojams, bendruomenę, klientus, viešąsias institucijas, sveikatos priežiūros specialistus ir kt (Navickas, Kontautiene, Stravinskienė ir Bilan, 2021). Kaip pastebi He'as ir Harris (2020), būtent darbuotojai, klientai ir bendruomenės labiausiai pažeidžiami pandemijos metu. Kad ir koks būtų pagrindinis įmonės motyvas remti suinteresuotas šalis, jos mano, kad įmonės privalo reaguoti į krizę. LR socialinės apsaugos ir darbo ministerijos inicijuotoje 2020 m. Visuomenės nuomonės apklausoje apie įmonių socialinę atsakomybę, net 80 proc. respondentų teigia, kad jiems atrodo svarbu, kad įmonės veiktų ne tik siekdamos pelno, bet ir paisydamos socialinės atsakomybės principų (pavyzdžiui, atsakingai elgtųsi savo darbuotojų, klientų, vartotojų atžvilgiu, stengtųsi savo veiksmais kuo mažiau kenkti aplinkai ir pan.) ĮSA įgyvendinimo sąlygų, susijusių su visuomenė, grupėje viena iš svarbiausių suinteresuotų šalių – įmonės darbuotojai. Nagrinėjant ĮSA COVID-19 kontekste, Šain'as (2021) išskyrė dvi iniciatyvų, skirtų darbuotojams, kategorijas:

1) darbuotojų sauga ir sveikata. Tai įmonių veiksmai (kaip pvz. aprūpinimas saugos priemonėmis, paviršių, patalpų dezinfekavimas), kurie padeda sumažinti ligos plitimą ;

2) darbo vietos stabilumas ir darbo našumas. Dėl COVID-19 pandemijos daugelis darbuotojų pajuto nestabilumą, ypatingai turizmo, maitinimo, aptarnavimo, paslaugų sferose. Įmonių veiksmai, siekiant išvengti darbuotojų atleidimų iš darbo, pilnas darbo užmokesčio mokėjimas, palankių darbo sąlygų sukūrimas parodė, kad įmonės daugiau rūpinosi darbuotojų gerove nei savo finansine padėtimi. Rūpestis darbuotojais ir jų įtraukimas į socialines veiklas didina darbo našumą (Šain, 2021).

Įmonės įsipareigojimas rūpintis darbuotojų gerove didina jų pasitikėjimą savimi, motyvuoja juos išverti sunkumus ir ugdo atsparumą nelaimėms (Qiu, Jiang, Liu, Chen ir Yuan, 2020). Įmonei darbuotojų gerovė svarbi dar ir todėl, kad ji apskritai galėtų tęsti veiklą. Taigi galima daryti išvadą, kad kritiniu laikotarpiu, tokiu kaip COVID-19 pandemija, darbdaviai ir darbuotojai turėtų užmegzti tvirtesnius santykius nei anksčiau. Svarbu vaidmenį įsitraukiant į ĮSA veiklą vaidina profesinės sąjungos, kurios atlikdamos švietėjišką veiklą formuoja pageidaujamą požiūrį į darbuotojus.

Kultūrinėje aplinkoje stipriai išryškėja filantropinės socialinės atsakomybės lygmuo, kuris tapo labai aktualus, nes didėjantis aukų skaičius privertė įmones reaguoti į COVID-19 pandemijos padarinius. Pastaraisiais metais įmonių filantropinė parama tapo pagrindine įmonių ĮSA veikla (Zhou, Qiu ir Zhang, 2021) ir bene labiausiai pastebima, nes dažnai sulaukia žiniasklaidos dėmesio. O tai abipusė nauda – formuojamas teigiamas įmonės įvaizdis, gerinami santykiai su suinteresuotomis šalimis tuo pačiu suteikiant pagalbą tiems, kam jos krizės metu labiausiai reikia. Savo tyrime Qiu, Jiang, Liu, Chen ir Yuan (2020) pastebi, kad suinteresuotų šalių dėmesys įmonėms pirmiausia padidėja, kai apie jų iniciatyvas bendruomenėms (paramą, labdarą) pranešama per žiniasklaidos priemones. Tad galima teigti, kad ĮSA nukreipta į bendruomenę (visuomenę) labiausiai pastebima. Kita vertus, žiniasklaida viena iš suinteresuotų šalių, kuri „drausmina“ įmones, jas stebi ir informuoja valstybines institucijas ir visuomenę apie neatsakingą įmonės veiklą (Vashchenko, 2017).

Raimo, Rella, Vitolla, Sánchez-Vicente ir García-Sánchez'as (2021) pastebi, kad reaguodama į katastrofinius įvykius, turinčius įtakos visuomenei, įmonės turi keletą būdų, kaip galėtų paramą suteikti: 1) savarankiškai, t.y. pačios vykdydamos ĮSA veiklą ir programas; 2) bendradarbiaudama su valstybinėmis institucijomis; 3) bendraudamos su Nevyriausybinėmis organizacijomis, kurios įkurtos ar vykdo veiklą, padedančią patenkinti socialinius poreikius, kylančius iš dėl nelaimių, krizių ir pan. Būtent nevyriausybinių organizacijų raginimai ir spaudimas (kartais ir demonstracijomis ir baikotais) skatina bendroves elgtis socialiai atsakingomis

Kita vertus reiktų paminėti ir tai, kad kurios įmonės bandė pasipelninti iš šios krizės. Rinkoje trūkstam tam tikros kategorijos prekių (kaip pvz. vienkartinių kaukių), siekdamas pasipelninti susidariusia situacija, nepagrįstai padidino kainas šioms prekėms arba pateikdamas klaidingą informaciją apie jas (kaip pvz. apsaugos klase). Taip pat buvo pastebimas įmonių piktnaudžiavimas nepagrįstai didinant ir kitų produktų (ypač maisto) kainas. Dėl to neišvengiamai teko tikrinti įmonių įsipareigojimą laikytis etiško verslo elgesio.

Apžvelgę sąlygas, lemiančias ĮSA iniciatyvų įgyvendinimą, galime teigti, kad jų kaita turi įtakos visoms socialinės atsakomybės lygmenims: ekonominei, teisei, etinei ir filantropinei (2 lentelė)

2 lentelė. ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaita (sudaryta autorės, remiantis Carroll, 2020)

<i>ĮSA lygmuo</i>	<i>ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaita COVID-19 metu</i>
Ekonominė atsakomybė	Veiklų apribojimai; Greita įmonių reakcija į pasikeitusią situaciją, naujų veiklų ir formų paieška; Vartotojų poreikių kaita, darbuotojų sergamumas riboja pelningumo ir aukšto veiklos efektyvumo lygio didinimą; Stiprėjanti konkurencija; Didelis dėmesys krizės valdymui
Teisinė atsakomybė	Teisinės aplinkos greita kaita; Skubotas teisės aktų priėmimas ir jų gausa skatina pažeidinėti suinteresuotų

	šalių interesus. Nepritarimas COVID - 19 valdymo priemonėms; Naujų įstatymų reikalavimų įgyvendinimas;
Etinė atsakomybė	Suformuotos naujos visuomenės vertybės; Pasikeitusios darbo sąlygos; Padidėjęs dėmesys darbuotojų sveikatai;
Filantropinė atsakomybė	Padidėjo visuomenės poreikiai; Padidėjo visuomenės spaudimas labdarinėms veikloms

Kaip matome iš 2 lentelės, ĮSA įgyvendinimo sąlygos paveikė visas įmonių socialinės atsakomybės lygmenis. Vienos jų pareikalavo greitos orientacijos ir atidumo, kitos – didesnių finansinių išteklių ar padidėjusiu suinteresuotų šalių spaudimu. Apibendrinant įmonių ĮSA įgyvendinimo sąlygas pandemijos metu, pastebima, kad socialiai atsakingos įmonės, pačios būdamos gana rizikingoje padėtyje, aktyviai dalyvauja prisidedant prie suinteresuotų šalių saugumo ir gerovės. Kaip rodo istorija, pandemijos kaip ir kitos pasaulinės krizės vyko praeityje, nebus išvengta jų ir ateityje. Neįmanoma išvengti pavojingų virusų atsiradimo, tačiau tikslingai besiruošiant galima sušvelninti jų poveikį visuomenei. Ekonominis poveikis pandemijos metu įmonėje pasireiškia pasikeitusiu būtinųjų sąnaudų dydžiu (Ursic, Cestar, 2022), todėl dėl ĮSA iniciatyvų vykdymo atsiradusios naujos sąnaudos apsunkina įmonės finansinę būklę. Įmonės vadovams tenka priimti naujus sprendimus siekiant susieti papildomas išlaidas ĮSA priemonėms ir grįžtamą finansinę naudą.

Tad dabartinėje situacijoje, siekiant susidoroti su pandemijos sukeltais trikdžiais, įmonės turėtų įvertinti galimybę diegti įmonių socialinės atsakomybės, vartotojų etikos ir rinkodaros filosofiją (Carracedo, Puertas ir Marti, 2021). Sumažėjusios veiklos apimtys ir laisvų lėšų trūkumas, turėjo apriboti investicijas į ilgalaikes ĮSA priemones, tačiau kaip savo tyrime pastebi He'as ir Harris (2020), daugelis įmonių aktyviai įsitraukė į įvairias ĮSA veiklas, ypač tas, kurios gali suteikti neatidėliotiną pagalbą ir paramą kovojant su virusu. O tai rodo, kad pandemijos akivaizdoje įmonės į ĮSA žvelgia daug sąmoningiau ir įžvalgiau. Sukrėtimai, aplinkos pokyčiai spartina ĮSA plėtrą, nes vis daugiau įmonių supranta, kad jų išlikimas priklauso nuo to kaip jai pavyks pasiekti pusiausvyrą tarp pelningumo ir darnos su įvairiomis suinteresuotomis šalimis (He, Harris, 2020). Dabar svarbiausiu klausimu įmonei tapo ne tai ar verta, o kaip investuoti į ĮSA, kad būtų įgyvendinti naudingi ir tarpusavyje susiję ekonominiai, socialiniai, aplinkosauginiai tikslai.

1.5. ĮSA įgyvendinimas COVID-19 pandemijos laikotarpiu: tyrimų apžvalga

Kaip jau pastebėta nagrinėjant mokslinę literatūrą, įmonių socialinė atsakomybė iki COVID-19 pandemijos ir COVID-19 pandemijos metu kito. Šiame skyriuje apžvelgsime užsienio šalyse atliktų tyrimų rezultatus. Tyrimuose dalyvavo įmonės (nagrinėtos tvarumo ataskaitos, įmonių viešai skelbiama informacija, vykdytos įmonių atstovų apklausos). Tyrimų tikslas nustatyti kaip keitėsi įmonių socialinė atsakomybės įgyvendinimas COVID-19 pandemijos laikotarpiu.

Remiantis Basnet'o (2019) atliktu penkių didžiausių Fortune 500 įmonių ĮSA įgyvendinimo sąlygų tyrimu, pastebėta, kad pandemijos metu didžiausiais dėmesys buvo skirtas užtikrinti darbuotojų ir klientų sveikatą ir saugumą, tam taikant tokias priemones kaip nuotolinis darbas, darbo vietų dezinfekavimas ir darbuotojų bei klientų aprūpinimas vienkartinėmis saugos priemonėmis, temperatūros matavimas, testavimas, be kontaktinis aptarnavimas, galimybė atsiskaityti negrynaisiais pinigais, sirgusiems darbuotojams skiriamos papildomos atostogų dienos ir

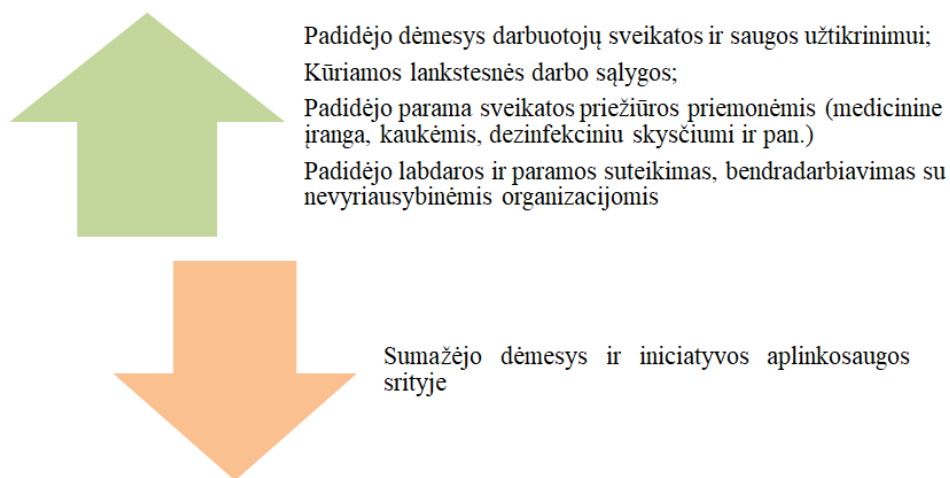
premijos. Kitas pandemijos laikotarpiu išryškėjęs bendras visų penkių bendrovių ĮSA bruožas – filantropinės iniciatyvos reaguojant į COVID-19 krizę. Visos bendrovės tiek finansiškai, tiek savo prekėmis, maistu, asmeninėmis apsaugos priemonėmis, medicinine įranga parėmė labdaros ir paramos fondus. Tyrimo metu pastebėta tik keletas iniciatyvų, kurios nebuvo susijusios su krizės valdymu – tai bendrovių suteikta parama atkurti ir išsaugoti miškus bei rasizmo ir nelygybės problemoms spręsti. Apibendrinant tyrimą, galima teigti, kad iki pandemijos visos bendrovės turėjo ĮSA ilgalaikes įgyvendinimo strategijas ir tikslus, kuriuos viešai deklaravo. Iki pandemijos didžioji dalis iniciatyvų pasireiškė aplinkosaugos srityse, siekiant įgyvendinti žiedinės ekonomikos principus. COVID-19 pandemijos metus ĮSA iniciatyvos buvo trumpalaikės (vienkartinės), sutelktos konkrečiam klausimui spręsti ir nukreiptos į konkrečias suinteresuotas šalis: vartotojus, darbuotojus, bendruomenę. Pastebima ir tai, kad pandemijos metu vykdytos ĮSA iniciatyvos (kaip vienkartinių kaukių, pirštinių dovanojimas, naudojimas, nuolatinis patalpų dezinfekavimas) prieštarauja iki pandemijos laikotarpio taikytai ĮSA strategijai (žiedinės ekonomikos ir ekologiškesnio pasaulio koncepcijai). Tad galime teigti, kad pandemijos laikotarpiu ĮSA iniciatyvos aplinkosaugos srityje liko antrame plane.

Sekantis nagrinėtas tyrimas tai Raimo, Rella, Vitolla, Sánchez-Vicente ir García-Sánchez (2021) atliktas 14 Ispanijos įmonių, įtrauktų į Madrido vertybinių popierių biržą, vykdytos ĮSA iniciatyvos COVID-19 pandemijos laikotarpiu. Tyrimui buvo atrinktos tos įmonės, kurios bendradarbiaudamos su nevyriausybinėmis organizacijomis plėtojo ĮSA iniciatyvas pažeidžiamų asmenų labui. Tyrimo rezultatai rodo, kad įmonių iniciatyvos buvo nukreiptos į maisto, sveikatos, socialinės ir technologinės paramos skyrimą. Kaip nurodoma tyrime, įmonės bendradarbiaudamos su nevyriausybinėmis organizacijomis, rengė įvairius projektus ir akcijas, į iniciatyvas įtraukdami darbuotojus, klientus, savanorius, taip surinkdami lėšas ilgai negendančio maisto atsargoms įsigyti. Parama sveikatai pasireiškė įmonėms aukojant lėšas nevyriausybinėmis organizacijoms, kad pažeidžiamiesiems asmenims būtų nupirktos ir nemokamai dalinamos asmens apsaugos priemonės (veido kaukės, dezinfekciniai skysčiai), paremti vakcinų tyrimai, ligoninėms įsigyti reikalingą įrangą. Įmonių suteiktos paramos lėšomis, nevyriausybinių organizacijų galėjo įgyvendinti socialinius projektus, kurių metu buvo sukurtos saugios darbo vietos benamiams; užtikrintas artumas paskambinus ar parašius laišką neįgaliesiems ir ligoniams, kurie dėl karantino buvo izoliuoti namuose ar ligoninėse. Įmonės bendradarbiaudamos su nevyriausybinėmis organizacijomis, prisidėjo prie technologinės paramos: dovanavo planšetinius kompiuterius mokykloms, kad būtų galima vykdyti nuotolinį švietimą, rengė mokymus mokytojams STEAM įgūdžiams lavinti, hospitalizuotiems asmenims dovanavo mobiliuosius telefonus, kad jie galėtų palaikyti ryšį su savo artimaisiais. Tad apžvelgiant tyrimą, galima daryti išvadą, kad įmonių bendradarbiavimas su nevyriausybinėmis organizacijomis padėjo įgyvendinti grandiozinius paramos projektus, kurių savarankiškai viena įmonė nebūtų pajėgi įgyvendinti. Taip pat nevyriausybinių organizacijų padėjo surasti pandemijos pažeistus asmenims ir įvertinti kokios pagalbos jiems reikia labiausia, ko įmonei dėl laiko ir žmogiškųjų išteklių stokos ir ribotos informacijos prieinamumo būtų sunku padaryti savarankiškai. Bendradarbiavimas su nevyriausybinėmis organizacijomis padėjo suteikti paramą didesnei nukentėjusių asmenų grupei, o darbuotojų ir klientų įtraukimas į paramos akcijas sustiprino ryšius su šiomis suinteresuotomis šalimis.

Tyrimas, atliktas Kacprzak'o, Milewska, Kacprzak'o ir Król (2021), padėjo išsiaiškinti kokią pagalbą COVID-19 pandemijos laikotarpiu suteikė Lenkijos, Ukrainos ir Belgijos įmonės,

įgyvendinančios ĮSA iniciatyvas. Tyrimo metu apklausta 87 vidutinės ir vyresniosios grandies įmonių vadovų. Įmonių imtis pasirinkta tikslingai – tyrime dalyvavo įmonės, kuriose dirba nuo 50 iki 100 darbuotojų. Kaip atskleidė tyrimas, vis daugiau Lenkijos įmonių ištraukia į pandemijos valdymą teikdamos finansinę paramą medicinos įrangai ir reikmėms įsigyti, nemokamai dalindamos apsaugines kaukes, ar nuotoliniam mokymui reikalingas priemones. Taip pat skatindami premijomis darbuotojus, rengdami sveikatos saugos mokymus. Viešbučiai ir apgyvendinimo įstaigos, nors ir pačios skaudžiai nukentėjo dėl veiklos sustabdymo, nemokamai apgyvendino onkologinius ligonius, kurie laukė COVID-19 tyrimo rezultatų. Viena iš netradicinių iniciatyvų – draudimo kompanija ir bankas organizavimo konkursą įmonėms, kurios kuria naujoviškus kovos su COVID-19 pandemija sprendimus, bei parėmė jų projektus. Kaip pastebima tyrime, aplinkosauginius projektus tokiu sunkiu metu ėmėsi įgyvendinti tik stambiosios įmonės. Žvelgiant į ĮSA priemones darbuotojų atžvilgiu, visi respondentai patvirtino, kad jų darbdavys ėmėsi ypatingų priemonių, kad apsaugoti darbuotojus (kaip dažniausia paminima lankstus darbo grafikas ir nuotolinis darbas). Tokią pat nuomonę turėjo ir Ukrainos įmonių vadovai. Belgijos įmonių atstovai kaip pirmenybę kovojant su pandemija pažymėjo darbuotojų aprūpinimą asmens saugos priemonėmis. Apklausos metu Belgijos įmonių atstovai nurodė, kad įmonės pakankamai ėmėsi priemonių, kad apsaugoti nuo užsikrėtimo savo darbuotojus, tačiau Lenkijos ir Ukrainos įmonių atstovai mano, kad šių priemonių buvo nepakankamai. Visų trijų valstybių įmonių atstovai pabrėžė, kad pandemijos laikotarpiu jų atlyginimas sumažėjo, nors įmonių finansinė padėtis nebuvo tokia bloga. Visų šalių įmonių atstovai paminėjo, kad buvo taikomos specialios apsaugos priemonės darbuotojams, kurių amžius daugiau nei 50 metų (nuotolinis darbas, atsisakyta tiesioginio kontakto su klientais, suteiktas medicinos priežiūros paketas). Atlikto tyrimo duomenimis, 69 proc. Lenkijos įmonių atstovų mano, kad jų įmonės galėjo įgyvendinti daugiau ĮSA strategijos priemonių pandemijos metu, tokią nuomonę turi 24 proc. Belgijos įmonių atstovų ir net 93 proc. Ukrainos įmonių atstovų. Apibendrinant tyrimų rezultatus, galima daryti išvadą, kad Lenkijos ir Ukrainos įmonėse, nors ir buvo rūpinamasi darbuotojais, tačiau šių priemonių nepakako. Taip pat šiose šalyse pasigesta ir didesnių ĮSA iniciatyvų nukreiptų į visuomenę.

Apibendrinant atliktų tyrimų rezultatus, galime pastebėti tendenciją, kaip kito įmonių socialinės atsakomybės iniciatyvos (12 pav.)



12 pav. ĮSA iniciatyvų kaita COVID-19 pandemijos metu

Kaip rodo atlikti tyrimai, COVID-19 pandemija pirmiausia paskatino įmones imtis didesnių iniciatyvų darbo srityje: pradėdant nuo aprūpinimo apsaugos priemonėmis iki lankstesnių darbo sąlygų ar kompensacijų prasirgusiems darbuotojams ar jų šeimos nariams. Supratimas, kad efektyvus pandemijos valdymas įmanomas sujungus bendras valstybės ir verslo jėgas, paskatino įmones imtis įvairesnių iniciatyvų visuomenės atžvilgiu. Tačiau nežinomybė dėl ateities verslo perspektyvų, pristabdė įmonių iniciatyvas aplinkosaugos srityje ir verslo plėtroje.

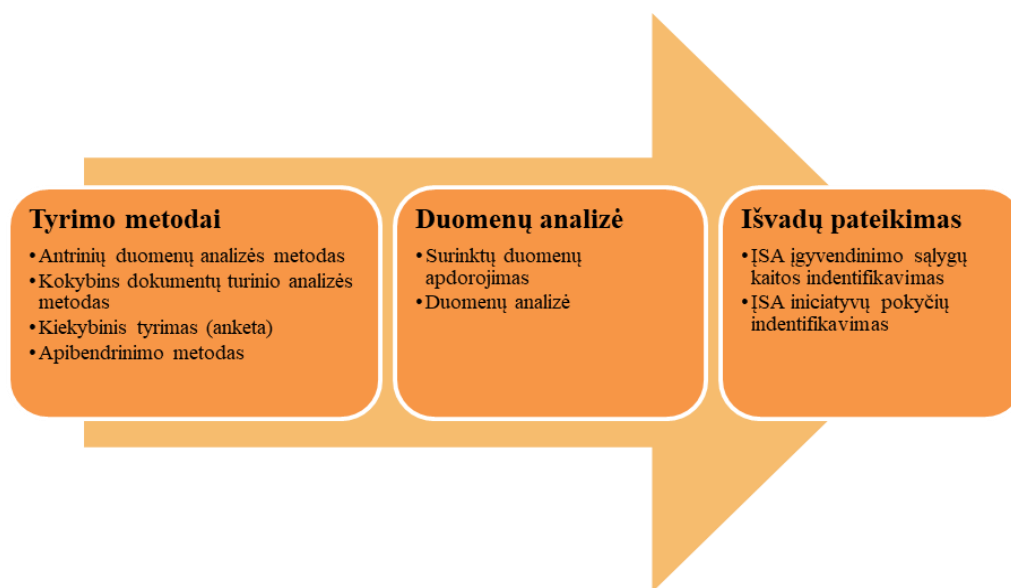
2. ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu: tyrimo rezultatai

2.1. Tyrimo metodika

Siekiant išanalizuoti ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaitą pasirinkti analizuoti veiksniai, kurie atskleidžia ekonominių, finansinių, politinių, teisinių, konkurencinių, kultūrinių, įmonės dydžio sąlygų kaitą ir jų įtaką ĮSA iniciatyvų kaitai.

Tyrimo tikslas – nustatyti kaip kito įmonių socialinės atsakomybės įgyvendinimo sąlygos ir iniciatyvos COVID-19 pandemijos laikotarpiu.

Tyrimo tikslui pasiekti sudaryta tyrimo seka pateikta 13 paveiksle.



13 pav. Tyrimo ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu tyrimo seka

Tyrimo metodai:

1. *Antrinių duomenų analizės metodas.* Siekiant atskleisti ĮSA įgyvendinimo sąlygas COVID-19 pandemijos laikotarpiu, pirmiausia bus atliekama antrinė duomenų analizė, naudojant anksčiau surinktus statistinius duomenis (Statistikos departamentas, Lietuvos bankas, Lietuvos Respublikos finansų ministerija, Valstybinė darbo inspekcija). Tai naudingas metodas, nes yra galimybė analizuoti bei palyginti anksčiau surinktus duomenis, susijusius su nagrinėjama tyrimo problema, bendru Lietuvos įmonių mastu. Siekiant parodyti ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaitą, lyginami statistiniai duomenys iki pandemijos (2019 m.) ir pandemijos metu (2020 ir 2021 m.). Statistiniai duomenys surinkti ir analizuoti remiantis teorinėje dalyje išnagrinėtomis ĮSA įgyvendinimo sąlygomis.

3 lentelė. ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaitos analizės elementai

<i>ĮSA įgyvendinimo sąlygos</i>	<i>Teorinis pagrindimas</i>	<i>Rodikliai</i>
Ekonominės sąlygos	Esant gerai ekonominei situacijai, įmonės daugiau imasi socialinės atsakomybės iniciatyvų siekdamos gauti ribinę naudą dėl didesnės vartotojų galios (Tang, Bouges ir Karim, 2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Realiojo BVP augimas • Prekių eksportas • Nedarbo lygis • Naujai įregistruotos ir išregistruotos įmonės
Finansinės sąlygos	Mažiau pelningos įmonės atitinkamai	<ul style="list-style-type: none"> • Įmonių apyvarta ir grynas pelnas

	turi ir mažiau finansinių išteklių, kuriuos galėtų panaudoti įgyvendinant ĮSA iniciatyvas (Campbell, 2017)	<ul style="list-style-type: none"> • Grynojo pelno pokytis • Įmonių investicijos į materialųjį turtą • Naujai įregistruotų ir išregistruotų įmonių skaičius
Politinės sąlygos	Vyriausybės ar vietos savivaldos veiksmai stiprus argumentas įmonėms diegti ĮSA principus, nes jos turi įtakos įmonėms per įstatymų leidybą ir teisėsaugą (Vashchenko, 2017)	<ul style="list-style-type: none"> • Parama verslui (paskolos, subsidijos, kompensacijos) • Parama verslui (mokestinė pagalba) • Mokesčių lengvatos
Teisinė aplinka	Įmonės labiau linkusios būti socialiai atsakingos, jei teisės aktus įmonės pajėgios įvykdyti bei jie priimti bendradarbiaujant įmonėms, vyriausybei ir kitoms suinteresuotoms šalims (Campbell, 2017)	<ul style="list-style-type: none"> • Įmonių veiklą reglamentuojančių teisės aktų gausa ir dinamika • Teisės aktų turinio analizė
Konkurencinė aplinka	Socialinės atsakomybės iniciatyvų įgyvendinimas skatina įmonės atsakingą elgesį, o tai formuoja teigiamą požiūrį tiek į pačią įmonę, tiek į jos produktus, kurie laikui bėgant įgauna konkurencinį pranašumą (Paužuolienė, Viningienė, 2014)	<ul style="list-style-type: none"> • Išlaidos MTEP veiklai verslo sektoriuje
Įmonės dydis	Kuo didesnė įmonė tuo didesnės apimties veiklą ji vykdo, todėl daro didesnę poveikį visuomenei, aplinkai, suinteresuotoms šalims. Taip pat didelės įmonės turi daugiau akcininkų, kurie skatina įmonę imtis socialinių programų įgyvendinimo (Siregar, Bukit, 2018).	<ul style="list-style-type: none"> • Veikiančių įmonių skaičius • Suteikta parama pagal įmonės dydį
Kultūrinė aplinka	Įgyvendinant ĮSA didelį vaidmenį vaidina vadovų elgesys ir etika. O tai reiškia, kad kultūros vertybės gali turėti įtakos tam, kaip paskirstomi įmonės ištekliai, kaip jais dalijamasi su suinteresuotomis šalimis (Coluccia, Fontana ir Solimene, 2018).	<ul style="list-style-type: none"> • Suteiktos paramos struktūra • Paramos teikimo sritys

2. Kokybiniu dokumentų turinio analizės metodu atliekama 2020–2021 m. Lietuvos Respublikos Seimo, Lietuvos Respublikos Prezidento, Lietuvos Respublikos Vyriausybės, Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministerijos, Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerijos išleistų teisės aktų turinio analizė. Tikslas – nustatyti sąsaja tarp COVID-19 pandemijos suvaldymo priemonių reglamentavimo ir ĮSA sąlygų kaitos. Teisės aktų paieška atlikta Lietuvos Respublikos Seimo tinklapyje (www.lrs.lt) teisės aktų informacinėje sistemoje naudojant raktinius žodžius COVID-19, pandemija, ekstremali padėtis.

3. Kiekybinis tyrimas (anketa). Tyrimas atliktas siekiant išsiaiškinti kokios priežastys lėmė įmonių didesnę ar mažesnę įsitraukimą į ĮSA iniciatyvas COVID-19 pandemijos laikotarpiu, kokios sąlygos skatino ar trukdė ĮSA iniciatyvų įgyvendinimą. Šio tipo tyrimas pasirinktas todėl, kad kiekvienas respondentas atsakys į tuos pačius klausimus. O tai leis gauti duomenis pagal tuos pačius požymius. ĮSA iniciatyvų kaitai nustatyti, anketa parengta remiantis teorinėje dalyje išnagrinėtomis ĮSA įgyvendinimo sritimis: santykiai su klientais, rinka; santykiai su darbuotojais, darbuotojų sauga ir sveikata; santykiai su visuomene; aplinkosauga (Bagdonienė, Paulavičienė, 2010; Simanavičienė, Simanavičius ir Kovaliov, 2012; Ruževičius, 2014)

Kiekybiniam tyrimui atlikti išskelti uždaviniai:

1. Klausimyno (anketos) parengimas (Priedas Nr. 1)
2. Tyrimui tinkančių įmonių atranka
3. Pakvietimų dalyvauti apklausoje pateikimas (naudojantis www.apklausa.lt sistema).
4. Gautų duomenų apdorojimas ir analizė.

Kokybinio tyrimo imtis. Tyrimui atlikti pasirinkta tikslinė respondentų grupė pagal kriterijus, pateiktus 4 lentelėje.

4 lentelė. Respondentų atrankos kriterijai

<i>Atrankos kriterijai</i>	<i>Kriterijaus parinkimo pagrindimas</i>
Panevėžio mieste veiklą vykdančių pramoninės gamybos įmonių	Tyrimui atlikti pasirinkta vienos savivaldybės (Panevėžio miesto) teritorijoje veiklą vykdančios įmonės. Įmonės veikla pasirinkta remiantis atliktu statistinių duomenų tyrimu – gamybinės įmonės antroje vietoje pagal suteiktos paramos dydį. Pramoninės gamybos įmonių ĮSA iniciatyvos apima visas keturias jos įgyvendinimo sritis.
Įmonės darbuotojų skaičius nuo 50 iki 249 darbuotojų (2022 m. lapkričio 9 d. duomenis)	Remiantis LR Įmonių finansinės atskaitomybės įstatymu, privalo būti atlikti įmonės finansinių ataskaitų audita priklausau nuo įmonės dydžio, kurį apibrėžia darbuotojų skaičius ir metinės pajamos. Parinkti atrankos kriterijai yra minimalūs, kurie įpareigoja įmones atlikti privalomąjį finansinių ataskaitų audita, kas tikėtina skatina įmones labiau įsitraukti į ĮSA iniciatyvų įgyvendinimą bei savo ataskaitose pateikti informaciją apie tai.
Įmonės metinės pajamos (2021 m.) didesnės kaip 3,5 mln. Eur	

Tyrimo dalyvaujančių respondentų atranka pagal 4 lentelėje nustatytus kriterijus atlikta remiantis viešai skelbiamais įmonių duomenimis tinklapyje www.rekvizitai.lt. Nustatytus kriterijus atitinka 21 Panevėžio mieste pramoninės gamybos veiklą vykdančių įmonių.

5 lentelė. Dalyvauti apklausoje pakviestų įmonių sąrašas

<i>Įmonės pavadinimas</i>	<i>El. pašto adresai, kuriais išsiųstas pakvietimas</i>
IOCO Packaging, UAB	info@iocopackaging.lt / j.tuskiene@iocopackaging.lt
UAB „Lankmeta“	lankmeta@lankmeta.lt / finansai@lankmeta.lt
UAB „Hustal“	tomas.stukas@hustal.eu / edita.vilkonciene@hustal.eu
UAB „Metalistas“	info@metalistas.lt
UAB „Stigma“	dainius.kablys@stigma.lt
UAB „Eliteja“	info@eliteja.lt
UAB „Jutrix“	info@jutrix.lt / buhalterija@jutrix.lt
UAB „Stepmaster“	sales@stepmaster.lt / buhalterija@stepmaster.lt
UAB „Komex“	uzsakymai@komex.lt ; buhalterija1@komex.lt
UAB „Panevėžio Aurida“	info@aurida.lt
UAB „Skydmedis“	info@skydmedis.lt / zofija@skydmedis.lt
UAB „Scan sorlie Baltic“	rita@scansorlie.com
UAB „Kovilis“	buhalterija@kovilis.lt
UAB „Plastara“	info@plastara.lt
UAB „Superlon Baltic“	Eugenijus@superlonbaltic.eu
UAB „Elastas“	info@elastas.lt
UAB „Hjellegjerde Baltija“	Vaida.strikaitiene@hjellegjerde.com / Martynas.jasinskas@hjellegjerde.com
UAB „Achatas“	sarunas@achatas.lt
UAB „Adax“	info@adax.lt
AB „Lietkabelis“	laidas@lietkabelis.lt

Tyrimo etika. Atliekant apklausą laikomasi etikos principų: pagarbos žmogaus teisėms, teisingumo, sąžiningumo, savanoriškumo, nesavanaudiškumo. Tyrime dalyvaujantiems respondentams garantuojamas anonimiškumas ir konfidencialumas. Apklausos metu surinkti duomenys nėra siejami su juos pateikusia įmone. Kad tyrimui pateikti duomenys būtų kuo patikimesni, paprašyta anketą užpildyti įmonės vadovo ar darbuotojo, atsakingo už ĮSA įgyvendinimą.

Tyrimo rizika. Rizika atlikti sėkmingą ir patikimą tyrimą kyla dėl šių priežasčių:

- 1) Mažas galimų respondentų skaičius kelia riziką, kad dėl įmonių nenoro dalyvauti apklausoje nebus surinktas reikiamas anketų skaičius.
- 2) Dėl didelių darbo apimčių ir nenoro pateikti informacijos, ne visos įmonės sutiks dalyvauti apklausoje, ko pasekoje gauti rezultatai neatspindės realios situacijos.
- 3) Dėl teigiamo savo įmonės vertinimo ir nenoro pasirodyti socialiai neatsakinga įmone, įmonės gali pateikti neteisingą ir „pagražintą“ informaciją.

Duomenų analizė. Šiame etape apdorojami ir analizuojami surinkti duomenys, gauti apklausos metu. Tyrimo rezultatai analizuojami taikant statistinę analizę, naudojant Microsoft Excel programą, duomenis vizualizuojant lentelėmis ir grafikais. Analizės tikslas – nustatyti ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaitą COVID-19 pandemijos laikotarpiu.

Išvadų pateikimas. Išanalizavus tyrimo metu gautus duomenis, jie apibendrinami ir pateikiamos išvados, kurios atsakytų į iškeltus probleminius klausimus:

1. Kaip kito ĮSA įgyvendinimo sąlygos ir iniciatyvos COVID–19 pandemijos laikotarpiu Lietuvos verslo įmonėse?
2. Kaip ekonominių, finansinių, politinių, teisinių, konkurencinių, kultūrinių, įmonės dydžio sąlygų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu paveikė ĮSA iniciatyvų įgyvendinimą?

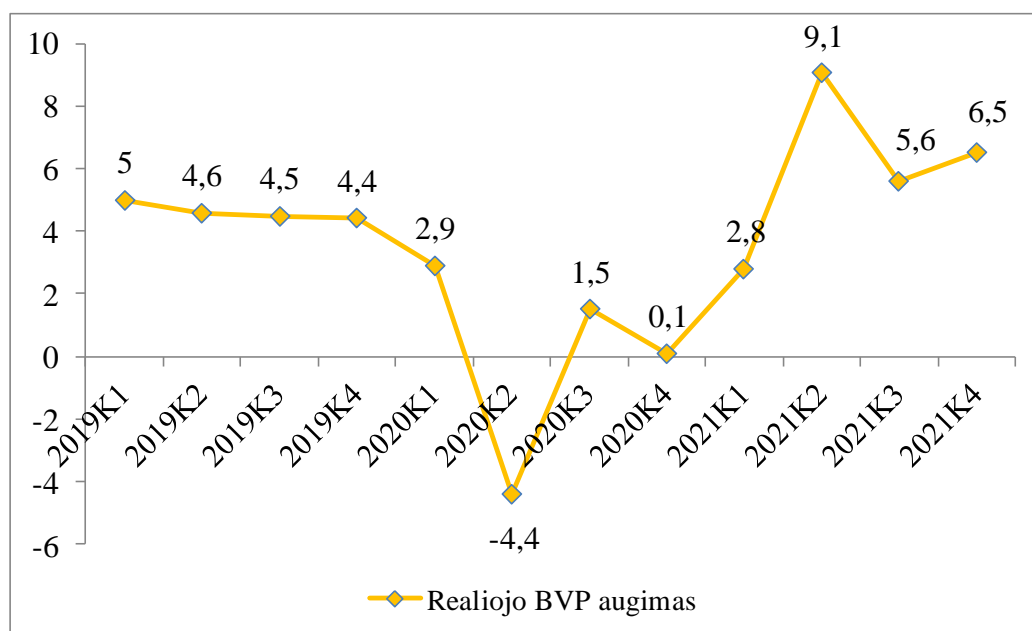
2.2. ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu Lietuvos verslo įmonėse

Siekiant atskleisti ĮSA įgyvendinimo sąlygas ir jų kaitą, buvo atlikta antrinių duomenų statistinė analizė. Analizuojami duomenis apima įmonių veiklą veikiančios sąlygos. Siekiant palyginti statistinius duomenis analizuojami laikotarpiai, kurie apima iki COVID-19 pandemijos laikotarpį (2019 m.) ir COVID-19 pandemijos laikotarpį (2020–2021 m.).

Mokslinės literatūros analizė atskleidė, kad pagrindinės ĮSA įgyvendinimo sąlygos tai ekonominės, finansinės, politinės, teisinės, konkurencinės, kultūrinės, įmonės dydis.

Ekonominės sąlygos. Ekonominės sąlygas apibrėžiantys rodikliai labai svarbūs, nes jie atskleidžia valstybės ekonominę padėtį. Ir kuo ekonomikos rodikliai geresni ir stabilūs, tuo sudaromos palankesnės sąlygos verslo vystymui. Ekonominę situaciją valstybėje parodo daugelis rodiklių, tokie kaip infliacija, bendrasis vidaus produktas (BVP), prekių eksportas ir importas, darbo užmokestis, nedarbo lygis, valdžios sektoriaus skola ir kt. Lietuvos bankas keturis kartus per metus skelbia prognozinius BVP, infliacijos, darbo užmokesčio, nedarbo lygio ir kitus svarbiausius ekonomikos rodiklius, kad verslo įmonės galėtų planuoti plėtrą, investicijas, naujų darbo vietų kūrimą. Siekiant nustatyti ar keitėsi ekonominės sąlygos 2019–2021 m., pasirinkta nagrinėti šiuos rodiklius: realiojo BVP augimas, prekių eksportas, nedarbo lygis, naujai įregistruotos ir išregistruotos įmonės.

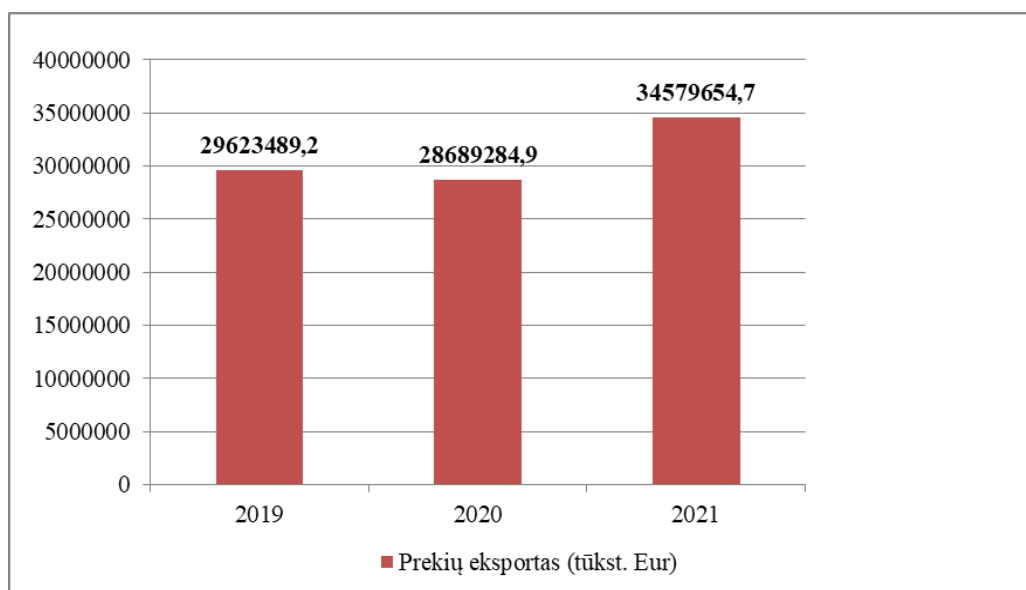
Bendrasis vidaus produktas (BVP). Rodiklis, kuris galėtų parodyti ar įmonėms buvo palankios ekonominės sąlygos veiklos vykdymui yra bendrasis vidaus produktas (BVP), kuris parodo kiek per tam tikrą laikotarpį šalies viduje buvo pagaminta prekių ir suteikta paslaugų.



14 pav. Realiojo BVP augimas 2019–2021 m. (Lietuvos bankas, 2022)

Kaip matome iš pateikto grafiko, Lietuvoje fiksuojamas BVP augimas, tačiau 2020 metų II ketvirtį (kai nuo 2020 m. kovo 16 d. buvo paskelbta ekstremali situacija ir visuotinis karantinas), fiksuotas BVP mažėjimas ir ekonomikos sąstingis. Tikėtina, kad dėl sumažėjusio vartojimo bei griežtų verslo veiklų apribojimų, įmonėms vykdyti veiklą tuo laikotarpiu ekonominės sąlygos nebuvo palankios.

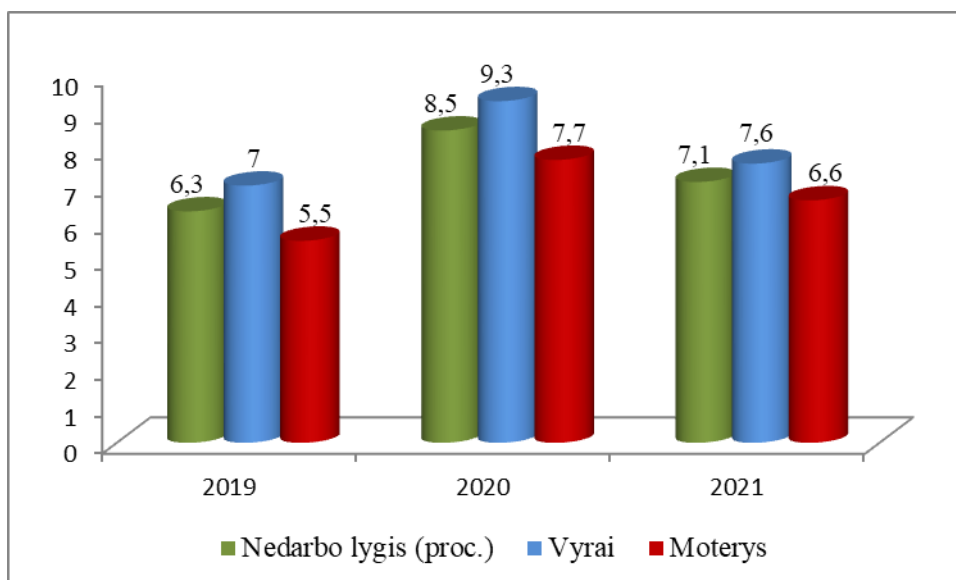
Prekių eksportas. Sekantis rodiklis, padedantis įvertinti ekonomines sąlygas – prekių eksportas. 15 paveiksle pateikiama 2019–2021 m. vykdytas prekių eksportas.



15 pav. Prekių eksportas (tūkst. Eur) 2019–2021 m. (Statistikos departamentas, 2022)

Kaip matome iš pateikto grafiko, prekių eksportas tik labai nežymiai sumažėjo 2020 m. (lyginant su 2019 m. sumažėjo apie 1 proc.). Tačiau pastebimas ženklus augimas 2021 m. – kai prekių eksportas išauga daugiau kaip 20 proc. nei 2019 m.

Nedarbo lygis Lietuvoje. Kitas rodiklis, atskleidžiantis stabilias ekonomines sąlygas, mažėjantis bedarbių skaičius. Mažėjantis rodiklis rodo, kad įmonės plečiasi, investuoja, kuria naujas darbo vietas. 16 pav. pateiktas bedarbių skaičius 2019–2021 m.

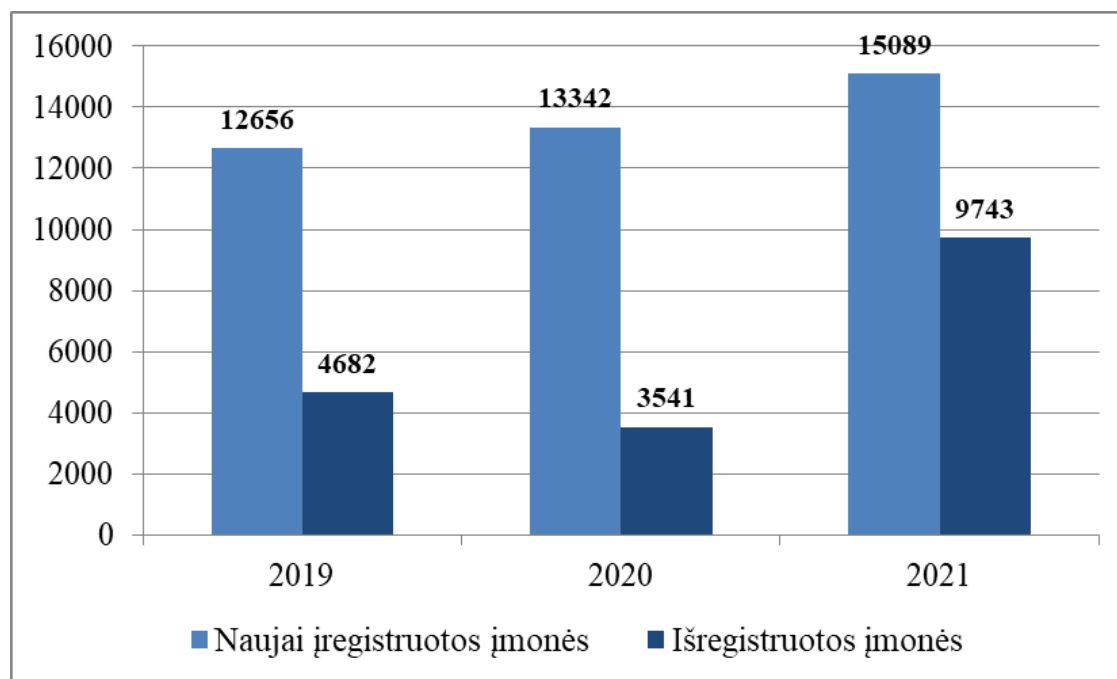


16 pav. Nedarbo lygis Lietuvoje (proc.) 2019–2021 m. (Statistikos departamentas, 2022)

Lyginant 2019–2021 m. duomenis, matome, kad nedarbo lygis Lietuvoje didžiausiais buvo 2020 m. ir sudarė 8,5 proc. bei buvo 2,2 proc. didesnis prie COVID -19 laikotarpį (2019 m.). Tačiau 2021 m. nedarbo lygis sumažėjo 1,4 proc. (lyginant su 2020 m.), tačiau vis dar liko 0,8 proc. didesnis nei

2019 m. Tad galima daryti išvadą, kad darbo rinka nors ir nežymiai, tačiau traukėsi. Pastebima, kad nedarbo lygis didesnis tiek 2019, tiek 2020–2021 m. buvo vyrų tarpe.

Naujai įregistruotų ir išregistruotų įmonių skaičius. Išnagrinėję ekonomines sąlygas matome, kad pandemijos laikotarpiu, o ypač 2020 m. ekonominės sąlygos buvo sudėtingos. Tačiau tai nesustabdė naujų verslų kūrimosi, statistiniai duomenys rodo, kad verslo įmonės pandemijos laikotarpiu kūrėsi sparčiau nei 2019 m. 17 paveiksle pateikiama 2019–2021 m. naujai įregistruotų ir išregistruotų įmonių skaičius.



17 pav. Naujai įregistruotų ir išregistruotų įmonių skaičius 2019–2020 m. (Statistikos departamentas, 2022)

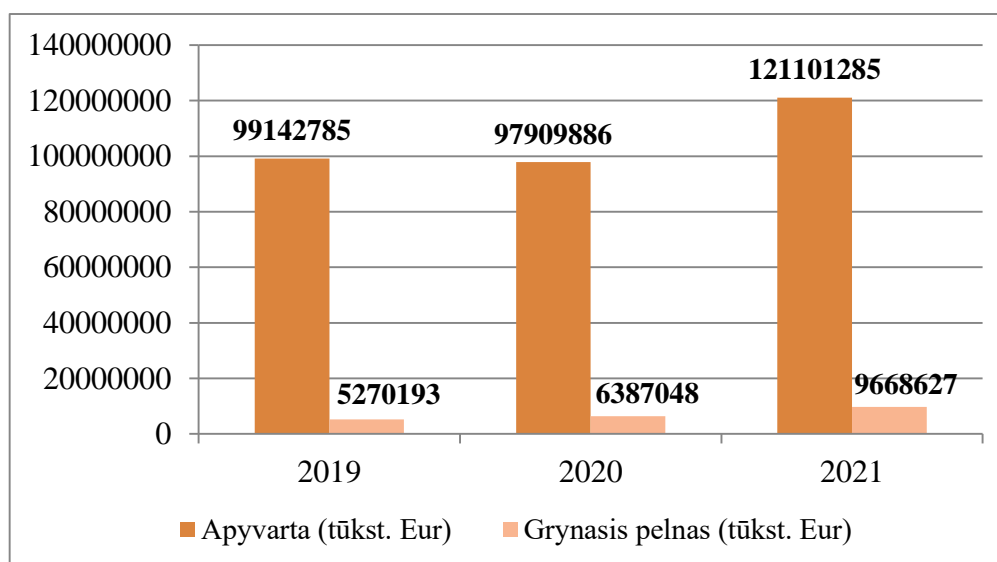
Kaip matome iš 17 paveikslo, didžiausiais įregistruotas įmonių skaičius buvo 2021 m., tačiau tais pačiais metais daugiausiai įmonių ir išregistruota. Mažiausiai įmonių išregistruota 2020 m., taip pat tais metais įregistruota daugiau įmonių nei 2019 m. Tad galima teigti, kad pandemijos laikotarpiu naujai besikuriančiam verslui ekonominės sąlygos nebuvo gąsdinančios. Išregistruotų įmonių skaičių nebūtų galima vadinti rodikliu, parodančiu objektyvias palankias ekonomines sąlygas, nes nėra aišku ar įmonės išregistruotos dėl COVID-19 pandemijos, nes bankroto procedūros užtrunka ir iki poros metų. Kita vertus dalis įmonių išvengė bankroto gavę valstybės pagalbą, tačiau nėra aišku ar jos bus pajėgios išgyventi be papildomos paramos vėlesniais metais.

Apibendrinant išnagrinėtus ekonomines sąlygas apibrėžiančius rodiklius, galima teigti, kad prasidėjus pandemijai (2020 m. II ketv.) buvo juntamas ekonominis sąstingis, tačiau 2021 m. ekonominės sąlygos įmonėms vykdyti veiklą bei įgyvendinti ĮSA iniciatyvas buvo palankios, kas rodo naujai besikuriantis verslas, didėjantis BVP, prekių eksportas. Tang'o, Bouges ir Karim'o (2018) teigimu, esant gerai ekonominei situacijai, įmonės daugiau imasi socialinės atsakomybės iniciatyvų siekdamos gauti ribinę naudą dėl didesnės vartotojų galios. Todėl tikėtina, kad ekonominės sąlygos pandemijos laikotarpiu turėjo skatinti imtis daugiau socialinės atsakomybės iniciatyvų.

Finansinės sąlygos. Vienas iš pagrindinių finansinių rodiklių, padedantis įvertinti įmonės patikimumą, stabilumą, įmonės veiklos efektyvumą – grynasis pelningumas, kuris apskaičiuojamas

kaip grynojo pelno ir pardavimo pajamų santykis (Labonaitė, Subačienė, 2014). Kiekvienas rodiklis (kaip pvz. pajamos, sąnaudos, grynasis pelnas) tarpusavyje susiję, todėl vieno iš jų pasikeitimas nelemia kito rodiklio didėjimą ar mažėjimą. Siekiant atskleisti įmonių finansines sąlygas, leidžiančias labiau įsitraukti į ĮSA įgyvendinimą, pasirinkta nagrinėti įmonių pajamų augimą, grynojo pelno rodiklius bei įmonių pajėgumą investuoti į materialųjį turtą.

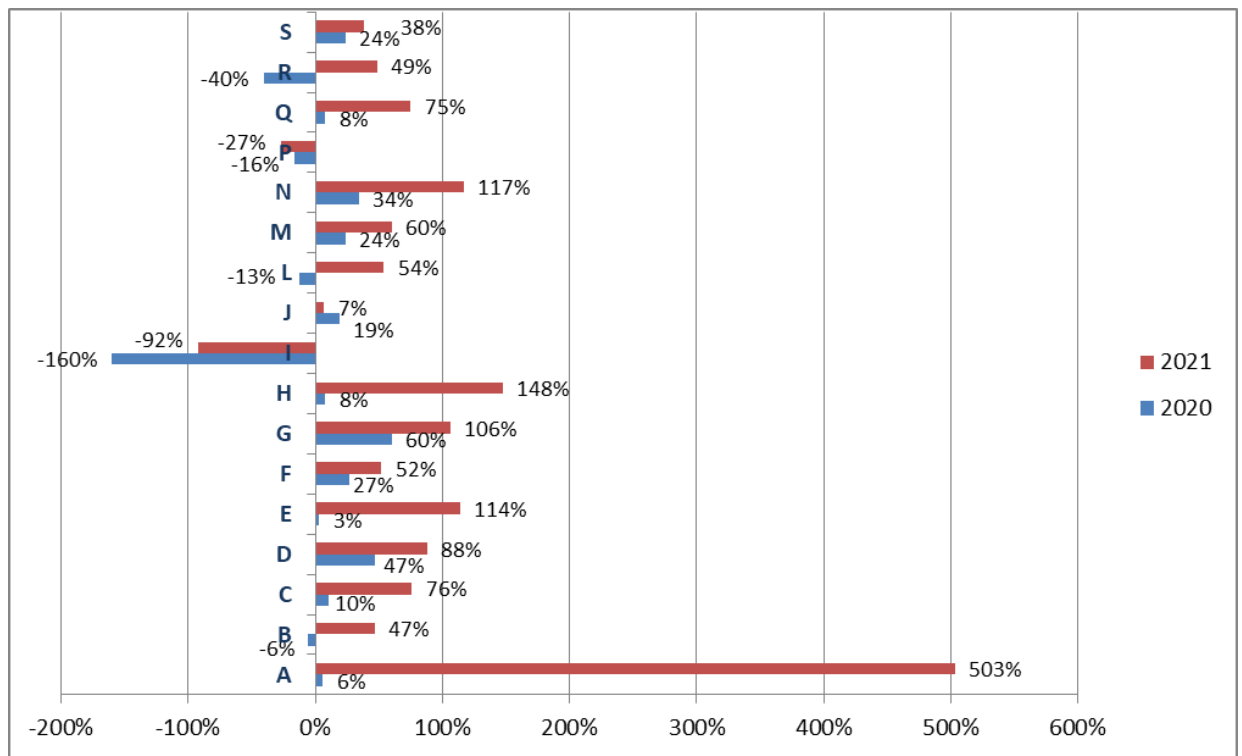
Mažų, vidutinių ir didelių įmonių apyvarta ir grynasis pelnas Rodiklis, padėsiantis atskleisti įmonių finansinę būklę tai pajamų bei grynojo pelno rodikliai. 18 pav. parodyta įmonių finansinių sąlygų kaita 2019–2021 m.



18 pav. Mažų, vidutinių ir didelių įmonių apyvarta ir grynasis pelnas 2019–2021 m, tūkst. Eur (Statistikos departamentas, 2022)

Kaip matome iš 18 pav., įmonių apyvarta prasidėjus COVID-19 pandemijai sumažėjo (lyginant 2019 su 2020 m. įmonių apyvarta sumažėjo neženkliai vos 1 proc.), tačiau lyginant 2019 su 2021 m. įmonių apyvarta išaugo 22 proc. Tačiau neatsižvelgiant į tai, kad 2020 m. buvo sumažėjusi įmonių apyvartos, grynasis pelnas išaugo: apie 21 proc. (lyginant 2019 su 2020 m.) ir kiek daugiau kaip 83 proc. lyginant 2019 m. su 2021 m. Viena iš priežasčių įmonių pelnui augti galėjo turėti valstybės taikomos paramos priemonės COVID-19 laikotarpiu, todėl norint objektyviai įvertinti ar būtent dėl COVID-19 pandemijos įtakos didėjo įmonių grynasis pelnas tektų stebėti įmonių veiklą ilgesnį laikotarpį.

Įmonių grynojo pelno rodiklis Analizuojant visų įmonių grynojo pelno rodiklius matome, kad įmonių grynasis pelnas augo. Tačiau tai buvo ne visų veiklos rūšių įmonėse. Pandemijos metu tam tikros veiklos rūšių įmonių pajamos ir pelnas didėjo ženkliai, kitų priešingai – ne tik kad mažėjo pelnas, tačiau įmonės patyrė ir nuostolių. 19 pav. pateikiama mažų, vidutinių ir didelių įmonių grynojo pelno pokytis lyginant 2019 su 2020 m. ir 2019 su 2021 m.



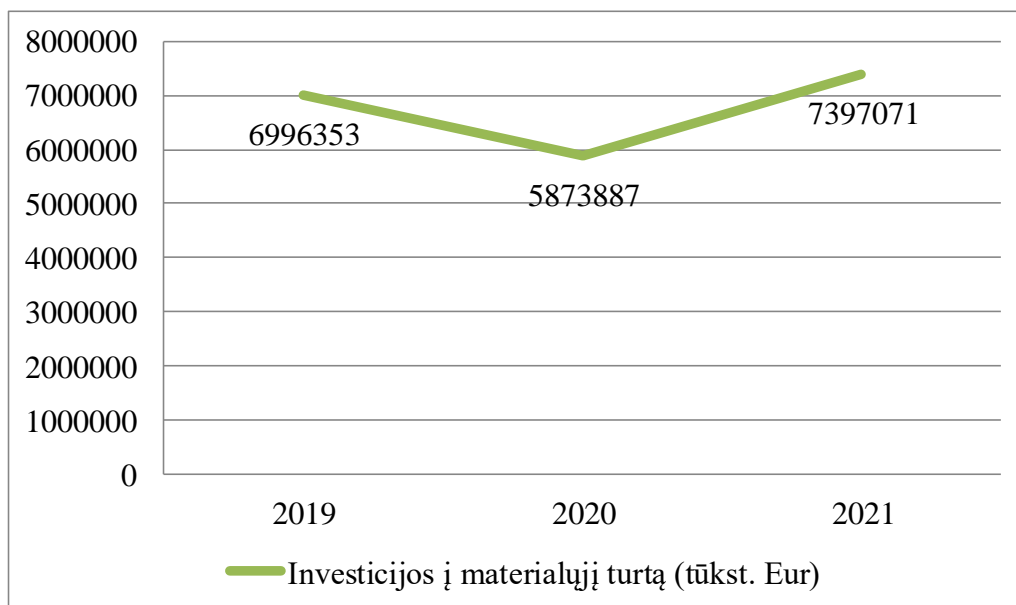
19 pav. Mažų, vidutinių ir didelių įmonių grynojo pelno pokytis (proc.) 2019–2021 m. (Statistikos departamentas, 2022)

A - miškininkystė ir žuvininkystė; B – kasyba ir karjerų eksploatacija; C – Apdirbamoji pramonė; D – elektros, dujų, garo tiekimas ir oro kondicionavimas; E – Vandens tiekimas, nuotekų valymas, atliekų tvarkymas ir regeneravimas; F – statyba; G – Didmeninė ir mažmeninė prekyba; variklinių transporto priemonių ir motociklų remontas; H – Transportas ir saugojimas; I – Apgyvandinimo ir maitinimo paslaugų veikla; J – Informacija ir ryšiai; L – Nekilnojamojo turto operacijos; M – Profesinė, mokslinė ir techninė veikla; N – Administracinė ir aptarnavimo veikla; P – švietimas; Q – Žmonių sveikatos priežiūra ir socialinis darbas; R – Meninė, pramoginė ir poilsio organizavimo veikla; S – Kompiuterių ir asmeninių bei namų ūkio reikmenų taisymas; kita asmenų aptarnavimo veikla.

Kaip matome iš 19 grafiko, lyginant 2019 m. su 2020 m. grynasis pelnas ženkliai padidėjo didmeninės ir mažmeninės prekybos įmonėse (apie 60 proc.) bei elektros, dujų, garo tiekimo įmonėse (apie 47 proc.). 2020 m. finansinės ĮSA įgyvendinimo sąlygos neigiamai pasikeitė apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų veikla užsiimančiose įmonėse, kai jų grynasis pelnas sumažėjo net 160 proc. Remiantis statistikos duomenis, šios veiklos rūšies įmonės 2020 m. baigė turėdamos 31024 tūkst. Eur nuostolį. 2020 m. finansiškai sunkūs buvo ir meninė, pramoginė ir poilsio organizavimo veikla užsiimančioms įmonėms, kurių grynasis pelnas sumažėjo apie 40 proc. Grynasis pelnas mažėjo ir įmonėse, užsiimančiomis švietimo veikla (16 proc.), nekilnojamojo turto operacijomis užsiimančia veikla (13 proc.), kasybos ir karjerų eksploatacijos veikla (6 proc.). Lyginant 2019 ir 2021 m. mažų, vidutinių ir didelių įmonių uždirbtą grynąjį pelną, pastebima, kad 2021 m. buvo gerokai sėkmingesni daugeliui įmonių, ypač tai pažymėtina miškininkystės ir žuvininkystės veikla užsiimančiose įmonėse, kurių grynasis pelnas išaugo daugiau kaip 500 proc., daugiau kaip 100 proc. grynasis pelnas išaugo įmonėse, užsiimančiomis transporto, didmenine ir mažmenine prekyba, vandens tiekimo, nuotekų valymo ir atliekų tvarkymo, administracine ir aptarnavimo veiklomis. Kaip ir 2020 m., taip ir 2021 m. finansiškai sunkūs išliko įmonėms,

užsiimančiomis apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų veikla (grynasis pelnas sumažėjo 92 proc.), švietimo veikla (grynasis pelnas sumažėję 27 proc.).

Bendrosios įmonių investicijos į materialųjį turtą. Kitas rodiklis, rodantis ar įmonės finansiškai stiprios – tai įmonių vykdomos investicijos. 20 pav. parodo kaip keitėsi įmonių galimybės investuoti į materialųjį turtą 2019–2021 m.



20 pav. Bendrosios įmonių investicijos į materialųjį turtą 2019–2021 m., tūkst. Eur (Statistikos departamentas, 2022)

Iš 20 grafiko matome, kad 2020 m. įmonės į materialųjį turtą investavo mažiau nei 2019 m. Įmonės investicijas į materialųjį turtą sumažino 16 proc. Tačiau 2021 m. įmonių investicijos į materialųjį turtą viršijo tiek 2019 m. (išaugo 5 proc.), tiek 2020 m. (išaugo 26 proc.).

Apibendrinant finansines sąlygas, galima būtų teigti, kad COVID-19 pandemija 2020 m. pristabdė įmonių veiklas ir sumažino uždirbamus grynuosius pelnus bei pristabdė investicijas, tačiau 2021 m. būtų galima įvardinti įmonių pakilimo metais, kai daugelis finansinių rodiklių rodo, kad įmonėms įgyvendinti ĮSA buvo palankios finansinės sąlygos. Tik tam tikrą veiklą vykdančioms įmonėms (apgyvendinimo ir maitinimo veikla, menine, pramogine ir poilsio organizavimo veikla, švietimo veikla) finansinės sąlygos pasikeitė neigiama linkme.

Teorinės analizės dalyje (29 psl.), nagrinėjant finansines įmonių sąlygas, atskleista, kad mažiau pelningos įmonės atitinkamai turi ir mažiau finansinių išteklių, kuriuos galėtų panaudoti įgyvendinti ĮSA iniciatyvas. (Campbell, 2007). Pandemijos laikotarpių įmonių finansiniai rezultatai gerėjo, tad galima daryti prielaidą, kad susidariusios palankios finansinės sąlygos įmonėms leido daugiau įsitraukti į ĮSA iniciatyvų įgyvendinimą.

Politinės sąlygos. Valstybės vaidmuo įmonių veikloje tampa ypač svarbus esant ekonominiams pokyčiams (Albareda, Lozano, Tencati, Perrini, ir Midttun, 2009). Kaip pastebėjome iš išnagrinėtų ekonominių ir finansinių sąlygų rodiklių, šios sąlygos 2020 m. buvo gana sudėtingos, o 2021 m. net ir gerėjo. Nemažą įtaką tam turėjo politinės sąlygos, t.y. valdžios institucijų veiksmai, siekiant kuo efektyviau sumažinti neigiamą COVID-19 pandemijos poveikį verslo įmonėms.

Visą paramą verslui būtų galima suskirstyti į dvi grupes: 1) paskolos, subsidijos, kompensacijos verslui; 2) mokestinė pagalba. Per 2020 m. valstybės paramos sulaukė 79 487 įmonės, kurioms suteiktos paramos suma siekė daugiau kaip 2 mlrd. Eur, 2021 m. valstybės parama buvo suteikta 51 431 įmonei, suteiktos paramos suma 1,35 mlrd. Eur.

6 lentelė. Parama verslui. Paskolos, subsidijos, kompensacijos (Finansų ministerija, 2022)

Priemonės pavadinimas	2020		2021	
	Įmonių skaičius	Paramos suma (mln. Eur)	Įmonių skaičius	Paramos suma (mln. Eur)
Darbo užmokesčio subsidijavimas	27280	545,3	22770	99,5
Paskolos labiausiai nuo COVID-19 nukentėjusiems verslams	3451	199,4	881	34,4
Prastovų darbo užmokesčio subsidijavimas	24950	181,7	23602	335,4
Subsidijos mikroįmonėms	36815	99,3		
Dalinis nuomos mokesčio kompensavimas	2576	33,7		
Paskolos turizmo ir apgyvendinimo paslaugų tiekėjams	45	18,1	11	1,1
Apmokėtinų sąskaitų paskolos	259	11,9		
Pagalbos verslui fondas	3	7	26	149,8
Subsidijos nukentėjusioms įmonėms (apyvartos kritimas >30 proc.)			16622	85
Subsidijos nukentėjusioms įmonėms (apyvartos kritimas >50 proc.)			3162	52,2
Laikinoji valstybės pagalba pieno gamintojams, laikinai susiduriantiems su ekonominiais sunkumais dėl COVID-19	106	5,3		
Parama paukštienos, kiaušinių ir galvijienos perdirbimo įmonėms, patyrusioms nuostolius dėl COVID-19	16	5,5	9	3,9
Kelionių organizatorių prievolių įvykdymo užtikrinimo garantijos	20	2,1	45	3,3
Laikinoji pagalba kailinių žvėrelių augintojams	65	2,1		
Laikinoji valstybės pagalba kiaulių, galvijų, paukščių laikytojams	152	2,7	38	3,52
COVID-19 protrūkio neigiamo poveikio akvakultūrai mažinimas	28	1,1		
Laikinoji valstybės pagalba daržovių augintojams dėl COVID-19	3	0,1	3	0,2
Laikinas žvejybos veiklos nutraukimas dėl COVID-19			17	0,15
Parama kreditų palūkanoms kompensuoti dėl COVID-19			20	0,08
Išimtinė parama ūkininkams ir MVĮ, kuriuos ypač paveikė COVID-19 krizė			183	1,4
VISO:	95769	1115,3	67389	769,95

Kaip matome iš 6 lentelės, parama verslui paskolomis, subsidijomis ir kompensacijomis 2020 m. siekė 1115,3 mln. Eur, 2021 m. – 769,95 mln. Eur. Didžiausia paramos dalis buvo nukreipta siekiant išsaugoti darbo vietas. Pagal šią priemonę 2020 m. išmokėta 65 proc. visos paramai skirtos sumos, 2021 m. darbo vietų subsidijavimo suma sudarė 56 proc. visos paramai skirtos sumos. Didžiausia paramos dalis 2020 m., t.y. 325,2 mln. Eur (29 proc.) išmokėta įmonėms, užsiimančiomis didmenine ir mažmenine prekyba; apdirbamosios gamybos įmonėms išmokėta 210,4 mln. Eur paramos, t.y. 19 proc. visos paramos sumos; apgyvendinimo ir maitinimo veikla užsiimančioms įmonėms – 130,3 mln. Eur, t.y. 12 proc. paramos. 2021 m. didžiausia paramos dalis

atiteko apgyvendinimo ir maitino veiklą vykdančioms įmonėms, t.y. 205,8 mln. Eur (27 proc. visos paramos sumos); didmeninės ir mažmeninės prekybos įmonėms išmokėta 173,9 mln. Eur, t.y. 22 proc. visos paramos ir apdirbamosios gamybos veikla užsiimančioms įmonėms – 112,7 mln. Eur (15 proc. visos paramai skirtos sumos).

Mokestinės pagalbos metu nuo COVID-19 nukentėjusioms įmonėms buvo atidėti mokesčių sumokėjimo terminai, neskaičiuojami delspinigiai, suteiktos mokestinės paskolos, atidėti mokesčių sumų išieškojimai. Dėl COVID-19 sukeltos pandemijos taikyta mokestinės pagalbos suma 2020 – 2021 m. pateikta 7 lentelėje.

7 lentelė. Parama verslui. Mokestinė pagalba (Finansų ministerija, 2022)

Priemonės pavadinimas	2020 m.		2021 m.	
	Įmonių skaičius	Pagalbos suma (mln.Eur)	Įmonių skaičius	Pagalbos suma (Eur)
Mokestinės nepriemokos, paskolos, atidėti mokesčiai	29434	891,51	13834	579,27

Kaip matome iš 7 lentelės, mokestinė pagalba 2020 m. sudarė 891,51 mln. Eur, kuria pasinaudojo 29 434 įmonės. 45 proc. visos mokestinės paramos atiteko 10654 įmonėms, užsiimančiomis didmeninės ir mažmeninės prekybos veikla. Viso paramos suma šioms įmonėms siekė 399,06 mln. Eur. Apdirbamosios gamybos veikla užsiimančioms įmonėms mokestinės pagalbos suma sudarė 13 proc. visos paramos. Paramos sulaukė 2936 įmonės, kurioms mokestinės pagalbos suma sudarė 117,30 mln. Eur. 2021 m. mokestine pagalba pasinaudojo 13834 įmonių, pagalbos suma siekė 579,27 mln. Eur. Didžioji dalis (35 proc.) paramos atiteko 3664 apgyvendinimo ir maitinimo veikla užsiimančioms įmonėms. Pagalbos suma sudarė 205,85 mln. Eur. 173,9 mln. Eur. pagalba suteikta 14167 didmenine ir mažmenine prekyba užsiimančioms įmonėms, t.y. 30 proc. visos per 2021 m. suteiktos mokestinės pagalbos sumos.

Kita vertus, ne visos įmonės elgėsi sąžiningai ir teisėtai pasinaudoja skiriamomis subsidijomis. Valstybinės mokesčių inspekcijos duomenimis, atlikus nuo COVID-19 nukentėjusioms įmonėms išmokėtų subsidijų patikrinimą, nustatyta, kad 2130 įmonių neteisėtai pasinaudoja suteikta subsidija ir į valstybės biudžetą privalės grąžinti apie 5 mln. Eur.

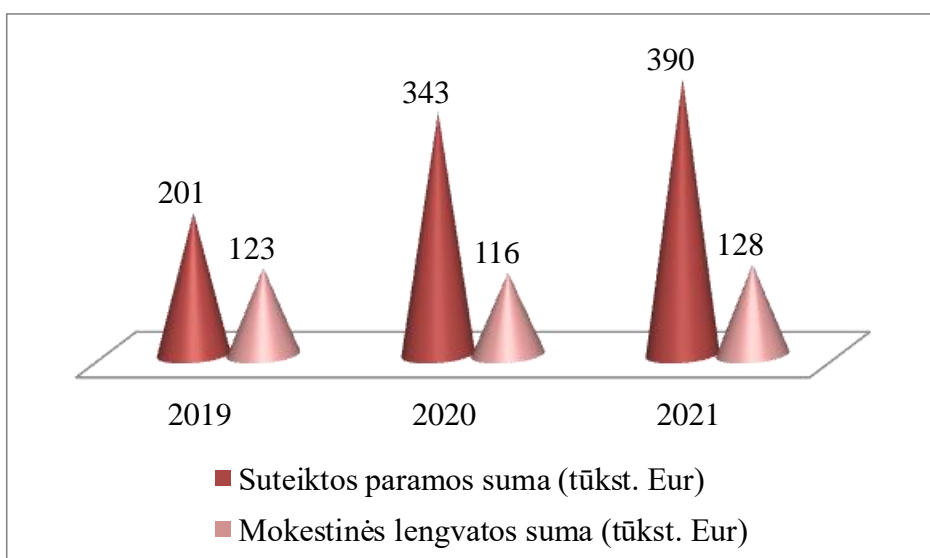
Mokesčių lengvatos. Kaip matome, 2020–2021 m. Lietuvos valstybės skiriama pagalba daugeliui įmonių padėjo įgyvendinti ekonomines ĮSA iniciatyvas siekiant savo pagrindinio tikslo – gauti didesni pelną. Tačiau teigiamas valstybės požiūris turi skatinti įmones savanoriškomis iniciatyvomis prisidėti prie visuomenės gerovės (Barauskaite, Streimikiene, 2021). Viena iš priemonių – mokesčių lengvatos. Informacija apie pridėtinės vertės mokesčio, pelno mokesčio, kitų mokesčių lengvatas pateikiama 8 lentelėje.

8 lentelė. Mokesčių lengvatos

Lengvata	Taikymo sritis	Iki COVID-19 pandemijos	COVID-19 pandemijos metu
PRIDĖTINĖS VERTĖS MOKESTIS			
Lengvatinis 9 proc. tarifas	Maitinimo įstaigų teikiamoms maitinimo paslaugoms (išskyrus alkoholi)	netaikyta	2021-07-01 2022-12-31
	Visų rūšių meno, kultūros, sporto renginių lankymui	netaikyta	2021-07-01 2022-12-31
	Atlikėjų paslaugoms	netaikyta	2021-07-01 2022-12-31

	Apgyvendinimo paslaugos	taikyta	2015-07-01 2022-12-31
PELNO MOKESTIS			
Neapmokestinama suteiktos paramos suma x2	Paramą suteikusioms įmonėms	taikyta	taikyta
NEKILNOJAMOJO TURTO, ŽEMĖS IR ŽEMĖS NUOMOS MOKESTIS			
50 proc. nuo per einamuosius metus paramai skirtos sumos, bet ne daugiau kaip Paramos teikėjui už einamuosius metus priskaičiuotų valstybinės žemės nuomos, žemės ir nekilnojamojo turto mokesčių sumos.	Panevėžio mieste vykdomoms sporto, kultūros ir mokslo veikloms paramą suteikusioms Panevėžio miesto įmonėms	taikyta	taikyta

Kaip matome iš 8 lentelės, naujai mokestinės lengvatos taikytos tik tam tikrą veiklą vykdančioms, labiausiai nuo COVID-19 pandemijos, nukentėjusioms įmonėms. Paramą skatinančios mokestinės lengvatos galiojo tokios pačios tiek iki COVID-19 pandemijos, tiek pandemijos metu. Tačiau neatsižvelgiant į tai, kad papildomos mokestinės lengvatos nebuvo taikytos, Panevėžio miesto įmonių parama sporto, kultūros ir mokslo veiklos kasmet didėja. 21 paveiksle pateikta 2019–2021 m. suteiktos paramos ir nekilnojamojo turto ir žemės mokesčių lengvatos sumos Panevėžio miesto savivaldybės teritorijoje.



21 pav. Suteiktos paramos suma meno, kultūros, sporto ir mokslo veikloms ir suteiktų mokesčių lengvatų suma (tūkst. Eur) Panevėžio miesto savivaldybės teritorijoje 2019–2021 m. (Panevėžio miesto savivaldybė, 2022)

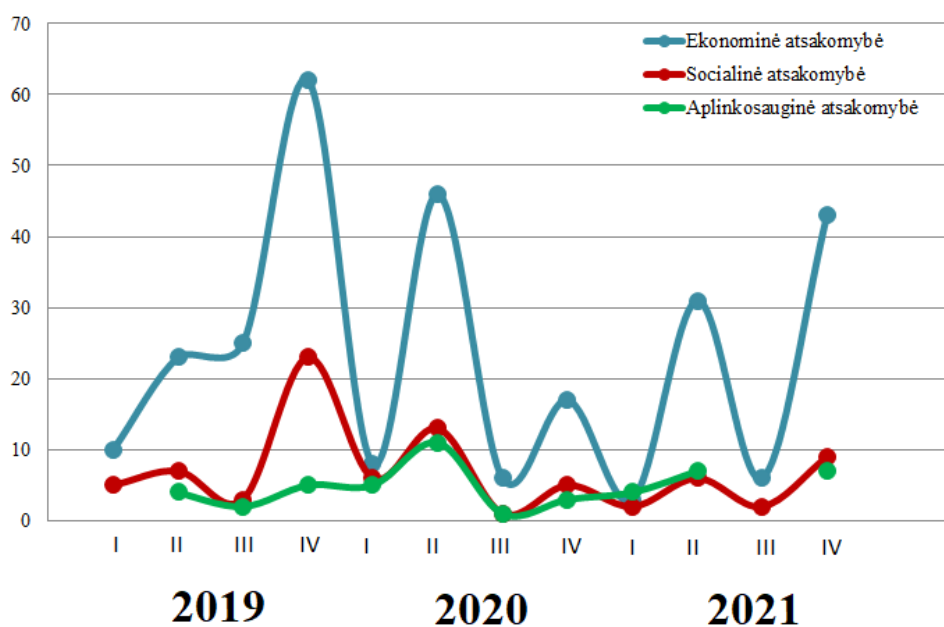
Kaip matome iš 21 paveikslo, Panevėžio miesto įmonės kasmet vis labiau įsitraukia į paramos teikimą meno, kultūros, sporto ir mokslo veikloms, vykstančioms Panevėžio miesto savivaldybės teritorijoje, nors mokestinės lengvatos nėra didinamos. COVID-19 pandemijos metu paramos sumos išaugo 70 proc. 2020 m. ir 94 proc. 2021 m., o tai rodo, kad ir krizės laikotarpiu įmonės linkusios įgyvendinti filantropinę socialinę atsakomybę,

Apibendrinant politines sąlygas, kurios lemia įmonių įsitraukimą į ĮSA, galima teigti, kad jos ženkliai pasikeitė siekiant padėti verslui išgyventi COVID-19 pandemijos metu ir po jos. Didelis valstybės dėmesys ir lėšos buvo skirtos išsaugoti darbo vietas, tačiau mokestinės lengvatos, kurios skatintų įmones teikti paramą kovai su COVID-19 pandemija, nebuvo keičiamos.

Teisinės sąlygos. Kaip analizuota teorinėje dalyje, suinteresuotos šalys iš įmonių tikisi ir reikalauja, kad jos vykdydamos savo veiklą vadovautųsi teisės aktais. COVID-19 pandemija apėmė pasaulį per labai trumpą laiką, teisės aktai priimti skubotai, todėl turi praeiti tam tikras laiko tarpas, kad būtų galima įvertinti, kokias teises pasekmes paliks COVID-19 pandemijos valdymas (Carroll, 2021).

Siekiant įvertinti teisinę aplinką, buvo analizuojami nacionalinio lygmens teisės aktai, jų kaita 2019–2021 m. laikotarpyje ir naujų, patvirtintų pandemijos laikotarpyje, teisės aktų turinys.

Nagrinėjant teisės aktų kaitą, pasirinkta palyginti per 2019–2021 m. patvirtintų naujai išleistų ar pakeistų įstatymų skaičių. Nagrinėti įstatymai, kurie reglamentuoja įmonių veiklą (kaip pvz. akcinių bendrovių įstatymas, viešųjų pirkimų įstatymas, Darbo kodeksas, Labdaros ir paramos įstatymas, aplinkos apsaugą reglamentuojantys įstatymai ir kt), teisės aktus skirstant į tris kategorijas pagal socialinės atsakomybės rūšis: ekonominę atsakomybę (apima rinka, mokesčius, įmonės veiklą ir pan.), socialinę atsakomybę (apima darbuotojus, vartotojus, visuomenę, labdaros ir paramos teikimą ir pan.) ir aplinkosauginę atsakomybę (apima aplinkos apsaugą, atliekų ir pakuočių tvarkymą, atsinaujinančią energiją ir pan.). Rezultatai pateikiami 22 pav.



22 pav. Įmonių veiklą reglamentuojančių teisės aktų pakeitimai 2019–2021 m. (Lietuvos Respublikos seimas, 2022)

22 paveiksle matome, kad laikotarpyje 2019–2021 m. daugiausia priimta teisės aktų,—kurie reglamentuoja ekonominę įmonių atsakomybę, t.y. įmonių veiklą, mokesčius ir pan. Daugiausiai teisės aktų buvo išleista 2019 m. Tačiau tai nėra didelis skirtumas lyginant su 2020–2021 m. Aplinkosauginę atsakomybę reglamentuojančių teisės aktų daugiausia išleista 2020 m., įmonių veiklą reglamentuojančių teisės aktų pakeitimai tiek prieš pandemiją, tiek pandemijos metu buvo atliekami panašiu dažnumu. Tad galima teigti, kad teisinės sąlygos pandemijos laikotarpiu liko nepakitusios ir tikėtina, kad pandemijos laikotarpiu įmonių ĮSA iniciatyvų vykdymui įtakos neturėjo. Kaip ir minėta cituojant Carroll (2021), teisinių sąlygų poveikio atsiskleidimas reikalauja ilgesnio laiko tarpo.

Tikėtina, kad didesnę iššūkį įmonėms iškėlė naujų teisės aktų, kurie išleisti 2020–2021 m. COVID-19 pandemijai suvaldyti. Bene pagrindinis įmonės veiklą reglamentuojantis teisės aktas, išleistas

siekiant suvaldyti COVID-19 pandemiją buvo nutarimas dėl karantino paskelbimo Lietuvos Respublikos teritorijoje. Paskelbus karantiną 2020 m. kovo 14 d., nutarimas buvo pakeistas 15 kartų, paskelbus karantiną 2020 m. lapkričio 4 d., nutarimas buvo pakeistas net 35 kartus. Teisės aktų išleidimo dažnumo ir teisės aktų turinio apibendrinimas pateiktas 9 lentelėje.

9 lentelė. COVID-19 pandemijai suvaldyti ir jos poveikiui sumažinti išleisti nauji teisės aktai, turintys įtakos įmonių veiklai

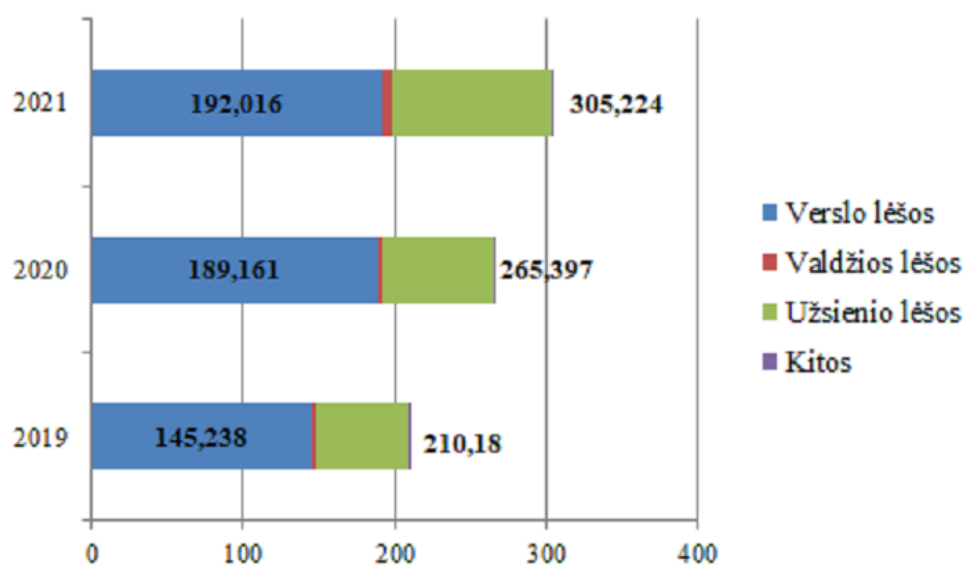
<i>Teisės akto data ir Nr.</i>	<i>Teisės akto pavadinimas</i>	<i>Reglamentuota sritis</i>
2020-02-26 Nr. 152	Dėl valstybės lygio ekstremaliosios situacijos paskelbimo	Dėl COVID-19, šalyje paskelbta ekstremali situacija
2020-03-14 Nr. 207 su pakeitimais (15 kartų)	Dėl karantino Lietuvos Respublikos teritorijoje paskelbimo	Apribotos/sustabdytos fizinės įmonių veiklos
2020-11-04 Nr. 1226 su pakeitimais (35 kartų)	Dėl karantino Lietuvos Respublikos teritorijoje paskelbimo	Apribotos/sustabdytos fizinės įmonių veiklos
2020-03-17 Nr. XIII-2821 2020-03-31 Nr. XIII-2832 2020-06-04 Nr. XIII-3008	Dėl Darbo kodekso 47 ir 49 straipsnių pakeitimo	Dėl ekstremaliosios situacijos, nustatyta prastovų paskelbimo ir apmokėjimo tvarka Reglamentuotas nuotolinis darbas
2020-03-17 Nr. XIII-2822 2020-04-07 Nr. XIII-2846 2020-05-07 Nr. XIII-2882 2020-06-04 Nr. XIII-3005 2020-12-23 Nr. XIV-131 2021-05-27 Nr. XIV-351	Dėl LR Užimtumo įstatymo pakeitimo	Nustatyta subsidijų išmokėjimo tvarka darbdaviams už išsaugotas darbo vietas ir prastovos karantino metu
2020-04-10 Nr. 4-224 2020-04-23 Nr. 4-248 2020-06-07 Nr. 4-417	Dėl skatinamosios finansinės priemonės „Apmokėtų sąskaitų paskolos“ schemos patvirtinimo	Įmonėms skirta 50 mln. Eur „Apmokėtų sąskaitų paskoloms suteikti
2020-05-03 Nr. 4-275 su pakeitimais (3 kartų)	Dėl Priemonės „Dalinis nuomos mokesčio kompensavimas“ labiausiai nuo COVID-19 nukentėjusioms įmonėms valstybės pagalbos schema ir sąlygų aprašo patvirtinimo	Nustatyta nuomos mokesčio kompensavimo tvarka
2020-05-11 Nr. 474	Dėl ekonomikos skatinimo ir koronaviruso (COVID-19) plitimo sukeltų pasekmių mažinimo priemonių plano lėšų priemonės „Subsidijos mikroįmonėms“ paskirstymo ir naudojimo tvarkos aprašo patvirtinimo	Mikroįmonėms skirta 100 mln. Eur subsidija
2020-06-23 Nr. XIII-3084	Dėl gyventojų pajamų mokesčio įstatymo 20 straipsnio pakeitimo	Siekiant padidinti gyventojų pajamas, atbuline data (nuo 2020-01-01) nustatytas NPD dydis
2020-07-08 Nr. 4-536	Dėl skatinamosios finansinės priemonės „Paskolos turizmo ir viešojo maitinimo paslaugų teikėjams“ schemos patvirtinimo	Skirta 30 mln. Eur turizmo ir viešojo maitinimo paslaugų įmonėms paskoloms suteikti.
2020-12-30 Nr. 4-1171/A1-1301 2021-02-26 Nr. 4-147/A1-172	Dėl karantino metu ribojamų ir netiesiogiai ribojamų ūkinių veiklų sąrašo patvirtinimo	Patvirtintas karantino metu ribojamų ir netiesiogiai ribojamų ūkinių veiklų sąrašas
2021-01-19 Nr. 4-450	Dėl skatinamosios finansinės priemonės „Tiesioginės COVID-19 paskolos“ schemos patvirtinimo	Skirta 30 mln. Eur įmonėms suteikti Tiesioginių COVID-19 paskolų.
2021-10-19 Nr. XIV-588 2021-11-11 Nr. XIV-620	Dėl žmonių užkrečiamųjų ligų profilaktikos ir kontrolės įstatymo 18 ir 40 straipsnių pakeitimo	Nustatyta darbuotojų sveikatos tikrinimosi, apmokėjimo už sveikatos tikrinimąsi, testavimosi tvarka dėl COVID-19 viruso

Atlikus teisės aktų turinio analizę, pastebima, kad nacionaliniu lygmeniu dėl COVID-19 pandemijos daugiausia buvo reglamentuota uždrausta ar apribota įmonių veikla bei paramos ir

subsidijų suteikimas, nuo COVID-19 pandemijos nukentėjusioms įmonėms, Atskiros savivaldybės ar institucijos yra išleidusios papildomų rekomendacijų dėl veiklų vykdymo konkrečioje savivaldybės teritorijoje ar konkrečios specialybės darbuotojų darbo reglamentavimo, kurios šioje lentelėje nėra apžvelgiamos. Teisės aktų turinio analizė atskleidė ir tai, kad COVID-19 pandemijos valdymo priemonės neapėmė aplinkosaugos srities. Apibendrinant galima būtų teigti, kad pandemijos metu buvo išlaikyta stabili teisinė sistema, teisės aktai reglamentavo tik tam tikrą veiklos sritį, todėl įmonėms buvo sudarytos visos sąlygos kuo daugiau įsitraukti į ĮSA veiklas.

Konkurencinės sąlygos. Kaip jau ir buvo aptarta teorinėje dalyje, ĮSA iniciatyvų įgyvendinimas glaudžiai susijęs su įmonės konkurencinio pranašumo formavimu. Yasa, Giantari, Setini, Rahmayanti (2020) teigimu, konkurencinį pranašumą įmonės gali formuoti įgyvendindamos inovacijų, diferencijavimo, paslaugų ir bendradarbiavimo strategijas. Siekiant atskleisti konkurencines sąlygas ir jų kaitą, būtų paranku nagrinėti įmonių inovacinės veiklos rodiklius. Kadangi šių rodiklių statistinis tiriamasis laikotarpis trys metai (paskutiniai skelbiami duomenys 2018 – 2020 m.), palyginti situacijos iki pandemijos ir pandemijos metu nėra galimybės, Todėl pasirinkta nagrinėti išlaidas moksliniams tyrimams ir eksperimentinei plėtrai (MTEP) verslo sektoriuje. Kaip apibrėžia Statistikos departamentas *Moksliniai tyrimai ir eksperimentinė plėtra (MTEP) – sisteminga kūrybinė gamtos, žmonijos, kultūros ir visuomenės pažinimo veikla ir jos rezultatų panaudojimas. MTEP apima tris veiklos sritis: fundamentinius mokslinius tyrimus, taikomuosius mokslinius tyrimus ir eksperimentinę plėtrą. duomenų rinkimo metodikoje. Vadinasi ne tik naujos technologijos/ inovacijos, bet ir įmonių atliekami moksliniai tyrimai bei eksperimentai, didina įmonės konkurencingumą ir tai atskleidžia sąsają su socialinės atsakomybės įgyvendinimu.*

Kaip skelbia Statistikos departamentas, išlaidas MTEP veiklai turėjo 1010 įmonių 2019 m., 1081 įmonių 2020 m. ir 1010 įmonių 2021 m. Didžiausia dalis įmonių, dalyvaujančių MTEP veikloje yra įmonės, turinčios iki devynių darbuotojų. Bendrai per visus tris metus (2019–2021 m.) išlaidos MTEP veiklai verslo sektoriuje siekia 780,801 mln. Eur. Išlaidos MTEP veiklai verslo sektoriuje 2019–2021 m. pateikiama 23 paveiksle.

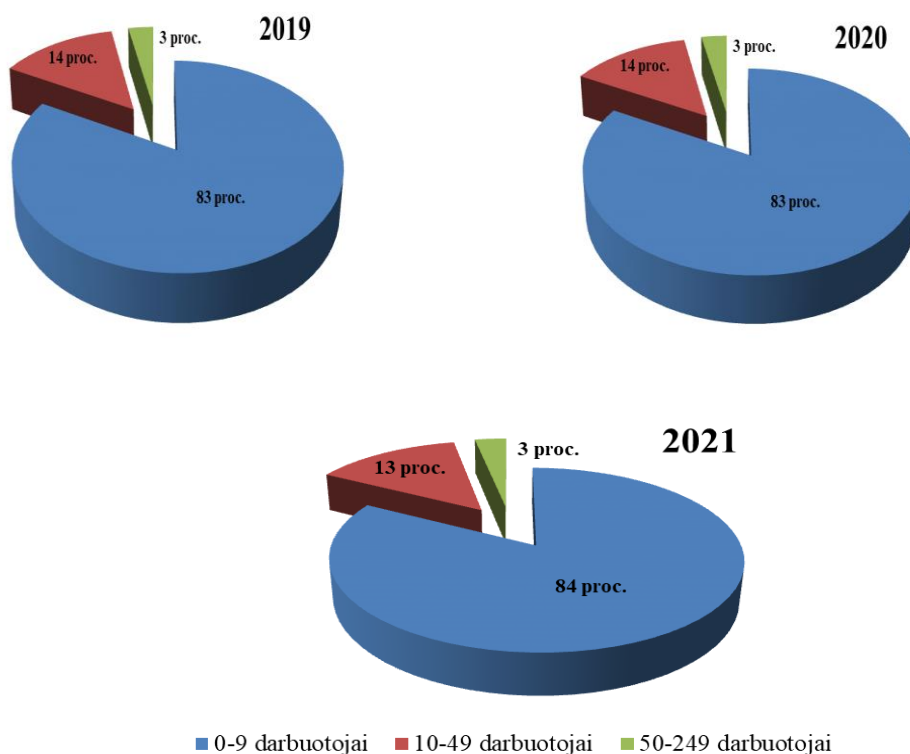


23 pav. Išlaidos MTEP veiklai verslo sektoriuje 2019–2021 m. (Statistikos departamentas, 2022)

Kaip matome iš pateikto grafiko, išlaidos MTEP veiklai kiekvienais metais didėja. Lyginant iki pandemijos laikotarpį (2019 m.) su pandemijos laikotarpiu (2020 ir 2021 m.), išlaidos MTEP veiklai išaugo 21 proc. 2020 m. ir net 45 proc. 2021 m. Verslo įmonių lėšos 2019 m. sudaro 69 proc., 2020 m. – 71 proc., 2021 m. – 63 proc. visų išlaidų, skirtų MTEP veiklai. Daugiausia išlaidų MTEP veiklai patyrė įmonės, turinčios nuo 50 iki 249 darbuotojų: 2019 m. 49,682 mln. Eur (34 proc. visų verslo įmonių lėšų), 2020 m. 89,510 mln. Eur (47 proc. visų verslo įmonių lėšų), 2021 m. 75,743 mln. Eur (39 proc. visų verslo įmonių lėšų). Tad galima daryti išvadą, kad įmonės net ir sunkiuoju COVID-19 pandemijos laikotarpiu didino lėšas moksliniams tyrimams ir eksperimentinei veiklai, taip siekdami konkurencinio pranašumo. Todėl tikėtina, kad konkurencinės sąlygos buvo palankios didinti ĮSA iniciatyvas.

Įmonės dydis. Teorinėje dalyje atskleidėme, kad kuo didesnė įmonė, tuo ji labiau imasi ĮSA iniciatyvų. Udayasankar (2008) šį teiginį grindžia tuo, kad kuo didesnė įmonė, tuo ji vykdo didesnės apimties veiklą ir daro didesnę socialinę poveikį, todėl kuo didesnė įmonė tuo didesnę socialinę atsakomybę turėtų prisiimti. Kita vertus, mažesnės įmonės linkusios labiau dalyvauti ĮSA dėl savo jautrumo (Acabado, Branca, Catalão-Lopes ir Pina, 2020), ypač įgyvendinant iniciatyvas labdaros ir paramos veikloje (Udayasankar, 2008).

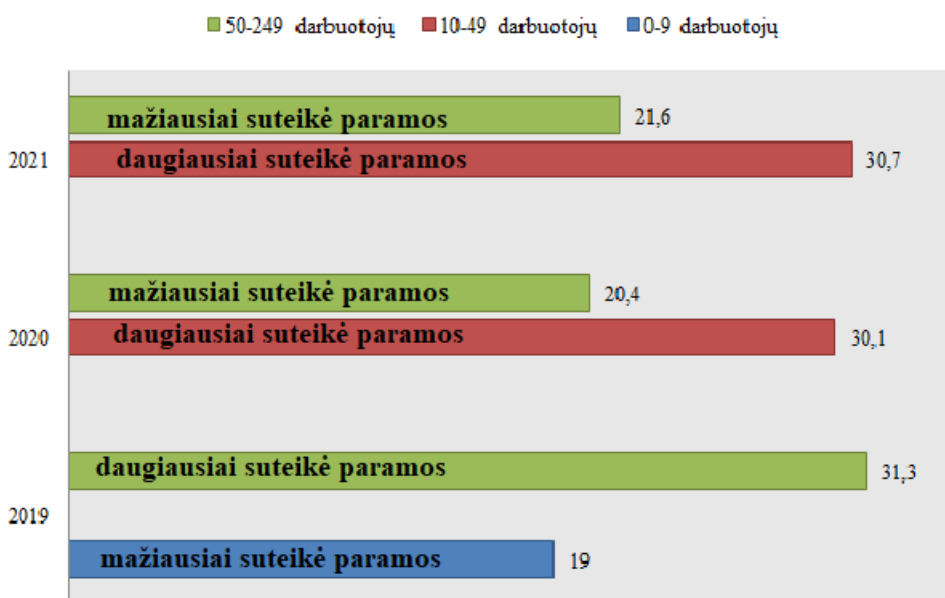
Remiantis LR įmonių atskaitomybės įstatymo 4 straipsniu, įmonių dydžiai nustatomi vadovaujantis trimis kriterijais: balanse nurodyto turto vertė, pardavimų grynosios pajamos ir darbuotojų skaičius. Siekiant nustatyti, ar keitėsi įmonių dydis iki pandemijos ir pandemijos laikotarpiu, nagrinėsime vieną iš šių kriterijų – darbuotojų skaičių įmonėse lyginant 2019–2021 m. (24 pav.)



24 pav. Veikiančių mažų ir vidutinių įmonių skaičius metų pabaigoje 2019–2021 m. (Statistikos departamentas, 2022)

Kaip matyti iš 24 pav. daugiausiai veikiančių įmonių, kurių darbuotojų skaičius iki 10 darbuotojų. Jos sudaro 83 proc. visų mažų ir vidutinių įmonių 2019 ir 2020 m bei 84 proc. 2021 m. Mažiausias skaičius įmonių, kuriuose dirba nuo 50 iki 249 darbuotojų. Visais metais (2019, 2020, 2021) jos sudaro 3 proc. visų mažų ir vidutinių įmonių. Kaip pastebėta, įmonių dydis (vertinant pagal darbuotojų skaičių) nesikeitė nei prieš pandemiją (2019 m.) nei pandemijos metu – 2020 m., nežymiai pasikeitė tik 2021 m.

Nors įmonių dydis (pagal darbuotojų skaičių) nesikeitė lyginant prieš pandemiją ir pandemijos metu, tačiau jei vertintume įmones, kurios suteikė daugiau paramos, matytume tendenciją, kad 2019 m. daugiausiai paramą teikė įmonės, turinčios 50-249 darbuotojų (suteikta 31,30 proc. visos paramos), mažiausiai paramos suteikė įmonės, turinčios iki 9 darbuotojų (suteikta 19 proc. visos paramos). Pandemijos laikotarpiu (2020 ir 2021 m.) daugiausiai paramos suteikusios įmonės dydis pasikeitė. Šiais metais daugiausiai paramos suteikė įmonės, turinčios 10-49 darbuotojų (2020 m. šios įmonės suteikė 30,1 proc. visos paramos, 2021 m. – 30,7 proc. visos suteiktos paramos). Mažiausiai paramos šiais metais suteikė įmonės, turinčios 50-249 darbuotojų (2020 m. tai sudarė 20,4 proc. visos paramos, 2021 m. – 21,6 proc. visos suteiktos paramos). Rezultatai pateikti 25 pav.



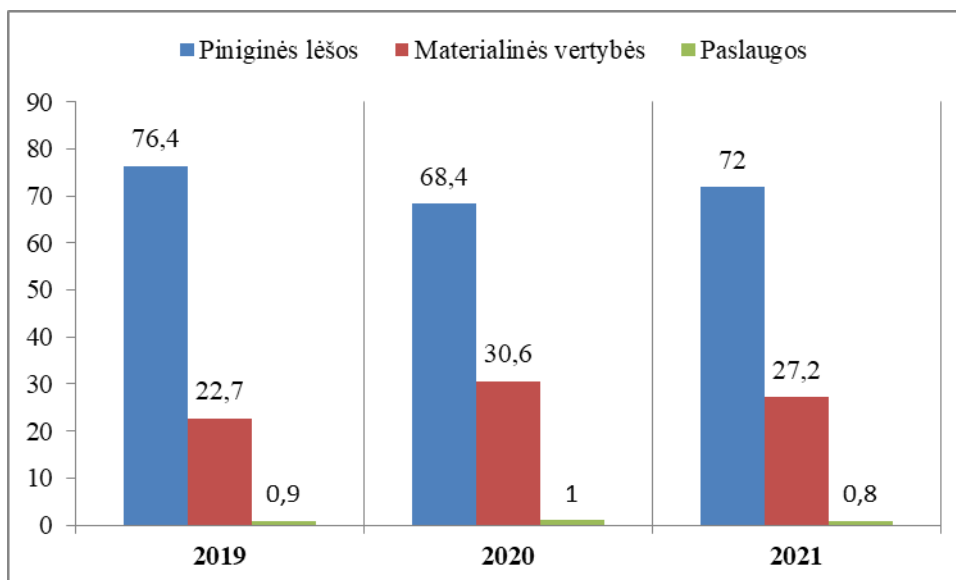
25 pav. Daugiausiai ir mažiausiai suteikusios paramos įmonės pagal darbuotojų skaičių 2019–2021 m. (Statistikos departamentas, 2022)

Lyginant statistinius duomenis, matome, kad įmonių dydis iki pandemijos ir pandemijos metu nesikeitė, todėl manytina, kad ir paramos teikimas turėtų nesikeisti. Tačiau žvelgiant į paramos suteikimo statistinius duomenis, matome, kad pasitvirtino literatūros šaltiniuose pastebėtas teiginys, kad mažesnės įmonės yra jautresnės ir labiau įsitraukia į filantropinę veiklą. Ką ir parodė surinkti duomenys, kad pandemijos laikotarpiu „jautresnėmis“ tapo mažesnės įmonės ir ĮSA iniciatyvų paramos teikime įgyvendino daugiau nei didesnės įmonės.

Kultūrinės sąlygos. Nagrinėjant literatūros šaltinius pastebėta, kad įmonės įsitraukimas į ĮSA priklauso nuo vadovų elgesio ir etikos. O tai reiškia, kad kultūros vertybės gali turėti įtakos tam, kaip paskirstomi įmonės ištekliai, kaip jais dalijamasi su suinteresuotomis šalimis (Coluccia, Fontana ir Solimene, 2018). Siekiant atskleisti, ar keitėsi kultūrinės sąlygos COVID-19 pandemijos

laikotarpiu, pasirinkta nagrinėti rodiklius, kurie atkleis informaciją, kokios struktūros paramą ir kokioms sritims įmonės suteikė daugiausiai paramos iki pandemijos ir pandemijos laikotarpiu.

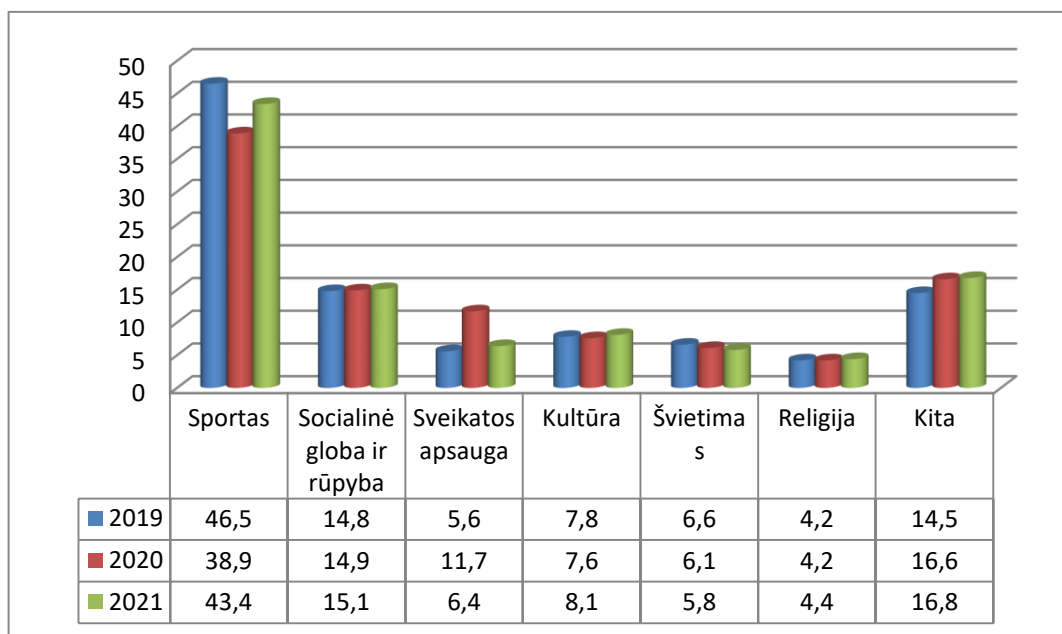
2019 – 2021 m. įmonės suteikė paramos už daugiau kaip 320 mln. Eur. Paramą įmonės gali teikti keliais būdais: pinigineis lėšomis, materialinėmis vertybėmis ar paslaugomis. 26 pav. pateikta įmonių suteiktos paramos struktūra (proc.) 2019–2020 m.



26 pav. Suteiktos paramos struktūra (proc.) 2019–2021 m. (Statistikos departamentas, 2022)

Kaip matome iš pateikto paveikslo, daugiausia įmonės paramą teikia pinigineis lėšomis. Tačiau pastebėta, kad 2020 m. (pačiu COVID-19 pandemijos įkarščio laikotarpiu) išaugo įmonių teikiama parama materialinėmis vertybėmis. Lyginant su 2019 m. parama materialinėmis vertybėmis išaugo 7,9 procentiniais punktais. Tikėtina, kad įmonės reaguodamos į susidariusią situaciją, keitė savo paramos teikimo strategiją ir paramą daugiau teikė medicininėmis prekėmis. 2020 m. paramos materialinėmis vertybėmis (medicininėmis prekėmis) sudarė 12,6 proc. visos paramos materialinėmis vertybėmis, kai tuo tarpu 2019 m. ji tesudarė 5,9 proc. Visgi didžiausią paramos dalį materialinėmis vertybėmis sudaro maisto produktai ir gėrimai (2019 m. suteikta 41,3 proc., 2020 m. – 19,9 proc., 2021 m. – 22,9 proc.).

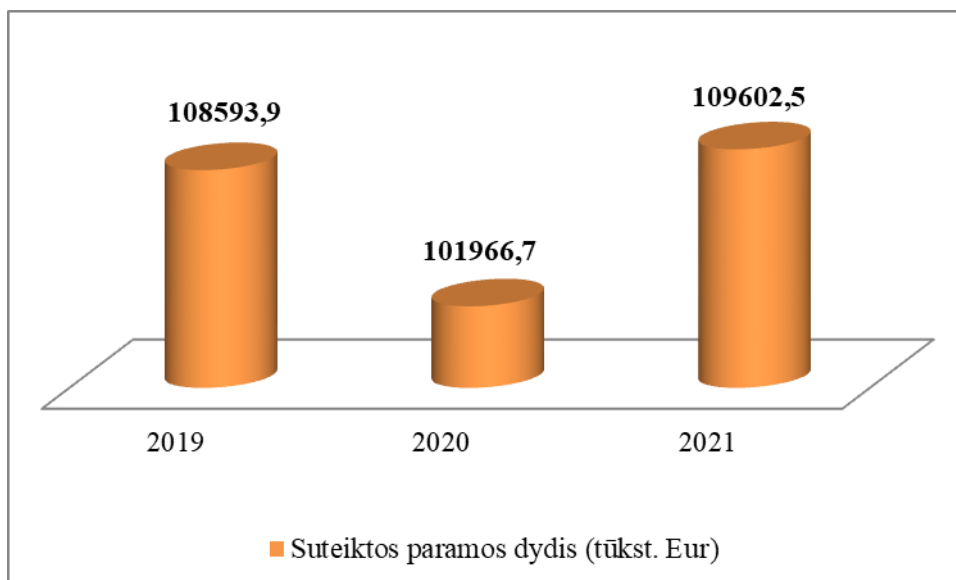
Pastebima, kad COVID-19 pandemijos laikotarpiu (2020 m.) keitėsi ir pagrindinės paramos teikimo sritys. Duomenys pateikiami 27 pav.



27 pav. Pagrindinės paramos teikimo sritys (proc.) 2019–2021 m. (Statistikos departamentas, 2022)

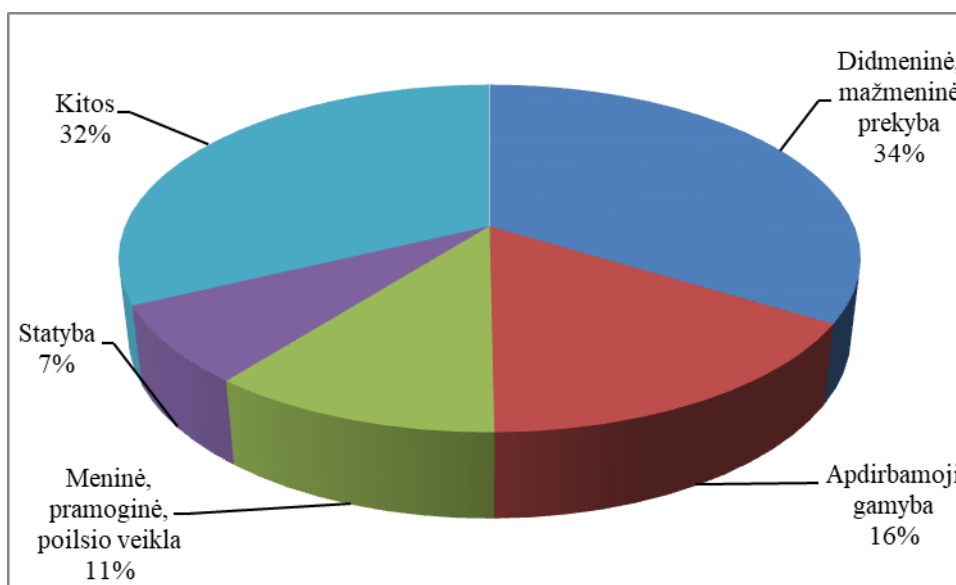
Tiek iki pandemijos (2019 m.), tiek pandemijos laikotarpiu (2020–2021 m.) pagrindinė paramos teikimo sritis išlieka sportas. Šiai sričiai 2019 m. suteikta 46,5 proc., 2020 – 38,90 proc., 2021 – 43,4 proc. visos paramos. Prasidėjus pandemijai (2020 m.), keitėsi ir įmonių paramos teikimo prioritetai. Kaip rodo statistiniai duomenys, 2020 m. mažėjo teikiama parama sportui, tačiau didėjo suteikta parama sveikatos apsaugai. Viso 2020 m. sveikatos apsaugai suteikta 11,93 mln. Eur paramos, t.y. 11,7 proc. visos suteiktos paramos tais metais, kai iki pandemijos laikotarpio (2019 m.) sveikatos apsaugai buvo suteikta 5,6 proc. visos suteiktos paramos. Tai rodo, kad įmonės neliko abejingos kritinei situacijai ir siekdamos prisidėti prie COVID-19 pandemijos suvaldymo, pakeitė paramos teikimo strategiją – didesnę lėšų dalį skirdamos sveikatos apsaugai.

Tam, kad įvertintume ar pablogėjusios/pagerėjusios/likusios nepakitusios ĮSA įgyvendinimo sąlygos turėjo įtakos įmonių didesniai išitraukimui į ĮSA, reikia apžvelgti jų vykdytas ĮSA iniciatyvas. Vienas iš pasirinktų nagrinėti rodiklių – įmonių suteiktos paramos dydis, t.y. ar pandemijos laikotarpiu įmonės labiau išitraukė į filantropinės ĮSA įgyvendinimą. 28 pav. pateikiama 2019–2021 m. suteiktos paramos dydis (tūkst. Eur)



28 pav. Suteiktos paramos dydis (tūkst. Eur) 2019–2021 m. (Statistikos departamentas, 2022)

Kaip matome iš 28 paveikslo, įmonės mažiausiai paramos suteikė 2020 m. 2020 m. paramos suteikta 6,6272 mln. Eur (6 proc.) mažiau nei 2019 m. ir 7,636 mln. Eur (7 proc.) mažiau nei 2021 m. Gerėjančios ekonominės ir finansinės sąlygos sąlygojo išaugusį suteiktos paramos dydį 2021 m.. Jei pažvelgtume kokios veiklos rūšies įmonės teikia paramą, matome, kad 2019–2021 m. struktūra nesikeičia. Didžiausią dalį paramos suteikia didmeninės ir mažmeninės prekybos įmonės, mažiausiai paramos teikia kasybos ir karjerų eksploatavimo veiklą vykdančios įmonės. 29 pav. pateikta suteikta parama 2019–2021 m. pagal įmonių veiklos pobūdį.



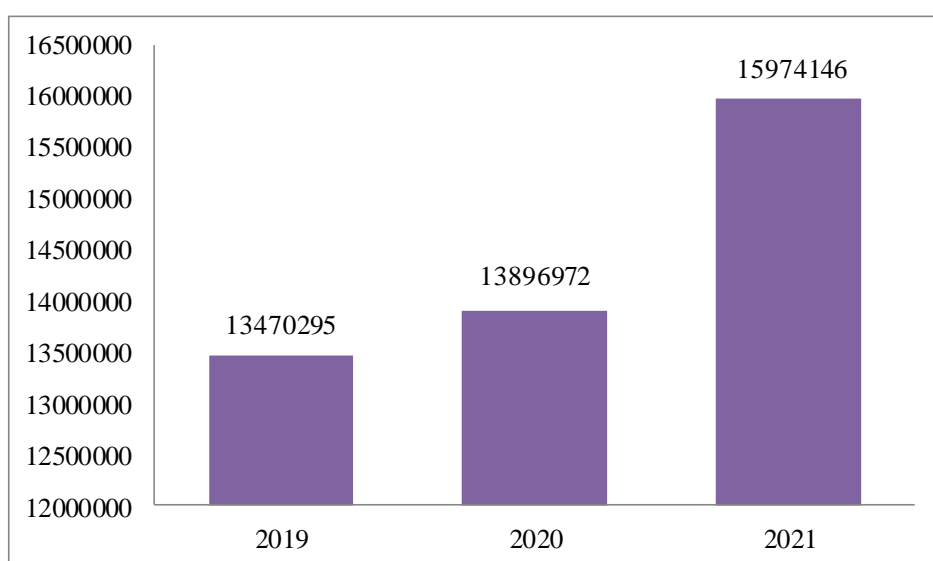
29 pav. Paramos teikėjų struktūra pagal įmonių veiklos rūšis 2019–2021 m. (Statistikos departamentas, 2022)

Kaip matome iš pateikto paveikslo, daugiausia paramos (apie 34 proc.) teikia didmeninės ir mažmeninės prekybos įmonės, antroje vietoje – apdirbamosios gamybos veiklą vykdančios įmonės, kurios suteikia apie 16 proc. visos paramos, trečioje vietoje meninės, pramoginės ir poilsio veiklą vykdančios įmonės, kurios suteikia apie 11 proc. visos paramos. Statybos veiklos rūšies įmonės

suteikia apie 7 proc. visos paramos. Kitos veiklos rūšies įmonės suteikia mažiau nei po 5 proc. visos paramos.

Taigi vertinant įmonių įsitraukimą į filantropinę ĮSA veiklą, matome, kad prastėjant ekonominėms ir finansinėms sąlygoms, įmonės paramos suteikė mažiau (2020 m.). Gerėjant sąlygoms – paramos teikiama daugiau (2021 m.). Tai dar kartą patvirtinta teorinėje dalyje atskleistą teiginį, kad esant gerai ekonominei situacijai ir geriems įmonių finansiniams rezultatams, įmonės daugiau imasi socialinės atsakomybės iniciatyvų (Tang, Bouges ir Karim, 2018; Campbell, 2017).

Teorinėje dalyje atskleidėme, kad He' ir Harris (2020) pastebėjimu, darbuotojai labiausiai pažeidžiami pandemijos metu. Tad jei įmonių iniciatyvos dėl prastesnių ekonominių ir finansinių sąlygų filantropijos srityje sumažėjo, galbūt jos išaugo darbo srityje. Siekdami išsiaiškinti ar ĮSA įgyvendinimo sąlygos turėjo įtakos didesnėms įmonių iniciatyvoms darbo srityje, pasirinkta nagrinėti įmonių išlaidos darbuotojams rodiklį. Rezultatai pateikiami 30 paveiksle.

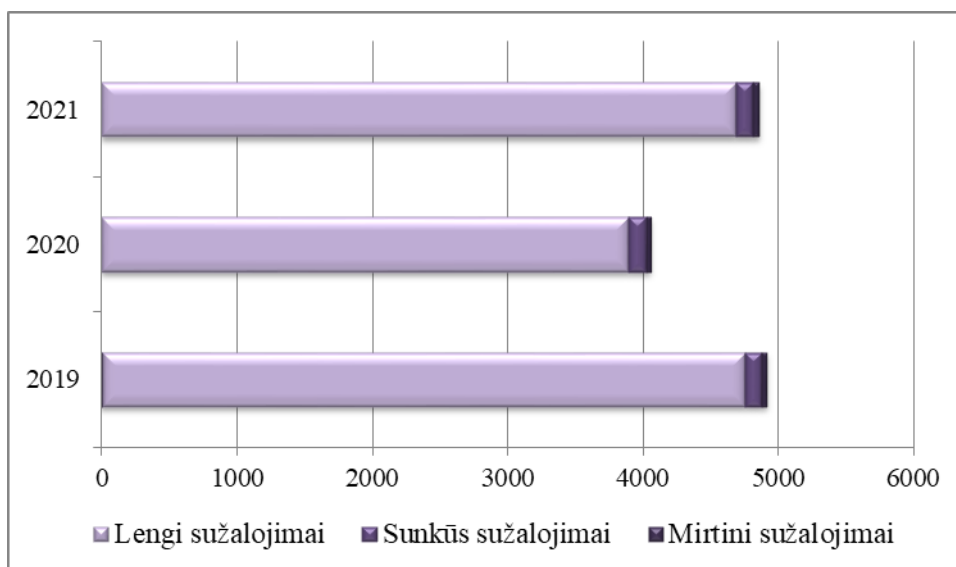


30 pav. Išlaidos darbuotojams (nefinansų įmonių; įskaitant darbdavio socialinio draudimo įmokas) 2019–2021 m., tūkst. Eur (Statistikos departamentas, 2022)

Kaip matome, išlaidos darbuotojams mažiausios buvo 2019 m. 2020 m. jos išaugo nežymiai vos 1 proc. Vadinasi, ĮSA įgyvendinimo sąlygos neskatinė įmonių imtis daugiau iniciatyvų ir darbo srityje. Gerėjant ekonominėms, finansinėms, politinėms sąlygoms 2021 m., skatino įmones imtis daugiau iniciatyvų kas rodo išaugusias įmonių išlaidas darbuotojams (lyginant su 2020 m. jos išaugo net 13 proc.).

Kad gerėjant ĮSA įgyvendinimo sąlygoms, įmonės imasi daugiau iniciatyvų darbo srityje rodo ir darbo ginčų komisijai pateiktų prašymų skaičius. Remiantis Valstybinės darbo inspekcijos duomenimis, 2019 m. gauta 7579 prašymų, iš kurių buvo patenkinti 3356 reikalavimai. 2020 m. darbo ginčų komisija gavo 7044 prašymus, iš kurių patenkinti 4833 darbuotojų reikalavimai. 2021 m. gautų prašymų skaičius sumažėjo 23 proc. (lyginant su 2020 m.), t.y. 5404 prašymus, iš kurių 3801 prašymų buvo patenkinti. Apie 74 proc. darbo ginčų komisijai pateiktuose prašymuose keliami reikalavimai dėl darbo užmokesčio.

Nors ir gerėjančios ĮSA įgyvendinimo sąlygos paskatino įmonių didesnę iniciatyvų įgyvendinimą 2021 m. darbo srityje, deja, įmonėms nepavyko sukurti saugių darbo sąlygų. Būtent 2021 m. įvyko daugiausia nelaimingų atsitikimų darbe, kuriuose nukentėjo darbuotojai. 31 pav. pateikiama nelaimingų atsitikimų darbe skaičius.



31 pav. Nelaimingų atsitikimų darbe skaičius 2019–2021 m. (Valstybinė darbo inspekcija, 2022)

Valstybinės darbo inspekcijos duomenimis, užregistruota nelaimingų atsitikimų darbe skaičius 2019 m. buvo 4915 vnt, 2020 – 4058 vnt, 2021 – 4860 vnt. Mirtimi pasibaigę nelaimingi atsitikimai: 2019 m. 39 atvejai, 2020 m. 34 atvejai, 2021 m. net 47 atvejai. Tad apžvelgiant šiuos duomenis, matome, kad darbuotojų saugiomis darbo sąlygomis įmonės daugiau dėmesio skyrė 2020 m.

Išnagrinėję įmonių ĮSA įgyvendinimo sąlygas (ekonominės, finansinės, politinės, teisines, konkurencines, įmonės dydžio, kultūrinės) galima daryti išvadą, kad 2020 m. (COVID-19 pandemijos įkarštyje) sąlygos buvo ne tokios palankios įgyvendinti ĮSA iniciatyvas kaip 2019 m. Įmonėms prastėjo ekonominės sąlygos, tai atskleidė mažėjantis BVP, prekių eksportas ir išaugęs nedarbas; finansinės sąlygos, tai atskleidė įmonių mažėjančios pajamos, pelningumas (ypatingai tam tikros veiklos rūšių įmonių, tokių kaip apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų, švietimo, meninės, pramoginės ir poilsio organizavimo), lėšos, skirtos investicijoms į materialųjį turtą). Tačiau 2020 m. įmonėms lengviau išgyventi pandemijos padarinius padėjo sukurtos palankios politinės sąlygos – valstybės skirtos kompensacijos ir subsidijos. Nagrinėjant 2021 m., ekonominės ir finansinės ĮSA įgyvendinimo sąlygos ženkliai gerėjo lyginant su 2019 ir 2020 m. Kaip rodo pasirinktų rodiklių analizė, teisinės, konkurencinės ir įmonės dydžio ĮSA įgyvendinimo sąlygos liko nepakitusios tiek iki pandemijos laikotarpio, tiek pandemijos metais.

Apibendrinat atliktą statistinių duomenų tyrimą, galima daryti išvadą, kad ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaita nulėmė įmonių įsitraukimą į ĮSA. Teorinėje dalyje atskleisti teiginiai, kad esant geroms ekonominės sąlygoms, teigiamais finansiniais rezultatais, palankiam valstybinių institucijų požiūriui, stabiliai teisinei sistemai bei sveikoms konkurencijos sąlygoms, įmonės labiau linkusios imtis socialinės atsakomybės iniciatyvų, pasitvirtino. Toliau pateikiami atlikto tyrimo rezultatai, kurie atskleis ar Panevėžio miesto savivaldybėje veiklą vykdančios gamybos įmonės pajuto ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaitą ir ar jų kaita lėmė kitokių ĮSA iniciatyvų įgyvendinimą.

2.3. Panevėžio miesto gamybos įmonių ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu

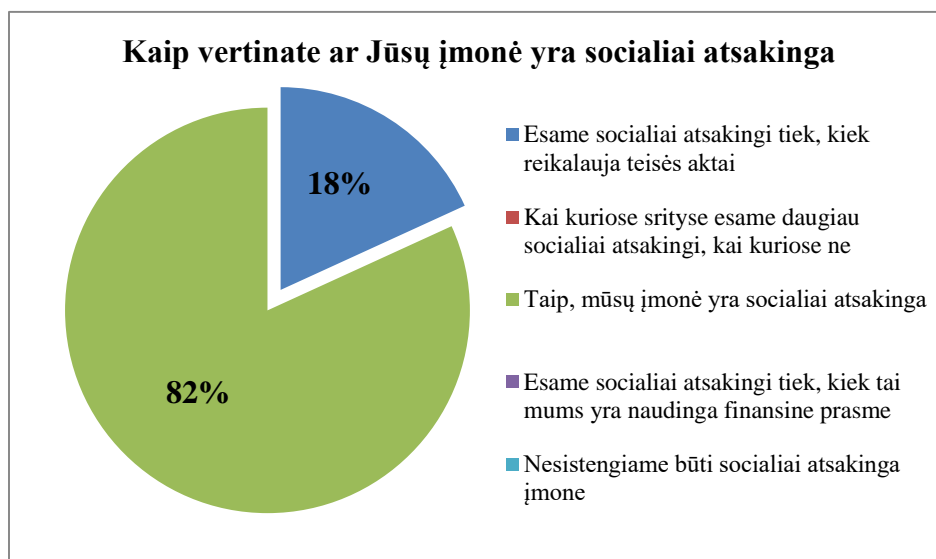
Siekiant nustatyti ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaitą Panevėžio mieste gamybinę veiklą vykdančiose įmonėse, kvietimas dalyvauti apklausoje išsiųstas 21 įmonei. Dalyvauti tyrime sutiko 11 įmonių (52 proc. visų pakviestųjų). Nors didelio dalyvių aktyvumo nebuvo sulaukta, tačiau tyrime sutikusios dalyvauti įmonės operatyviai ir geranoriškai pildė anketas, kas atskleidžia šių įmonių socialinės atsakomybės principų laikymąsi. Pagal viešai skelbiamą informaciją, apklausoje dalyvavusių įmonių charakteristika pateikta 10 lentelėje.

10 lentelė. Apklausoje dalyvavusių įmonių charakteristika

Įmonės veiklos vykdymo metai	Iki 10 m.	1
	11 – 20 m.	4
	21 – 30 m.	3
	Virš 30 m.	3
Įmonės gamybinės veiklos pobūdis	Metalo gaminių gamyba	4
	Baldų gamyba	3
	Plastmasės gaminių gamyba	2
	Stalių gaminių gamyba	1
	Elektros prietaisų gamyba	1
Įdiegti kokybės sertifikatai	ISO 9001:20150	7
	ISO 14001:20150	7
	ISO45001:2018	2
	SA8000:20140	1
www.rekvizitai.vz.lt skelbiama kaip socialiai atsakinga įmonė	Pagal suteiktą paramą	2

Kaip matome, tyrime dalyvavo įmonės, kurių didžioji dalis veiklą vykdo daugiau kaip 10 metų. 7 iš 11 įmonių įdiegusios kokybės vadybos ir aplinkos apsaugos sistemas, dvi įmonės įdiegusios darbuotojų saugos vadybos sistemą. Dvi įmonės skelbiamos kaip socialiai atsakingos, nes yra organizacijų „Lietuvos Raudonasis Kryžius“, „SOS vaikų kaimų Lietuvoje draugija“, „Maisto banko“ rėmėjai. Pagal viešai skelbiamą Registrų centro informaciją, dvi įmonės nėra pateikusios 2020 m. audito ataskaitų, kai pagal įstatymą privalo būti atliktas finansinių ataskaitų auditas.

Prieš pradėdant ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaitos tyrimą, įmonėms buvo užduotas klausimas „Kaip vertinate ar Jūsų įmonė yra socialiai atsakinga“. Įmonė, kuri save viešai apibūdina kaip socialiai atsakinga, įsipareigoja savo žodžius paversti veiksmais bei imtis daugiau socialinės atsakomybės iniciatyvų (Christensen, Morsing, Thyssen, 2013). Didžioji dalis apklaustųjų įmonių nurodė esančios socialiai atsakingomis (32 pav.)



32 pav. Socialiai atsakingos įmonės tyrimo rezultatai (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)

Apklausos metu 9 iš 11 įmonių save įvertino kaip socialiai atsakinga, dvi įmonės teigia, kad yra socialiai atsakingos tiek, kiek to reikalauja teisės aktai. Įmonių viešą pareiškimą apie vykdomą socialiai atsakingą veiklą įrodo tinklapiuose skelbiama informacija: septynios įmonės savo tinklapiuose skelbia informaciją apie turimus kokybės vadybos ir aplinkos apsaugos vadybos sertifikatus, penkių įmonių tinklapiuose yra atskiras skyrelis „Kokybė“ ar „Aplinkosauga“. Ir tik dvi iš 11 įmonių savo tinklapiuose skelbia įmonės socialinės atsakomybės, kokybės ir aplinkos apsaugos kokybės politiką. Nei vienoje iš apklausoje dalyvavusių įmonių tinklapyje nėra skelbiamos socialinės atsakomybės ar tvarumo ataskaitos.

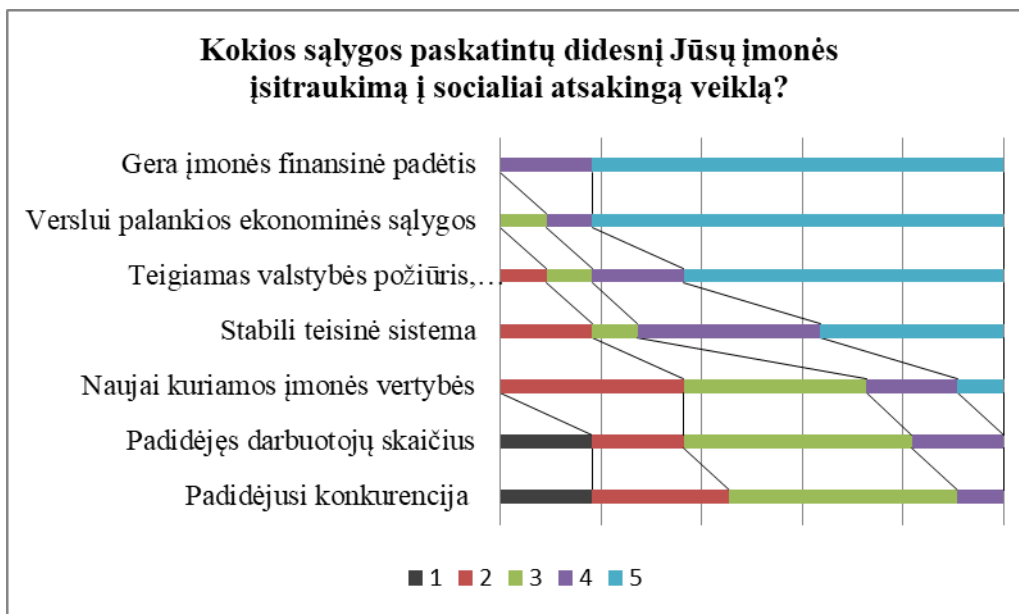
Siekiant nustatyti ar keitėsi apklausoje dalyvavusių įmonių įsitraukimo į ĮSA lygis COVID-19 pandemijos metu, buvo užduotas klausimas „Jei palygintume Jūsų įmonės įsitraukimą į socialiai atsakingą veiklą iki pandemijos ir pandemijos metu, kaip ji keitėsi“. Tyrimo rezultatai pateikti 33 pav.



33 pav. Įmonių įsitraukimas į ĮSA (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)

Kad pandemijos metu įgyvendino daugiau socialiai atsakingų iniciatyvų nurodė 64 proc. apklaustųjų įmonių, t.y. 7 įmonės. Trys įmonės nurodė, kad COVID-19 pandemija neturėjo įtakos jų socialiai atsakingai veiklai. Ir tik viena įmonė pažymėjo, kad pandemijos metu įgyvendinimo mažiau socialiai atsakingų iniciatyvų.

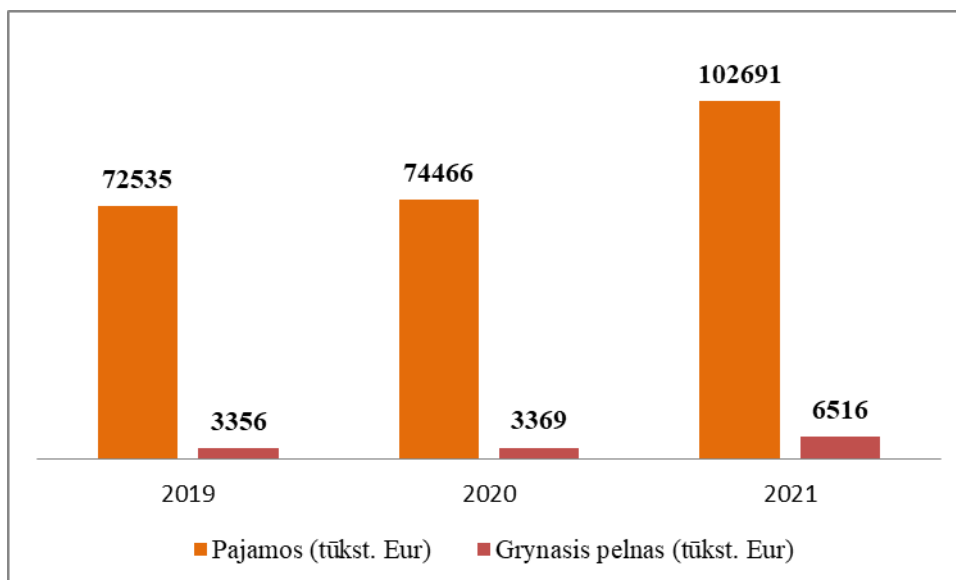
Įmonių atstovai taip pat buvo kviečiami nurodyti ĮSA įgyvendinimo sąlygas, kurios paskatintų jų didesnę įsitraukimą į socialiai atsakingą veiklą. ĮSA įgyvendinimo sąlygas paprašyta įvertinti skalėje nuo 1 iki 5, kur 1- neskatina imtis ĮSA iniciatyvų, 5 – labai skatina imtis ĮSA iniciatyvų. Tyrimo rezultatai pateikti 34 pav.



34 pav. Sąlygos, skatinančios imtis socialiai atsakingos veiklos (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)

Svarbiausia ĮSA įgyvendinimo sąlyga, kuri paskatintų imtis daugiau socialiai atsakingų iniciatyvų, įmonės nurodė gerą finansinę būklę. 9 įmonės jas įvertino 5 balais ir dvi įmonės 4 balais. Antra pagal svarbumą sąlygą – verslui palankios ekonominės sąlygos. 5 balais jas įvertino 9 įmonės, viena skyrė 4 ir viena 3 balus. Teigiamas valstybės požiūris (politinės sąlygos) kaip svarbiausias pasirinko 7 įmonės, skirdamos 5 balus, dvi įmonės skyrė 4 balus, po vieną įmonę skyrė tris ir du balus. Mažiausią poveikį ĮSA iniciatyvoms įgyvendinti įmonės nurodė padidėjusią konkurenciją ir augantį darbuotojų skaičių.

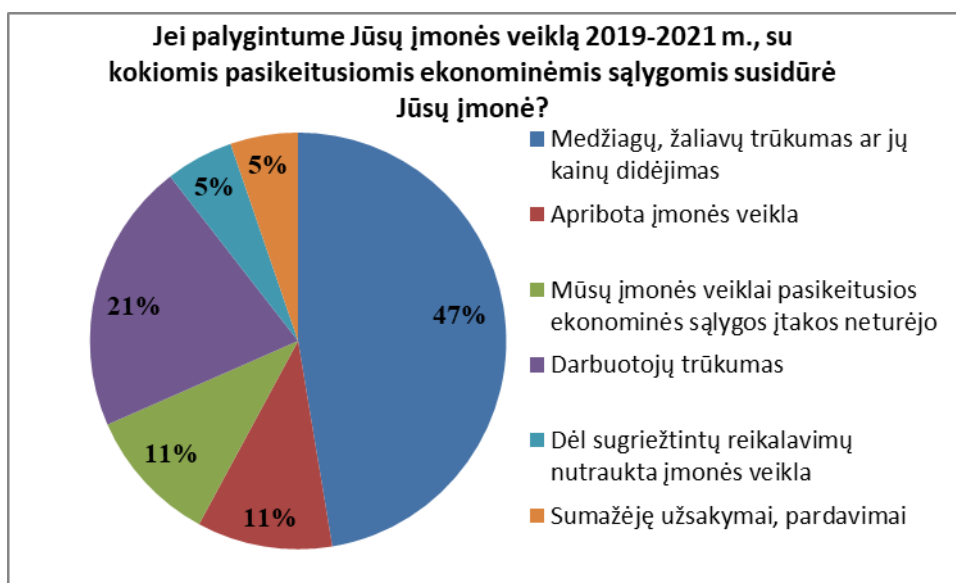
Kaip pastebėjome iš atlikto tyrimo, svarbiausia sąlyga, kuri skatina įmones imtis ĮSA iniciatyvų – finansinės sąlygos (gera įmonės finansinė būklė, stabilios pajamos, pelnas ir pan.). 35 pav. pateikiama apklausoje dalyvavusių įmonių finansinių sąlygų kaita iki pandemijos ir pandemijos laikotarpiu (2019–2020 m.)



35 pav. Tyrime dalyvavusių įmonių finansinių sąlygų kaita, tūkst., Eur 2019–2020 m. (www.rekvizitai.vz.lt)

Kaip matome, 2020 m. įmonių pajamos augo nežymiai lyginant su 2019 m. Jos padidėjo vos 1 proc. Tačiau 2021 m. įmonių finansinė padėtis pagerėjo, lyginant su 2019 m. pajamos išaugo 30 proc., o grynasis pelnas 48 proc. Prisimenant atliktą statistinių duomenų analizės tyrimą, galima teigti, kad tyrimo rezultatai visiškai atspindi įmonių finansinę būklę Lietuvos mastu. Todėl tikėtina, kad Panevėžio miesto gamybinėms įmonėms 2021 m. ĮSA įgyvendinimo finansinės sąlygos buvo palankesnės nei 2019 ar 2020 m.

Kaip pastebėjome, 2020 m. įmonių finansinė būklė išliko panaši kaip 2019 m., todėl įmonėms uždavėme klausimą ar jos pajuto ekonominių sąlygų kaitą. Tyrimo metu paprašyta nurodyti iki dviejų svarbiausių ekonominių sąlygų, kurios mažino įmonių įsitraukimą į ĮSA. Netikėta buvo tai, kad dvi įmonės nurodė, jos pandemijos metu nepajuto ekonominių sąlygų pasikeitimo.

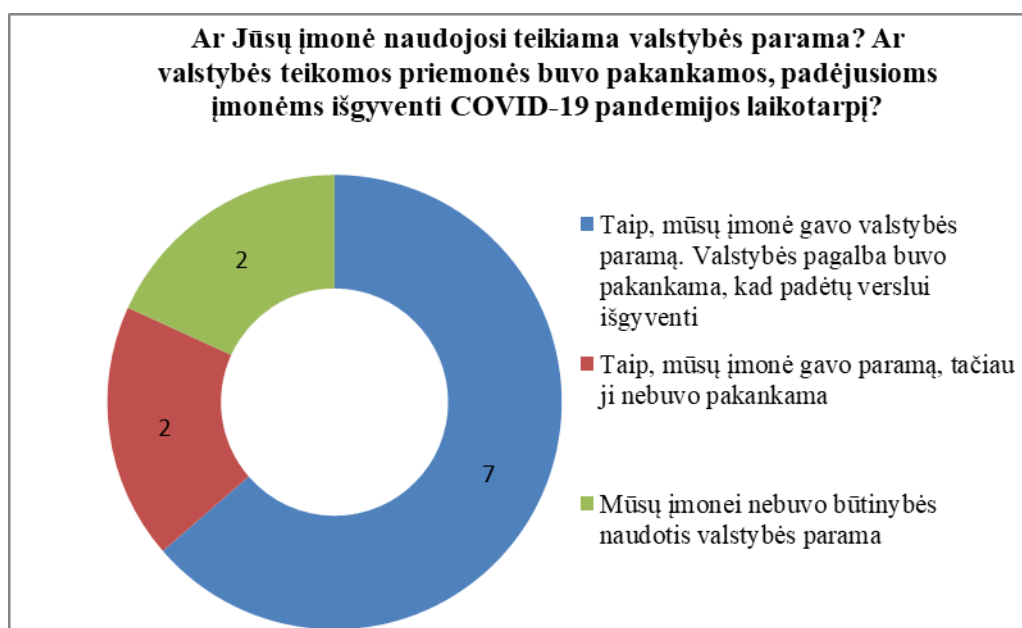


36 pav. Ekonominių sąlygų kaita 2019–2020 m. (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)

Tyrimo rezultatai atskleidė, kad įmonės pandemijos laikotarpiu daugiausia susidūrė su medžiagų, žaliavų trūkumu ar jų kainų didėjimu. Šią priežastį nurodė 9 įmonės iš 11. Apklausoje didžioji dalis

dalyvavo įmonės, vykdančios metalo gaminių gamybos veiklą. COVID-19 pandemijos metu metalo kainos ypač išaugo. Metalo indekso reikšmė (rekvizitai.vz.lt duomenimis) 2019 m. sausio mėn. buvo 75,77 proc., o 2022 m. sausio mėn. 125,23 proc. Antrą pagal svarbumą ekonominę sąlygą įmonės nurodė darbuotojų trūkumą. Su šia problema susidūrė 4 įmonės. Tikėtina, kad darbuotojų trūkumą sukėlė darbuotojų sergamumas, dalis darbuotojų negalėjo atvykti į darbą dėl privalomos izoliacijos, šeimos narių užsikrėtimo, vaikų priežiūros kai dėl pandemijos buvo uždaryti vaikų darželiai ir mokyklos.

Tyrimo rezultatai parodė, kad įsitraukti į ĮSA skatina teigiamas valstybės požiūris, t.y. politinės sąlygos. Apklausos metu įmonių buvo klausiama, ar jos naudojosi valstybės parama COVID-19 pandemijos nuostoliams padengti ir ar ši parama buvo pakankama. Tyrimo rezultatai pateikti 37 pav.



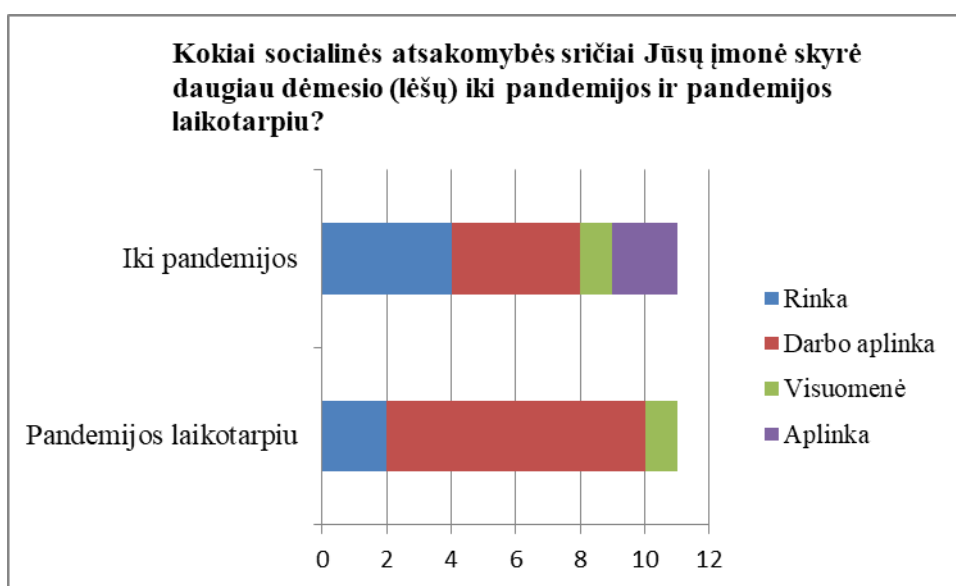
37 pav. Politinės sąlygos COVID-19 pandemijos laikotarpiu (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)

Tyrimo rezultatai parodė, kad 9 iš 11 apklaustų įmonių naudojosi valstybės teikiamomis kompensacijomis ar subsidijomis siekiant palengvinti COVID-19 pandemijos sukeltus neigiamus padarinius. 7 įmonės nurodė, kad valstybės parama buvo pakankama, kad padėtų verslui išgyventi, dvi įmonės mano, kad parama buvo nepakankama. Dar dvi įmonės nurodė, kad joms nebuvo būtinybės naudotis valstybės parama.

Teisinių sąlygų kaitai nustatyti, įmonėms buvo užduotas klausimas kokie veiksniai turėjo įtakos įgyvendinti ĮSA (pandemijos laikotarpiu) pasikeitus verslo teisinei aplinkai. Įmonių paprašyta nurodyti iki dviejų svarbiausių veiksnių. Kaip pastebėjome statistinių duomenų analizės metu, teisinės sąlygos pandemijos metu pasikeitė nežymiai. Apklausus Panevėžio miesto gamybinės įmones, tyrimo rezultatai buvo analogiški – 7 įmonės iš 11 nurodė, kad įmonė sugebėjo greitai reaguoti į pasikeitusius teisės aktus, juos pritaikyti ir laikytis. Problemos, su kuriomis susidūrė įmonės, daugiausiai buvo nurodyta teisės aktų gausa ir teisės aktuose nurodyti dviprasmiški reikalavimai, kuriuos sudėtinga buvo taikyti. Šias priežastis pažymėjo po dvi įmones.

Tyrimo rezultatai parodė, kad įmonės nepajuto konkurencijos sąlygų kaitos. Įmonėms buvo pateiktas klausimas ar pandemijos metu (2020–2021 m.) jos pajuto padidėjusią konkurenciją ir kokiomis priemonėmis didino įmonės konkurencingumą. Net 10 iš 11 įmonių nurodė, kad pandemijos laikotarpiu nepajuto išaugusios konkurencijos. Įmonės konkurencingumą siekė didinti griežtai laikydami teisės aktų reikalavimų (pateikti trys atsakymai), sukurdami darbuotojams saugias darbo sąlygas (vienas atsakymas) bei teikdami finansinę paramą su COVID-19 padariniais kovojantiems paramos ir labdaros fondams (vienas atsakymas).

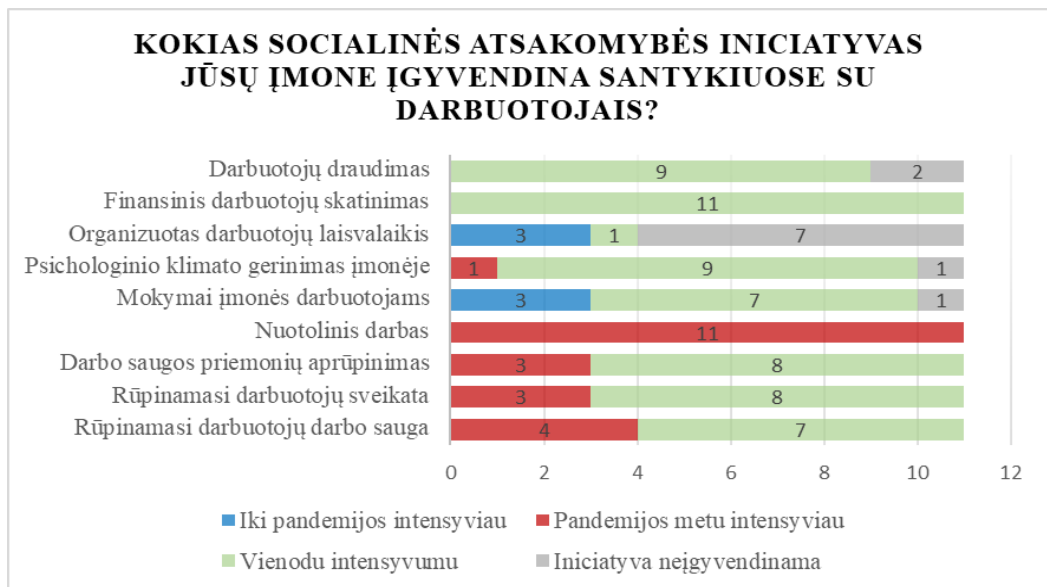
Siekdami išsiaiškinti ar keitėsi ĮSA įgyvendinimo sritys pandemijos metu, įmonės paprašytos nurodyti kokios viena iš socialinės atsakomybės sričių (rinkos, darbo, aplinkos ar visuomenės) buvo skirtas didesnis dėmesys iki pandemijos ir pandemijos laikotarpiu.



38 pav. Socialinės atsakomybės sritys iki pandemijos ir pandemijos laikotarpiu (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)

Kai parodė tyrimo rezultatai, didesnę dėmesį ir lėšas iki pandemijos įmonės skyrė įgyvendinti ĮSA iniciatyvas santykiuose su klientais ir santykiuose su darbuotojais. Šias sritis nurodė po 4 įmones. Viena įmonė nurodė, kad iki pandemijos didesnes ĮSA iniciatyvas įgyvendino santykiuose su visuomene, ir dvi įmonės nurodė, kad prioritetas buvo teikiamas įgyvendinti ĮSA iniciatyvas aplinkosaugoje. Pandemijos laikotarpiu įmonės nurodo, kad daugiau ĮSA iniciatyvų įgyvendino darbo aplinkoje (santykiuose su darbuotojais), dvi įmonės nurodė, kad didesnę dėmesį skyrė ĮSA iniciatyvoms santykiams su klientais, viena įmonė daugiau ĮSA iniciatyvų įgyvendino santykiuose su visuomene. Tyrimo rezultatai patvirtino užsienio autorių atliktų tyrimų rezultatus (Basnet, 2019) – padidėjęs dėmesys darbuotojų sveikatai ir saugumui, sumažėjęs dėmesys ir iniciatyvos aplinkosaugoje (12 pav.).

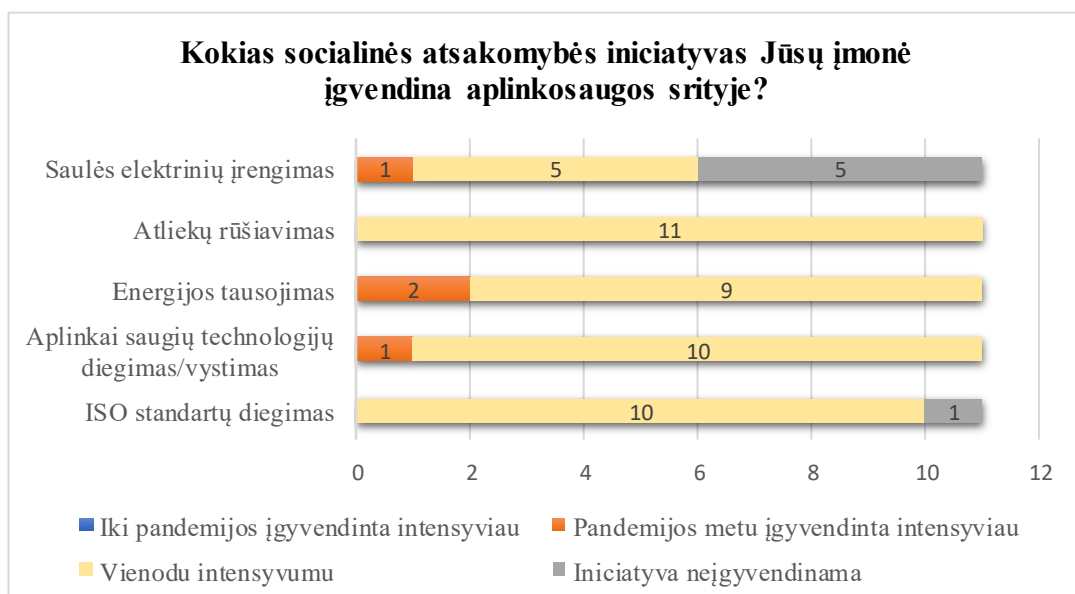
Tyrimas atskleidė, kad COVID-19 pandemijos laikotarpiu didesnis dėmesys buvo skiriamas darbo aplinkai, santykiams su darbuotojais. Apklausos metu siekiama išsiaiškinti, kokias ĮSA iniciatyvas darbo aplinkoje įgyvendino iki pandemijos ir pandemijos laikotarpiu. Rezultatai pateikti 39 pav.



39 pav. Socialinės atsakomybės iniciatyvos darbo srityje (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)

Kaip matome, tyrimas atskleidė, kad iki pandemijos įmonės intensyviau įgyvendino darbuotojų laisvalaikio organizavimo ir mokymų veiklas. Tiek iki pandemijos, tiek pandemijos laikotarpiu įmonės vienodu intensyvumu rūpinosi darbuotojų draudimu ir finansiniu skatinimu. Pandemijos metu po tris įmonės nurodė, jog intensyviau buvo vykdomas darbuotojų darbo saugos priemonių aprūpinimas ir rūpinimasis darbuotojų sveikata. Keturios įmonės nurodė, kad pandemijos metu suintensyvėjo ĮSA iniciatyvos darbuotojų darbų saugoje. Pandemijos laikotarpiu ypač aktualus tapo nuotolinis darbas, tai pažymėjo visos 11 apklaustų įmonių. Kaip matome iš atliktos apklausos, septynios įmonės neįgyvendina darbuotojo laisvalaikio organizavimo veiklą, dvi – darbuotojų draudimo, po vieną psichologinio klimato gerinimo sąlygų ir mokymų darbuotojams.

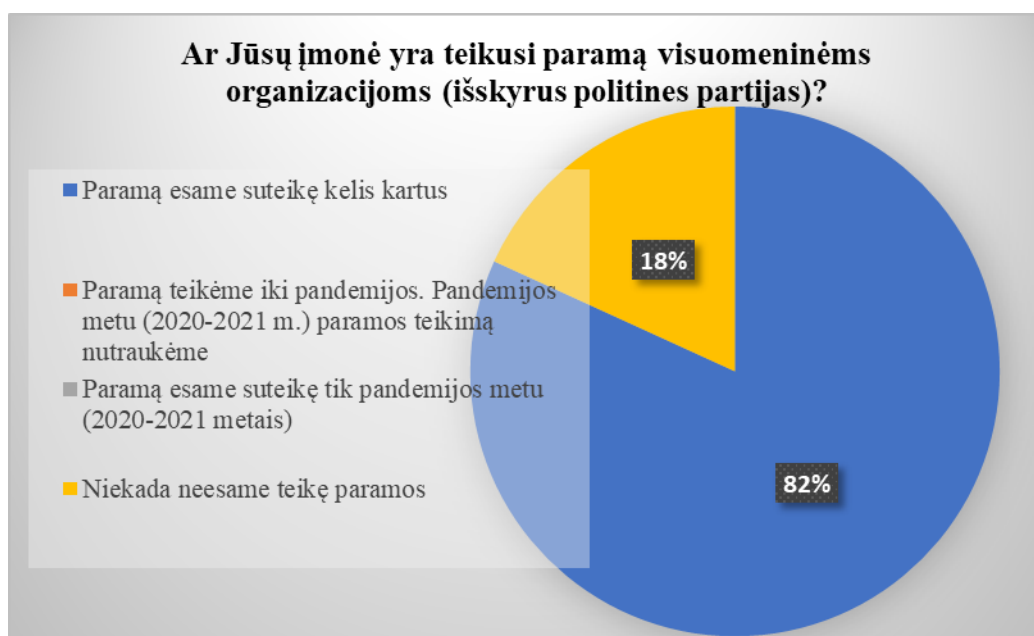
Kitas klausimas įmonėms buvo užduotas apie ĮSA iniciatyvų įgyvendinimą aplinkosaugoje bei kokių intensyvumu jas įmonės vykdė iki pandemijos ir pandemijos metu. Rezultatai pateikti 40 pav.



40 pav. Socialinės atsakomybės iniciatyvos aplinkosaugos srityje (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)

Kaip apklausoje nurodė įmonės, didžioji dalis iniciatyvų aplinkosaugoje buvo įgyvendinama vienodu intensyvumu tiek iki pandemijos, tiek pandemijos metu. Penkios įmonės nurodė, kad saulės elektrinių įrengimo iniciatyvą įgyvendino vienodu intensyvumu, viena pažymėjo, jog šią iniciatyvą įgyvendino intensyviau pandemijos laikotarpiu, penkios įmonės nurodė, kad ši iniciatyva nėra įgyvendinama jų įmonėje. Atliekų rūšiavimą įmonės vienodu intensyvumu įgyvendino tiek iki pandemijos, tiek pandemijos laikotarpiu (tą pažymėjo visos 11 įmonių). Kaip pažymėjo dvi įmonės, pandemijos metu suaktyvėjo energijos tausojimo iniciatyvos. Likusios devynios įmonės šią iniciatyvą įgyvendino vienodu intensyvu. Pandemija nesutrukdė diegti aplinkai saugias technologijas ir kaip pažymi 10 iš 11 apklaustų įmonių, ši iniciatyva buvo įgyvendinama vienodu intensyvumu. Tik viena įmonė nurodė, kad ši iniciatyva pandemijos laikotarpiu suaktyvėjo. ISO standartų diegimas įmonėse vyko vienodu intensyvumu (tai nurodė 10 iš 11 įmonių), vienoje įmonėje ši iniciatyva nėra įgyvendinama.

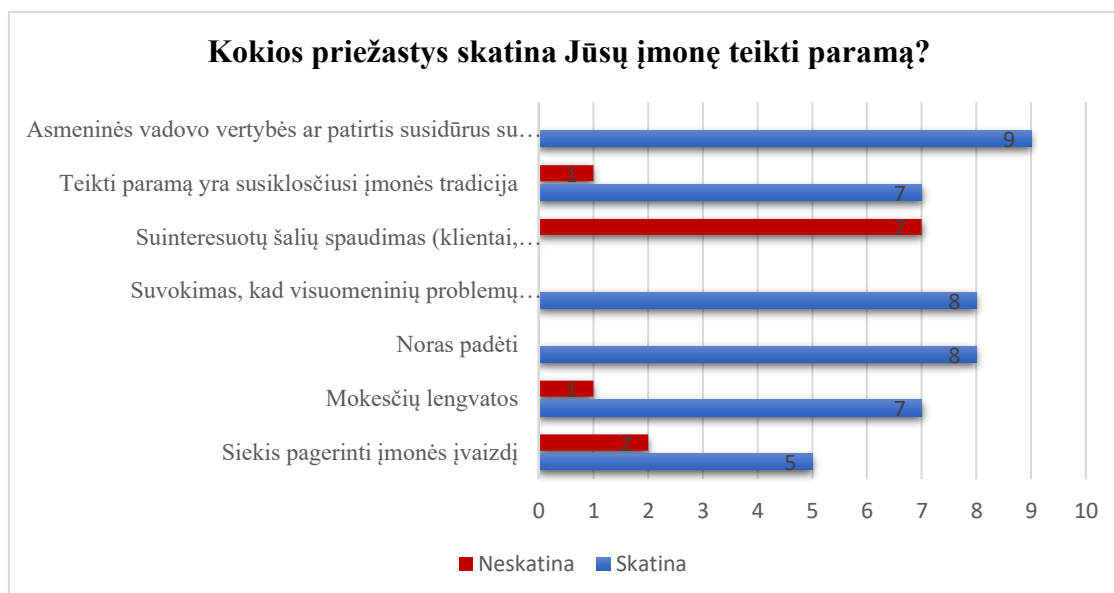
Siekiant išsiaiškinti ĮSA iniciatyvų santykiuose su visuomene kaitą COVID-19 pandemijos laikotarpiu, įmonėms buvo užduotas klausimas apie paramos teikimą. Kaip parodė apklausos rezultatai, 9 iš 11 įmonių yra suteikusios paramą paramos ir labdaros fondams.



41 pav. Socialinės atsakomybės iniciatyvos visuomenėje (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)

Kaip rodo atliktas tyrimas, 82 proc. visų apklaustų įmonių, yra suteikę paramą visuomeninėms organizacijoms, labdaros ar paramos fondams. Paramą įmonės teikė tiek iki pandemijos, tiek pandemijos metu. Tik dvi įmonės (18 proc. visų apklaustų įmonių) nurodė, kad jų įmonė niekada nėra teikusi paramos. Paklausius įmonių dėl kokių priežasčių jos neteikia paramos, abi įmonės nurodė, kad jų nuomone, visuomeninėmis problemomis turi pasirūpinti valstybė.

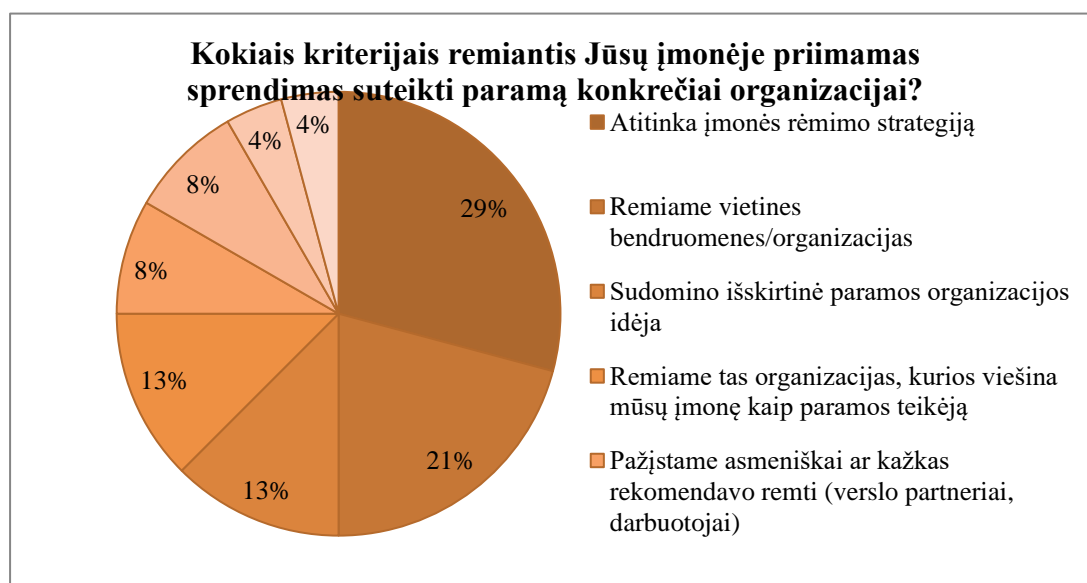
Įmonėms, kurios yra suteikusios paramą, užduotas klausimas, kokios priežastys skatina jas remti visuomenines organizacijas, projektus ir renginius. Tuo pačiu, paprašyta įmonių įvertinti ar paramos teikimo priežastys kito iki pandemijos ir pandemijos metu. Visos įmonės nurodė, kad paramos teikimo priežastys liko tos pačios nepriklausomai nuo užklupusios pandemijos. Tyrimo rezultatai pateikti 42 paveiksle.



42 pav. Priežastys, skatinančios paramos tiekimą (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)

Pagrindinę priežastį, skatinančią teikti paramą: , įmonės nurodė: 1) asmenines vadovo vertybes ar patirtį susidūrus su panašiomis problemomis (paminėjo visos 9 įmonės); 2) noras padėti ir suvokimas, kad išspręsti visuomenines problemas neužtenka vien valstybės paramos (paminėjo po aštuonias įmones); 3) susiklosčiusi įmonės tradicija ir mokesčių lengvata (paminėjo po 7 įmones); 4) siekis pagerinti įmonės įvaizdį (paminėjo 5 įmonės). Labiausiai įmones neskatina teikti paramos suinteresuotų šalių spaudimas. Tą pažymėjo 7 įmonės iš 9 apklausoje dalyvaujančių ir paramą teikusių įmonių.

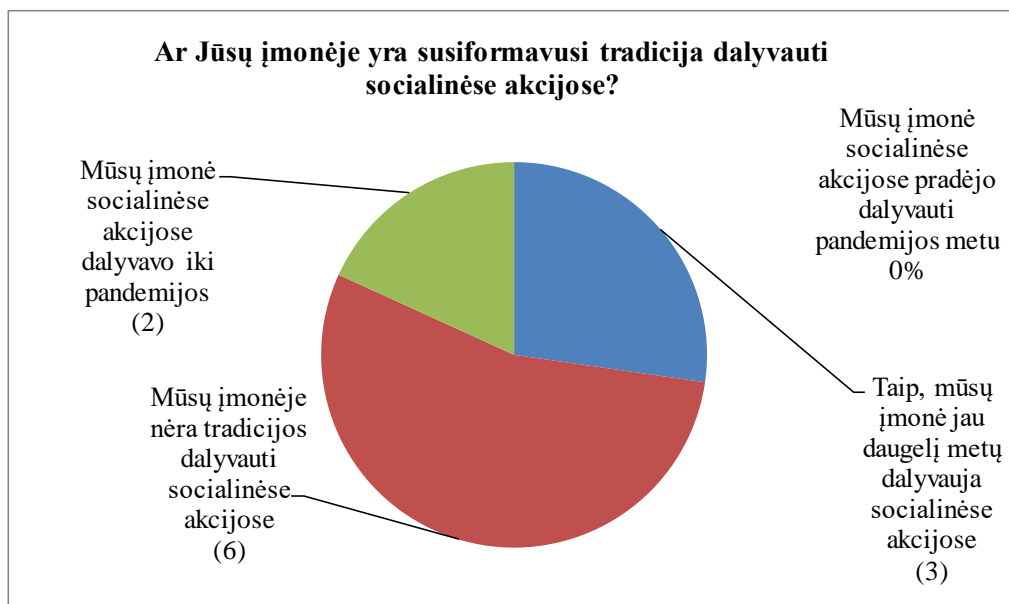
Išsiaiškinus, kokios priežastys skatina įmones teikti paramą, buvo užduotas klausimas kokiais kriterijais remiantis priimamas sprendimas suteikti paramą konkrečiai bendruomenei ar paramos ir labdaros organizacijai.



43 pav. Kriterijai suteikti paramą konkrečiai organizacijai (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)

Atsakydami į klausimą, kokias kriterijais įmonėje priimamas sprendimas suteikti paramą konkrečiai organizacijai, įmonės dažniausiai nurodė, kad paramos teikimas atitinka įmonės rėmimo strategiją (paminėta septynių įmonių). Antras kriterijus, kurį dažniausiai paminėjo įmonės – pirmenybė teikti paramą skiriama vietinėms bendruomenėms ir organizacijoms. Po tris kartus paminėta išskirtinė paramos organizacijos idėja ir organizacijos, kurios viešina įmonę kaip paramos teikėją. Viena įmonė paminėjo, kad paramos organizacijų ieško patys.

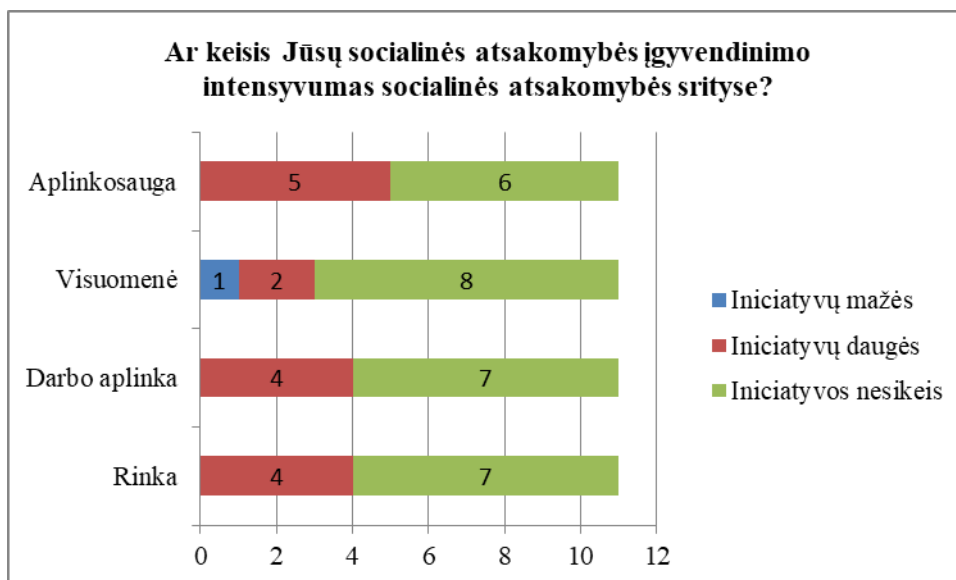
Įmonėms uždavus klausimą ar jos dalyvauja socialinėse akcijose (kraujo donorystės, pyragų diena, aplinkos tvarkymo ir pan.), trys įmonės iš 11 apklaustųjų nurodė, kad jau daugelį metų jų įmonė dalyvauja įvairiose socialinėse akcijose. Tačiau kokiose – nedetalizavo.



44 pav. Įmonių dalyvavimas socialinėse akcijose (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)

Kaip matome iš apklausos tyrimo rezultatų, šešiose įmonėse nėra susiformavusi tradicijos dalyvauti socialinėse akcijose. Kad socialinėse akcijose dalyvavo iki pandemijos nurodė 2 įmonės. Trys įmonės socialinėse akcijose dalyvau jau daugelį metų, nepriklausomai ar tai buvo iki pandemijos, ar pandemijos metu. Nei vienos įmonės COVID-19 pandemija nepaskatino dalyvauti socialinėse akcijose.

Tyrimo pabaigai, įmonėms užduotas klausimas, kokioms socialinės atsakomybės sritims jos ketina skirti daugiau dėmesio pasibaigus pandemijai.



45 pav. ĮSA iniciatyvos pasibaigus COVID-19 pandemijai (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)

Aplinkosaugoje iniciatyvų nei didinti, nei mažinti neplanuoja 7 įmonės. Penkios įmonės nurodė, kad iniciatyvų aplinkosaugos srityje po pandemijos daugės. Socialinės atsakomybės veiklų intensyvumo visuomenės srityje neketina keisti 8 įmonės, dvi įmonės nurodė, kad iniciatyvų šioje srityje daugės. Viena įmonė ketina ĮSA iniciatyvas mažinti. Darbo aplinkoje ĮSA iniciatyvos nesikeis 7 įmonėse, keturios įmonės nurodė, kad iniciatyvų turėtų daugėti. Kad rinkoje (santykiuose su klientais, tiekėjais) iniciatyvos nesikeis nurodė 7 įmonės, tačiau 4 įmonės nurodė, kad iniciatyvos bus didinamos.

Apibendrinant atliktą Panevėžio miesto gamybinių įmonių ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaitą, pandemijos laikotarpiu įmonės pastebėta pasikeitusias šias ĮSA įgyvendinimo sąlygas: ekonominės ir finansinės sąlygos 2020 m. liko panašios ar šiek tiek prastesnės nei 2019 m., tačiau 2021 m. šios sąlygos gerėjo. Teigiama įmonės įvertino politines ir teises ĮSA įgyvendinimo sąlygas COVID-19 pandemijos laikotarpiu. Pasikeitusių konkurencinių sąlygų įmonės nepastebėjo. Šie tyrimo rezultatai patvirtina atlikto antrinių duomenų (statistinių) analizės rezultatus.

Nagrinėjant Išanalizavus ekonominių, finansinių, teisių, konkurencinių, kultūrinių sąlygų kaitą bei atlikus kiekybinį tyrimą įmonėse galima teigti, kad kito ir ĮSA iniciatyvos. Matome tendenciją, kad pandemijos laikotarpiu išaugo dėmesys ir iniciatyvos darbo srityje (santykiuose su darbuotojais). Ypač daug dėmesio įmonės skyrė darbuotojų sveikatai, aprūpinti saugos priemonėmis, pastebėta tendencija, kad COVID-19 pandemijos metu įmonėms tapo aktualus nuotolinio darbo organizavimas. Tačiau COVID-19 pandemijos suvaržymai apribojo ĮSA iniciatyvas organizuojant darbuotojų mokymus ir laisvalaikį. Atlikus tyrimą pastebėta, kad mažiausiai ĮSA iniciatyvų įmonės įgyvendino aplinkosaugos srityje. Vykdomos iki pandemijos aplinkosaugos ĮSA iniciatyvos nebuvo mažinamos ir įgyvendinamos vienodu intensyvumu tiek iki pandemijos, tiek pandemijos metu. Pandemijos metu įmonės nebuvo linkusios imtis naujų iniciatyvų aplinkosaugos srityje. ĮSA iniciatyvos Santykiuose su visuomene nesikeitė: svarbiausios paramos suteikimo priežastys (vadovo asmeninės vertybės ir noras padėti) buvo tiek iki pandemijos, tiek pandemijos laikotarpiu. Taip pat susidariusios COVID-19 sąlygos neskatinė įmonių dalyvauti socialinėse akcijose. Tikėtina, kad tai paskatino griežti apribojimai žmonių susibūrimams. Atliktas Panevėžio miesto gamybinių įmonių ĮSA tyrimas patvirtino mokslinės literatūros analizės dalyje pateiktų užsienio autorių atliktų tyrimų

rezultatus, kurių metu buvo nustatyta, kad įmonės daugiau ĮSA iniciatyvų pandemijos laikotarpiu įgyvendino darbo srityje.

2.4. Tyrimo „ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu“ rezultatų apibendrinimas

Mokslinės literatūros analizės metu išskyrėme pagrindines sąlygas, kurios skatina ar trukdo įmonėms įsitraukti į ĮSA iniciatyvas. Tai ekonominės, finansinės, politinės, teisinės, konkurencinės, kultūrinės, įmonės dydis. Apibendrinant atliktus tyrimus: antrinių duomenų analizę bei Panevėžio gamybos įmonių apklausą, pastebime tendenciją, kad COVID-19 pandemijos laikotarpiu:

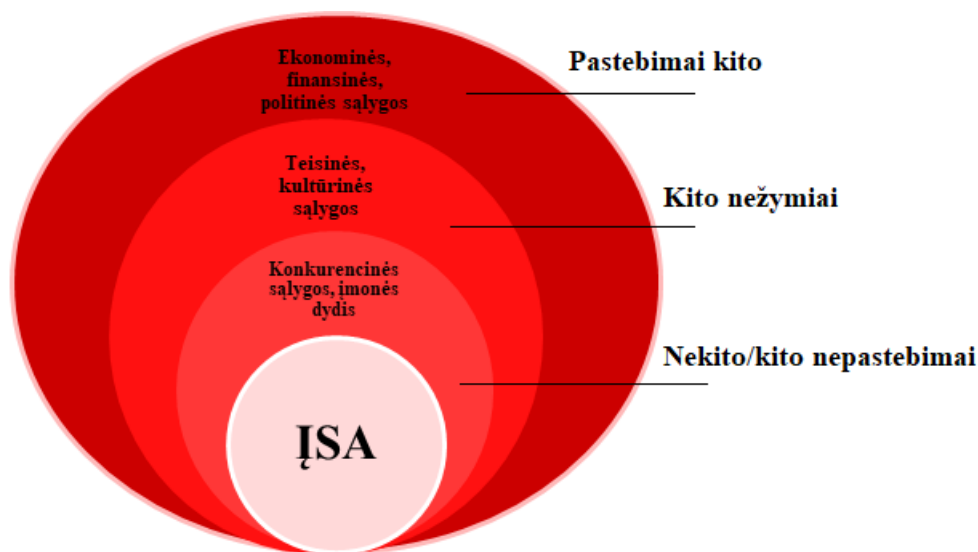
1) Pastebimai kito ekonominės, finansinės ir politinės ĮSA įgyvendinimo sąlygos. Kaip rodo ekonomines sąlygas apibūdinantys rodikliai, ekonominės sąlygos prastėjo 2020 m. (ypač tų metų II ketv.). Tą rodo BVP rodiklio sumažėjimas 4,4 proc., prekių eksporto sumažėjimas 1 proc., nedarbo lygio išaugimas 2,2 proc. Finansinių rodiklių prastėjimą 2020 m. rodo 1 proc. sumažėjusi mažų ir vidutinių Lietuvos įmonių apyvarta. Įmonių lėšos, skiriamos investicijoms į materialųjį turtą 2020 m. sumažėjo 16 proc., o tam tikros veiklos rūšies įmonėms (kaip pvz. apgyvendinimo ir maitinimo, švietimo, meninės, pramoginės ir poilsio organizavimo) finansinės sąlygos buvo ypač sudėtingos. 2020 m. šių įmonių ne tik kad sumažėjo grynasis pelnas (nuo 13 iki 160 proc.), bet dauguma jų patyrė nuostolius. Tačiau nagrinėti 2021 m. ekonominiai ir finansiniai rodikliai rodo ekonomikos atsigavimą ir stiprėjančius įmonių veiklos rezultatus. BVP rodiklis 2021 m. auga sparčiausiai palyginant su 2019 ir 2020 m., prekių eksportas išauga 20 proc. (lyginant 2019 su 2021 m.), nedarbo lygis sumažėja 1,4 proc. (lyginant 2020 su 2021 m.), sparčiai kuriasi nauji verslai (2021 m. naujų įmonių įregistruota 2433 vnt. daugiau nei 2019 m.). Įmonių finansinė padėtis 2021 m. taip pat gerėja: 22 proc. išauga mažų ir vidutinių įmonių apyvarta (lyginant su 2019 m.); 5 proc. auga įmonių investicijos į materialųjį turtą (lyginant su 2019 m.) bei 26 proc. lyginant su 2020 m.; didėja įmonių grynasis pelnas (nuo 7 iki 503 proc.). Finansinė būklė gerėjo ir apklausoje dalyvavusių Panevėžio gamybos įmonių. Jų pajamos 2021 m. išaugo 30 proc. o grynasis pelnas 48 proc. (lyginant su 2019 m.). Būtent palankios ekonominės ir finansinės sąlygos skatina įmones imtis daugiau ĮSA iniciatyvų. Pirmiausia tai patvirtina mokslinės literatūros analizė (Tang, Bouges ir Karim, 2018), vėliau įsitikinome išnagrinėję Lietuvos verslo įmonių suteiktos paramos dydį 2019–2021 m. (mažiausiai paramos suteikta 2020 m., esant sudėtingoms ekonominėms ir finansinėms sąlygoms, daugiausiai 2021 m. – kai ekonominės ir finansinės sąlygos akivaizdžiai buvo pagerėjusios), apklausti Panevėžio gamybos įmonių atstovai taip pat nurodė, kad imtis daugiau ĮSA iniciatyvų jas pirmiausia skatina gera įmonės finansinė padėtis ir verslui palankios ekonominės sąlygos. Neabejojama, kad pasiekti palankių verslui ekonominių sąlygų, gerų finansinių rezultatų padėjo teigiamas valstybės požiūris bei suteikta finansinė parama nuo COVID-19 pandemijos nukentėjusiam verslui. Kaip atskleidė antrinių duomenų analizė, 2020–2021 m. finansinės paramos sulaukė 130 918 įmonių, o suteiktos paramos suma siekė 3,35 mlrd. Eur. Mokslinėje literatūroje pastebėjome, kad stabilios vyriausybės buvimas įmonėms yra garantija, kad jos veikia „saugioje“ aplinkoje ir jaučia skatinančią iniciatyvą imtis ĮSA veiklos (Coluccia, Fontana ir Solimene, 2018), tai patvirtino ir atlikta Panevėžio gamybos įmonių atstovų apklausa: apklausos dalyviai nurodė, kad teigiamas valstybės požiūris yra viena iš trijų svarbiausių sąlygų skatinančių jas imtis daugiau ĮSA iniciatyvų bei jų manymu, COVID-19 pandemijos metu valstybės pagalba buvo pakankama, kad padėtų verslui išgyventi.

2) Nežymiai kito teisinės ir kultūrinės ĮSA įgyvendinimo sąlygos. Mokslinėje literatūroje pastebėjome, kad įmonės labiau linkusios būti socialiai atsakingos, jei teisės aktus jos pajėgios įvykdyti (Campbell, 2007). Atlikdami antrinių duomenų analizę, pastebėjome, kad teisės aktai, liečiantys įmonių veiklą tiek iki pandemijos, tiek pandemijos metu buvo leidžiami vienodu intensyvumu. Kokybinė teisės aktų (nacionaliniu lygmeniu) turinio analizė atkleidė, kad daugiausia buvo išleista teisės aktų, reglamentuojančių įmonių veiklos apribojimus bei valstybės paramos suteikimą. Todėl įmonėms nebuvo sudėtinga šiuos teisės aktus įgyvendinti. Tai patvirtino ir atlikta Panevėžio miesto gamybinių įmonių apklausa: 7 iš 11 įmonių nurodė, kad įmonė sugebėjo greitai reaguoti į pasikeitusius teisės aktus, juos pritaikyti ir laikytis. Mokslinėje literatūroje pastebėjome, kad kultūros vertybės gali turėti įtakos tam, kaip paskirstomi įmonės ištekliai, kaip jais dalijamasi su suinteresuotomis šalimis (Coluccia, Fontana ir Solimene, 2018). Nežymi kultūrinių sąlygų pasikeitimą pastebėjome atlikdami antrinių duomenų analizę, t.y. nagrinėdami kaip keitėsi paramos teikimo sritys 2019–2021 m. Atlikto tyrimo metu, pastebėjome, kad pagrindinė paramos teikimo sritis tiek iki pandemijos, tiek pandemijos laikotarpiu išlieka sportas. Tačiau prasidėjus pandemijai, paramos dydis sportui mažėjo, o didėjo parama sveikatos apsaugai (2019 m. sveikatos apsaugai skirta 5,6 proc. visos suteiktos paramos, 2020 m. – 11,7 proc.). Vadinasi, įmonių vadovai neliko abejingi susidariusiai krizinei situacijai ir pakeitė paramos teikimo strategiją. Apklausos metu tą patvirtino ir Panevėžio miesto gamybos įmonės, kurios nurodė, kad pagrindinė priežastis skatinanti jas teikti paramą yra asmeninės vadovo vertybės ar patirtis susidūrus su panašiomis problemomis.

3) Nekito ar nepastebimai kito konkurencinės ir įmonės dydžio ĮSA įgyvendinimo sąlygos. Nors mokslinėje literatūroje pastebėjome, kad konkurencijos lygis ir konkurentų ĮSA strategijos vienas iš veiksnių, kurios lemia įmonės pasirinkimą įsitraukti į ĮSA (Vashchenko, 2017), tačiau atliekant antrinių duomenų analizę sunku buvo įvertinti konkurencinių sąlygų kaitą. Nagrinėjant konkurencinių sąlygų kaitą, pasirinkta analizuoti įmonių išlaidas moksliniams tyrimams ir eksperimentinei plėtrai (MTEP), nes pasak Yasa, Giantari, Setini, Rahmaynanti (2020), konkurencinį pranašumą įmonės gali formuoti įgyvendinamos inovacijų strategijas. Atlikę analizę pastebėjome, kad išlaidos MTEP veiklai kasmet (2019 – 2021 m.) didėja, vadinasi net ir sunkiuoju COVID-19 pandemijos periodu įmonės siekia konkurencinio pranašumo ĮSA iniciatyvų pagalba. Tačiau tai yra ilgalaikio periodo konkurencinio pranašumo formavimas. Siekdami įsitikinti ar kito konkurencinės sąlygos būtent pandemijos laikotarpiu, paklausėme Panevėžio gamybos įmonių ar jos pajuto padidėjusią konkurenciją 2020–2021 m. Net 10 iš 11 įmonių atsakė, kad pandemijos laikotarpiu nepajuto išaugusios konkurencijos. Todėl galima daryti išvadą, kad konkurencinės sąlygos liko nepakitusios ir didesniai ar mažesniai įsitraukimui į ĮSA pandemijos metu neturėjo. Nagrinėjant įmonės dydžio sąlygas, pirmiausia buvo remtasi mokslinėje literatūroje rastais teiginiais, kad kuo didesnės apimtys veiklą įmonė vykdo, tuo didesni poveikį ji daro visuomenei, aplinkai, suinteresuotoms šalims. Kuo didesnė įmonė, tuo ji turi daugiau akcininkų, kurie skatina imtis socialinių programų įgyvendinimo (Sireg, Bukit, 2018). Atlikę antrinių duomenų analizę, pastebėjome, kad įmonės dydžiai (remiantis darbuotojų skaičiumi) tiek iki pandemijos (2019 m.), tiek pandemijos laikotarpiu (2020–2021 m.) nesikeitė. Tyrimas atkleidė netikėtą tendenciją, kad lyginant prieš pandemiją ir pandemijos laikotarpiu suteiktą paramą, pastebėta, kad iki pandemijos daugiau paramos teikė įmonės turinčios 50–249 darbuotojų, pandemijos metu (2020–2021 m. daugiau paramos teikė įmonės, turinčios 10–49 darbuotojų. Ką ir patvirtino mokslinėje literatūroje pastebėtas teiginys, kad mažesnės įmonės yra jautresnės ir labiau įsitraukia į filantropinę veiklą. Kadangi apklausoje dalyvaujančių Panevėžio gamybos įmonių vienas iš atrankos kriterijus buvo darbuotojų skaičius, todėl tyrimas dėl įmonės dydžio sąlygų kaitos apklausos metu nebuvo

atliekamas. Tik reikėtų paminėti, kad būtent padidėjęs darbuotojų skaičius ir konkurencines sąlygas apklausoje buvo nurodomos kaip mažiausią įtaką turinčios sąlygos įsitraukti į ĮSA.

ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu Lietuvos verslo įmonėse pavaizduota 46 paveiksle.

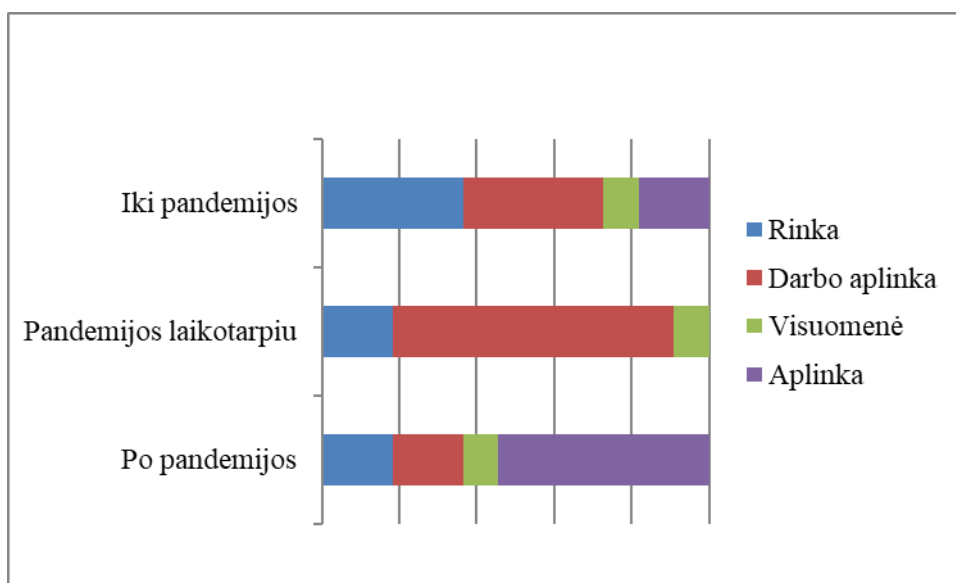


46 pav. ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)

Kaip matoma iš pateikto paveikslo, jautriausia įmonės reaguoja į ekonomines, finansines ir politines ĮSA įgyvendinimo sąlygas. Būtina atkreipti dėmesį ir į tai, kad ĮSA įgyvendinimo sąlygų išsamiam tyrimui reikalingas ilgesnis laiko tarpas. Atlikto tyrimo rezultatai nepaaiškina priežasčių dėl 2021 m. pagerėjusių įmonių finansinių rezultatų – ar tai nulėmė politinės sąlygos (valstybės suteiktos subsidijos ir kompensacijos) ar įmonių pastangos ir taikytos verslo strategijos. Taip pat ir teisinių sąlygų kaitos poveikis gali pasireikšti tik po ilgesnio laiko tarpo. Prasidėjus pandemijai net tik kad nebuvo teisės aktų, kurie reglamentuotų pandemijos valdymą, bet nebuvo ir teisminės praktikos. Todėl tik laikas parodys ar įmonės nesusidurs su teisiniais ginčais.

Kaip jau ir aptarėme mokslinėje literatūroje, įmonės ĮSA iniciatyvas gali įgyvendinti šiose srityse: rinkoje, darbo vietoje, visuomenėje ir aplinkosaugoje (Ruževičius, 2014). Kaip atskleidė atliktas Panevėžio miesto gamybinių įmonių tyrimas, iki pandemijos įmonės daugiau dėmesio ir lėšų skyrė įgyvendinti ĮSA iniciatyvas rinkoje ir darbo vietoje (tai nurodė po 4 įmones iš 11 apklaustų). Kadangi ši pandemija sukėlė pavojų žmogaus sveikatai ir gyvybei, nenuostabu, kad įmonės pandemijos laikotarpiu daugiau iniciatyvų įgyvendino darbo vietoje stengdamos apsaugoti darbuotojus nuo užsikrėtimo. Tyrimo rezultatai rodo, kad 8 iš 11 apklaustų įmonių daugiau dėmesio ir lėšų pandemijos metu skyrė įgyvendinti iniciatyvas darbo vietoje, dvi įmonės nurodė, kad pandemijos metu iniciatyvų padaugėjo rinkoje, viena įmonė iniciatyvų daugiausiai įgyvendino visuomenės srityje. Nei viena iš apklaustų įmonių nenurodė, kad pandemijos laikotarpiu būtų padidintos iniciatyvos aplinkosaugoje. Tai nereiškia, kad įmonės nustojo įgyvendinti aplinkosaugines iniciatyvas. Kaip rodo apklausos rezultatai, aplinkosaugos iniciatyvos buvo įgyvendintos vienodu intensyvumu tiek iki pandemijos, tiek pandemijos laikotarpiu. Atlikto tyrimo rezultatai patvirtina užsienio mokslininkų atliktus tyrimus: Kacprzak'o, Milewska, Kacprzak'o ir Król (2021) tyrimas parodė, kad apklaustos 87 Lenkijos, Ukrainos ir Belgijos įmonės COVID-19

pandemijos laikotarpiu daugiausia iniciatyvų įgyvendino darbo srityje; o Basnet'o (2019) disertacijoje atliktas tyrimas parodė, kad apklausus 500 Fortune įmonių pirmenybę teikė darbuotojų apsaugai, o aplinkosauga liko antrame plane. Apklausos metu pasiteiravus Panevėžio miesto gamybinių įmonių, kokiai socialinės atsakomybės sričiai bus skirtas didesnis dėmesys po pandemijos, penkios įmonės nurodė, kad didės iniciatyvos aplinkosaugoje. ĮSA iniciatyvų kaita pandemijos laikotarpiu pateikta 47 pav.



47 pav. ĮSA iniciatyvų sąlygų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu (sudaryta autorės, remiantis apklausos rezultatais)

Kaip matome iš paveikslo, Panevėžio gamybinės įmonės pandemijos metu daugiausia iniciatyvų įgyvendino darbo vietoje. Paklausus įmonių, kokių iniciatyvų buvo padaugėjo šioje srityje, nurodė kad daugiausia dėmesio ir lėšų pareikalavo iniciatyvų įgyvendinimas organizuojant nuotolinį darbą (analogiški rezultatai gauti ir Kacprzak'o, Milewska, Kacprzak'o ir Król, 2021 m. atliktame tyrime). COVID-19 pandemijos metu atsisakyta tokių iniciatyvų kaip darbuotojų mokymai ir laisvalaikio organizavimas. Natūralu, nes būtent pandemijos metu buvo apriboti žmonių susibūrimai, o švietimo, sporto, pramogų organizavimo įmonių veikla uždrausta.

Apžvelgus tyrimo rezultatus, pastebėta, kad pasigęsta Panevėžio gamybinių įmonių iniciatyvų visuomenėje. Tokią tyrimo išvadą pateikia ir 87 Lenkijos, Belgijos ir Ukrainos įmonės apklausę Kacprzak'as, Milewska, Kacprzak'as ir Król (2021). Tačiau jei peržvelgtume informacinius pranešimus žiniasklaidoje, COVID-19 pandemijos akivaizdoje išryškėjo daug gražių, originalių Lietuvos verslo įmonių iniciatyvų, kaip pvz. „Švyturio – Utenos alus“, „Volfas Engelman“ nemokamai tiekė mineralinį vandenį į ligonines, „Šiaurės banga“ nemokamai dovanojo drabužių skalbimo paslaugą organizacijoms, kurių darbuotojai dirba didelio užsikrėtimo grėsmės sąlygomis, „e-taksi“ nemokamai į darbą ir iš jo vežė Vilniaus medikus, daugelis kavinių, restoranų, maitinimo įstaigų nemokamai tiekė maisto daivinius medikams, karštosios linijos darbuotojams, „Mano būstas“ nemokamai atliko daugiabučių laiptinių, kurių gyventojams buvo nustatytas COVID-19 virusas, dezinfekcija, „Alma litera“ į ligonines nemokamai pristatė knygų, kad sergantys gyventojai galėtų nukreipti slogias mintis, „Bitė“, „Tele 2“ suteikė nemokamą ryšį ir internetą medikams ir gydymo įstaigoms, daugelis įmonių parėmė medicinos įstaigas vienkartinėmis apsaugos ir dezinfekcinėmis priemonėmis. Kita dalis įmonių finansiškai parėmė specialiai kovai su koronavirusu įkurtus fondus,

kaip pvz. Andriaus Tapino ir „Laisvės TV“ sukurtas projektas „Laikykitės, Medikai!“ per visą laikotarpį surinko 2,41 mln. Eur, iš kurių 0,708 mln. paaukojo verslo įmonės. Net tris apklausoje dalyvavusios įmonės prisidėjo prie šios iniciatyvos paremdami ją 15000 Eur suma.

Atlikus antrinių duomenų analizę ir kiekybinį tyrimą „ISA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu“ galima konstatuoti ir atsakyti į iškeltus probleminius klausimus: COVID-19 metu kito ekonominės, finansinės, politinės sąlygos ir tai turėjo įtakos ISA iniciatyvų kaitai ir įmonių įsitraukimui į ISA.

Išvados

1. Mokslinėje literatūroje išanalizuota ĮSA samprata, modeliai, sritys, įgyvendinimo sąlygos ir iniciatyvos atskleidė, kad:

1.1. įmonių socialinė atsakomybė yra plati sąvoka, apimanti tris ją jungiančius veiksnius: savanoriška veikla; pagrindinės dedamosios yra ekonominė, socialinė ir aplinkosauginė sritys; įmonės interesų derinimas su suinteresuotomis šalimis.

1.2. siekdama būti socialiai atsakinga įmonė, į ĮSA modelį įmonė turėtų žiūrėti kaip į visumą, t.y. kiekvienai socialinės atsakomybės kategorijai (ekonominėi, teisinei, socialinei, filantropinei) ir sričiai (rinkos, darbo vietos, visuomenės, aplinkosaugos) suteikiant pakankamą reikšmingumą ir svarbumą.

1.3. didesnį įmonės įsitraukimą į ĮSA nulemia ĮSA įgyvendinimo sąlygos, iš kurių svarbiausios yra verslui palanki ekonominė aplinka, gera įmonės finansinė padėtis, teigiamas valstybės požiūris, stabili teisinė sistema, vyraujanti konkurencija, įmonės dydžio kaita, įmonės kultūra ir vertybės.

2. Atlikta ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaitos COVID-19 laikotarpiu analizė užsienio šalyse atskleidė, kad pandemija paskatino įmones imtis didesnių iniciatyvų darbo srityje (pradedant nuo aprūpinimo apsaugos priemonėmis iki lankstesnių darbo sąlygų sukūrimo). Nežinomybė dėl ateities verslo perspektyvų pristabdė įmonių iniciatyvas aplinkosaugos srityje.

3. Atlikus antrinių duomenų analizę „ĮSA įgyvendinimo sąlygų kaita Lietuvos įmonėse COVID-19 pandemijos laikotarpiu“ galima konstatuoti bei atsakyti į iškeltą probleminį klausimą „Kaip kito ĮSA įgyvendinimo sąlygos COVID-19 pandemijos laikotarpiu“:

3.1. COVID-19 pandemijos laikotarpiu pastebimai pasikeitė ekonominės, finansinės ir politinės ĮSA įgyvendinimo sąlygos. Šias sąlygas įmonės įvardino kaip svarbiausias, kurios skatina įmones didesnį įsitraukimą į ĮSA. 2020 m. juntamas ekonomikos sąstingis, suprastėjusi įmonių finansinė padėtis pristabdė įmonių ĮSA iniciatyvų įgyvendinimą. 2021 m. palankių politinių, ekonominių sąlygų dėka ir pagerėjusi įmonių finansinė padėtis skatino įmones imtis daugiau iniciatyvų. Vadinasi COVID-19 pandemijos metu įmonės stengėsi pirmiausia įgyvendinti ekonominę atsakomybę, siekdamos išlikti rinkoje, nesumažinti pajamų ir gauti bent minimalų pelną.

3.2. COVID-19 pandemijos laikotarpiu nežymiai kito teisinės ir kultūrinės sąlygos. Nors pandemijos laikotarpiu buvo gausu teisės aktų, įmonės sugebėjo greitai reaguoti į pasikeitimus, juos pritaikyti ir laikytis. Kultūrinių sąlygų kaita pasireiškė tuo, kad įmonės neliko abejingos kritinei situacijai ir siekdamos prisidėti prie COVID-19 suvaldymo, pakeitė paramos teikimo strategiją – didesnę paramos lėšų dalį skirdamos sveikatos apsaugai.

3.3. COVID-19 pandemijos laikotarpiu nekito ar kito nepastebimai konkurencinės sąlygos ir įmonės dydis. Konkurencinio pranašumo formavimas yra ilgalaikis procesas, todėl trumpuoju laikotarpiu konkurencinių sąlygų įtaką įgyvendinant ĮSA sunku nustatyti. Remdamiesi Panevėžio gamybos įmonių apklausos rezultatais, kurie atskleidė, kad jos nepajuto išaugusios konkurencijos, galima daryti išvadą, kad COVID-19 pandemijos laikotarpiu konkurencinės sąlygos liko nepakitusios ir didesniai ar mažesniai įsitraukimui į ĮSA neturėjo. Pandemijos laikotarpiu nekito ir įmonių dydis (remiantis darbuotojų skaičiumi). Pastebėta tik tai, kad COVID-19 pandemijos laikotarpiu jautresnės kritinei situacijai buvo įmonės, kurių darbuotojų skaičius nuo 10 iki 49.

4. Atliktas kiekybinis tyrimas „ĮSA įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaita Panevėžio mieste veiklą vykdančiose gamybinėse įmonėse“ atskleidė ir pateikė atsakymą į iškeltą probleminį klausimą „Kaip ekonominių, finansinių, politinių, teisinių konkurencinių, kultūrinių sąlygų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu paveikė ĮSA iniciatyvų įgyvendinimą“ :

4.1. COVID-19 pandemijos laikotarpiu įmonės daugiausia dėmesio ir lėšų skyrė ĮSA iniciatyvoms darbo srityje, t.y. organizuojant nuotolinį darbą, darbuotojų aprūpinimą saugos priemonėmis. Pandemijos laikotarpiu įmonės sumažino iniciatyvų įgyvendinimą organizuojant darbuotojų mokymus ir laisvalaikį.

4.2. COVID-19 pandemijos laikotarpiu mažiausiai dėmesio įmonės skyrė plėtojant iniciatyvas aplinkosaugos srityje. Įmonės vienodu intensyvumu vykdė ankstesniais metais pradėtas aplinkosaugos iniciatyvas, tačiau dėl neapibrėžtos verslo aplinkos COVID-19 pandemijos laikotarpiu sustabdė jų plėtrą. Tačiau po pandemijos įmonės ketina daugiau ĮSA iniciatyvų įgyvendinti būtent aplinkosaugos srityje.

5. Siekiant sumažinti galimų krizių poveikį įmonių veiklai, rekomenduojama į kokybės vadybos sistemas įsitraukti krizių valdymo tvarkas. Taip pat tikslinga būtų įmonėje sukurti finansinių lėšų rezervą, kuris palengvintų įmonės finansinę padėtį krizės laikotarpiu.

Literatūros sąrašas

1. Acabado, D. R., Branca, A. S., Catalão-Lopes, M., & Pina, J. P. (2020). Do distinct CSR categories have distinct determinants? The roles of market structure and firm size. *European Management Review*, 17(1), 5-17.
2. Akbar, U. R., & Humaedi, S. (2020). Peran CSR dalam Upaya Mengatasi Pandemi Covid-19. *Prosiding Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 341-347.
3. Albareda, L., Lozano, J. M., Tencati, A., Perrini, F., & Midttun, A. (2009). The role of government in corporate social responsibility. In *Ethical prospects* (pp. 103-149). Springer, Dordrecht.
4. Astromskienė, A., & Adamonienė, R. (2009). Įmonių socialinės atsakomybės iniciatyvų Lietuvoje tendencijos. *Ekonomika ir vadyba*, (14), 217-222.
5. Bagdonienė, D., & Paulavičienė, E. (2010). Socialinės atsakomybės ir organizacijos vadybos sistemos integravimas. *Ekonomika ir vadyba*, (15), 366-373.
6. Barauskaite, G., & Streimikiene, D. (2021). Corporate social responsibility and financial performance of companies: The puzzle of concepts, definitions and assessment methods. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(1), 278-287.
7. BASNET, M. S. R. (2019). *CSR INITIATIVES DURING COVID-19: A CASE STUDY OF THE TOP FIVE FORTUNE 500 COMPANIES* (Doctoral dissertation, THAMMASAT UNIVERSITY)
8. Brin, P. V., & Nehme, M. N. (2019). Corporate social responsibility: analysis of theories and models.
9. Budrionytė, R. (2014). Informacijos apie įmonės socialinę atsakomybę pateikimas finansinėse ataskaitose: nauda ir galimybės. *Buhalterinės apskaitos teorija ir praktika*, (15), 63-75.
10. Cahyani, C., & Suryaningsih, R. (2016). The effect of leverage, board of commissioner, foreign ownership, company age, and company size towards the disclosure of corporate social responsibility (CSR) implementation. *Accounting and Finance Review (AFR) Vol, 1(1)*.
11. Camilleri, M. A. (2022). The rationale for ISO 14001 certification: A systematic review and a cost-benefit analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*.
12. Campbell, J. L. (2007). Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. *Academy of management Review*, 32(3), 946-967
13. Carracedo, P., Puertas, R., & Marti, L. (2021). Research lines on the impact of the COVID-19 pandemic on business. A text mining analysis. *Journal of Business Research*, 132, 586-593.
14. Carroll, A. B. (2008). A history of corporate social responsibility: Concepts and practices. *The Oxford handbook of corporate social responsibility*, 1.
15. Castrillón, M. A. G. (2022). CORPORATE HYPOCRISY. *Revista Científica" Visión de Futuro"*, 26(1), 190-205.
16. Coluccia, D., Fontana, S., & Solimene, S. (2018). Does institutional context affect CSR disclosure? A study on Eurostoxx 50. *Sustainability*, 10(8), 2823.
17. Christensen, L. T., Morsing, M., & Thyssen, O. (2013). CSR as aspirational talk. *Organization*, 20(3), 372-393.

18. Čepinskis, J., & Sakalauskaitė, E. (2009). Įmonių socialinė atsakomybė ekonominės krizės sąlygomis Lietuvoje. *Taikomoji ekonomika: sisteminiai tyrimai= Applied economics: systematic research. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas, T. 3, Nr. 1, 2009.*
19. Česnygienė, R., & Neverkevič, M. (2010). Įmonių socialinė atsakomybė ir jos iniciatyvų diegimo kliūtys smulkiojo ir vidutinio verslo įmonėse. *Verslas, vadyba ir studijos, 8, 261-270.*
20. Čiegis, R. (2009). Gamtos išteklių ir aplinkos ekonomika. *Klaipėda: KU leidykla*
21. Čiegis, R., & Norkutė, R. (2012). Lietuvos bankų socialinė atsakomybė darnaus vystymosi kontekste. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai, 2, 19-33.*
22. DeWitt, A. O., & Dahlin, L. A. (2009). Socially Responsible Marketing. *Proceedings of the Northeast Business & Economics Association.*
23. Dole, V. S. ETHICS IN MARKETING (2019). *Vidyabharati International Interdisciplinary Research Journal 9(2) 155-157.*
24. Ehie, I. C. (2016). Examining the corporate social responsibility orientation in developing countries: an empirical investigation of the Carroll's CSR pyramid. *International Journal of Business Governance and Ethics, 11(1), 1-20.*
25. Fatima, T., & Elbanna, S. (2022). Corporate social responsibility (CSR) implementation: a review and a research agenda towards an integrative framework. *Journal of Business Ethics, 1-17.*
26. Flankova, S. (2022). *Voluntary Environmental Initiatives and Firm Strategy* (Doctoral dissertation, Universität St. Gallen)
27. Fonseca, L., Cardoso, M. C., Pereira, M. T., & Ávila, P. (2021). ISO 9001 certification benefits: A principal component analysis. *FME Transactions, 49(4), 835-841.*
28. García-Sánchez, I. M., & García-Sánchez, A. (2020). Corporate social responsibility during COVID-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 6(4), 126.*
29. Grigore, G. (2010). Ethical and philanthropic responsibilities in practice. *OF THE UNIVERSITY OF PETROȘANI~ ECONOMICS~, 10(3), 167-174.*
30. Grundey, D. (2008). Editorial applying sustainability principles in the economy. *Technological and Economic Development of Economy, 14(2), 101-106.*
31. Gruževskis, B., Vasiljevienė, N., Moskvina, J., Kleinaitė, I. (2006). *Įmonių socialinė atsakomybė. Aktualūs socialinės politikos klausimai.* Vilnius: Darbo ir socialinių tyrimų institutas
32. He, H., & Harris, L. (2020). The impact of Covid-19 pandemic on corporate social responsibility and marketing philosophy. *Journal of business research, 116, 176-182.*
33. Iamandi, I. (2007). Corporate social responsibility and social responsiveness in a global business environment: A comparative theoretical approach. *Romanian Economic Journal, 10(23), 3-18.*
34. Ioannis, K. (2021). How Corporate Social Responsibility Affects the Aspects of Human Resources Management. *Economics Working Papers, 5(1), 4-44.*
35. Išoraitė, M. (2013). Alaus gamybos įmonių socialinės atsakomybės tyrimas. *Business Systems & Economics, (2), 248-265.*

36. Yasa, N., Giantari, I. G. A. K., Setini, M., & Rahmayanti, P. J. M. S. L. (2020). The role of competitive advantage in mediating the effect of promotional strategy on marketing performance. *Management Science Letters*, 10(12), 2845-2848.
37. Juknaitė, G., & Lazdauskaitė, J. (2013). Organizacijų socialinė atsakomybė: vystymosi kryptys ir nauda verslui. *Ekonomikos ir vadybos aktualijos*, 405-413.
38. Juščius, V. (2009). Įmonių socialinė atsakomybė ir organizacijų tapatumas šiuolaikinės ekonominės krizės kontekste. *Economics & Management*.
39. Juščius, V., & Šneiderienė, A. (2013). Įmonių socialinės atsakomybės įtaka regioninei plėtrai. *Regional formation and development studies*, 1(9), 66-78.
40. Kacprzak, M., Milewska, A., Kacprzak, A., & Król, A. (2021). Corporate Social Responsibility in the Era of the COVID-19 Pandemic on the Example of Companies from Poland, Belgium, and Ukraine. *European Research Studies Journal*, 24(3B), 547-562.
41. Kang, E. Y., & Sung, Y. H. (2022). Luxury and sustainability: The role of message appeals and objectivity on luxury brands' green corporate social responsibility. *Journal of Marketing Communications*, 28(3), 291-312.
42. Kontautienė, R. (2016). Įmonių socialinė atsakomybė kaip konkurencingumo veiksnys ekonomikos nuosmukio laikotarpiu (Doctoral dissertation, Kauno technologijos universitetas)
43. Kraus, S., Rehman, S. U., & García, F. J. S. (2020). Corporate social responsibility and environmental performance: The mediating role of environmental strategy and green innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 160, 120262.
44. Labonaitė, G., & Subačienė, R. (2014). Grynojo pelningumo vertinimo metodika. *Buhalterinės apskaitos teorija ir praktika*, 16, 78-87.
45. Latapí Agudelo, M. A., Jóhannsdóttir, L., & Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 4(1), 1-23.
46. Lock, I., & Araujo, T. (2020). Visualizing the triple bottom line: A large-scale automated visual content analysis of European corporations' website and social media images. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(6), 2631-2641.
47. Mahmud, A., Ding, D., & Hasan, M. M. (2021). Corporate social responsibility: Business responses to Coronavirus (COVID-19) pandemic. *SAGE Open*, 11(1), 2158244020988710.
48. Maon, F., Swaen, V., & Lindgreen, A. (2017). One vision, different paths: An investigation of corporate social responsibility initiatives in Europe. *Journal of Business Ethics*, 143(2), 405-422.
49. Manuel, T., & Herron, T. L. (2020). An ethical perspective of business CSR and the COVID-19 pandemic. *Society and Business Review*.
50. Masoud, N. (2017). How to win the battle of ideas in corporate social responsibility: the International Pyramid Model of CSR. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 2(1), 1-22.
51. Mauricienė, I., & Paužuolienė, J. (2013). Įmonių socialinės atsakomybės svarba: visuomenės požiūris. *Regional formation and development studies*, (2), 123-132.
52. Mialon, M., & McCambridge, J. (2018). Alcohol industry corporate social responsibility initiatives and harmful drinking: a systematic review. *The European Journal of Public Health*, 28(4), 664-673.

53. Navickas, V., Kontautienė, R., Stravinskienė, J., & Bilan, Y. (2021). Paradigm shift in the concept of corporate social responsibility: COVID-19. *Green finance*, 3(2), 138-152
54. Padhan, R., & Prabheesh, K. P. (2021). The economics of COVID-19 pandemic: A survey. *Economic analysis and policy*, 70, 220-237.
55. Park, S. Y., & Levy, S. E. (2014). Corporate social responsibility: Perspectives of hotel frontline employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
56. Paužuolienė, J., & Viningienė, D. (2014). Socialiai atsakingo marketingo poveikis organizacijoms, įgyvendinančioms socialinę atsakomybę. *Vadybos mokslas ir studijos–kaimo verslų ir jų infrastruktūros plėtrai*, 36(3), 616-626.
57. Pavlovskis, M., & Pavlovskia, I. (2018). Verslo socialinės atsakomybės iniciatyvos įgyvendinimas taikant BIM: Lietuvos statybų sektoriaus situacijos analizė ir perspektyvos. *Mokslas: Lietuvos Ateitis*, 10.
58. Potašinskaitė, M., & Draugelytė, A. (2013). Įmonių socialinės atsakomybės dedamųjų fragmentiškas naudojimas Lietuvoje. *Vadybos mokslas ir studijos-kaimo verslų ir jų infrastruktūros plėtrai*, 35(3), 424-431.
59. Qiu, S. C., Jiang, J., Liu, X., Chen, M. H., & Yuan, X. (2021). Can corporate social responsibility protect firm value during the COVID-19 pandemic?. *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102759.
60. Raimo, N., Rella, A., Vitolla, F., Sánchez-Vicente, M. I., & García-Sánchez, I. M. (2021). Corporate Social Responsibility in the COVID-19 Pandemic Period: A Traditional Way to Address New Social Issues. *Sustainability*, 13(12), 6561.
61. Rakštelytė, J., & Lobanova, L. (2018). Socialinės atsakomybės principų sklaida statybų sektoriaus įmonėse Lietuvoje/Spreading of social responsibility principles in the companies of construction sector in Lithuania. *Mokslas: Lietuvos Ateitis*, 10.
62. Rhou, Y., & Singal, M. (2020). A review of the business case for CSR in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 84, 102330.
63. Ruževičius, J. (2014). Socialinės atsakomybės šiuolaikinė sistema ir priemonės. *Aukštųjų mokyklų vaidmuo visuomenėje: iššūkiai, tendencijos ir perspektyvos*, 1(1), 203-211
64. Scheidler, S., Edinger-Schons, L. M., Spanjol, J., & Wieseke, J. (2019). Scrooge posing as Mother Teresa: How hypocritical social responsibility strategies hurt employees and firms. *Journal of Business Ethics*, 157(2), 339-358.
65. Seiliūtė, J. (2013). Socialinės atsakomybės įtvirtinimo potencialo verslo organizacijose vertinimas (Doctoral dissertation, Vilnius University).
66. Servera-Francés, D., & Piqueras-Tomás, L. (2019). The effects of corporate social responsibility on consumer loyalty through consumer perceived value. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 32(1), 66-84.
67. Simanavičienė, Ž., Simanavičius, A., & Kovaliov, R. (2012). Įmonių socialinės atsakomybės matavimo galimybės. *Economics and Management*, 17(4), 1528-1534.
68. Singh, K., & Misra, M. (2021). Linking corporate social responsibility (CSR) and organizational performance: The moderating effect of corporate reputation. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1), 100139.
69. Siregar, N. B., & Bukit, R. B. (2018, January). Impact of corporate social responsibility and company size on Corporate Financial Performance with Good Corporate Governance as

- Moderating Variable. In *1st Economics and Business International Conference 2017 (EBIC 2017)* (pp. 241-248). Atlantis Press.
70. Šain, M. (2021). Corporate Social Responsibility in Times of Crisis: COVID-19. *EU and comparative law issues and challenges series (ECLIC)*, 5, 706-727.
 71. Šimanskienė, L., & Paužuolienė, J. (2010). Įmonių socialinės atsakomybės svarba Lietuvos organizacijoms. *Vadybos mokslas ir studijos-kaimo verslų ir jų infrastruktūros plėtrai*, (3), 138-145.
 72. Štreimikienė, D., & Pušinaitė, R. (2009). The role of public sector in corporate social responsibility development in Lithuania. *Ekonomika*, 86, 55-67
 73. Tang, J. J., Bouges, J. C., & Karim, K. (2018). Corporate social responsibility performance under various economic conditions. *International Journal of Sustainable Economy*, 10(2), 123-152.
 74. Turner, M. R., McIntosh, T., Reid, S. W., & Buckley, M. R. (2019). Corporate implementation of socially controversial CSR initiatives: Implications for human resource management. *Human Resource Management Review*, 29(1), 125-136.
 75. Udayasankar, K. (2008). Corporate social responsibility and firm size. *Journal of business ethics*, 83(2), 167-175.
 76. Ursic, D., & Cestar, A. S. (2022). Crisis Management and CSR in Slovenian Companies: The Impact of the COVID-19 Pandemic. *Sustainability*, 14(5), 2690.
 77. Velte, P. (2021). Meta-analyses on corporate social responsibility (CSR): a literature review. *Management Review Quarterly*, 1-49.
 78. Vashchenko, M. (2017). An external perspective on CSR: What matters and what does not?. *Business Ethics: A European Review*, 26(4), 396-412.
 79. Withisuphakorn, P., & Jiraporn, P. (2015). The effect of firm maturity on corporate social responsibility (CSR): do older firms invest more in CSR? *Applied Economics Letters*, 23(4), 298–301.
 80. Zhao, J. (2021). Reimagining corporate social responsibility in the era of COVID-19: Embedding resilience and promoting corporate social competence. *Sustainability*, 13(12), 6548.
 81. Zhou, L. J., Qiu, H., & Zhang, X. (2021). How Does the Market React to Corporate Philanthropic Behavior?—evidence from the COVID-19 Pandemic Shock. *Emerging Markets Finance and Trade*, 57(6), 1613-1627.

Informacijos šaltinių sąrašas

1. BVP pokytis per metus (2022). Lietuvos bankas. [Interaktyvus]. Prieiga internetu: <https://www.lb.lt/lt/bvp#ex-1-1> (žiūrėta 2022-10-19)
2. COVID-19 pandemijos paros ataskaita (2022). Statistikos departamentas. [Interaktyvus]. Prieiga internetu: <https://osp.stat.gov.lt/praejusios-paros-covid-19-statistika> (žiūrėta 2022-05-24)
3. COVID-19 Weekly Epidemiological Update (2022). World Health Organization. [Interaktyvus]. Prieiga internetu: https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20220518-weekly-epi-update-92.pdf?sfvrsn=fca4e67f_4&download=true (žiūrėta 2022-05-24)
4. Lietuvos Radijas ir Televizija. Netinkamai karantino paramą naudojęs verslas privalo grąžinti subsidijas – darbdavių atstovas situaciją vadina nenormalia (2022) [Interaktyvus]. Prieiga internetu: <https://www.lrt.lt/naujienos/verslas/4/1603121/vmi-susigrazinant-dali-netinkamai-panaudotu-subsidiju-verslas-piktinasi>
5. Lietuvos Respublikos Finansų ministerija. Socialinės atsakomybės ataskaita (2021) [Interaktyvus]. Prieiga internetu: <https://finmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/apskaita-ir-atskaitomybe/verslo-subjektu-apskaita-ir-finansine-atskaitomybe/socialines-atsakomybes-ataskaita> (žiūrėta 2022-06-19)
6. Lietuvos Respublikos Finansų ministerija. Parama verslui (2022) [Interaktyvus]. Prieiga internetu: <https://www.arcgis.com/apps/dashboards/398e18cbeba24732834880cf02ae2670> (žiūrėta 2022-10-28)
7. Lietuvos Respublikos Seimas. Teisės aktų registras (2022) [Interaktyvus]. Prieiga internetu: <https://www.e-tar.lt/portal/lt/legalActSearch> (žiūrėta 2022-10-20)
8. Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerija (SADM). Įmonių socialinė atsakomybė (ISA). 2022. [Interaktyvus]. Prieiga internetu: <https://socmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/darbo-rinka-uzimtumas/imoniu-socialine-atsakomybe-isa> (žiūrėta 2022-03-24)
9. Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerija. Visuomenės nuomonės tyrimas apie dėl įmonių socialinės atsakomybės (2020). [Interaktyvus]. Prieiga internetu: <https://socmin.lrv.lt/uploads/socmin/documents/files/veiklos-sritys/darbas/partneryste/Imoniu%20soc%20atsakomyb%20projekt/visuomenes%20nuomones%20tyrimas.pdf> (žiūrėta 2022-05-26)
10. Lietuvos Respublikos Statistikos departamentas. 2021 metų pagrindiniai rodikliai. (2022) [Interaktyvus]. Prieiga internetu: <https://infogram.com/2021-m-pagrindiniai-rodikliai-1hd12yxp9omw6k?live> (žiūrėta 2022-10-27)
11. Lietuvos Respublikos Statistikos departamentas. Statistinių rodiklių analizė. (2022) [Interaktyvus]. Prieiga internetu: <https://osp.stat.gov.lt/statistiniu-rodikliu-analize#/> (žiūrėta 2022-10-28)
12. Misiūnas, D. Kaip COVID-19 pakeis įmonių socialinę atsakomybę? (2020) [Interaktyvus]. Prieiga internetu: <https://www.lrt.lt/naujienos/verslo-pozicija/692/1165709/dalius-misiunas-kaip-covid-19-pakeis-imoniu-socialine-atsakomybe> (žiūrėta 2022-04-14)
13. Panevėžio miesto savivaldybė. *Teikiamos lengvatos miesto įmonėms, remiančioms sporto, kultūros ir mokslo veiklas* (2022) [Interaktyvus]. Prieiga internetu: <https://www.panevezys.lt/lt/naujienos/teikiamos-lengvatos-miesto-ps71.html?backlink=%252Flt%252Fpaieska%252Fresults%252Fp0.html> (žiūrėta 2022-10-31)

14. Quality management principles (2022). [Interaktyvus]. Prieiga internetu: <https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB100080.pdf> (žiūrėta 2022-05-18)
15. Social Accountability 8000 International Standard. Prieiga internetu <https://sa-intl.org/wp-content/uploads/2020/02/SA8000Standard2014.pdf> (žiūrėta 2022-05-10)
16. Valstybinė darbo inspekcija. *DGK veiklos ataskaitos (2022)* [Interaktyvus]. Prieiga internetu: https://www.vdi.lt/Forms/Tema.aspx?Tema_ID=63 (žiūrėta 2022-11-15)
17. Verslininkai ir įmonės, stojusios į kovą su koronavirusu: skelbiame sąrašą tų, kurie duoda ir nesitiki atgal (2020) [Interaktyvus]. Prieiga internetu: <https://www.delfi.lt/multimedija/karantinas/verslininkai-ir-imonės-stojusios-i-kovą-su-koronavirusu-skelbiame-sarasa-tu-kurie-duoda-ir-nesitiki-atgal.d?id=83828333> (žiūrėta 2022-12-18)

Priedai

1 priedas. Įmonių socialinės atsakomybės įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu tyrimo anketa.

Esu Kauno technologijos universiteto Panevėžio technologijų ir verslo fakulteto vadybos magistratūros baigiamojo kurso studentė Dovilė Kulbienė. Rašau baigiamąjį magistro darbą, kurio tema „Įmonių socialinės atsakomybės įgyvendinimo sąlygų ir iniciatyvų kaita COVID-19 pandemijos laikotarpiu“. Kviečiu sudalyvauti mano vykdomame tyrime, kurio tikslas nustatyti ar COVID-19 pandemijos metu keitėsi Panevėžio miesto gamybinių įmonių įgyvendinamos socialinės atsakomybės iniciatyvos ir kokios sąlygos paskatino jų kaitą.

Šios anketos pildymo trukmė iki 10 minučių. Tyrimo duomenys ir rezultatai bus naudojami tik baigiamajame darbe, pateikiami apibendrinti. Atsakymai nebus siejami su Jūsų įmone.

1. Kaip vertinate ar Jūsų įmonė yra socialiai atsakinga:

- Esame socialiai atsakingi tiek, kiek reikalauja teisės aktai
- Kai kuriose srityse esame daugiau socialiai atsakingi, kai kuriose ne
- Taip, mūsų įmonė yra socialiai atsakinga
- Esame socialiai atsakingi tiek, kiek tai mums yra naudinga finansine prasme
- Nesistengiame būti socialiai atsakinga įmone
-

2. Jei palygintume Jūsų įmonės įsitraukimą į socialiai atsakingą veiklą iki pandemijos ir pandemijos metu, kaip ji keitėsi:

- Pandemijos metu įgyvendinome daugiau socialiai atsakingų iniciatyvų
- Pandemijos metu įgyvendinome mažiau socialiai atsakingų iniciatyvų
- Pandemią neturėjo įtakos mūsų socialiai atsakingų iniciatyvų įgyvendinimui

3. Jei palygintume Jūsų įmonės veiklą 2019 m. ir 2020–2021 m., su kokiomis pasikeitusiomis ekonominėmis sąlygomis susidūrė Jūsų įmonė? (pažymėkite iki dviejų svarbiausių)

- Atribota įmonės veikla
- Dėl sugriežtintų reikalavimų nutraukta įmonės veikla
- Sumažėję užsakymai, pardavimai
- Medžiagų, žaliavų trūkumas ar jų kainų didėjimas
- Darbuotojų trūkumas
- Mūsų įmonės veiklai pasikeitusios ekonominės sąlygos įtakos neturėjo
-

4. COVID-19 pandemijos laikotarpiu (2020–2021 m.) apie 100 tūkst. Lietuvos įmonių pasinaudojo valstybės parama (subsidijomis darbo užmokesčiui, prastovoms finansuoti, subsidijomis nuo COVID-19 nukentėjusioms įmonėms, mokestine pagalba ir pan.). Ar Jūsų įmonė naudojosi teikiama valstybės parama ir kaip manote, ar valstybės taikomos priemonės buvo pakankamos, padėjusioms įmonėms išgyventi šį laikotarpį:

- Taip, mūsų įmonė gavo valstybės paramą. Valstybės pagalba buvo pakankama, kad padėtų verslui išgyventi.

- Taip, mūsų įmonė gavo valstybės paramą. Valstybės pagalba buvo pakankama, tačiau dėl biurokratinių kliūčių buvo sudėtinga ją pasinaudoti
- Taip, mūsų įmonė gavo paramą, tačiau ji nebuvo pakankama
- Mūsų įmonei nebuvo būtinybės naudotis valstybės parama
-

5. Kaip manote, kokie veiksniai daugiausiai turėjo įtakos įmonės socialinės atsakomybės įgyvendinimą (pandemijos metu) pasikeitus verslo teisinei aplinkai? (pažymėkite iki dviejų svarbiausių)

- Teisės aktų gausa
- Skubotai priimti teisės aktai
- Teisės aktus privalėjome pradėti taikyti anksčiau nei buvo pateikti jų išaiškinimai
- Teisės aktų priėmimas atbuline data
- Žiniasklaidoje teikiama gausi informacija apie planuojamus priimti teisės aktus klaidino: ar šie nutarimai yra priimti ar tik svarstymo stadijoje
- Teisės aktuose nustatyti reikalavimai buvo dviprasmiški, todėl sudėtinga buvo juos taikyti
- Mūsų įmonė sugebėjo greitai reaguoti į pasikeitusius teisės aktus, juos pritaikyti ir laikytis
-

6. Ar pandemijos metu (2020–2021 m.) pajutote padidėjusią konkurenciją ir kokiomis priemonėmis didinote įmonės konkurencingumą? (pažymėkite iki dviejų svarbiausių)

- Diegdami naujas technologijas/inovacijas
- Vykdydami aplinkai saugią veiklą (ekonomiškas išteklių naudojimas, gamyba be atliekų, ekožaliavų naudojimas ir pan.)
- Sukurdami darbuotojams saugias darbo sąlygas, teikdami papildomas naudas jiems (draudimas, finansinis skatinimas ir pan.)
- Teikdami finansinę paramą su COVID-19 padariniais kovojantiems paramos ir labdaros fondams
- Griežtai laikydamiesi teisinių COVID-19 pandemijos valdymo reikalavimų
- Pandemijos metu nepajutome išaugusios konkurencijos
-

7. Kokios sąlygos paskatintų didesnę Jūsų įmonės įsitraukimą į socialiai atsakingą veiklą. Atsakymą nurodykite skalėje nuo 1 iki 5, kur 1 - neskatina imtis SA iniciatyvų; 5 - labai skatina imtis SA iniciatyvų.

	1	2	3	4	5
Verslui palankios ekonominės sąlygos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gera įmonės finansinė padėtis (stabilios pajamos, pelnas)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teigiamas valstybės požiūris, įvertinimas, mokestinės lengvatos ir pan.,	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stabili teisinė sistema	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1	2	3	4	5
Padidėjusi konkurencija	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Padidėjęs darbuotojų skaičius	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Naujai kuriamos įmonės vertybės	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. Kokiai iš išvardintų socialinės atsakomybės sričių Jūsų įmonė skyrė daugiau dėmesio (lėšų) iki pandemijos ir pandemijos metais (2020 – 2021 m.):

	Santykiuose su klientais, rinkoje	Santykiai su darbuotojais, darbuotojų sauga ir sveikata	Santykiai su visuomenė (socialiniai projektai, parama)	Aplinkosauga
Iki pandemijos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pandemijos metu (2020-2021 m.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Kokias socialinės atsakomybės iniciatyvas Jūsų įmonė įgyvendina Santykiuose su darbuotojais:

	Iki pandemijos įgyvendinta intensyviau	Pandemijos metu įgyvendinta intensyviau	Vienodu intensyvumu įgyvendinama tiek iki pandemijos, tiek pandemijos metu	Iniciatyva neįgyvendinama
Rūpinamasi darbuotojų darbo sauga	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rūpinamasi darbuotojų sveikata	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Darbo saugos priemonių aprūpinimas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nuotolinis darbas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mokymai įmonės darbuotojams	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Psichologinio klimato gerinimas įmonėje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organizuotas darbuotojų laisvalaikis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Iki pandemijos įgyvendinta intensyviau	Pandemijos metu įgyvendinta intensyviau	Vienodu intensyvumu įgyvendinama tiek iki pandemijos, tiek pandemijos metu	Iniciatyva neįgyvendinama
Finansinis darbuotojų skatinimas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Darbuotojų draudimas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Kokias socialinės atsakomybės iniciatyvas Jūsų įmonė įgyvendina aplinkosaugos srityje:

	Iki pandemijos įgyvendinta intensyviau	Pandemijos metu įgyvendinta intensyviau	Vienodu intensyvumu įgyvendinama tiek iki pandemijos, tiek pandemijos metu	Iniciatyva neįgyvendinama
ISO standartų diegimas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aplinkai saugių technologijų diegimas/vystimas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Energijos tausojimas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atliekų rūšiavimas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saulės elektrinių įrengimas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Ar Jūsų įmonė yra teikusi paramą visuomeninėms organizacijoms, projektams, renginiams finansuoti (išskyrus partijas ir politines organizacijas)?

- Paramą esame suteikę kelis kartus
- Paramą teikėme iki pandemijos. Pandemijos metu (2020–2021 m.) paramos teikimą nutraukėme
- Paramą esame suteikę tik pandemijos metu (2020–2021 m.)
- Niekada nesame teikę paramos

12. Jei Jūsų įmonė nėra suteikusi paramos, kokios priežastys tai nulėmė? Jei Jūsų įmonė teikė paramą, pereinkite prie kito klausimo

	Iki pandemijos	Pandemijos metu (2020-2021 m.)	Tiek iki pandemijos, tiek pandemijos metu	Neaktualu
Visuomenė nevertina įmonių paramos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Įmonė paramos skyrimui neturi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Iki pandemijos	Pandemijos metu (2020-2021 m.)	Tiek iki pandemijos, tiek pandemijos metu	Neaktualu
finansinių galimybių				
Nestabili ekonominė situacija	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sudėtingas administravimas paramos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sudėtinga pasinaudoti lengvata mokesčių	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Įmonė nepasitiki paramos prašytojais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Įmonės nuomone, visuomeninėmis problemomis turi pasirūpinti valstybė	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Jei Jūsų įmonė yra suteikusi paramą, kokios priežastys tai paskatino Jus daryti? Jei Jūsų įmonė neteikė paramos, pereikite prie kito klausimo

	Iki pandemijos	Pandemijos metu (2020-2021 m.)	Tiek iki pandemijos, tiek pandemijos metu	Neskatina teikti paramos
Siekis pagerinti įmonės įvaizdį	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mokesčių lengvatos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Noras padėti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suvokimas, kad visuomeninių problemų sprendimui neužtenka vien valstybės paramos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suinteresuotų šalių spaudimas (klientai, darbuotojai, visuomenė)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teikti paramą yra susiklosčiusi įmonės tradicija	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asmeninės vadovo vertybės ar patirtis susidūrus su panašomis problemomis)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Kokiais kriterijais remiantis Jūsų įmonėje priimamas sprendimas suteikti paramą konkrečiai organizacijai? (pažymėkite iki trijų svarbiausių). Jei paramos neteikėte, pereikite prie kito klausimo.

- Atitinka įmonės rėmimo strategiją
- Pažįstame asmeniškai ar kažkas rekomendavo remti (verslo partneriai, darbuotojai)
- Remiame vietines bendruomenes/organizacijas

- Sudomino išskirtinė paramos organizacijos idėja
- Remiame tuos projektus, kurių vykdoma veikla pasiekia kuo daugiau naudos gavėjų
- Remiame tik nelaimių aukas
- Remiame tas organizacijas, kurios viešina mūsų įmonę kaip paramos teikėją
- Atsitiktinai, gavus paramos organizacijos prašymą
- Paramos organizacijų ieškome patys

15. Ar Jūsų įmonėje yra susiformavusi tradicija dalyvauti socialinėse akcijose (kaip pvz. kraujo donorystė, aplinkos tvarkymas, medelių sodinimas, pyragų diena, sveikatingumo skatinimo ir pan.)?

- Taip, mūsų įmonė jau daugelį metų dalyvauja socialinėse akcijose
- Mūsų įmonėje nėra tradicijos dalyvauti socialinėse akcijose
- Mūsų įmonė socialinėse akcijose dalyvavo iki pandemijos
- Mūsų įmonė socialinėse akcijose pradėjo dalyvauti pandemijos metu
-

16. Šiuo metu COVID-19 pandemija yra suvaldyta. Kaip galvojate, ar keisis Jūsų įmonės socialinės atsakomybės įgyvendinimo intensyvumas socialinės atsakomybės srityse. Atsakymą pažymėkite „X“:

	Iniciatyvų mažės	Iniciatyvų daugės	Iniciatyvos nesikeis
Santykiais su klientais, rinka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Santykiais su darbuotojais, darbuotojų sauga ir sveikata	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Santykiai su visuomenė (socialiniai projektai, parama)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aplinkosauga	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Jei turite įžvalgų, pastebėjimų dėl įmonių socialinės atsakomybės įgyvendinimo COVID-19 pandemijos metu, gal galite nurodyti?