



Kauno technologijos universitetas

Ekonomikos ir verslo fakultetas

**Europos įmonių aplinkosaugos, socialinės ir valdymo
informacijos atskleidimas tvarumo ataskaitose ir socialinėje
medijoje**

Baigiamasis magistro projektas

Vilma Petrošiūtė

Projekto autorė

Prof. dr. Lina Dagilienė

Vadovė

Kaunas, 2024



Kauno technologijos universitetas

Ekonomikos ir verslo fakultetas

**Europos įmonių aplinkosaugos, socialinės ir valdymo
informacijos atskleidimas tvarumo ataskaitose ir socialinėje
medijoje**

Baigiamasis magistro projektas

Apskaita ir auditas (6211LX037)

Vilma Petrošiūtė

Projekto autorė

Prof. dr. Lina Dagilienė

Vadovė

Doc. dr. Šviesa Leitonienė

Recenzentė

Kaunas, 2024



Kauno technologijos universitetas

Ekonomikos ir verslo fakultetas

Vilma Petrošiūtė

Europos įmonių aplinkosaugos, socialinės ir valdymo informacijos atskleidimas tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje

Akademinio sąžiningumo deklaracija

Patvirtinu, kad:

1. baigiamąjį projektą parengiau savarankiškai ir sąžiningai, nepažeisdama(s) kitų asmenų autoriaus ar kitų teisių, laikydamasi(s) 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 mokėjęs (-usi);
4. suprantu, kad išaiškėjus nesąžiningumo ar kitų asmenų teisių pažeidimo faktui, man bus taikomos akademinės nuobaudos pagal Universitete galiojančią tvarką ir būsiu pašalinta(s) iš Universiteto, o baigiamasis projektas gali būti pateiktas Akademinės etikos ir procedūrų kontrolieriaus tarnybai nagrinėjant galimą akademinės etikos pažeidimą.

Vilma Petrošiūtė

Patvirtinta elektroniniu būdu

Petrošiūtė, Vilma. Europos įmonių aplinkosaugos, socialinės ir valdymo informacijos atskleidimas tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje. Magistro baigiamasis projektas / vadovė prof. dr. Lina Dagilienė; Kauno technologijos universitetas, Ekonomikos ir verslo fakultetas.

Studijų kryptis ir sritis (studijų kryptių grupė): Apskaita, Verslas ir viešoji vadyba.

Reikšminiai žodžiai: ESG informacija, aplinkosauga, socialinis veiksnys, valdymo veiksnys, tvarumo ataskaitos, socialinė medija, ESRS.

Kaunas, 2024. 103 p.

Santrauka

Didėjant suinteresuotų asmenų susidomėjimui tvarumu bei globalizacijai darant didelį poveikį ESG veiklai, vis daugiau organizacijų yra linkusios atskleisti su ESG susijusią informaciją. Tačiau įmonių ESG informacija nebėra pateikiama vien tik tvarumo ataskaitose. Socialinės medijos populiarumas kaip tvarumo informacijos atskleidimo kanalo vartotojų tarpe auga. Reguluojančios organizacijos skiria didelį dėmesį tvarumo ataskaitose atskleidžiamai informacijai, kadangi naujais ESRS reikalavimais dar labiau siekia užtikrinti teikiamos informacijos struktūrą, kokybę, išsamumą bei palyginamumą. Tuo tarpu socialinėje medijoje pateikta ESG informacija yra visiškai nereguluojama jokių reikalavimų. Dėl ko kyla klausimas, kaip ir kokią informaciją įmonės atskleidžia tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje, ir kaip ji skiriasi, kadangi suinteresuotos šalys pasitelkia tiek vieną, tiek kitą informacijos kanalą duomenims gauti.

Tyrimo objektas: ESG informacija tvarumo ataskaitose ir „Twitter“ socialinėje medijoje.

Tyrimo tikslas – ištirti ESG informacijos atskleidimą socialinėje medijoje ir tvarumo ataskaitose.

Pasirinktas kokybinis turinio analizės metodas padėjo palyginti bendrovių atskleidžiamą ESG informaciją tarp dvejų skirtingų informacijos kanalų. Tyrimas buvo atliktas remiantis 8 didžiausių Europos įmonių pagal pajamas tvarumo ataskaitomis už 2021-2022 m. ir beveik 2000 tweet'ais.

Atlikto tyrimo rezultatai atskleidė, jog tvarumo ataskaitose įmonės pateikia išsamesnę ir daugiau konteksto pateikiančią informaciją, tuo tarpu socialinėje medijoje informacija yra pateikiama kaip faktas, riboto išsamumo bei bendro pobūdžio. Vis dėlto tvarumo ataskaitose atskleidžiama ESG informacija tik dalinai atitinka ESRS reikalavimus, kadangi organizacijos tinkamai nepateikia dvigubo reikšmingumo bei visų reikalaujamų išsamumą atskleidžiančių rodiklių. Analizė parodė, jog įmonės pagal ESRS reikalavimus nepateikia informacijos apie bendrovės mokėjimų praktiką, darbuotojų ir vadovų atlyginimus bei komiteto nepriklausomumą, o pateikdamos duomenis juos atskleidžia įvairiai ir skirtingais matavimo vienetais. Taip pat išsiaiškinta, jog socialinėje medijoje valdymo informacija yra išskirtai mažai pateikiama lyginant su tvarumo ataskaitomis, kadangi šiame kanale bendrovės atskleidžia duomenis tik apie vadovų pasikeitimus. Be to, įmonės tvarumo ataskaitose pasitelkia rodiklius kaip įrankį ESG informacijos atskleidimui, tačiau socialinėje medijoje jos retai pasinaudoja rodikliais kaip informacijos pateikimo priemone. Tyrimo rezultatai atskleidė, kad organizacijos socialinėje medijoje ir tvarumo ataskaitose daugiausiai atskleidžia pozityvią informaciją, o negatyvi informacija socialinėje medijoje nėra atskleidžiama.

Petrošiūtė, Vilma. Disclosure of Environmental, Social, and Governance Information of European Companies in Sustainability Reports and Social Media. Master's Final Degree Project / supervisor prof. dr. Lina Dagilienė; School of Economics and Business, Kaunas University of Technology.

Study field and area (study field group): Accounting, Business and Public Management.

Keywords: ESG information, environmental, social, governance, sustainability reports, social media, ESRS.

Kaunas, 2024. 103 pages.

Summary

As stakeholders' interest in sustainability increases and globalization has a significant impact on ESG activities, more and more organizations are inclined to disclose ESG-related information. However, companies' ESG information is no longer presented solely in sustainability reports. Social media is growing in popularity as a sustainability disclosure channel among consumers. Regulatory organizations pay great attention to the information disclosed in sustainability reports, as the new ESRS requirements aim to ensure the structure, quality, completeness and comparability of the information provided. Meanwhile, ESG information disclosed on social media is completely unregulated by any requirements. Which raises the question of how and what information companies disclose in sustainability reports and social media, and how it differs as stakeholders use both channels to obtain data.

Research object: ESG information in sustainability reports and on „Twitter“.

The aim of research: to investigate the disclosure of ESG information in social media and sustainability reports.

The chosen qualitative method of content analysis helped to compare the ESG information disclosed by companies between two different information channels. The study was conducted based on the sustainability reports of the 8 largest European companies by revenue for 2021-2022 and almost 2000 tweets.

The results of the conducted research revealed that companies provide more detailed and contextual information in sustainability reports, while in social media the information is presented as a fact, of limited detail and general nature. However, the ESG information disclosed in the sustainability reports only partially meets the requirements of the ESRS, as the organizations do not properly provide double materiality and all the required completeness disclosure indicators. The analysis showed that companies do not provide information about the company's payment practices, salaries of employees and managers, and the independence of the committee in accordance with ESRS requirements, and when providing data, they disclose it in a variety of ways and with different measurement units. It was also found out that management information is rarely presented in social media compared to sustainability reports, as companies only disclose data on changes in managers in this channel. Additionally, companies use indicators as an ESG disclosure tool in their sustainability reports, but rarely use indicators as a reporting tool in social media. The results of the

study revealed that organizations mostly disclose positive information in social media and sustainability reports, while negative information is not disclosed in social media.

Turinys

Lentelių sąrašas	8
Paveikslų sąrašas	9
Santrumpų sąrašas	10
Įvadas.....	11
1. Įmonių atskleidžiamos aplinkosaugos, socialinės atsakomybės ir valdymo informacijos problematika.....	13
1.1. Aplinkosaugos, socialinės atsakomybės ir valdymo informacijos samprata, nauda ir atskleidimo tendencijos	13
1.2. Aplinkosaugos, socialinės ir valdymo informacijos reguliavimas	17
1.3. Socialinė medija kaip kanalas aplinkosaugos, socialinės atsakomybės ir valdymo naujienoms atskleisti.....	19
1.4. Aplinkosaugos, socialinės ir valdymo informacijos atskleidimo problematika.....	21
2. Aplinkosaugos, socialinės atsakomybės ir valdymo informacijos atskleidimo skirtinguose kanaluose teoriniai sprendimai	24
2.1. Veiksniai skatinantys aplinkosaugos, socialinės ir valdymo informacijos atskleidimą	24
2.2. Suinteresuotųjų asmenų teorijos taikymo prielaidos aplinkosaugos, socialinės ir valdymo informacijos atskleidime.....	26
2.3. Aplinkosaugos, socialinės ir valdymo informacijos tematikos moksliniuose tyrimuose.....	28
2.3.1. Aplinkosaugos informacijos atskleidimo aspektai	28
2.3.2. Socialinės informacijos atskleidimo aspektai.....	31
2.3.3. Valdymo informacijos atskleidimo aspektai	34
2.4. Europos tvarumo ataskaitų teikimo standartų reikalavimai aplinkosaugos, socialinei ir valdymo informacijai atskleisti	36
2.4.1. Aplinkosaugos veiksnio standartų reikalavimai	39
2.4.2. Socialinio ir valdymo veiksmų standartų reikalavimai	43
2.5. Įmonių aplinkosaugos, socialinės ir valdymo informacijos atskleidimo kanalai	48
2.6. Konceptualus aplinkosaugos, socialinės ir valdymo informacijos atskleidimo skirtinguose kanaluose modelis	51
3. Tyrimo metodologija	53
4. Europos įmonių aplinkosaugos, socialinės atsakomybės ir valdymo informacijos atskleidimo tyrimo rezultatai	57
4.1. Aplinkosaugos informacijos atskleidimo tyrimas	57
4.1.1. Aplinkosaugos informacijos atskleidimo tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje tyrimo rezultatai	57
4.1.2. Aplinkosaugos rodiklių atskleidimo tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje rezultatai	61
4.1.3. Aplinkosaugos informacijos atitikimo Europos tvarumo ataskaitų standartus nustatymas ..	64
4.2. Socialinės informacijos atskleidimo tyrimas.....	68
4.2.1. Socialinės informacijos atskleidimo tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje tyrimo rezultatai	68
4.2.2. Socialinių rodiklių atskleidimo tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje rezultatai	72
4.2.3. Socialinės informacijos atitikimo Europos tvarumo ataskaitų standartus nustatymas.....	74
4.3. Valdymo informacijos atskleidimo tyrimas	76

4.3.1. Valdymo informacijos atskleidimo tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje tyrimo rezultatai	76
4.3.2. Valdymo rodiklių atskleidimo tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje rezultatai.....	79
4.3.3. Valdymo informacijos atitikimo Europos tvarumo ataskaitų standartus nustatymas	80
4.4. Aplinkosaugos, socialinės ir valdymo informacijos sentimentų tyrimas	81
4.5. Empirinio tyrimo rezultatų apibendrinimas ir diskusija	84
Išvados ir rekomendacijos	88
Literatūros sąrašas	91
Informacijos šaltinių sąrašas	100
Priedai.....	104
1 priedas. Kodų sistema analizuojant tvarumo ataskaitas	104
2 priedas. Kodų sistema analizuojant įmonių tweet'us	105
3 priedas. Tvarumo ataskaitų projekto informacija	106
4 priedas. Socialinės medijos projekto informacija	107

Lentelių sąrašas

1 lentelė. Suinteresuotų asmenų teorijos apibrėžimas (sudaryta autorės, remiantis Freeman, 2010; Schaltegger, Horisch ir Freeman, 2019; Natalia ir Soenarno, 2021; Shah ir Guild, 2022; Rabaya ir Saleh; 2022).....	26
2 lentelė. Aplinkosaugos aspektai tvarumo ataskaitoje (sudaryta autorės, remiantis Gallego-Alvarez, Lozano, Rodriguez-Rosa, 2018; Cucchiella ir kt., 2018; Wozniak, Pactwa, 2017).....	31
3 lentelė. Socialinės atsakomybės aspektai tvarumo ataskaitoje (sudaryta autorės, remiantis Papoutsi, Sodhi, 2020; Menicucci, Paolucci, 2023).....	33
4 lentelė. Valdymo aspektai tvarumo ataskaitoje (sudaryta autorės, remiantis Radzi ir kt., 2023; Menicucci, Paolucci, 2023; Kocmanova, Šimberova, 2014).....	35
5 lentelė. Bendrieji ir specialieji ESRS reikalavimai socialiniam veiksniai (sudaryta autorės, remianti EFRAG, 2023).....	43
6 lentelė. Įmonių sąrašas empiriniam tyrimui atlikti (sudaryta autorės, remiantis Global Database, 2023).....	54
7 lentelė. Bendras sunaudotos energijos kiekis.....	65
8 lentelė. ESG informacijos palyginimas su ESRS reikalavimais.....	86

Paveikslų sąrašas

1 pav. ESG sudarančių veiksnių modelis (sudaryta autorės, remiantis Galbreath, 2023)	14
2 pav. Tvarumo ataskaitų teikimo N100 ir G250 įmonių rodikliai (KPMG, 2022)	15
3 pav. ESG ekosistema ir sąsajos tarp skirtingų suinteresuotų šalių (sudaryta autorės, remiantis World economic forum, 2019)	16
4 pav. Socialinės medijos ir interneto naudotojų skaičius visame pasaulyje 2023 m. (Statista, 2023)	20
5 pav. ESRS aktualūs standartai (sudaryta autorės, remiantis Denkstatt, 2023).....	38
6 pav. Bendrieji ESRS reikalavimai aplinkosaugos veiksniams (sudaryta autorės, remianti EFRAG, 2023).....	39
7 pav. Tvarumo informacijos atskleidimo būdai (sudaryta autorės, remiantis Raquiba ir Ishak, 2020; Stawicka ir Paliszkiecicz, 2021; Li ir kt., 2024).....	48
8 pav. Konceptualus modelis	51
9 pav. Empirinio tyrimo eiga	53
10 pav. Aplinkosaugos informacijos atskleidimas tvarumo ataskaitose	57
11 pav. Aplinkosaugos informacijos atskleidimas socialinėje medijoje.....	59
12 pav. Aplinkosaugos rodiklių atskleidimas tvarumo ataskaitose	62
13 pav. Aplinkosaugos rodiklių atskleidimas socialinėje medijoje	62
14 pav. ESRS atitinkanti aplinkosaugos informacija tvarumo ataskaitose.....	64
15 pav. Persidengiančios aplinkosaugos temos tvarumo ataskaitose.....	67
16 pav. Socialinės informacijos atskleidimas tvarumo ataskaitose	69
17 pav. Socialinės informacijos atskleidimas socialinėje medijoje	70
18 pav. Socialinių rodiklių atskleidimas tvarumo ataskaitose	72
19 pav. Socialinių rodiklių atskleidimas socialinėje medijoje	72
20 pav. ESRS atitinkanti socialinė informacija tvarumo ataskaitose.....	74
21 pav. Valdymo informacijos atskleidimas tvarumo ataskaitose	77
22 pav. Valdymo informacijos atskleidimas socialinėje medijoje.....	78
23 pav. Valdymo rodiklių atskleidimas tvarumo ataskaitose	79
24 pav. ESRS atitinkanti valdymo informacija tvarumo ataskaitose	80
25 pav. ESG informacijos sentimentai.....	81

Santrumpų sąrašas

Santrumpos:

ESG informacija – aplinkosaugos, socialinės ir valdymo atsakomybės informacija;

ĮSA – įmonių socialinė atsakomybė;

NFRD (angl. Non-Financial Reporting Directive) – nefinansinės atskaitomybės direktyva, įsigaliojusi nuo 2014 metų;

SFRD (angl. Sustainable Finance Disclosure Regulation) – tvaraus finansų atskleidimo reglamentas, įsigaliojusi nuo 2021 metų ir skirta tvarioms investicijoms skatinti;

CSRD (angl. Corporate Sustainability Reporting Directive) – įmonių tvarumo ataskaitų teikimo direktyva, kuri pakeitė nefinansinės atskaitomybės direktyvą;

ESRS (angl. European Sustainability Reporting Standards) – Europos tvarumo teikimo standartų rinkinys, pagal kuriuos įmonės, atitinkančios CSRD kriterijus, turi rengti ESG informaciją;

GRI (angl. Global Reporting Initiative) – visuotinė atskaitingumo iniciatyva, kuri įmonėms padeda suprasti ir pateikti savo poveikį tvarumui;

SASB (angl. Sustainability Accounting Standards Board) – tvarumo apskaitos standartų valdyba, kuri orientuota į standartų parengimą konkrečiam sektoriui ar pramonės šakai;

TCFD (angl. Task Force on Climate-related Financial Disclosures) – su klimatu susijusių finansinių atskleidimų darbo grupė, kurios skatina atskleisti su klimatu susijusią finansinę informaciją.

Įvadas

Temos aktualumas. Šiuolaikinėje verslo aplinkoje atskleidžiamos įmonės finansinės informacijos nebeužtenka, kadangi visuomenė tampa labiau sąmoningesnė ir orientuota į tvarumą. Suinteresuotos šalys suvokia, jog siekdamas ilgalaikės naudos turi atsižvelgti ne tik į bendrovių finansinius rezultatus, bet ir į kompanijų teikiamą nefinansinę informaciją. Suinteresuotoms šalims nebėra aktualu tik aukštos kokybės gaunamos prekės bei paslaugos ar geri įmonių finansiniai rezultatai. Visuomenė taip pat tikisi, jog įmonės prisiims atsakomybę bei imsis veiksmų siekdamas teigiamai paveikti klimato kaitą, darbuotojų darbo sąlygas, bendrovės valdymą ar korupcijos lygį. Bendrovės, siekdamos atitikti suinteresuotųjų, įskaitant investuotojus, lūkesčius, yra linkusios vis labiau atskleisti su ESG susijusią informaciją (Zhang ir Zhang, 2023).

Įmonių ESG ataskaitos atskleidžia informaciją, susijusią su trimis pagrindiniais veiksniais - tai aplinkosauga, socialiniai ir valdymo aspektai (atitinkamai pagal tai angliškai šifruojamas ir ESG akronimas - environmental, social ir governance). ESG ataskaitų teikimas yra privalomas reikalavimus atitinkančioms Europos Sąjungos įmonėms pagal parengtą *Europos Komisijos Nefinansinės atskaitomybės direktyvą* (Non-Financial Reporting Directive – toliau NFRD). „PwC“ (2023) atlikta investuotojų apklausa atskleidė, jog investuotojai priimdami sprendimus dėl tvarių investicijų tikisi daugiau gauti išsamesnės tvarumo informacijos. Be to, apklausa parodė, jog investuotojai gautus tvarumo duomenis palygina tarp skirtingų informacijos kanalų, kadangi net 94 proc. investuotojų mano, jog bendrovės tvarumo ataskaitose pateikia bent dalį teigiamų tvarumo pokyčių nepagrįstai. Luque-Vilchez, Cordazzo, Rimmel'o (2023) susirūpinimą kelia žema tvarumo ataskaitų informacijos kokybė, reikšmingumo trūkumas ir palyginamumo stoka, dėl to įmonės turėtų įdėti daugiau pastangų. Vis dėlto, Europos Komisija siekdama sustiprinti įmonių teikiamų ataskaitų tinkamumą ir kokybę parengė naują *Įmonių tvarumo ataskaitų teikimo direktyvą* (Corporate Sustainability Reporting Directive – toliau CSRD), kuri pradėta taikyti nuo 2024 metų. Ši direktyva yra naujas įrankis, siekiant užtikrinti įmonių teikiamos tvarumo informacijos skaidrumą, tinkamumą ir jos suvienodinimą. Europos Parlamento teigimu (2021) NFRD įmonėms, teikiančioms ESG informaciją, nenustatė jokio standarto, struktūros sistemos ar kitų reikalavimų informacijai atskleisti, todėl bendrovės laisvai galėjo pasirinkti tarptautines ar nacionalines tvarumo atsakomybės gaires (pavyzdžiui, GRI, SASB ar EBPO), kurios bendrovei yra naudingiausios. Tuo tarpu taikant CSRD bendrovės privalės atskleisti informaciją remiantis Europos tvarumo ataskaitų teikimo standartais (ESRS), tokiu būdu suvienodinat organizacijų atskleidžiamą ESG informaciją (Europos Komisija, 2023). Naujoji direktyva CSRD labai praplės teikiamų tvarumo ataskaitų kiekį, kadangi iki šiol su tvarumu susijusią informaciją privalėjo atskleisti apie 11 700 bendrovių, tuo tarpu pagal CSRD tai daryti turės apie 49 000 įmonių. Tačiau šiuolaikiniame pasaulyje ataskaitos nebėra vienintelis komunikacijos kanalas, kurį pasitelkdamos įmonės gali atskleisti ESG informaciją visuomenei. Socialinė medija teikia dinamiškesnę ir abipusį bendravimą įgalinančią erdvę, dėl kurios pastaroji tampa pranašesnė nei teikiamos įmonių ataskaitos (Neu, Saxton, Everett ir Shiraz, 2020) Vykstant skaitmeninei transformacijai socialinė medija tampa vis labiau naudojamas įrankis, padedantis rasti reikalingą informaciją, kadangi šis būdas yra greitesnis nei didelės apimties tvarumo ataskaitų skaitymas. Socialinės medijos populiarumą pagrindžia „Worldometers“ (2024) teikiami duomenys realiuoju metu, kurie atskleidžia, jog šiuo metu pasaulyje yra net 6,03 mlrd. žmonių, kurie naudojami internetu, o vien per vieną dieną paskelbta 123,8 mln. „Twitter“ postų. Socialinė medija pagreitina duomenų atskleidimą bei užtikrina interaktyvų bendravimą su suinteresuotosiomis šalimis (Cade, 2018). Pažymėtina, kad naujoji

CSRD taip pat pabrėžia poreikį įtraukti suinteresuotąsias šalis (angl. stakeholder engagement), kad ataskaitos atitiktų skaitytojų poreikius. Taigi, socialinė medija tampa tradicines informacijos atkleidimo ataskaitas papildančiu įrankiu (Hasan ir Wang, 2021), kuris gali suteikti naudingos informacijos suinteresuotoms šalims rinkoje. Li ir kt. (2024) tvirtina, kad ESG duomenų turinio parengimas ir informacijos atskleidimo kanalo pasirinkimas yra svarbūs aspektai siekiant veiksmingai informuoti suinteresuotąsias šalis. Taip pat autoriai teigia, jog tradiciniai kanalai yra puikios priemonės pateikti išsamią informaciją, o socialinė medija yra tinkama greitam duomenų atnaujinimui ir tam tikrų aspektų išryškinimui. Tačiau tvarumo informaciją reguliuojančios institucijos ir organizacijos, nepaisant didėjančio socialinės medijos populiarumo kaip kanalo informacijai atskleisti, orientuojasi į tvarumo ataskaitose pateiktos informacijos reguliavimą, siekdamas užtikrinti jų kokybę, skaidrumą, tinkamumą ir palyginamumą, tuo tarpu visiškai užmiršdamos apie ESG informacijos reguliavimo trūkumą socialinėje medijoje, dėl ko gali kilti dezinformacijos grėsmė.

Problema: ESG informacija nebėra atskleidžiama vien tik tvarumo ataskaitose, kuriose pateikta informacija ne visuomet atitinka struktūrinių sistemų gaires, bet ir socialinėje medijoje, kurioje informacija nėra reguliuojama. ESG ataskaitos dažnai būna labai didelės apimties, sunkiai palyginamos, taip pat jose sudėtinga identifikuoti veiklą ir poveikį nusakančius reikšmingus ESG rodiklius, kadangi dažniausiai pateikiama tik teigiama informacija. Tuo tarpu socialinėje medijoje teikiama dar optimistiškesnė, siauresnės teminės apimties bei nepilną vaizdą apie įmonės tvarumo veiklą atskleidžianti informacija. Abu šie informacijos kanalai vaidina svarbų vaidmenį komunikuojant įmonės ESG poveikį suinteresuotiesiems. Todėl svarbu suprasti sąryšius ir skirtumus tarp to, kaip ESG informacija atskleidžiama tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje.

Tyrimo klausimas: Kaip skiriasi ESG informacijos atskleidimas socialinėje medijoje ir tvarumo ataskaitoje?

Tyrimo objektas: ESG informacija tvarumo ataskaitose ir „Twitter“ socialinėje medijoje.

Tyrimo tikslas – ištirti ESG informacijos atskleidimą socialinėje medijoje ir tvarumo ataskaitose

Uždaviniai:

1. pagrįsti atskleidžiamos ESG informacijos aktualumą ir problematiką;
2. išanalizuoti mokslinę literatūrą, kuria remiantis būtų galima parengti konceptualų modelį, pagrindžiantį ESG informacijos atskleidimą skirtinguose kanaluose;
3. parengti ESG informacijos atskleidimo per skirtingus kanalus tyrimo metodologiją;
4. atlikti empirinį Europos įmonių ESG informacijos atskleidimo socialinėje medijoje ir tvarumo ataskaitoje tyrimą.

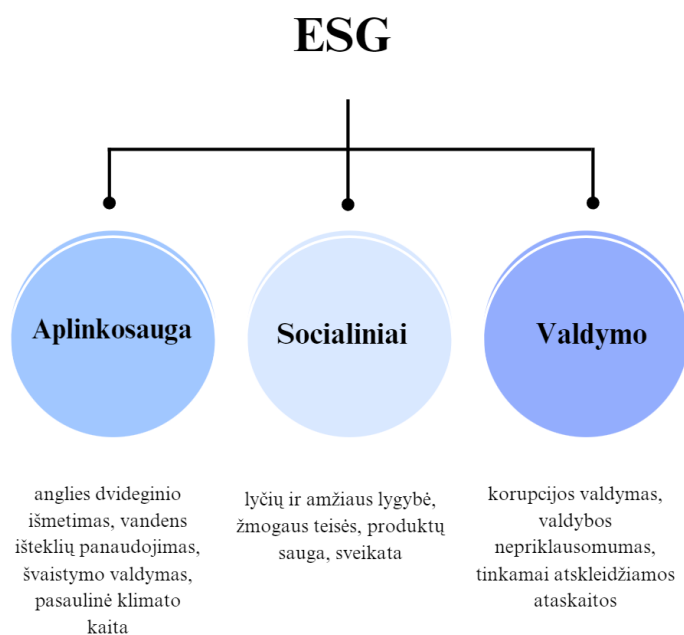
1. Įmonių atskleidžiamos aplinkosaugos, socialinės atsakomybės ir valdymo informacijos problematika

Šiame skyriuje siekiama atskleisti ESG sampratą, jos naudą bei informacijos reguliavimo tvarumo ataskaitose svarbiausius aspektus. Taip pat išryškinama socialinė medija kaip dar vienas naudingas kanalas ESG informacijai atskleisti bei apžvelgiama žaliojo plovimo grėsmė atskleidžiant tvarumo informaciją.

1.1. Aplinkosaugos, socialinės atsakomybės ir valdymo informacijos samprata, nauda ir atskleidimo tendencijos

ESG samprata. Siekiant atlikti ESG informacijos analizę yra svarbu suvokti jos reikšmę ir apibrėžimą įvairioje mokslinėje literatūroje. ESG yra akronimas trijų veiksmų, tai aplinkos, socialinio ir valdymo. Būtent Bolognesi ir Burchi (2023) atliktame tyrime ESG sąvoka apima tris pagrindinius veiksmus: aplinkos, socialinius ir valdymo, kurie yra ilgalaikiai, bei verslo valdyme kylančias problemas. Mokslininkų nuomone, įmonių atskleidžiama ESG informacija lemia bendruomenės ilgalaikį tvarumą bei dėl jos yra skiriamas didesnis dėmesys tvarumo investicijoms. Tuo tarpu analizuojant ryšį tarp sutelktinio finansavimo platformų ir ESG, teigiama (Cumming ir kt., 2024), jog G veiksnys iš visų ESG veiksmų yra pats svarbiausias, kitaip tariant, mokslininkai teigia, jog valdymas yra svarbiausias aspektas, leidžiantis sutelktinio finansavimo platformoms išlikti. Be to, autoriai taip pat pabrėžia, jog aplinkos veiksmo reikšmė yra didėjanti pastaruoju metu. Dar kitokia ESG sąsaja yra atskleidžiama Shen, Lin, Han ir Wu (2023), kurios sieja ESG su kinų tradicine etika, tvirtindamos, jog su žmonėmis ir su gamta išlaikyti tarpusavio balansą įmonės ragina tiek kinų etika, tiek ESG. ESG yra aspektai, kuriais remiantis galima įvertinti bendrovės tvarumo lygį iš aplinkos, socialinių ir valdymo veiksmų perspektyvos (Sharma, Panday ir Dangwal, 2020). Šiam teiginiui taip pat pritaria ir Armstrong (2020) teigdama, jog ESG veiksniai prisideda prie bendrovės tvarumo užtikrinimo, jos veiklos tęstinumo ir stabilumo ilguoju laikotarpiu. Galbreath'o (2013) nuomone ESG apima ganėtinai platų klausimų spektrą, kurie yra susiję su pagrindinėmis trimis sritimis: pirmiausia su aplinka, kuri gali būti siejama su tokiais aspektais kaip anglies dvideginio išmetimas, vandens išteklių naudojimas ar pasaulinė klimato kaita, socialinė atsakomybė, kuri apima tokius aspektus kaip lyčių ir amžiaus lygybė, žmogaus teisės, sveikata ar produktų sauga; ir trečioji sritis, kurios svarbiausi galimi aspektai yra korupcija, tinkamas įmonės teikiamų ataskaitų atskleidimas ar esamos valdybos nepriklausomumas, tai įmonių valdymas. (žr. 1 pav.). Taip pat šio autoriaus atliktame tyrime pasitelkiant Australijos įmones yra pritariama prieš tai minėtų mokslininkų teiginiui bei patvirtinama hipotezė, jog ESG veikla Australijos bendrovėse labiausiai pagerėja iš valdymo pusės, o ne iš socialinės ar aplinkos perspektyvos. Tuo tarpu Mure, Spallone, Mango, Marzioni ir Bittucci (2021) ESG apibūdina kaip veiklą, kuri finansinių institucijų verslo modeliuose tampa vis populiareesnė pastaruoju metu. Atif'as, Liu ir Nadarajah'as (2022) ESG apibūdina kaip puikiai žinomą nefinansinę įmonių informaciją, kuri yra susijusi su aplinkos, socialiniais ir valdymo veiksmiais ir visame pasaulyje sulaukusi daugybės dėmesio iš įvairių specialistų bei įstaigų, kurios atsakingos už informacijos reguliavimą. Rau ir Yu (2023) teigia, jog ESG ir įmonių socialinė atsakomybė (toliau – ĮSA) yra du dažnai naudojami terminai, kuriais siekiama atskleisti įmonių įsipareigojimą didinti vertę suinteresuotoms šalims. Taip pat autoriai tvirtina, kad esminis skirtumas tarp ESG ir ĮSA yra tai, jog šie abu terminai apima daromą aplinkai ir visuomenei poveikį, tačiau valdymo aspektą apima tik ESG. Taip pat mokslininkai išskiria tarp šių dviejų terminų egzistuojantį skirtumą, jog ĮSA yra labiau susijęs su įmonių priimamais vadovavimo sprendimais ir apima verslo modelį, kai tuo tarpu ESG yra labiau susijęs su

investuotojų priimamais sprendimais ir jų požiūriu apie įmonės įgyvendinamus ĮSA tikslus. Be to, autoriai pabrėžia ir tai, jog dažnai įvairioje mokslinėje literatūroje ESG terminas yra pakeičiamas ĮSA terminu, kuomet yra kalbama apie bendrovę. Taip pat yra apibrėžimų, kuriais teigiama, jog ESG apima aplinkos, socialinius ir valdymo standartus, kurie yra laikomi pagrindiniais ir svarbiausiais aspektais ESG struktūroje. Tikimasi, jog bendrovės atskleis šiuos aspektus, pateikdamos nefinansinės veiklos rizikas ir galimybes (Deloitte, 2021). Taip pat yra išryškintas dar vienas ĮSA ir ESG skirtumas, pagal kurį yra teigiama, jog ESG labiau pateikia kiekybinę informaciją, kai tuo tarpu ĮSA atskleidžia labiau kokybinę (Grant Thornton, 2023).

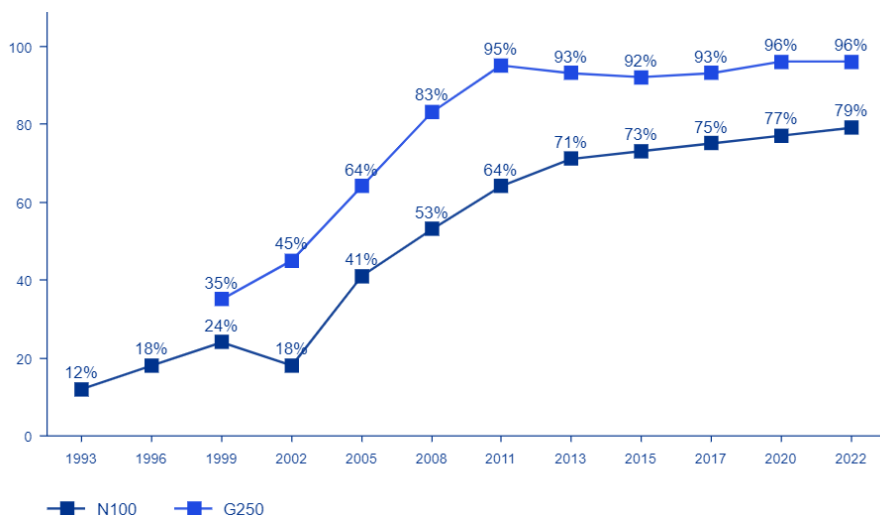


1 pav. ESG sudarančių veiksnių modelis (sudaryta autorės, remiantis Galbreath, 2023)

Taigi, apibendrinant įvairius mokslinius straipsnius, kuriuose apibrėžiama ESG samprata, galima teigti, jog ESG apima tris svarbius kriterijus, tai aplinkos veiksniai, socialiniai bei valdymo. Įmonės pateikdamos visuomenei bendrovės ESG informaciją atskleidžia įvairius faktus, kurie yra susiję su jos išmetamo anglies dioksido kiekiu, naudojamais ištekliais, daroma įtaka klimato kaitai, atliekų valdymu, darbo vietos įvairove, kaip laikomasi darbuotojų teisių ir saugumo reikalavimų. Taip pat teikdamos ESG informaciją suinteresuotoms šalims bendrovės atskleidžia ir tai, koku būdu yra užtikrinamas teikiamos informacijos ir duomenų skaidrumas, tinkamo valdymo įgyvendinimo aspektai bei priemonės, užkertančios kelią korupcijai. Be to, svarbu paminėti, jog valdymo veiksnys daugelyje straipsnių yra išskiriamas kaip vienas svarbiausių. Minėtos informacijos atkleidimas užtikrina didesnį įmonių tvarumą bei veiklos stabilumą ilguoju laikotarpiu. Esminis ESG ir ĮSA skirtumas yra tai, jog ESG apima ne tik aplinkos ir socialinius veiksnius, bet ir valdymo aspektą. Be to, atskleidžiama įmonių ESG informacija yra labiau kiekybinė nei kokybinė ir orientuota į investuotojų priimamus sprendimus.

ESG atskleidimo tendencijos. Bendrovės yra vis dažniau linkusios atskleisti ESG tipo informaciją suinteresuotųjų grupėms. Pastaraisiais dešimtmečiais sparčiai augantis visuomenės susidomėjimas tvarumu paskatino vis daugiau įmonių norėti atskleisti informaciją susijusią su ESG klausimais (Li ir kt., 2018). Bendrovės pastoviai jaučia didelį poreikį iš suinteresuotų asmenų atskleisti informaciją, kuri yra siejama su ESG aspektais, kadangi ši tema pastaruoju metu yra ypač aktuali ir

yra susilaukusi ypatingo viešo susidomėjimo (Conca ir kt., 2021). Šiam teiginiui taip pat pritaria ir Hasnan ir kt. (2023) akcentuodami, kad bendrovėms siekiančioms sukurti ilgalaikio pobūdžio vertę savo suinteresuotoms šalims vis svarbesni tampa tvarumo principai ir esminiai ESG aspektai. Nuolatinę ESG informacijos aktualumo didėjimą ir teikiamų tvarumo ataskaitų augimą atskleidžia ir „KPMG“ atliktas tyrimas (2022), kuriuo buvo siekiama išsiaiškinti tvarumo ataskaitų teikimo tendencijas pasauliniu lygmeniu (žr. 2 pav.).



2 pav. Tvarumo ataskaitų teikimo N100 ir G250 įmonių rodikliai (KPMG, 2022)

Diagrama atspindi tvarumo ataskaitų teikimo tendenciją 1993-2022 laikotarpiu. Tyrimui atlikti buvo pasitelktos 58 šalių įmonės, kurios yra „KPMG“ narės. N100 – tai 100 didžiausių bendrovių pagal metines pajamas iš kiekvienos 58 šalių, taigi bendrai, tai yra 5 800 įmonių. Tuo tarpu G250, tai 250 didžiausių pasaulyje įmonių pagal metines pajamas. Žvelgiant į 250 didžiausių pasaulio organizacijų pagal pajamas rodiklį, matyti, jog G250 įmonių tvarumo ataskaitų teikimas per pastaruosius 10 metų išliko ganėtinai toks pat, nors ir svyruojantis. 2022 m. G250 įmonių tvarumo atskleidimo lygis išliko toks pat kaip ir prieš du metus – 96 proc., tai parodo, jog beveik visos didžiosios pasaulio įmonės nuosekliai teikia tvarumo ataskaitas. „KPMG“ (2022) teigia, jog įmonės, kurios vis dar neatskleidžia su tvarumu susijusios informacijos yra įsikūrusios Kinijoje, todėl manoma, jog tokia šios šalies įmonių tendencija turėtų pasikeisti, kadangi nuo 2022 m. Kinijos biržos įmonėms yra privaloma atskleisti ESG informaciją. Tuo tarpu N100 rodiklis atskleidžia, kad tvarumo ataskaitų teikimas per pastaruosius 10 metų išaugo net 15 proc., iki 79 proc. 2022 m. Taip pat tvarumo ataskaitų teikimo dažnumą išryškina ir tai, jog 2011 m. tik 20 proc. S&P 500 įmonių pranešė visuomenei apie savo tvarumą ir ESG veiklą, tuo tarpu 2022 m. net 98 proc. S&P 500 indekso kompanijų pateikė su ESG susijusią informaciją (McKinsey, 2022). Taigi, pateikti duomenys atskleidžia, jog vis daugiau bendrovių yra linkusios teikti su tvarumu susijusią informaciją visuomenei ir vis daugiau įmonių domisi ir skiria dėmesio ESG klausimų svarbai aptarti. Todėl populiarėjant įmonių ESG informacijos atskleidimui taip pat yra svarbu užtikrinti teikiamos informacijos tinkamumą bei skaidrumą.

Siekiant užtikrinti įmonių teikiamos ESG informacijos kokybę ir tinkamumą yra susiformavęs didelis kiekis įvairių suinteresuotų šalių, kurios sąveikauja tarpusavyje ir sudaro didelę ESG ekosistemą. Šį teiginį patvirtina Jacobides (2018) tvirtindamas, jog ekosistema yra tarpusavyje ryšius išlaikančių veikėjų, kurie priklauso vieni nuo kitų, visuma. ESG ekosistema, sudaryta iš

Taigi, pateiktas žemėlapis išryškina ESG ekosistemos sudėtingumą, kadangi ekosistemos žemėlapis yra sudarytas iš 58 įvairių suinteresuotų šalių, iš kurių kai kurios palaiko tarpusavio ryšius darydamos teigiamą įtaką įmonių atskleidžiamos ESG informacijos teikimui, jos panaudojimui bei duomenų bazei.

1.2. Aplinkosaugos, socialinės ir valdymo informacijos reguliavimas

Skirtingos įmonės ESG informacijos atskleidimą gali suprasti įvairiai ir pateikti skirtingą, ne visuomet tinkamą ar aktualią informaciją. Specialios organizacijos siekdamos užtikrinti tinkamų ir kokybiškų ESG duomenų atskleidimą rengia įvairius reguliavimus ir direktyvas, kurių privalo laikytis tam tikro dydžio įmonės ir kuriais yra siekiama užtikrinti, jog bendrovių atskleidžiama tvarumo informacija būtų tinkamo pobūdžio.

Rezaee, Homayoun'as, Porsoleyman'as ir Rezaee (2023) nagrinėdami laikotarpį iki 2014/95/ES direktyvos priėmimo ir laikotarpį po šios direktyvos priėmimo bei palygindami Europos Sąjungos (ES) įmonių atskleidžiamą tvarumo informaciją su JAV įmonių teikiama tvarumo informacija išskyrė keletą svarbių aspektų. Pirmiausia tyrimo rezultatai parodė, jog iki direktyvos priėmimo ES bendrovės atskleidė daugiau ESG informacijos nei įmonės JAV. Tuomet po direktyvos priėmimo išsiaiškinta, jog ES įmonių ESG informacijos atskleidimo lygis taip pat buvo aukštesnis nei JAV bendrovių. Galutiniai tyrimo rezultatai, palyginus ES įmonių informacijos atskleidimo lygį prieš ir po direktyvos, atskleidė, jog po priimtą direktyvos, ES įmonių ESG atskleidimo lygis tapo dar didesnis nei prieš direktyvą lyginant su JAV kompanijomis. Taigi, direktyvų ir reglamentavimų priėmimas yra pasiteisinusi priemonė, kuri užtikrina didesnę ESG informacijos atskleidimą.

Skirtingos organizacijos ir institucijos rengia įvairius reguliavimus, kuriais nustato taisykles, standartus ir reikalavimus įmonėms, atskleidžiančioms informaciją, susijusią su aplinkai, socialiniams ir valdymo aspektams daromu poveikiu. Parengti ESG informacijos atskleidimo reguliavimai gali būti privalomo arba rekomenduojamo tipo siekiant garantuoti visuomenei pateikiamos informacijos kokybės lygį, tinkamumą bei skaidrumą. Nėra vieno visuotinai pripažinto standarto ar reguliavimo. Keletas daugumos pripažintų ir plačiai naudojamų ataskaitų rengimų standartų ir iniciatyvų yra GRI, SASB ir TCFD. GRI, tai tarptautinė nepriklausoma standartų organizacija, kuria remiantis bendrovėms ar valstybinėms institucijoms yra suteikiama pagalba suvokti jų daromą poveikį aplinkai, socialiniams ir valdymo veiksniams bei tinkamai parengti ataskaitas. GRI yra žinoma kaip plačiausiai naudojama sistema, kurią taiko daugelis pasaulio įmonių, taip pat ji yra labiausiai paplitusi tarp 250 didžiausių pasaulio bendrovių. SASB, tai tvarumo apskaitos standartų taryba, kuri yra labiau orientuota į standartų sistemos parengimą konkrečiam sektoriui ar pramonės šakai. Šios organizacijos pagrindinis tikslas yra padėti viešai akcijomis prekiaujančioms bendrovėms tinkamai atskleisti visuomenei ESG informaciją, kuri būtų reikšminga įmonės finansiniams pasiekimams. TFCF - tai darbo grupės, kurios skatina įmones atskleisti finansinę informaciją, susijusią su klimatu. Šios institucijos parengti standartai skatina įmones pateikti pastarąją informaciją, bei kokią poveikį tai daro bendrovės veiklai, finansinei būklei, rezultatams ir pelningumui ilguoju laikotarpiu. TCFD neįpareigoja bendrovių atskleisti šią informaciją, tačiau tai yra ypatingai naudinga kredito įstaigoms bei draudimo bendrovėms (Bloomberg Law, 2022).

Pastaruosiu metu Europos Sąjungoje ypatingai daug dėmesio susilaukia Įmonių tvarumo ataskaitų teikimo direktyva (CSRD), papildanti 2014/95/ES direktyvą, kuri dar yra žinoma kaip nefinansinės

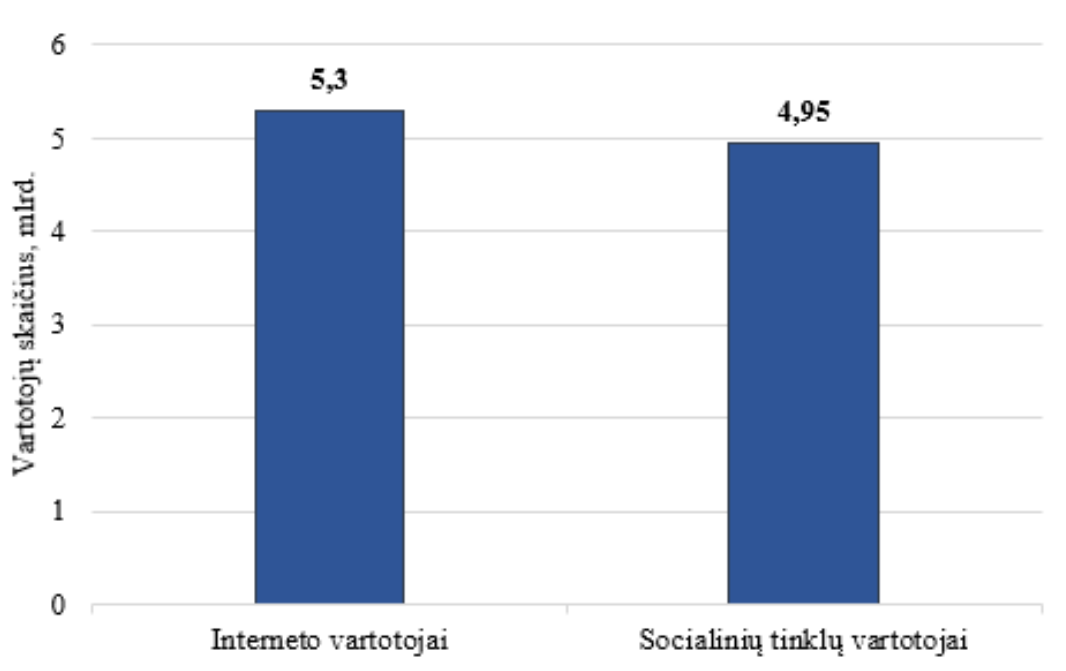
informacijos atskleidimo direktyva. Tvarumo ataskaitų aukštos kokybės užtikrinimas, siekimas paskatinti įmones užsiimti ESG praktika ateityje bei galimybės suinteresuotoms šalims palyginti skirtingų bendrovių veiklos rezultatus buvo pagrindinis NFRD tikslas (Gaweda, 2021). Ši direktyva įpareigoja dideles viešo intereso įmones, kurių vidutinis darbuotojų skaičius viršija 500 žmonių, atskleisti nefinansinę informaciją, kuri yra susijusi su ESG našumu. Tačiau anksčiau atlikti tyrimai atskleidė (Gaweda, 2021), jog NFRD nepakanka ir ji turėtų būti privaloma didesniai bendrovių skaičiui. Būtent dėl priimtos naujos CSRD bendrovių sritis, kuriai bus taikomi reguliavimai, padidės, kadangi įmonių skaičius prasiplės didelėmis kompanijomis, kurioms iki šiol nebuvo taikoma NFRD, taip pat mažomis ir vidutinėmis įmonėmis, nesudėtingomis kredito ir draudimo įmonėmis bei 150 mln. Eur. grynąją apyvartą viršijančiomis trečiųjų šalių bendrovėmis (Europos Sąjungos Taryba, 2022). ESG informacijos atskleidimas įvairaus dydžio įmonėms pagal CSRD išsiskaido į keletą etapų. Nuo 2024 metų bendrovės, kurios jau prieš tai privalėjo teikti ataskaitas pagal NFRD, privalės 2025 metais pateikti ataskaitą parengtą pagal CSRD. Tuo tarpu nuo 2025 metų pagal CSRD ataskaitas privalės teikti įmonės, kurioms anksčiau nebuvo privaloma teikti ESG ataskaitas pagal NFRD. Šios įmonės už 2025 metus teiks ataskaitas 2026 metais, jei atitiks mažiausiai du iš trijų reikalavimų: bendrovėje dirba daugiau nei 250 darbuotojų, įmonės metinė apyvarta siekia 40 mln. Eur. ir turimo turto vertė siekia 20 mln. Eur. Nuo 2026 metų naujasis standartas bus taikomas mažoms ir vidutinėms įmonėms, kurios yra ES reguliuojamose rinkose ir taip pat atitinka bent du iš trijų reikalavimų: įmonėje dirba daugiau nei 10 darbuotojų, bendrovės grynoji apyvarta siekia daugiau nei 700 tūkst. Eur., turimas turtas viršija 350 tūkst. Eur. Vis dėlto, jei bendrovė turės mažiau nei 10 darbuotojų ar jos vertė nesieks 2 mln. Eur., tai tokioms įmonėms CSRD nebus taikoma. Taip pat svarbus aspektas yra tai, jog mažos ir vidutinės įmonės nuo 2026 metų privalės rinkti ir teikti ataskaitas pagal naują direktyvą, tačiau pareiškusios norą iki 2028 metų galės atsisakyti tai daryti. Paskutinis – ketvirtas etapas, pagal kurį direktyva nuo 2028 metų bus taikoma bendrovėms, kurios atitinka šiuos ribojimus: įmonės grynoji vertė siekia 150 mln. Eur. ir bent vienas filialas ar dukterinė įmonė yra ES teritorijoje (PwC, 2022). Naująją Europos Komisijos parengta direktyva siekiama užtikrinti nuoseklų ESG informacijos atskleidimą pagal parengtą Europos tvarumo ataskaitų teikimo standartą (ESRS). Naujasis standartas yra sudarytas iš 12 standartų, iš kurių pagal pirmus du įmonės privalės atskleisti bendro pobūdžio informaciją, susijusią su strategija, bendrais principais ir atskleidimu. Kiti 5 standartai yra susiję su aplinkosauga: tai ekosistemos, klimato kaita, vandens išteklių, tarša, naudojami išteklių ir žiedinė ekonomika. Toliau 4 standartai yra susiję su socialiniais aspektais: tai darbo jėga, poveikis visuomenei, klientai ir darbuotojai vertės grandinėje. Su valdymo aspektu yra susijęs vienas standartas, pagal kurį įmonės turės atskleisti informaciją, susijusią su verslo elgesiu (PwC, 2023). Pateikiama tvarumo informacija privalės būti išsamesnė, kadangi suinteresuotos šalys susidurdavo su problema, jog tvarumo ataskaitose yra pateikiama netinkama informacija arba jos pateikiama labai mažai. Taip pat siekiama užtikrinti, jog suinteresuotos šalys galėtų palyginti bendrovių pateiktą informaciją ir priimti tinkamus investicinius sprendimus (Tenuta ir Cambre, 2022). Be to, atnaujinta direktyva siekiama užtikrinti informacijos, susijusios su aplinkosauga, socialine atsakomybe ir valdymu, patikimumą, todėl įmonių pateiktas tvarumo ataskaitas privalės patikrinti auditoriai. Europos Komisija rengdama CSRD siekia, jog teikiamos nefinansinės informacijos ataskaitos būtų tokios pat svarbios kaip ir finansinės (Tenuta, Cambre, 2022). ESG informacija privalės būti įtraukta į valdymo ataskaitas, o nebe į metinę ataskaitą pagal NFRD, taip pat tvarumo ataskaitos privalės būti pateiktos elektroniniu, o nebe PDF formatu (KPMG, 2023). Vis dėlto svarbu paminėti ir tai, jog CSRD papildo Tvaraus finansų atskleidimo reglamentą (toliau SFDR), pagal kurį yra privaloma atskleisti tvarumo informaciją ne tik organizacijos lygmeniu, tačiau ir paslaugų bei teikiamų

produktų lygiu. Šis reglamentas yra skirtas finansų rinkos dalyviams bei įstaigoms (PwC, 2023). Pastarąjį naujoji Europos Komisijos direktyva papildo tuo, jog tam tikra pateikta dalis informacijos pagal CSRD privalo būti atskleista ir pagal SFRD. Taip pat dar vienas svarbus aspektas, kuria remiasi CSRD ir SFRD, yra ES taksonomija, suteikianti galimybę tiek nefinansinėms, tiek finansinėms įmonėms turėti vieną apibrėžimą, kuris apibūdina, kokia ekonominė veikla yra laikoma tvaria iš aplinkos perspektyvos (Europos Komisija, 2023). Pagal ES taksonomijos reglamentą, kad įmonė, jos gaminamas produktas ar paslauga būtų įvardijama kaip tvari ekonominė veikla, bendrovė turi prisidėti bent prie vieno taksonomijos išskirto aplinkosaugos tikslo ir nepažeisti kitų: mažinti neigiamą klimato kaitą, prisitaikyti prie vykstančių klimato pokyčių, tvariai naudoti vandens išteklius, remtis žiedine ekonomika, mažinti taršą ir saugoti ekosistemas bei biologinę įvairovę (European Commission, 2023). Pagal naują direktyvą (CSRD) šiuos aplinkosaugos tikslus įmonės turi atskleisti savo tvarumo ataskaitose taikant ESRS reikalavimus. Šie trys reguliavimai yra tarpusavyje susiję, kadangi ES taksonomija apibrėžia, kokios įmonės yra tvarios. Tuo tarpu CSRD ir SFRD pritaiko šiuos taksonomijos kriterijus tvarumo ataskaitose atskleidžiant ESG informaciją. Tiksliau CSRD aplinkos atskleidimo standartai yra susieti su ES taksonomijos aplinkosaugos tikslais, o tuo tarpu SFRD šiuos tikslus atskleidžia iš įmonių teikiamų ataskaitų pagal CSRD. Taigi, įvairios institucijos ir organizacijos stengiasi nuolat tobulinti standartus ir imasi įvairių veiksmų, kad užtikrintų tinkamos ESG informacijos atskleidimą tvarumo ataskaitose, jos skaidrumą ir patikimumą. Taip pat organizacijos rengdamos įvairius standartus, teisės aktus, reguliavimus bei direktyvas skatina įmones atskleisti su ESG susijusią informaciją ir imtis veiksmų kovojant prieš klimato kaitą bei tapti tvariomis. Vis dėlto, tokios organizacijos kaip Europos Komisija labiau orientuojasi į nefinansinės informacijos ataskaitų reguliavimą užmiršdamos, jog suinteresuoti asmenys su ESG susijusių naujienų ieško ir kituose informacijos atskleidimo kanaluose.

1.3. Socialinė medija kaip kanalas aplinkosaugos, socialinės atsakomybės ir valdymo naujienoms atskleisti

Visuomenėje tvarumo tema vis populiarėja, todėl žmonės sąmoningėja, yra labiau linkę į atsakingą išteklių valdymą ir į aplinkos apsaugą, mažinant neigiamą poveikį jai. Organizacijos taip pat imasi veiksmų siekdamos sumažinti savo daromą neigiamą poveikį aplinkai. Be to įmonės jaučia didelį spaudimą iš išorės atskleisti informaciją, susijusią su ESG veikla, kokių veiksmų bendrovės imasi siekdamos sumažinti daromą neigiamą poveikį aplinkai, kadangi visuomenė yra vis labiau linkusi rinktis tvarius produktus. Suinteresuoti asmenys su ESG susijusių naujienų ieško per įvairius informacijos kanalus. Vienas pagrindinių ESG informacijos šaltinių yra tvarumo ataskaitos, taip pat patikima informacija yra atskleidžiama ESG reitingų agentūrų, įvairių finansinių platformų ar tvarumo iniciatyvų organizacijų. Tačiau žmonės, ypač jaunoji karta, yra linkę naudotis socialine medija kaip informacijos kanalu, kuriame greitai galima rasti reikiamos informacijos ir nereikia skaityti didelės apimties tvarumo ataskaitų. Bryl'as ir Supino (2022) teigia, jog ESG informacija, kuri yra teikiama suinteresuotoms šalims tradicinėse tvarumo ataskaitose, yra vėluojanti ir skelbiama vieną kartą metuose, taip pat tvarumo ataskaitos yra parengiamos pasitelkiant vienpusę informacijos teikimo formą. Tuo tarpu socialinė medija yra naudingas kanalas tvarumo informacijai atskleisti, kadangi šioje platformoje yra galimas tarpusavio bendravimas tarp įmonės ir suinteresuotų šalių, o teikiama informacija yra naujesnė nei vienerių metų senumo. Amin, Mohamed'as ir Elragal' as (2021) tvirtina, kad socialinė medija kaip kanalas ESG informacijai atskleisti pateikti yra unikali priemonė, kadangi bendrovės atskleisdamos tvarumo informaciją socialinėje medijoje įgyja pranašumą prieš organizacijas, kurios to nedaro. Taip pat autoriai

išryškina socialinės medijos svarbą, kaip įrankį bendrovei komunikuoti su visuomene realiuoju metu. Hernandez’as, Escolano, Juanatas ir Elvambuela (2022) taip pat pritaria prieš tai minėtai autorių minčiai, jog socialinė medija yra puiki priemonė platinti su ESG susisijusią informaciją, kadangi tokiu būdu įmonės gali greičiau pasiekti savo vartotojus, kuriems yra svarbus tvarumas, bei stiprinti santykius su jais. Taip pat autoriai teigia, jog įmonės, kurios yra linkusios skleisti tvarumo informaciją per socialinę žiniasklaidą, labiau tikėtina, jog palaikydamos glaudžius ryšius su suinteresuotomis šalimis pasieks didesnę bendrovės pelningumą. Kai kurie mokslininkai teigia, jog vis labiau populiarėjant socialinei žiniasklaidai kaip įrankiui ESG informacijai pateikti, kyla tikimybė, jog tradicinės tvarumo ataskaitos gali prarasti suinteresuotų asmenų susidomėjimą (Miller ir Skinner, 2015). Įmonių atskleidžiamos aplinkosaugos, socialinės ir valdymo informacijos paieška socialinėje medijoje tampa vis labiau populiare, kadangi 2019 m. visuomenė net penkis kartus daugiau ieškojo ESG informacijos internetinėje platformoje nei anksčiau (McKinsey Sustainability, 2022). Socialinės medijos populiarumą išryškina ir Russo, Schimpera, Lombardis bei Ruggiero (2022) teigdami, jog socialinė žiniasklaida, populiarėjant skaitmeninei transformacijai, tampa vis labiau naudojama ESG informacijai atskleisti, kadangi didžioji dalis pasaulio gyventojų naudojami įvairiomis socialinėmis medijomis, tokiomis kaip „Twitter“ ar „Facebook“. Tai pagrindžia ir „Statista“ (2023) pateikti duomenys, kurie atskleidžia, jog net 5,3 mlrd. žmonių naudojami internetu, iš kurių 4,95 mlrd. vartotojų naudojami įvairiais socialiniais tinklais – tai yra daugiau nei pusė pasaulio gyventojų (žr. 4 pav.).



4 pav. Socialinės medijos ir interneto naudotojų skaičius visame pasaulyje 2023 m. (Statista, 2023)

Taigi, socialinė medija yra vis labiau naudojamas informacijos kanalas įmonių ESG naujienoms atskleisti, kadangi bendrovės jaučia nuolatinį spaudimą iš visuomenės tai daryti. Taip pat atskleidžiamą informaciją suinteresuotoms šalims organizacijos siekia išlaikyti artimus ryšius. Mokslininkų atliktą literatūros analizę, kuri atskleidžia socialinės medijos populiarumą, papildoma surinkti duomenys, kurie parodo, jog didžioji dalis pasaulio naudojami šiuo informacijos atskleidimo kanalu. Galima teigti, jog socialinė medija yra naudingas, informatyvus ir nuolatos populiarėjantis komunikacijos kanalas tarp organizacijos ir suinteresuotų šalių, kai tuo tarpu tradicinėms tvarumo ataskaitoms trūksta interaktyvumo ir informacijos atskleidimo realiuoju laiku.

1.4. Aplinkosaugos, socialinės ir valdymo informacijos atskleidimo problematika

Didėjant poreikiui atskleisti ESG informaciją, išaugo ir šių duomenų atskleidimas ne tik tradiciniuose informacijos kanaluose – tvarumo ataskaitose, bet ir socialinėje medijoje. Iš standartų perspektyvos pagrindinis skirtumas yra tai, jog tvarumo ataskaitos yra reguliuojamos visuotinai priimtų reikalavimų, kurie yra nuolatos koreguojami ir tobulinami siekiant užtikrinti aukštą atskleidžiamos tvarumo informacijos kokybę, patikimumą bei palyginamumą. Tuo tarpu socialinėje medijoje pateikiama tvarumo informacija nėra reguliuojama, nepaisant to, kad socialinė medija kaip tvarumo informacijos atskleidimo kanalas yra vis labiau populiarėjantis tarp suinteresuotų šalių.

Amin, Ali ir Mohamed'as (2022) teigia, jog dėl nuolatos populiarėjančio tiek bendrovių, tiek vartotojų naudojimosi socialine medija, šis informacijos atskleidimo kanalas pastaruoju metu buvo priimtas kaip platforma atskleisti su tvarumu susijusius duomenis. Lyginant tradicines tvarumo ataskaitas su socialine medija, pastarasis informacijos atskleidimo būdas bendrovėms leidžia suinteresuotuosius asmenis pasiekti greičiau, efektyviau ir lengviau (Amin ir Mohamed, 2022). Dėl to socialinė medija yra apibūdinama kaip reikšminga ir galinga platforma organizacijoms atskleisti aktualią informaciją. Socialinės medijos problema, apie kurią dažnai diskutuojama, yra teikiamos informacijos patikimumo ir pasitikėjimo klausimas (Pavliček ir Doucek, 2015). Autorių tvirtinimu informaciją, kurią įmonės pateikia socialinėje medijoje, yra ganėtinai lengva sukurti, taip pat pateikti duomenys gali būti melagingi bei klaidinti vartotojus. Taip pat informacijos reguliavimo trūkumą socialinėje medijoje išryškina ir Habes'as ir kt. (2023) teigdami, jog nepaisant to, kad socialinė medija yra tapusi viena svariausių informacijos atskleidimo platformų pastaruoju laikotarpiu, tačiau socialinė medija yra kaltinama prastu turinio kontroliavimu, pasitaikančia netikra informacija ir dezinformacija, kuri gali turėti neigiamos įtakos socialinės medijos patikimumui bei visuomenės požiūriui į tvarumą ilguoju periodu. Be to, autoriai pabrėžia, jog dezinformacija gali būti netyčinė, tačiau vis tiek padidinti netinkamos informacijos atskleidimą. O „EY“ (2023) atliktame tyrime paaiškėjo, jog 51 proc. Z kartos ir 44 proc. alfa kartos atstovų pasikliauja socialine medija, siekiant gauti informacijos apie tvarumą. Tačiau „EY“ taip pat teigia, jog socialinė medija kaip tvarumo informacijos atskleidimo šaltinis yra mažiausiai patikimas. Tuo tarpu Tsagas ir Villiers (2020) teigia, jog yra būtinas stipresnis įmonių atskleidžiamos tvarumo informacijos kontroliavimas tvarumo ataskaitose, kadangi būtina sumažinti bendrovių galimybę rinktis standartus, pagal kuriuos jos teikia tvarumo informaciją, kadangi dėl šios priežasties informacijos pateikime atsirado sutapimų, prieštaravimų, painiavos, nenuoseklumo bei teikiamos informacijos pertekliaus. Pagal naujosios Europos Komisijos CSRD reikalavimus įmonių teikiamos ataskaitos bus audituojamos nepriklausomos trečiosios šalies, o pačias ataskaitas tampa privaloma rengti pagal naujuosius ESRS reikalavimus užtikrinant dar didesnę ataskaitų kokybę ir jų palyginamumą. Todėl yra svarbu nagrinėti ESG informacijos atskleidimą socialinėje medijoje, kurioje nėra nustatyta konkrečių informacijos reguliavimo standartų, ir tvarumo ataskaitoje, kurioje informacijos reguliavimas pastaraisiais metais tik dar labiau sustiprėjo, todėl svarbu palyginti ESG informacijos atskleidimą tarp socialinės medijos ir tvarumo ataskaitų bei proaktyviai įvertinti, ar pateikta informacija atitinka dabartinius standartus.

Taip pat svarbu išryškinti, jog įmonės siekdamas sudaryti geresnį įvaizdį apie ESG vykdomas veiklas suinteresuotoms šalims skleidžia melagingą, geresnę situaciją atspindinčią informaciją nei yra iš tiesų. Didėjantis įmonių atskleidžiamos ESG informacijos kiekis ir išaugęs suinteresuotų asmenų susidomėjimas ja, taip pat lėmė ir padidėjusį kiekį žaliojo plovimo atvejų. Pastarasis apibūdinimas kaip pranešimai, kuriais yra klaidinama visuomenė, siekiant teigiamos nuomonės apie

bedrovės ESG veiklą. Tačiau suinteresuotoms šalims tampa sunku atskirti įmonių teikiamą skaidrią ir teigiamą informaciją nuo melagingos (Torelli, Balluchi ir Lazzini, 2020). Panašų žaliojo plovimo apibrėžimą pateikia ir Yu, Luu ir Chen (2020) teigdami, jog žaliuoju plovimu siekiama sudaryti skaidrų bendrovių įvaizdį prieš suinteresuotas šalis, atskleidžiant didelius duomenų kiekius apie ESG, kurie nėra teisingi. Autorių teigimu žaliojo plovimo grėsmė aplinkos, socialinių ir valdymo naujienoms, pateiktoms tvarumo ataskaitose, kyla dėl to, jog jos yra neaudituojamos, todėl informacija gali būti nepatikima naudoti suinteresuotoms šalims siekiant atlikti investicinius sprendimus. Žaliojo plovimo galimybė socialinėje žiniasklaidoje išryškinama (Kwon, Lee, Wang ir Diwanji, 2023) kaip pasekmė dėl didėjančio tvarumo informacijos atskleidimo poreikio iš suinteresuotų šalių, kadangi įmonės siekdamos atrodyti ekologiškomis visuomenės akyse vis daugiau skelbia žaliąją reklamą socialinėje medijoje, tačiau tai taip pat padidina žaliojo plovimo tikimybę. Jis nebūtinai turi būti sąmoningas ir iš anksto suplanuotas įmonės veiksmas, kadangi pasitaiko atveju, kuomet žaliojo plovimas gali atsirasti dėl netyčinių veiksmų, kai įvyksta nesusikalbėjimas tarp suinteresuotų šalių įmonės viduje. Taip pat anksčiau mokslininkų atliktas tyrimas parodė (Kwon, Lee, Wang ir Diwanji, 2023), jog socialinėje medijoje atskleista žalioji reklama daugiau yra klaidinanti nei atskleidžianti tiesą, taip gali atsitikti dėl to, kad socialinėse platformose pateikiama informacija yra ribojama žodžių skaičiaus limitu. Taigi, žaliojo plovimo grėsmė iki šiol buvo ganėtinai sunku sukontroliuoti, kadangi teikiamos tvarumo ataskaitos nebuvo audituojamos, o socialinė medija kaip įrankis atskleisti su ESG susijusią informaciją yra nuolatos populiarėjantis, tačiau šiam informacijos atskleidimo kanalui nėra nustatyta jokių visuotinai pripažintų reguliavimų.

Vis dėlto, žvelgiant iš mokslinės literatūros perspektyvos įmonių ESG atskleidimas tiek bendrovių teikiamose ataskaitose, tiek socialinėje medijoje yra ganėtinai plačiai išnagrinėtas. Tačiau svarbu pabrėžti, kad tvarumo informacija kaip objektas yra dinamiškas ir kompleksinis. Ankstesni tyrimai daugiau orientavosi į ĮSA informaciją. Uyar'as, Karaman'as ir Kilic'as. (2020) tyrė ryšį tarp ĮSA našumo ir ĮSA ataskaitų teikimo. Amin ir kt. (2022) nagrinėjo ĮSA atskleidimą socialinėje medijoje – „Twitter“. Šių mokslininkų darbai atskleidžia, jog panašūs tyrimai analizuojant įmonių socialinę atsakomybę yra atliekami tiriant tiek ataskaitas, tiek socialinę mediją. Pavliček'as ir Doucek'as (2015) atliko tyrimą, kuriame nagrinėjo, kaip bendrovės siekdamos atskleisti ĮSA informaciją naudojami socialine medija. Taip pat tirdami socialinę mediją ir tvarumo informaciją Arrigo, Di Vaio, Hassan'as ir Palladino (2022) atliko tyrimą nagrinėdami socialinės medijos ir jos vartotojų daromą įtaką įmonių socialinės atsakomybės atskleidimui. Zhong'as ir Wang (2023) atliko tyrimą, kuriame lygino informaciją pateiktą tvarumo ataskaitose su socialinėje medijoje pateiktais duomenimis. Šio tyrimo rezultatai atskleidė, kiek valdymo ir aplinkosaugos informacijos bendrovės atskleidžia tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje, rečiau nagrinėjant kaip ir kokia informacija yra atskleidžiama. Tiek socialinėje medijoje, tiek tvarumo ataskaitose ISA atskleidimo įvairių tyrimų atliko ir daugelis kitų autorių – Yang, Basile ir Letourneau (2018), Corciolani, Nieri ir Tuan (2020), Ramananda ir Athau (2020), Saxton'as, Ren ir Guo (2021), Lee, Chung (2023). Tačiau įmonių socialinė atsakomybė apima socialinį ir aplinkosaugos aspektą bei daromą įmonės indelį ir veiklos pasekmes, kai tuo tarpu ESG apima ne tik aplinkosaugos ir socialinį aspektą, bet ir valdymo, kurie bus tiriami tolesnėje darbo dalyje.

Apibendrinant galima teigti, jog įmonių atskleidžiamos ESG informacijos kiekis nuolatos auga. Taip yra dėl to, jog bendrovės sulaukia didelio spaudimo iš visuomenės atskleisti tvarumo informaciją. Taip pat įvairios institucijos ir organizacijos rengia standartus, pagal kuriuos tam tikros

įmonės privalo teikti su ESG susijusią informaciją, nors yra bendrovių, kurios savanoriškai teikia šią informaciją, matydamos, jog tai teikia naudos bendrovei: didinamas jos pelnas, pelningumas, vertė bei konkurencingumas ir reputacija rinkoje. Didėjant tvarumo ataskaitų kiekiui reguliuojančios organizacijos imasi veiksmų, siekdamos dar labiau užtikrinti teikiamos informacijos skaidrumą bei tinkamumą. Tačiau šios institucijos orientuojasi tik į tvarumo ataskaitų kontroliavimą, užmiršdamos, jog su ESG susijusi informacija yra atskleidžiama ir kitais komunikacijos kanalais, kuriais visuomenė yra linkusi plačiai naudotis. Socialinė medija yra nuolatos populiarėjantis informacijos atskleidimo kanalas, daugiau nei pusė pasaulio gyventojų naudojami socialine medija ir net penkis kartu daugiau nei anksčiau ieško informacijos susijusios su ESG. Tačiau populiarėjant ESG informacijos atskleidimui taip pat didėja ir žaliojo plovimo grėsmė, kadangi kompanijos siekia atrodyti ekologiškesnės suinteresuotų asmenų akyse nei yra iš tiesų. Taigi, pastaruju metu didėjant ESG informacijos atskleidimo kiekiui, populiarėjant socialinei medijai, kyla grėsmė, jog žaliojo plovimas ir dezinformacija vis labiau vystysis ir nebus sukontroliuota socialinėje medijoje, kadangi specialios institucijos ir organizacijos orientuojasi į tvarumo ataskaitų reguliavimų rengimą ir užmiršta apie socialinėje platformoje pateiktą informaciją, kuria vis labiau pasikliauja žmonės, o ypač jaunimas. Todėl svarbu analizuoti abu šiuos informacijos kanalus kaip vieną, kuris yra reguliuojamas ir standartai nuolatos koreguojami bei kitas informacijos kanalas, kuriame atskleistas turinys nėra kontroliuojamas.

2. Aplinkosaugos, socialinės atsakomybės ir valdymo informacijos atskleidimo skirtinguose kanaluose teoriniai sprendimai

Šiame skyriuje analizuojami veiksniai, kurie gali paveikti įmones atskleisti su ESG susijusią informaciją, kokius duomenis bendrovės atskleidžia teikdamos tvarumo ataskaitas pagal kiekvieną ESG aspektą atskirai – aplinkosaugos, socialinį ir valdymo. Taip pat pateikiama išsami ESRS reikalavimų analizė.

2.1. Veiksniai skatinantys aplinkosaugos, socialinės ir valdymo informacijos atskleidimą

Verslo kontekste yra įvairių veiksnių, kurie gali daryti teigiamą ar neigiamą įtaką ESG informacijos atskleidimui visuomenei. Pasak Hasnan ir kt. (2023) veiksniai, paveikiantys bendrovės ESG informacijos atskleidimą, yra įmonės dydis, skolinto kapitalo pasitelkimas bendrovės pelniui padidinti, moterys valdybos narių pareigose, organizacijos pelningumas bei išoriniai nariai audito komitete. Įmonės dydis teigiamai veikia ESG informacijos atskleidimą, kadangi didelės kompanijos, kurios yra labiau žinomos visuomenės, jaučia didesnę spaudimą iš suinteresuotų šalių atskleisti įmonės nefinansinę informaciją ir imtis veiksmų kovojant su klimato kaita nei bendrovės, kurios yra mažesnės. Tokia pati situacija yra ir su įmonės pelningumu, kadangi įmonės, turinčios didesnę pelningumą, jaučia iš visuomenės spaudimą atskleisti su ESG susijusią informaciją, tokiu būdu pateisindamos savo veiksmus. Be to yra tikimasi, jog pelningos įmonės skirs daugiau išteklių ir investuos į ESG informacijos atskleidimą. Finansinis svertas paveikia informacijos atskleidimą dėl to, jog bendrovės, kurios yra labiau linkusios savo pelną didinti pasitelkiant skolintą kapitalą, patiria iš kreditorių daugiau spaudimo atskleisti ESG informaciją, kuri užtikrintų įmonės skaidrumą ir sėkmingą verslą ateityje. Vis dėlto, kompanijos, kurios atskleidžia aukštos kokybės ir skaidrią tvarumo informaciją, yra labiau patrauklios kredito įstaigoms, taip pat bankai yra linkę tokioms įmonėms pasiūlyti naudingesnes paskolos sąlygas (Hummel ir Schlick, 2016). Moterų vaidmuo įmonės ESG informacijos atskleidime yra paremtas jų didesniu jautrumu moraliniams ir klimato kaitos problemoms, todėl moterys esančios valdybos narėmis gali daryti teigiamą įtaką savanoriškam bendrovių ESG informacijos atskleidimui (Hasnan ir kt., 2023). Wan, Hong, Liu ir Cui (2023) atskleidžia, jog vadovaujančias pareigas užimantys asmenys, kurie turi aukštesnį išsilavinimą, yra labiau linkę atskleisti informaciją, susijusią su ESG, ir jos atskleidimui daryti didesnę teigiamą poveikį. Aukštesnį išsilavinimą turintys vadovai daro didesnę įtaką socialinės informacijos atskleidimui, tačiau su aplinka susijusios informacijos atskleidimui vadovų išsilavinimas neturi labai didelės įtakos. Taip pat svarbų aspektą ESG atskleidimui ir informacijos rezultatų gerinimui išryškina Liu, Cifuentes-Faura, Zhao ir Wang'as (2024) teigdami, jog vyriausybės dėmesys aplinkai prisideda prie įmonių skatinimo atskleisti su ESG susijusią informaciją, nors tai taip pat priklauso ir nuo to, ar bendrovės generalinis direktorius turi patirties, susijusios su ekologija, kadangi tokie vadovai yra labiau linkę atkreipti dėmesį į kylančias tvarumo problemas. Yustin ir Suhendah (2023) tvirtina, jog organizacijos amžius daro teigiamą ir reikšmingą įtaką įmonių ESG informacijos atskleidimui, tuo tarpu pelningumas ir rizika daro neigiamą įtaką nefinansinės informacijos atskleidimui. Atitinkamai vieno veiksnio įtaka yra nereikšminga, tuo tarpu pelningumo veiksnio – reikšminga. Šių autorių gauti rezultatai prieštarauja Hasnan ir kt. (2023) atliktam tyrimui. Be to, pagrindinis veiksnys, kuris lemia ESG informacijos pateikimą, yra direktyvos ir reglamentai, dėl kurių ESG atskleidimas tam tikroms įmonėms tampa privalomas. Taigi, mokslinių straipsnių analizė atskleidė, jog veiksniai, darantys įtaką bendrovės ESG informacijos atskleidimui, yra įmonės dydis, jos amžius, suinteresuotų asmenų spaudimas, moterys valdybos pozicijose, finansinis svertas, vadovų išsilavinimo lygis bei vyriausybės dėmesys aplinkai.

Be to, pelningumo veiksnys yra dvejopas, kadangi yra mokslininkų, kurie tvirtina, jog šis rodiklis teigiamai veikia ESG informacijos atskleidimą, bet yra ir mokslininkų, teigiančių priešingai. Tačiau svarbiausia priemonė, skatinanti ESG informacijos pateikimą, yra direktyvos ir reguliavimai.

Įmonės yra linkusios atskleisti ESG informaciją ne tik dėl veiksmų, darančių joms įtaką, ar direktyvų, dėl kurių ESG informacijos atskleidimas tampa privalomas, tačiau ir dėl to, jog bendrovės pateikdamos nefinansinę informaciją suinteresuotoms šalims gauna naudos. Įmonių atskleidžiama skaidri ESG informacija yra tiesiogiai susijusi ir skatina didesnę verslo pelningumą bei pelną. Vis dėlto, nagrinėjant atskirai aplinkos, socialinius bei valdymo veiksmus išsiaiškinta, jog valdymo aspekto ryšys tarp bendrovės rinkos vertės yra neigiamas (Conca, Manta, Morrone ir Toma, 2021). Taip pat yra išryškinama dar viena ESG informacijos atskleidimo nauda (Li, Gong, Zhang ir Koh, 2018) tai, jog egzistuoja ryšys tarp didesnio ESG informacijos pateikimo ir bendrovės vertės, kadangi įmonės atskleisdamos daugiau skaidrios ir patikimos tvarumo informacijos įgauna didesnę visuomenės pasitikėjimą, o tai teigiamai veikia įmonės vertę. Visuomenės informuotumą naudą patvirtina ir Arayssi, Jizi ir Tabaja (2020) tvirtindami, jog bendrovės aplinkosaugos ir socialinės atsakomybės informacijos atskleidimas visuomenei padidina jos lojalumą įmonės prekiniam ženklui, taip pat sumažina išlaidas kapitalo išdavimui bei didina visuomenės informuotumą apie organizacijos daromą teigiamą poveikį, dėl ko atitinkamai tai padidina bendrovės pajamas bei gaunamą grąžą. ESG informacijos atskleidimo nauda taip pat yra akcentuojama teigiant (Mohammad ir Wasiuzzaman, 2021), jog dėl įmonės prisiimamos su tvarumu susijusios atsakomybės bei didesnio ESG informacijos atskleidimo, organizacijos geriau ir efektyviau valdo savo turimus išteklius bei patį verslą. Taip pat tvirtinama, jog įmonės įgyja pripažinimą iš rinkos, akcininkams yra suteikiama didesnė vertė ir įmonės konkurencingumas padidėja. ESG informacijos atskleidimas tampa vis labiau reikšmingesnis, kadangi, Hasnan ir kt. (2023) nuomone, ne tik įvairūs rizikos valdymo metodai gali skatinti įmonės finansinį augimą, bet ir atskleidžiama ESG informacija. COVID-19 pandemijos laikotarpiu įmonės, kurios atskleidė daugiau teigiamos ESG informacijos visuomenei ir turėjo didesnius ESG reitingus, sulaukė ypatingai didelio investuotojų susidomėjimo, uždirbo didesnę grąžą bei išvengė didelių verslo nepastovumų. Richardson'as (2023) išryškina bendrovių atskleidžiamos ESG informacijos naudą iš įmonių skolų perspektyvos, teigdamas, jog organizacijos, kurios yra labiau linkusios atskleisti su ESG susijusią informaciją, kuri yra vertinama teigiama, gauna mažesnes paskolų palūkanas, dėl ko jos yra pigesnės, o tai teigiamai veikia bendrovių finansinius rezultatus. Tam pritaria ir Rojo-Suarez'as, Alonso-Conde ir Gonzalez-Ruiz'as (2024), kadangi jų atliktas Lotynų Amerikos dujų ir naftos sektoriaus įmonių tyrimas atskleidė, jog tos bendrovės, kurios taiko aktyvią ESG politiką savo veikloje, yra susijusios su žemesnėmis diskonto normomis, kurios yra vidutinės trukmės, o tai leidžia organizacijoms sumažinti patiriamas išlaidas ir pagerinti gaunamus finansinius rezultatus. Tačiau autoriai taip pat tvirtina, jog ESG politikos pasitelkimas įmonėje gali lemti mažesnę ir lėtesnę dividendų augimą, tose bendrovėse, kurių ESG balai yra žemi. Tuo tarpu Zumente ir Lace (2020) teigia, jog bendrovės siekdamos sudaryti gerą įvaizdį prieš visuomenę ir suinteresuotas šalis – padidinti savo reputaciją ir pagerinti finansinius rezultatus – kaip priemonę tam pasiekti yra linkusios atskleisti su ESG susijusią informaciją.

Taigi, ESG informaciją įmonės pateikia ne tik dėl to, jog tam turi įtakos įvairūs veiksniai ar reguliavimai, dėl kurių nefinansinės informacijos atskleidimas tampa privalomas, bet ir dėl to, jog bendrovės pateikdamos skaidrią ESG informaciją įgyja suinteresuotų šalių pasitikėjimą, taip pat atskleidžiama informacija teigiamai veikia bendrovės pelningumą, jos vertę, konkurencingumą ir

reputaciją rinkoje bei gali lemti mažesnes patiriamas išlaidas dėl pigesnių skolų. Vis dėlto, bendrovių veiklai, kurių ESG balai yra žemi, tai gali padaryti neigiamą įtaką.

2.2. Suinteresuotųjų asmenų teorijos taikymo prielaidos aplinkosaugos, socialinės ir valdymo informacijos atskleidime

Įmonių teikiama ESG informacija yra aktuali įvairiems suinteresuotiems asmenims. Jų požiūris į bendrovę, lūkesčiai bei reikalavimai organizacijai taip pat yra labai skirtingi. Įmonės vykdydamos veiklą ir teikdamos informaciją privalo atsakingai atsižvelgti į kiekvienos suinteresuotos šalies poreikius ir lūkesčius, kadangi siekdamos ilgalaikių ir sėkmingų santykių su suinteresuotomis šalimis privalo tinkamai juos kontroliuoti, valdyti bei su jais komunikuoti.

1 lentelė. Suinteresuotųjų asmenų teorijos apibrėžimas (sudaryta autorės, remiantis Freeman, 2010; Schaltegger, Horisch ir Freeman, 2019; Natalia ir Soenarno, 2021; Shah ir Guild, 2022; Rabaya ir Saleh, 2022)

Apibūdinimas	Autorius, metai
Suinteresuotos šalys apibūdinamos kaip įtaką įmonės tikslų siekimui turintys individai ar grupė.	Freeman, 2010
Suinteresuotųjų asmenų teorija yra apibrėžiama kaip išsami ir svarbi verslo etikos bei įmonės valdymo teorija.	Schaltegger, Horisch ir Freeman, 2019
Suinteresuoti asmenys siejami su galimybe daryti įmonėms įtaką dėl naudojamų ekonominių išteklių, o būtent dėl šios priežasties organizacijoms yra svarbu išlaikyti gerus santykius su suinteresuotomis šalimis ir tenkinti jų poreikius.	Natalia ir Soenarno, 2021
Suinteresuotųjų asmenų teorija apima tris pagrindinius principus – tai bendras interesų suvokimas, bendradarbiavimo strateginė pozicija ir atsakymas siauro ekonominio požiūrio į įmonę.	Shah ir Guild, 2022
Suinteresuotųjų asmenų teorija atskleidžia santykių vertę tarp įmonės ir suinteresuotųjų asmenų bei išskiria suinteresuotųjų asmenų reikalavimus įmonei, tokius kaip aplinkosauginis ir socialinis atsakingumas.	Rabaya ir Saleh, 2022

Taigi, suinteresuotųjų šalių teorija apima įvairius asmenis ir yra apibūdinama kaip verslo valdymo teorija, kurios pagrindas yra įmonės santykiai su suinteresuotomis šalimis, siekiant interesų suderinamumo, bei jų poreikių patenkinimo dėl suinteresuotųjų šalių turimos įtakos bendrovės veiklai.

Shah'as ir Guild'as (2022) apibūdina visus tris suinteresuotųjų asmenų teorijos principus detalčiau. Bendri interesai siejami su aspektu, jog organizacijoms derinant savo interesus tarpusavyje su suinteresuotųjų asmenų interesais yra kuriama vertė bendrovei. Bendradarbiavimo strateginės pozicijos principas skatina darnų bendradarbiavimą tarp įmonės ir suinteresuotųjų šalių. Tuo tarpu atsakymo siauraus ekonominio požiūrio į įmonę principas reiškia, jog bendrovės neturėtų išskirti pelno didinimo kaip vienintelio tikslo, kurį organizacija turi pasiekti.

Hutchins, Richter'is, Henry'us ir Sutherland (2019) taip pat išskiria suinteresuotųjų asmenų grupes, kurios yra svarbios verslo vykdymui ir su kuriomis įmonės turi išlaikyti bendravimą:

- darbuotojai – verslo darbo jėga, kurie pasitelkdami savo įgūdžius ir darbą kuria pridėtinę vertę įmonei ir jos klientams, gaudami už tai atlyginimą
- akcininkai – asmenų grupė investavusi savo lėšas į verslą

- tiekėjai – asmenys atsakingi už prekių ir paslaugų tiekimą įmonei
- klientai – asmenys, kurie vartoja ir perka įmonės pagamintas prekes ir paslaugas
- bendruomenė – toje pačioje aplinkoje kaip ir verslas egzistuojantys subjektai, kurie turi bendrus interesus su įmone
- visuomenė – asmenys neatitinkantys nei vieną prieš tai minėtų apibrėžimų, tačiau turintys poreikių įmonės atžvilgiu.

Taigi, suinteresuotų šalių bendras apibrėžimas apima skirtingus asmenis, kurie vienokiu ar kitokiu būdu turi sąsają su įmone.

Tuo tarpu Freeman'as (2010) suinteresuotus asmenis apibūdina ne tik kaip šalis, kurios gali turėti įtakos įmonės egzistavimui ar išlikimui, tačiau ir kaip asmenis, kuriuos gali paveikti organizacija, sukuriant įvairią naudą. Agudo-Valiente, Garces-Ayerbe ir Salvador-Figueras (2013) teigia, jog įmonėms, norinčioms suprasti suinteresuotų asmenų poreikius ir lūkesčius, ypatingai svarbi yra komunikacija bei kanalų bendravimui su jomis sukūrimas. Taip pat autoriai teigia, jog prie įmonės tvarumo našumo, bendrovės efektyvumo ir konkurencinio pranašumo prisideda santykių palaikymas ir bendravimas su suinteresuotais asmenimis. Bundy'us, Vogel'is ir Zachary'us (2018) taip pat tvirtina, jog įmonių vadovybė, kuri nuolat palaiko santykius su suinteresuotomis šalimis, efektyviai su jais dalijasi informacija, siekia interesų suderinamumo ir palaiko bendradarbiaujančius santykius, gauna daugiau naudos sau.

Li ir kt. (2024) tvirtina, jog įmonės pateikdamos ESG informaciją privalo atsižvelgti į suinteresuotų asmenų informacijos poreikius, jų savybes ir keliamus reikalavimus. Kadangi, investuotojai gali reikalauti informacijos susijusios su įmonės aplinkos ar darbuotojų saugos rizikos valdymu bei ilgalaikiu tvarumu, o klientai gali akcentuoti, kad organizacijos gaminami produktai ar paslaugos turi atitikti aplinkosauginius ir socialinius reikalavimus. Todėl bendrovės privalo keisti teikiamos informacijos turinį, atsižvelgiant į suinteresuotų asmenų keliamus reikalavimus, jog šios grupės būtų patenkintos. Taigi, įmonės turi atskleisti rizikos vertinimo ir valdymo bei veiklos duomenis ilgalaikiu periodu, jog investuotojai būtų patenkinti gaunama informacija, o siekiant patenkinti vartotojų poreikius, organizacijos privalo atskleisti, kaip gaminami produktai ar paslaugos atitinka socialinę atsakomybę bei aplinkosaugines savybes. Atskleisdamos šią informaciją bendrovės gali išspręsti investuotojų susirūpinimą dėl ESG rizikos ir veiksmų, kurių organizacijos imasi siekdamas užtikrinti tvarumą, bei iš vartotojų perspektyvos informacijos atskleidimas apie tvarų produktą gali atitikti jų interesus ir vertybes.

Taip pat svarbu pažymėti, jog įmonės atsižvelgdamos į suinteresuotų asmenų reikalavimus ir pagal juos pakoreguodamos turinį gali padidinti tvarių investicijų patrauklumą, savo reputaciją, vartotojų lojalumą, prekinio ženklo įvaizdį bei konkurencinį pranašumą prieš mažiau tvarumo informacijos atskleidžiančias įmones (Li ir kt., 2024).

Suinteresuotų asmenų teorijos pagrindas yra tai, jog jei bendrovės siekia būti sėkmingos, joms yra būtina palaikyti gerus santykius su visomis pagrindinėmis suinteresuotomis šalimis, kurios gali lemti įmonės išsikeltų tikslų įgyvendinimą (darbuotojai, klientai, tiekėjai, finansininkai, bendruomenė ir kt.). Tuo tarpu vadovai yra atsakingi už sąsają išlaikymą su suinteresuotomis

šalimis, jų interesų suderinimą, o laikui bėgant tų interesų išnaudojimą organizacijos tikslams (Freeman ir Phillips, 2023).

Braam'as, Uit de Weerd, Hauck ir Huijbregts'as (2016) tvirtina, jog suinteresuotų asmenų dėmesį pritraukė su tvarumu didėjančios informacijos kiekis bei tai, jog bendrovės buvo smerkiamos dėl jų daromo neigiamo poveikio aplinkai. Tuo tarpu suinteresuotos šalys skirdamos savo lėšas atsakingoms investicijoms skatina bendroves būti tvariomis ir imtis veiksmų kovojat su aplinkos problemomis.

Suinteresuotos šalys taip pat bendradarbiaudamos su įmone siekia tikslų susijusių su organizacijos tvarumu. Darbuotojai kaip vidinė suinteresuota šalis prisideda prie organizacijoje vykstančių procesų tvarumo tobulinimo bei inovatyvių paslaugų ir prekių kūrimo. Klientai gali būti įtraukti į inovatyvaus ir tvaraus produkto ar paslaugos kūrimą bei atsiliepimų teikimą apie įmonės tvarumą. Tuo tarpu tiekėjai gali teikti įmonei tvarias medžiagas bei dalintis su ja tvarumo patirtimi, taip pat gali bendradarbiauti diegiant tvarias iniciatyvas. Investuotojai skiria savo lėšas įmonei skatindami ją imtis dar daugiau su tvarumu susijusių veiksmų, sprendžiant aplinkos problemas. O vyriausybės organizacijos užtikrina tvarumo taisyklų laikymąsi (Valentinov, 2023).

Taigi, suinteresuotos šalys gali būti labai skirtingos ir apimti tokius asmenis ir grupes kaip darbuotojai, vadovybė, akcininkai, investuotojai, partneriai, klientai, tiekėjai, bendruomenė, visuomenė, konkurentai bei vadovai. Suinteresuotų asmenų informacijos lūkesčiai taip pat gali būti labai skirtingi, dėl to įmonės privalo atsižvelgti į šių grupių keliamus reikalavimus ir pagal juos pakoreguoti teikiamą turinį, kadangi atitikus suinteresuotų asmenų informacijos poreikius, organizacijos gali sumažinti susirūpinimą dėl ESG rizikos ar savo veiksmų, daromo neigiamo poveikio bei pritraukti susidomėjimą tvariomis investicijomis, padidinti savo reputaciją, veiklos efektyvumą, konkurencinį pranašumą, lojalumą bei prekinį įvaizdį.

2.3. Aplinkosaugos, socialinės ir valdymo informacijos tematikos moksliniuose tyrimuose

Šioje darbo dalyje pateikiama išsamesnė informacija apie kiekvieną ESG aspektą atskirai, išryškinant kiekvieno veiksnio sąvoką, įmonės atskleidžiamą informaciją, jos požiūrį bei pagrindinius rodiklius.

2.3.1. Aplinkosaugos informacijos atskleidimo aspektai

Aplinkosaugos veiksnys yra vienas iš ESG akronimo aspektų, pagal kurį įmonės atskleidžia informaciją visuomenei siekdamas išryškinti savo įsipareigojimus aplinkai ir tvarumui. Aplinkosaugos aspektas yra vienas svarbiausių, kadangi apima klimato problemą, su kuria susiduria visa žmonija. Bendrovės pateikdamos su aplinkosauga susijusią informaciją parodo ir savo vykdomos veiklos poveikį aplinkai. Žinoma, vienų įmonių veikla gali būti mažiau susijusi su jos daromu poveikiu aplinkai, todėl automatiškai jos pateiks mažiau informacijos susijusios su aplinkosauga. Tuo tarpu kitos įmonės gali būti labiau taršios ar vykdyti tam tikras tvarumo veiklas, susijusias su aplinka, todėl šios įmonės visuomenei pateiks daugiau aplinkosauginės informacijos.

Aerts'as, Cormier'as ir Magnan'as (2008) teigia, jog įmonių, kurios gauna iš vyriausybės ir visuomenės pretenzijų, vadovybė pasitelkia aplinkosaugos duomenis, kaip atsako priemonę pretenzijoms paneigti, kadangi didesnis šios informacijos pateikimas skatina visuomenės palankų požiūrį. Šiam teiginiui pritaria ir Iatridis (2013) tvirtindamas, jog bendrovės siekdamas sumažinti

visuomenės skepticizmą ir pagerinti savo įvaizdį suinteresuotų asmenų akyse yra linkusios savanoriškai atskleisti su aplinka susijusią informaciją. Bendrovės pateikdamos su aplinka susijusią informaciją atskleidžia ją ne tik kokybiškai, bet ir kiekybiškai, skaitine reikšme įvertinant bendrovių daromą poveikį aplinkai (Burrill, 2002). Taip pat yra išskiriamos dvi skirtingos su aplinka susijusios informacijos atskleidimo strategijos – tai anglies dioksido ir aplinkosaugos. Anglies dioksido strategija yra siejama tik su šiltnamio efektą sukeliančiomis dujomis, tuo tarpu aplinkosaugos strategija siejama su visais aplinkosaugos veiksniais, kurie apima tokius aspektus kaip biologinė įvairovė, vandens tarša, energija ir emisijos (Radu, Caron, Arroyo, 2020).

ESG visumoje E veiksnys yra susijęs su įmonių naudojama energetika, gamtiniais ištekliais, kurie yra reikalingi jų teikiamoms prekėms ar paslaugoms pagaminti, iš kurių bendrovės gauna pajamas. Taip pat tai apima ir atliekas, kurios neigiamai veikia klimato kaitą. (Henisz, Koller, Nuttall, 2019). Šis veiksnys labiausiai būtų aktualus įmonėms, kurioms plėtoti savo veiklą yra reikalinga energetika arba, kaip pavyzdys, galėtų būti transporto įmonės, kurios išmeta labai daug anglies dioksido į aplinką, taip kenkdamos klimatui. Su aplinka susijusios informacijos atskleidimas reiškia duomenų pateikimą: kaip bendrovė yra susijusi su aplinka, kokių priemonių imasi apsaugoti aplinką bei kokius gamtinius išteklius savo versle naudoja (Jenkins, Yakovleva, 2006).

Taip pat yra išryškinamas įmonių neigiamas ir teigiamas požiūris į aplinkos tvarumą (Metz, Burek, Hultgren, Kogan, Schwartz, 2013), kadangi bendrovės investuoja pinigus į tvarumą ir patiria sąnaudas, kurios galbūt niekada neatsipirks, tačiau teigiamu požiūriu, aplinkos tvarumas gali būti priemonė konkurenciniam pranašumui didinti, taip pat pagrindas bendrovės vertės kūrimui ir veiksmingų inovacijų diegimui. Be to, autoriai teigia, jog įmonės siekdamos didesnio efektyvumo atsisako neatsinaujinančių išteklių naudojimo, tokiu būdu realizuodamos aplinkos tvarumo teikiamas galimybes.

Untari ir Satria (2024) tvirtina, jog priemonės, kurių įmonės imasi siekdamos apsaugoti ir sumažinti daromą žalą aplinkai yra orientuotos į gamtos išteklių ir pasaulio ekosistemos apsaugojimą dabar, o ypač ateityje. Kitaip tariant, dabar priimami sprendimai, susiję su aplinka, bus jaučiami ateityje. Cucchiella, D'Adamo, Gastaldi ir Miliacca (2018) tvirtina, jog siekiant tvarios aplinkos, bendrovės turėtų efektyviai naudoti elektros energiją, mažinti naudojamo iškastinio kuro kiekį ir stiprinti anglies dioksido emisijų kontrolę.

Tuo tarpu Iatridis (2013) teigia, jog bendrovės atskleisdamos su aplinka susijusią informaciją turėtų pateikti ne tik duomenis apie išmetamų šiltnamio efektą sukeliančių dujų kiekį, atliekų šalinimą, patiriamas energijos išlaidas ar vandens naudojimą, bet ir apie tai, kaip aplinkos pokyčiai paveikia įmonės turimą turtą, tiek materialųjį, tiek ir nematerialųjį. Farooque, Ahulu ir Kotey (2014) analizuodami įmonių atskleidžiamą aplinkosaugos informaciją, tvirtina, jog bendrovės teikdamos ataskaitas pagal GRI standartus atskleidžia keletą aspektų, susijusių su aplinkosauga, tai biologinė įvairovė, vanduo, energija, išmetami įvairūs teršalai bei nuotekos, bendrovės teikiami produktai ir paslaugos, transportas ir kiti bendrieji klausimai. Wozniak ir Pactwa (2017) papildė dar keliais aspektais, kuriuos įmonės atskleidžia pateikdamos visuomenei informaciją: tai žaliavos ir medžiagos, taisyklių laikymasis, su aplinka susiję skundai ir tiekėjo aplinkosaugos vertinimas.

Wozniak ir Pactwa (2017) išskiria keletą aplinkosaugos rodiklių, kuriuos bendrovės parodo teikdamos tvarumo ataskaitas: tai biologinė įvairovė, nuotekos ir atliekos, medžiagos, energija, emisijos, taisyklių laikymasis, bendra informacija, tiekėjai ir aplinkosaugos skundai. Įmonės

pateikdamos su biologinės įvairovės aspektu susijusią informaciją, atskleidžia apie bendrovės nuosavybės teise turimą arba nuomojamą žemę, kiek jos yra sugadintos ir atkurtos, nurodomi procentai ir skaičiai tų vietovių, kurioms įmonės privalo parengti bioįvairovės valdymo planus, tada atskirai pateikiami skaičiai ir procentai vietovių, kurioms jau yra parengti biologinės įvairovės valdymo planai. Be to, bendrovės privalo atskleisti turtine teise turimus arba nuomojamus ir prižiūrimus sklypus, kurie yra saugojamose teritorijose, taip pat apie teikiamų paslaugų ar produktų daromą įtaką biologinei įvairovei. Organizacijos, teikdamos informaciją apie medžiagas, turi atskleisti naudojamų medžiagų svorį arba tūrį. Tuo tarpu apie energiją įmonės pateikia tokią informaciją: kiek energijos sunaudojama organizacijos viduje ir už jos ribų, naudojamos energijos intensyvumą. O atskleisdamos informaciją apie vandens išteklius, turi pateikti tokius duomenis: bendras vandens išteklių naudojimas, neigiamai paveiktų vandens šaltinių kiekis, pakartotinai panaudoto ir perdirbto vandens procentai bei tūris. Su emisijomis susijusios informacijos atskleidimas apima tokius rodiklius kaip šiltnamio efektą sukeliančių dujų išmetimas (ŠESD) pagal tris skirtingas taikymo sritis, šių dujų išmetimo intensyvumas ir kaip bendrovės siekia mažinti dujų išmetimo kiekį, taip pat apie ozono sluoksnį ardančių medžiagų (ODS), NO_x, SO_x ir kitų kenksmingų medžiagų kiekį. Tuomet apie atliekas ir nuotekas įmonės atskleidžia, kokioje vietoje ir kokios kokybės vandenį išleido, nurodo būdą, kaip jos buvo pašalintos pagal rūšį, atliekų svorį bei įvardija biologinei įvairovei padarytą žalą ir vietas, kurioms buvo padaryta žala dėl įmonės išleisto vandens ir nuotekų. Be to, bendrovės teikia informaciją apie gautas baudas dėl aplinkosaugos įstatymų nesilaikymo, kokias išlaidas patiria ir kur investuoja siekdamas apsaugoti aplinką, taip pat gautų ir išnagrinėtų skundų kiekį dėl aplinkosaugos.

Svarbus aspektas, kurį bendrovės pateikia tvarumo ataskaitose yra prekybos anglies dvideginio taršos leidimo sistema (Li ir kt, 2024), kuri yra puiki politikos priemonė energijos vartojimo efektyvumui didinti, kadangi suteikia galimybę mažinti anglies dvideginio kiekį ir išmetimą. WU, Qu, Huang ir Xia (2023) patvirtina prekybos anglies emisijos sistemos naudingumą tvirtindami, jog tai yra aplinkosaugos priemonė, leidžianti sumažinti išmetamo anglies dvideginio kiekį, tokiu būdu kovojant su klimato kaita. Taip pat autoriai teigia, jog prekybos anglies emisijos sistema skatina įmones diegti ekologiškas inovacijas.

Dar vienas svarbus aspektas, darantis neigiamą poveikį aplinkai, yra lakieji organiniai junginiai (LOJ), kurie į aplinką gali būti išmetami įvairiais būdais. Būtent šių organinių junginių išmetimas į aplinką yra viena pagrindinių aplinkos problemų, kurią gali sukelti įmonės, kurios spausdina lanksčias plastikines pakuotes, plačiai naudojamas pakuojant įvairius maisto produktus, gėrimus bei vaistų (Kliopova-Galickaja, Kliugaite, 2018). Plastikinių pakuočių gamyba yra kenksminga aplinkai, kadangi jos pagaminimo metu reikia daug energijos, išsiskiria teršalai bei galiausiai susidaro kenksmingos atliekos.

Gareioui, Gozani, Laskari, Mavromati ir Zervas (2023) akcentuoja, jog aplinkosauginiam veiksmingumui matuoti ir aplinkos kokybei stebėti yra nustatyti rodikliai, kuriuos organizacijos turi įvertinti teikdamos su aplinka susijusią informaciją. Autorių teigimu, pagrindiniai įmonių pateikiami aplinkosaugos rodikliai yra sietini su klimato kaita, vandeniu, jo kokybe, energija ir jos vartojimu savo veikloje, dirvožemiu, atmosfera, biologine įvairove, žuvininkystės ir miškų išteklių bei ozono sluoksnio mažėjimu, kuris padidina kenksmingą žmonių sveikatai UV spinduliuotę. Aplinkosaugos rodikliai yra išsamus informacijos šaltinis atskleidžiantis aplinkos raidą ir būklę bei su ja susijusius aspektus, taip pat leidžiantis numatyti aplinkos politikos tikslus (Vavrovos, 2020).

Keletą aplinkosaugos rodiklių, kuriuos įmonės atskleidžia teikdamos informaciją apie aplinką, galite matyti 2 lent.

2 lentelė. Aplinkosaugos aspektai tvarumo ataskaitoje (sudaryta autorės, remiantis Gallego-Alvarez, Lozano, Rodriguez-Rosa, 2018; Cucchiella ir kt., 2018; Wozniak, Pactwa, 2017)

Aplinkos rodikliai, angl.	Aplinkos rodikliai, liet.	Aplinkos rodikliai, angl.	Aplinkos rodikliai, liet.
Energy consumption	Suvartojamos energijos kiekis	Water Recycled	Perdirbto vandens kiekis
Renewable Energy consumption	Sunaudojamas atsinaujinančios energijos kiekis	Greenhouse Gas Emissions	Šiltnamio efektą sukeliančių dujų išmetamas kiekis
Renewable Energy Supply	Atsinaujinančios energijos tiekimo kiekis	CO ₂ Equivalent Emission	Anglies dioksido kiekis
Indirect Energy consumption	Netiesioginis energijos naudojimas	Carbon Offsets/Credits	Anglies dioksido kompensavimas
Water use	Sunaudojamo vandens kiekis	SO _x Emssions	Sieros dioksido kiekis
Water Withdrawal Total	Bendras vandens ištraukimas	NO _x Emissions	Azoto oksido kiekis
Fresh Water Withdrawal Total	Gėlo vandens ištraukimas	Emission Trading	Prekyba apyvartiniais taršos leidimais
VOC emission reduction	LOJ mažinimas	Total Waste	Bendras atliekų kiekis
VOC Emissions	LOJ kiekis	Waste Recycling Ratio	Atliekų perdirbimo rodiklis
Hazardous Waste	Pavojingų atliekų kiekis	Waste Reduction	Atliekų mažinimas
Water Discharge	Išleidžiamas vanduo	Fossil fuel	Iškastinis kuras
Ozone-depleting substances emission	Ozono sluoksnį ardančių medžiagų kiekis	Emission trading	Apyvartinių taršos leidimų prekyba

Taigi, įmonių teikiama su aplinka susijusi informacija apima tokius aspektus kaip energetika, gamtiniai išteklių, kuriuos naudoja įmonės, atliekos ir nuotekos, biologinė įvairovė, naudojami vandens išteklių, verslo gaminami produktai ar teikiamos paslaugos, transportas, žaliavos ir medžiagos, kaip įmonė laikėsi aplinkosaugos taisyklių, taip pat su aplinka susiję skundai ir kiti bendrieji klausimai. Tačiau vienas svarbiausių rodiklių yra šiltnamio efektą sukeliančių dujų kiekis, kuris yra susijęs su klimato kaita.

2.3.2. Socialinės informacijos atskleidimo aspektai

Antrasis ESG akronimo veiksnys yra susijęs su įmonių socialinės informacijos atskleidimu. Šis aspektas yra kritiškas žingsnis įmonių socialinės atsakomybės ir tvarumo link, kadangi koncentruojasi į organizacijos daromą socialinį poveikį, darbuotojų gerovę, žmogaus teisių laikymąsi, atsakomybę bendruomenei ir vartotojams bei kitus svarbius socialinės atsakomybės klausimus.

Socialiniai veiksniai yra susiję su visuomene bei su suinteresuotomis šalimis, kadangi šis aspektas įmonėms yra svarbus norint išlaikyti gerus abipusius santykius su įvairiais asmenimis, kurie egzistuoja bendrovės aplinkoje. Suinteresuotos šalys atsižvelgdamos į socialinius veiksnius esančius bendrovės viduje vertina, ar įmonėje dirbti yra saugu, kokios yra darbo sąlygos, ar yra

laikomasi žmonių teisių ir ar darbuotojai nėra išnaudojami (Henisz, Koller, Nuttall, 2019). Jenkins ir Yakovleva (2006) tvirtina, jog su socialiniu aspektu susijusios informacijos atskleidimas įprastai pateikia duomenis apie bendrovės ryšius su visa bendruomene, darbuotojais ir visuomene. Pokrovskaja, Mordovets ir Kuchieva (2023) pastarąjį aspektą apibūdina kaip veiksnį, apimančią kultūrinį identitetą ir įvairovę, žmogiškojo kapitalo investicijas, taip pat įsitraukimą ir bendradarbiavimą dėl žmonių indelio į visuomenės plėtrą ir gerovę. Pagrindinis dėmesys socialiniame аспекte yra skiriamas žmonėms ir tarpusavio santykiams, apimant įmonių indėlių remiant įvairovę, amžiaus ir lyčių lygybę, įvairius judėjimus, kurie siekia nediskriminavimo dėl etninių ar religinių įsitikinimų, amžiaus bei rasės lygybę. Tuo tarpu Massuca, Marta-Costa ir Lucas (2023) teigimu, iš visų ESG veiksnių socialinis aspektas yra mažiausiai išnagrinėtas veiksnys, o su juo susiję nustatyti rodikliai turi tam tikrų trūkumų.

Pastarasis ESG aspektas yra susijęs su įmonės daroma įtaka socialinėms sistemoms, kuriose bendrovės vykdo savo veiklą (Hřebíček, Soukopova, Stencl, Trenz, 2011). Autoriai išskiria tris socialinės atsakomybės rodiklių grupes, tai žmogaus teisių veiklos rodikliai, visuomenės veiklos rodikliai ir produktų atsakomybės našumo rodikliai. Pastarieji rodikliai apima aspektus, susijusius su įmonės produktų ar paslaugų atsakomybės sritimi, kurie tiesiogiai paveikia organizacijos klientus, tai tokie aspektai kaip sauga ir sveikata bei teikiamų produktų ir paslaugų ženklavimas, taip pat klientų privatumas bei rinkodara. Įmonėms tenka atskleisti apie žmogaus teisių veiklos rodiklius, kuriuose turi būti atspindėta, kiek bendrovės atsižvelgia į žmogaus teises investicijų ir tiekimo paslaugų procesuose. Šie rodikliai apima ir tokius aspektus kaip darbuotojų mokymą apie žmogaus teises ir saugumą, taip pat tokias sritis kaip nediskriminacija, žmonių laisvę jungtis į tam tikras, bendrų tikslų siekiančias organizacijas ar sąjungas, vaikų darbą, privalomą ar priverstinį darbą bei tautines teises. Tuo tarpu visuomenės veiklos rodikliai yra skirti akcentuoti organizacijos įtaką bendruomenėms, kuriose dirba įmonėje, bei atskleisti kaip yra valdoma dėl bendrovės sąveikos su kitomis socialinėmis institucijomis iškilusi rizika.

Menicucci ir Paolucci (2023) išskiria keturias socialinės atsakomybės rodiklių grupes, tai darbo jėgos rodiklių grupė, produkto atsakomybės, žmogaus teisių ir bendruomenės rodikliai. Pastarosios grupės rodikliai apima tokią informaciją kaip sąžininga įmonės konkurencija, bendruomenės skolinimas ir dalyvavimas veikloje bei verslo etika. Darbo jėgos rodiklių grupė apima tokius bendrovės duomenis kaip darbuotojų mokymai, saugos ir sveikatos politika, darbuotojų įvairovė ir lygios jų teisės, darbuotojų kaita ir darbo valandos bei atlyginimų skirtumai. Atsakomybės už produktus rodiklių grupė apima tokią informaciją kaip klientų pasitenkinimas, kokybės valdymas bei politika dėl duomenų privatumo. Tuomet žmogaus teisių grupės rodikliai apima tokius duomenis kaip žmogaus teisės, vaikų darbas ir asociacijų laisvė. Tuo tarpu Labuschagne ir Brent'as (2008) išskiria dvi socialinės atsakomybės rodiklių grupes: tai išoriniai ir vidiniai socialiniai rodikliai. Į pastarųjų rodiklių grupę autoriai įtraukia tokius aspektus kaip iniciatyvos dėl saugos ir sveikatos, darbuotojų pasikeitimų procentą bei darbuotojų įvairovę. Tuo tarpu išoriniai socialiniai aspektai apima tokius duomenis kaip parama bendruomenei ar kita filantropinė įmonės veikla. Socialinis aspektas yra mažai dėmesio gaunantis veiksnys, tačiau su šiuo aspektu susijusios problemos besivystančiose šalyse yra ypatingai didelės, kadangi vyrauja darbo praktikos piktnaudžiavimas, kuris neigiamai paveikia įmonės prekybos partnerius tiekimo grandinėje (Mani, Gunasekaran, Papadopoulos, Hazen ir Dubey, 2016). Autoriai, savo darbe išryškina aspektus, kurių įmonės turėtų laikytis siekdamos būti tvarios, tačiau išryškina ir problemą, jog besivystančiose

šalyse organizacijos dažnai nesilaiko šių aspektų. Socialinės atsakomybės rodiklius galite matyti 3 lent.

3 lentelė. Socialinės atsakomybės aspektai tvarumo ataskaitoje (sudaryta autorės, remiantis Papoutsis, Sodhi, 2020; Menicucci, Paolucci, 2023)

Socialiniai aspektai, angl.	Socialiniai aspektai, liet.	Socialiniai aspektai, angl.	Socialiniai aspektai, liet.
Implementation of community activities	Bendruomenės veiklos vykdymas	Minimize (eliminate/eradicate)child labor	Sumažinti (pašalinti/panaikinti) vaikų darbą
Use of health and safety programs	Naudojimas sveikatos ir saugos programų	Diversity of employees	Darbuotojų įvairovė
Quality management	Kokybės valdymas	Fair competition	Sąžininga konkurencija
Training and education for employees	Darbuotojų mokymai ir švietimas	Acceptance of safer warehousing conditions	Saugesnių sandėliavimo sąlygų priėmimas
Ensuring better working conditions	Geresnių darbo sąlygų užtikrinimas	Equal opportunities for employees	Lygios galimybės darbuotojams
Salaries of employees	Darbuotojų atlyginimai	Working hours of employees	Darbuotojų darbo valandos
Business ethics	Verslo etika	Community involvement	Bendruomenės įsitraukimas
Community lending	Bendruomeninis skolinimas	Customer satisfaction	Klientų pasitenkinimas
Data privacy	Duomenų privatumo užtikrinimas	Freedom of association	Asociacijų laisvė

Taigi, socialiniai veiksniai, kurių įmonės laikosi siekdamos būti socialiai tvarios yra darbuotojų paaugstinimas individualiai pagal kiekvieno nuopelnus, darbuotojų lygybės užtikrinimas neatsižvelgiant į jų lytį, amžių, rasę ar religiją, darbo vietos saugumo, higienos ir sveikatos užtikrinimas, švaraus geriamojo vandens parūpinimas, naudojamos medžiagos, kurios yra nepavojingos darbuotojams, tinkamų darbo sąlygų ir darbo teisių apsaugos užtikrinimas, draudžiamas vaikų darbas, mokamas atitinkamas atlyginimas darbuotojams, nenaudojama jėga prieš juos, laikymasis vietinių taisyklių bei mokymosi ir švietimo skatinimas.

Socialinės atsakomybės aspektų laikymasis įmonėje prisideda prie veiklos gerinimo ir efektyvumo didinimo, be to užtikrina aukštos kokybės produktus ar paslaugas bei patikimumą. Taip pat bendrovės įvaizdį pagerina jos veiksmai siekiant išspręsti klientų socialinius klausimus, kadangi tokiu būdu yra sukuriamas geras ir teigiamas bendrovės įvaizdis visuomenei, o socialinio tvarumo įgyvendinimas skatina ilgalaikę sąveiką su klientais bei užtikrina naujų klientų pritraukimą (Mani ir kt., 2016).

Kemp, Worden ir Owen'as (2016) išryškina, jog dėl bendrovės veiksmų ir sąsajos su suinteresuotais asmenimis ir bendruomenėmis atsiranda socialinė rizika, kuri apima ne tik įvairias grėsmes, bet ir galimybes. Taip pat autoriai teigia, jog socialinė rizika apima ne tik organizacijas, bet ir darbuotojus, tiekėjus, klientus bei kitas suinteresuotas šalis. Be to, įmonės patiria vis didesnę spaudimą iš suinteresuotų asmenų užtikrinti, jog socialinės atsakomybės standartų ir principų laikytusi ne tik jie patys kaip organizacija, bet ir jų tiekėjai, kadangi tai padeda užtikrinti skaidrumą tiekimo grandinėje (Duan, Hofer, Aloysius, 2021).

Taigi, socialinės atsakomybės veiksnys yra siejamas su įmonę supančia aplinka, bendrovės santykiais ir jos daromu poveikiu darbuotojams, visuomenei bei kitoms suinteresuotoms šalims. Kadangi socialinės atsakomybės aspektas visiems suinteresuotiems asmenims leidžia susidaryti nuomonę apie įmonę, ar joje dirbti yra saugu, ar nėra diskriminacijos, ar yra užtikrinamos tinkamos darbo sąlygos, o tai taip pat apibrėžia organizacijos reputaciją, kuri yra svarbus aspektas klientų ir tiekėjų akyse. Įmonės atskleidžiamos su socialine atsakomybe susijusią informaciją pateikia tokius duomenis kaip sauga ir sveikata darbo vietoje, produktų kokybė, klientų privatumas, darbuotojų apmokymas dėl saugos ir žmogaus teisių, asociacijų laisvė, verslo etika, vaikų teisės bei įvairovė ir lygybė darbo vietoje.

2.3.3. Valdymo informacijos atskleidimo aspektai

Trečiasis ESG veiksnys atskleidžia vidines įmonės valdymo ir vadovavimo praktikas, kurios reiškia, jog bendrovė įsipareigoja savo suinteresuotas šalis informuoti apie tvarumo veiksmus. Taip pat tai apima organizacijos vadovybės atsakomybę dėl ilgalaikės tvarumo sėkmės, rizikų valdymą, socialinės atsakomybės skatinimą įmonėje bei aukščiausių etikos standartų laikymąsi atskleidžiant informaciją apie bendrovės veiklą.

Henisz'as, Koller'as ir Nuttall'as (2019) valdymo aspektą apibūdina kaip veiksnį, kuris apima įmonėje egzistuojančias taisykles, kontrolės priemones ir kitus veiksmus užtikrinančius tinkamą organizacijos valdymą. Tai taip pat apima sąžiningą įmonės valdymą bei atkleidžiamos informacijos skaidrumo užtikrinimą. Pavyzdys susijęs su valdymo aspektu galėtų būti apskaitos standartų ir šalyje galiojančių teisės aktų laikymasis rengiant įmonės apskaitą. Tuo tarpu Pokrovskaja, Mordovets ir Kuchieva (2023) teigia, jog organizacijų valdymas efektyviais būdais nukreipia veiklą ir visas pastangas siekiant sukurti pridėtinę vertę bei kuo didesnę pelną savininkams ir investuotojams. Bendrovės valdymas yra orientuotas į efektyvumo didinimą, organizacinę valdymo struktūrą, kibernetinio saugumo priemones bei kompensacijos politiką ir prevenciją prieš korupciją. Radzi, Hamid ir Ismail (2023) teigia, jog valdymo aspektas apibrėžia verslo valdymo principus. Įmonės atskleidžiamos su valdymu susijusią informaciją pateikia tokius duomenis kaip bendrovės valdybos sudėtis, struktūra audito komiteto, priemonės kovai su kyšininkavimu ir korupcija organizacijoje, politiniai informatoriai ir įrašai bei informacija apie vadovų atlyginimus.

Menicucci ir Paolucci (2023) išskiria tris su valdymo aspektu susijusias kategorijas, kurias organizacijos pateikia atskleidžiamos su valdymu susijusią informaciją: tai įmonių socialinės atsakomybės strategija, suinteresuotų šalių teisės bei valdymas ir priežiūra. Autorių teigimu, pastaroji rodiklių grupė apima bendrą valdybos informaciją. Įmonės iš šios rodiklių grupės atskleidžia tokius duomenis kaip organizacijos valdybos struktūra, jos funkcijos ir dydis, taip pat informaciją apie nepriklausomus ir nevadovaujančius valdybos narius, vidutinę kadencijos trukmę, vadovybės atlyginimus, tvarumo paskatas, kurių imasi bendrovė, akcininkų pritarimus įvairiems planams, pirmininko ir generalinio direktoriaus atsiskyrimą, skyrimo komitetą bei jo nepriklausomumą, paveldėjimo planą, su suinteresuotų asmenų grąža susijusį atlyginimų paketą, audito komiteto nepriklausomumą ir jo atliekamus vidaus auditus bei duomenis apie išorės konsultantus. Suinteresuotų asmenų teisės aspektai atskleidžia informaciją apie akcininkų balsavimą dėl vadovų atlyginimo ar kitų svarbių dalykų, akcininkų lygias teises, neauditavimą ir auditoriaus pareigas bei santykį audito mokesčių. Tuo tarpu įmonės socialinės atsakomybės kategorija

atskleidžia tokius duomenis kaip tvarumo ataskaitų teikimas, suinteresuotų šalių įsitraukimas bei įmonės tvarumo komitetas (žr. 4 lent.).

4 lentelė. Valdymo aspektai tvarumo ataskaitoje (sudaryta autorės, remiantis Radzi ir kt., 2023; Menicucci, Paolucci, 2023; Kocmanova, Šimberova, 2014)

Valdymo aspektai, angl.	Valdymo aspektai, liet.	Valdymo aspektai, angl.	Valdymo aspektai, liet.
Board composition	Valdybos sudėtis	Bribery prevention	Kyšininkavimo prevencija
Audit committee structure	Audito komiteto struktūra	Corruption prevention	Korupcijos prevencija
Shareholders' vote	Akcininkų balsavimas	Independent members	Nepriklausomi nariai
Lobbying	Lobizmas	Executives salaries and bonuses	Vadovų atlyginimas ir bonusai
Average tenure	Kadencijos vidutinė trukmė	Shareholders' approval	Akcininkų pritarimai
The nomination committee	Skyrimo komitetas	The nomination committee independence	Skyrimo komiteto nepriklausomumas
The audit committee independence	Audito komiteto nepriklausomumas	Internal audits	Vidaus auditai
Equal shareholders' rights	Akcininkų lygios teisės	Stakeholder engagement	Suinteresuotų šalių įtraukimas
Information about audit activities	Informacija apie audito veiklą	Information about changes of ownership	Informacija apie nuosavybės pokyčius
Information about financial results	Informacija apie finansinius rezultatus	Conflict of interest	Konfliktas dėl interesų

Al-ahdal'io, Alsamhi, Tabash'io ir Farhan'io (2020) teigimu, kuriant organizacijos skaidrumą, sąmoningumą bei aplinką, kuri būtų palanki atvirumui, reikšmingą vaidmenį atlieka įmonės valdymas. Šiam teiginiu pritaria ir Shaikh'as (2021) teigdamas, jog prie bendrovės rinkos vertinimo, veiklos efektyvumo didinimo bei tvarumo prisideda organizacijos valdymas ir didesnis skaidrumas valdymo struktūroje.

Bendrovės finansiniams apribojimams, jos rezultatams ir diegiamoms naujovėms organizacijos viduje įtakos gali turėti įmonės valdymas. Tačiau tinkamas bendrovių valdymas teigiamai veikia organizacijos ESG atskleidimo lygį, dėl kurio įmonės įgauna veiklos optimizavimo ir tvaraus ilgalaikio augimo skatinimo supratimą (Meng, 2023). Tai patvirtina ir Dahlmann'as, Stubbs, Griggs'as ir Morrell'as (2019) išryškindami, jog bendrovės atskleisti su ESG susijusią informaciją ir siekti vykdyti tvarius veiklos tikslus, skatina ir tinkamas įmonės valdymas. Tuo tarpu Almagtome, Khaghaany'us ir Once (2020) teigia, jog direktorių valdyba, siekdama tinkamai valdyti įmonę bei padidinti suinteresuotų asmenų vertę maksimaliai, privalo suvokti iš organizacijos veiklos kylančias aplinkosaugines ir socialines pasekmes.

Didesnė dalis nepriklausomų direktorių valdyboje teigiamai veikia aplinkosaugos ir socialinės atsakomybės aspektus, todėl galima teigti, jog valdymo veiksnys iš dalies yra kertinis aspektas užtikrinantis organizacijų informacijos atskleidimą tvarumo ataskaitoje ne tik apie valdymo veiksnį, bet ir apie aplinkosaugos ir socialinį (Hussain ir Schlick, 2016). Valdybos sudėtis su nepriklausomais direktoriais teigiamai veikia įmonių tvarumą, o konkrečiai aplinkosaugos aspektui teigiamą įtaką daro generalinio direktoriaus bei įmonės valdybos pirmininko pareigų atskyrimas bei

valdybos įvairovė, tačiau organizacijos socialinius rezultatus neigiamai veikia valdybos nepriklausomybė (Naciti, 2019).

Alhamar, Hamdan'as ir Saif'as (2024) tvirtina, jog įmonės sutelkia dėmesį į tinkamą bendrovės valdymą siekdamas padidinti investuotojų pasitikėjimą, tokiu būdu pritraukiant jų naujas investicijas. Taip pat tinkamas bendrovės valdymas turi apimti tris aspektus: tai nuolatinis skaidrumo didinimas, aktyvi rinka bei pastovus laikymasis teisinių reguliavimų, esančių šalyje, kurioje yra bendrovė.

Bendrovės valdymas apima skirtingas suinteresuotas šalis (Sadiq ir kt., 2023), kadangi organizacijos valdymo principuose ir struktūroje yra pateiktos taisyklės ir procedūros, kuriomis vadovaujantis yra priimami sprendimai, taip pat yra numatomas pareigų bei teisių pasiskirstymas tarp skirtingų suinteresuotų asmenų: tai valdyba, vadovai, akcininkai, kreditoriai, įvairios reguliavimo organizacijos, auditoriai bei kiti dalyviai. Tinkamas ir efektyvus valdymas gali būti apibūdinamas kaip priemonė, atsižvelgianti į susijusius įvairius suinteresuotus asmenis ir atitinkamai į jų lūkesčių tenkinimą. Kreditoriai, akcininkai ir įvairios institucijos taip pat yra įvardijamos kaip suinteresuoti asmenys, tačiau autoriai praplečia jų kategoriją įtraukdami ir tiekėjus, vartotojus, bendrovės darbuotojus bei vietos bendruomenę (Naciti, 2019). Tačiau svarbu pabrėžti, jog siekiant gero įmonės valdymo, yra svarbu suderinti visų suinteresuotų asmenų skirtingus interesus.

Carrillo (2013) teigimu akcininkų ir suinteresuotų asmenų interesai yra vienas su kitu konkuruojantys. Tačiau vienas interesas tarp šių grupių sutampa, tai klientai, kadangi akcininkai mano, jog klientai yra pajamų šaltinis, galintis maksimizuoti jų grąžą, o iš suinteresuotų asmenų pusės yra siekiama klientų pasitenkinimo. Įmonės valdybos direktoriai yra atsakingi už akcininkų vertės didinimą, bet taip pat ir už etišką elgesį su suinteresuotais asmenimis (Burke ir Mattis, 2013).

Taigi, valdymo aspektas yra siejamas su įmonės tvariu valdymu, bendrovėje esančiomis taisyklėmis ir kontrolėmis, skaidrumo užtikrinimu, įvairiomis suinteresuotomis šalimis bei užtikrinimu patenkinti jų lūkesčius. Įmonės pateikdamos su valdymu susijusią informaciją atskleidžia tokius aspektus kaip valdybos sudėtis ir jos funkcijos, nepriklausomus valdybos narius, vadovybės atlyginimą, skyrimo komitetą, akcininkų pritarimus ir balsavimą, audito komiteto nepriklausomumą, atliekamus vidinius auditus, suinteresuotų asmenų įtraukimą bei tvarumo ataskaitų teikimą. Tinkamas ir tvarus įmonės valdymas apima ne tik vien šį aspektą iš ESG, bet ir kitus du, kadangi tinkamas įmonės valdymas skatina įgyvendinti tvarius tikslus, taip pat teigiamai veikia aplinkosaugos ir socialinius aspektus bei bendrovės ESG atskleidimo lygį. Tačiau valdyba siekdama tinkamai valdyti organizaciją privalo atsižvelgti į aplinkosauginius ir socialinius aspektus prieš priimdama sprendimus.

2.4. Europos tvarumo ataskaitų teikimo standartų reikalavimai aplinkosaugos, socialinei ir valdymo informacijai atskleisti

Europos Komisija priėmė pirmuosius teisiškai privalomus vienodus Europos tvarumo ataskaitų teikimo standartus (toliau ESRS), kuriuos privalo taikyti bendrovės pagal neseniai priimtą CSRD. Europos Komisijos (2023) teigimu, tai yra dar vienas žingsnis siekiant tvarios ekonomikos Europos Sąjungoje. Be to, organizacijoms, siekiančioms pateikti ESG informaciją pagal ESRS reikalavimus, gali prireikti tam tikrų pokyčių organizacijos struktūroje ar naujų sistemų ir procesų įdiegimo. Pagal ESRS esančius reikalavimus įmonės privalės rinkti ir atskleisti informaciją, susijusią su ESG, savo

tvarumo ataskaitose. ESRS išsiskiria tuo, jog tai yra dvigubo reikšmingumo ataskaitų teikimo standartas, pagal kurį bendrovės atskleidžia problemas pagal du skirtingus kriterijus:

- kaip organizacijos tvarumas veikia ją finansiškai iš vertės ir pelningumo perspektyvos (tai galėtų apimti visuotinį atšilimą ir jo daromą įtaką bendrovės pinigų srautams),
- kaip įmonės tvarumas veikia suinteresuotąsias šalis bei pačią aplinką (tai galėtų apimti bendrovės išmetamas šiltnamio efektą sukeliančias dujas (ŠESD)).

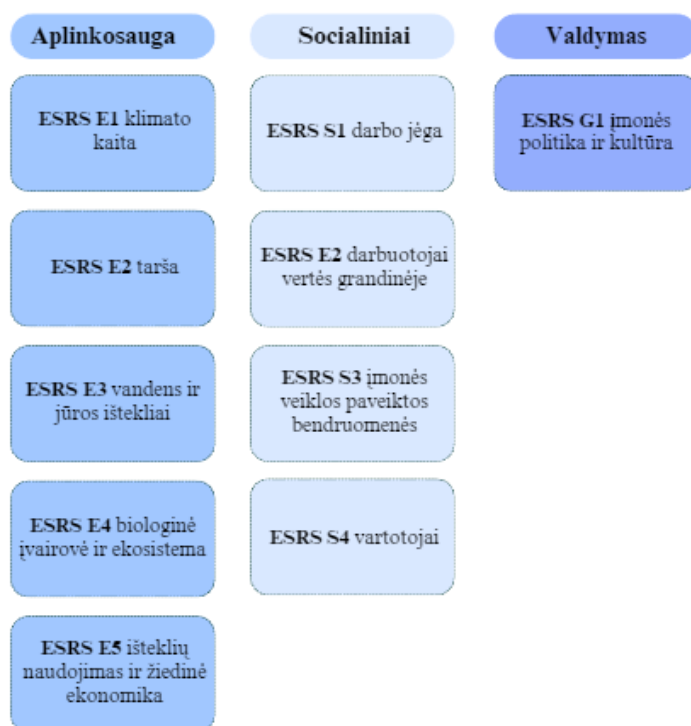
Kuomet tvarumo aspektas yra reikšmingas bent pagal vieną iš šių kriterijų, tuomet yra laikoma, jog jis atitinka dvigubo reikšmingumo ataskaitų teikimo standartą (EFRAG, 2022). Dvigubo reikšmingumo pavyzdys galėtų būti statybos bendrovė, kuri patiria finansines problemas dėl darbų atidėliojimų, kylančių dėl ekstremalių oro sąlygų ar dėl vis dažnesnių didelio karščio bangų. Tuo tarpu ta pati statybos įmonė vykdydama savo veiklą neigiamai veikia aplinką, išmesdama į orą didelį anglies dioksido kiekį bei užteršdama požeminį vandenį (Envoria, 2023).

Svarbu išryškinti, jog bendrovės neprivalo atskleisti visų ESRS esančių informacijos atskleidimo reikalavimų, susijusių su ESG, tuo tarpu organizacijos turėtų pasirinkti ir atskleisti tas temas, kurios yra svarbios konkrečiai įmonei. Būtent dėl šios priežasties kiekviena bendrovė privalo atlikti reikšmingumo vertinimą, kurio pagalba atsirenka, kurie tvarumo klausimai organizacijai yra svarbūs, o kurie ne, tokiu būdu taip pat įvertina, kurios ESG temos įmonei yra aktualios. Išskirdamos temas, kurios bendrovei, aplinkai bei suinteresuotoms šalims yra svarbios, organizacija gali užtikrinti prasmingos ir glaustos informacijos atskleidimą. Siekdamas įvertinti įmonei aktualias tvarumo temas ir klausimus, bendrovės privalo įvertinti įmonės daromą poveikį bei galimas rizikas ir galimybes. Bendrovės tvarumo poveikis – tai veiksmai, kurių imasi organizacija ir kurie teigiamai arba neigiamai veikia tiek aplinką, tiek suinteresuotąsias šalis. Tuo tarpu rizika ir galimybės, tai veiksniai, su kuriais tenka susidurti įmonei, kuomet dėl žmoniškųjų, gamtos ir socialinių išteklių poreikio, organizacija gali susidurti su finansinėmis galimybėmis arba rizikomis (Envoria, 2023). Taigi pagal naująją CSRD daliai įmonių, kurios galbūt anksčiau neteikė tvarumo ataskaitų, pagal naujuosius kriterijus tampa privaloma teikti su ESG susijusią informaciją, tačiau pagal naująją CSRD įsigalioja ir naujieji ESRS, kurių privalės laikytis visos organizacijos pagal CSRD atskleisdamos su ESG susijusią informaciją. Taip pat įmonėms tvarumo ataskaitų teikimą apsunkina ir tai, jog jos privalės atitikti ir Europos Sąjungos taksonomijos reglamentą (Denkstatt, 2023). Vis dėlto, „EFRAG“ (2023) teigia, jog organizacijoms, kurios anksčiau rengė tvarumo ataskaitas pagal GRI standartus bus daug lengviau prisitaikyti prie ESRS keliamų reikalavimų dėl jų ganėtinai didelio sąveikos lygio.

ESRS yra sudarytas iš standartų rinkinio, kuris apima su aplinkosauga, socialiniu veiksniu ir valdymu susijusius klausimus, ir bendrai sudaro dvylika tvarumo ataskaitų teikimo standartų. ESRS standartų rinkinys yra sudarytas iš dvejų pagrindinių kategorijų, tai kompleksiniai standartai, kurie yra privalomai taikomi visoms organizacijoms ir neapima konkrečios temos, bei aktualūs standartai, kurie yra konkrečiai susiję su aplinkosaugos, socialine ar valdymo tema, ir kuriems bendrovės turi atlikti reikšmingumo vertinimą, siekiant nustatyti, kas konkrečiai joms yra aktualu. Svarbus ESRS aspektas yra ir tai, jog standartų rinkinys reikalauja ne tik, kad bendrovės atskleistų esu ESG susijusią informaciją bei įvairius rodiklius, bet ir tai, ar organizacijai pavyko pagerinti savo tvarumo rodiklius bei kaip ji toliau ruošiasi plėtoti tvarumą, siekiant tvarios ekonomikos. Taigi, naujieji

ESRS yra priemonė, kuria Europos Sąjunga siekia įgyvendinti tvarią ekonomiką ir klimato neutralumą.

ESRS kompleksiniai standartai apima du standartus, tai ESRS 1 – bendrieji reikalavimai, kuriuose reikalaujama atlikti standartų reikšmingumo įvertinimą bei yra pateikiami principai pagal CSRD, kaip įmonės turėtų rengti ir atskleisti su tvarumu susijusią informaciją ataskaitoje, kitaip tariant tai yra ataskaitų teikimo pagrindas, bei ESRS 2 – bendrieji atskleidimai. Pastarieji neatsižvelgia į gautus rezultatus dėl reikšmingumo įvertinimo ir reikalauja organizacijų pateikti bendrąsias charakteristikas ir informaciją (Denkstatt, 2023). Tuo tarpu aktualūs ESRS standartai apima dešimt skirtingų standartų. Tai aplinkosaugos standartai – klimato kaita, tarša, vandens ir jūros ištekliai, biologinė įvairovė ir ekosistema, išteklių naudojimas ir žiedinė ekonomika. Socialiniai standartai – darbo jėga, darbuotojai vertės grandinėje, įmonės veiklos paveiktos bendruomenės bei vartotojai. Valdymo standartai apima informaciją apie bendrovės politiką ir kultūrą. Aktualūs standartai pateikti 5 pav.



5 pav. ESRS aktualūs standartai (sudaryta autorės, remiantis Denkstatt, 2023)

Taigi, ESRS yra naujoji priemonė, kuria yra siekiama užtikrinti dar didesnę teikiamų ataskaitų kokybę bei jų palyginamumą tarp skirtingų įmonių, šiais standartais taip pat kaip ir naująja direktyva yra siekiama užtikrinti tvarią ekonomiką Europoje. Pagal CSRD įmonių teikiamos ataskaitos ne tik turės būti parengtos pagal ESRS, bet taip pat privalės atitikti ir Europos Sąjungos taksonomijos reglamentą. Šių standartų išskirtinumas yra tai, jog bendrovės privalo atlikti reikšmingumo vertinimą, pagal kurį įvertina ESG temas, kurios yra aktualios organizacijai ir kurios privalės būti atskleistos ataskaitoje pagal ESRS. Taip pat atskleidžiant informaciją tampa privaloma pateikti dvigubą reikšmingumą, todėl bendrovės privalės pateikti kaip tam tikras veiksnys veikia jų veiklą, bei kaip jų veikla iš tvarumo pusės veikia suinteresuotąsias šalis bei pačią aplinką. Taigi, taip apims atskleidžiamą informaciją apie jų poveikį, galimybes bei rizikas su kuriomis susiduria.

2.4.1. Aplinkosaugos veiksnio standartų reikalavimai

Plačiausias ESRS rinkinį apimantis veiksnys yra aplinkosauga. Pastarųjų standartų rinkinys apima informacijos reikalavimus susijusius su klimato kaitos, taršos, vandens ir jūros išteklių, biologinės įvairovės ir ekosistemos, išteklių naudojimu bei žiedinės ekonomikos atskleidimu tvarumo ataskaitoje. Standartuose esantys reikalavimai yra pateikiami „EFRAG“ (2023):

Organizacijos, pagal kiekvieną aplinkosaugos standartą, turi pateikti veiksmus, kurių imasi siekdamas įgyvendinti tikslus, sumažinti daromą neigiamą poveikį aplinkai bei atskleisti tam skiriamus išteklius. Taip pat bendrovės turi atskleisti informaciją apie veiksmų rezultatus ir kaip pritaikė savo verslo modelį ir strategiją siekdamas tvarios ekonomikos. Ši informacija tvarumo ataskaitų skaitytojams leistų suprasti, kaip organizacijos siekia pereiti prie veiklos, atitinkančios taršos prevencijas, kurios privestų prie nulinės taršos, leidžiančios išsaugoti vandens ir jūrų išteklius bei užtikrinančios žiedinės ekonomikos laikymąsi. Įmonės, pagal visus aplinkosaugos standartus, privalo atskleisti bendrovės priimtą politiką, kuria siekiama nustatyti, valdyti, kontroliuoti bei sušvelninti su aplinkosaugos aspektais susijusias rizikas bei galimybes. Vis dėlto, organizacijos turi atskleisti ne tik informaciją apie priimtą politiką, bet ir apie savo tikslus, kuriais yra siekiama įgyvendinti nustatytą politiką. Taip pat aplinkosaugos standartų tikslas yra užtikrinti, jog skaitant įmonių pateiktas ataskaitas suinteresuotos šalys suprastų dėl klimato kaitos, taršos, vandens ir jūrų išteklių, biologinės įvairovės ir ekosistemos bei dėl išteklių naudojimo ir žiedinės ekonomikos priklausomumo ir poreikio, su kokiomis galimybėmis ir rizikomis organizacija susiduria bei kaip jas valdo. Galiausiai pagal visus ESRS aplinkosaugos standartus bendrovė turi atskleisti informaciją apie rizikų ir galimybių daromą poveikį bendrovės finansinei būklei (žr. 6 pav.).



6 pav. Bendrieji ESRS reikalavimai aplinkosaugos veiksniams (sudaryta autorės, remianti EFRAG, 2023)

ESRS E1 standarto tikslas yra pateikti reikalavimus įmonėms atskleidžiant su tvarumu susijusią informaciją, jog ataskaitos skaitytojai suprastų, kokią teigiamą ar neigiamą įtaką organizacijos veikla daro klimato kaitai, kaip įmonės siekia prisidėti prie Paryžiaus susitarimo dėl klimato kaitos užtikrinimo, siekiant tikslo, kad pasaulinis atšilimas nepakiltų daugiau kaip 1,5 °C.

ESRS E1 apima reikalavimus susijusius su septyniomis ŠESD, anglies dioksido, azoto oksido, metano, azoto trifluorido (NF3), perfluorangliavandenilio (PCF), sieros heksafluorido bei hidrofluorangliavandenilio (HFC) informacijos atskleidimu. Pagal šį standartą įmonės privalo atskleisti informaciją apie suvartojamą energiją: iš anglies ir anglies produktų suvartojamą energiją, iš naftos bei gamtinių dujų kuro šaudų, taip pat pirktos šilumos, elektros, vėsinimo ar garų suvartojamą kiekį tiek iš neatsinaujinančių šaltinių, tiek iš atsinaujinančių šaltinių ar savarankiškai pasigamintų. Suvartotą elektros energijos kiekį bendrovės turi pateikti MWh matavimo vienetais. Taip pat siekiant suprasti, kaip įmonės vykdoma veikla veikia jos pajamas ir aplinką bendrovė

privalo išskirti eilutę finansinėje ataskaitoje ar pastaboje, kurioje atsispindėtų pajamų sumažėjimas dėl vykdomos veiklos, kuri neigiamai veikia klimatą bei atskleistų šiltnamio efektą sukeliančių dujų pagal tris pagrindines kategorijas (Scope 1, Scope2 ir Scope 3) emisijų sumą. Pirmos srities (Scope 1) ŠESD emisija turėtų būti atskleista CO₂eq tonomis ir procentine dalimi. Antros srities (Scope 2) ŠESD emisija turėtų būti atskleista CO₂eq tonomis, tiek pagal vietą, kurioje yra sunaudojama elektra arba energija, tiek pagal bendrą rinką, kurie yra susiję su bendrovės pirkimo sprendimais. Trečios apimties (Scope 3) ŠESD emisijos dujų kiekis turi būti atskleistas CO₂eq tonomis iš kiekvienos taikymo kategorijos. Bendrovė taip pat turi atskleisti kaip ji sumažino išmetamų dujų kiekį savo veikloje ir vertės grandinėje bei sumą, kurią organizacija investavo į klimato kaitos sušvelninimo projektus ir anglies dioksido kreditų pirkimą.

ESRS E2 standarto tikslas yra pateikti reikalavimus įmonėms atskleidžiant su tvarumu susijusią informaciją, jog ataskaitos skaitytojai suprastų, kaip įmonė vykdydama savo veiklą teigiamai ar neigiamai veikia oro, vandens bei dirvožemio taršą. Šiuo standartu reikalaujama atskleisti informaciją, susijusią su oro tarša, kuri apima įmonės išmetamus teršalus tiek viduje, tiek lauke. Tuomet su vandens tarša susijusi informacija apima bendrovės išmetamų teršalų kiekį į vandenį ir nurodo jos veiksmus mažinant neigiamą poveikį. Tada pateikiama dirvožemio taršos informacija, kuri taip pat apima organizacijos išmetamų teršalų kiekį į dirvožemį ir šio neigiamo poveikio mažinimą.

Pagal ESRS E2 reikalavimus bendrovės atskleisdamos su tarša susijusią informaciją turi pateikti, kokias konkrečiai taršias medžiagas organizacija naudoja savo gamyboje ir kokias išskiria į aplinką kaip produkto ar paslaugos šalutinę medžiagą, tokiu būdu užtikrinant skaitytojų supratimą apie teršalų kiekį, kurį įmonė išmeta į orą, vandenį bei dirvožemį atskirai. Tvarumo ataskaitoje įmonės atskleisdamos informaciją apie taršą turi pateikti išmetamų teršalų kiekį į orą ir vandenį, taip pat apie neorganinių teršalų kiekį, išmetamų medžiagų kiekį, kuris ardo ozono sluoksnį, ir informaciją apie mikroplastiką, kurią bendrovė naudoja arba gamina pati. Organizacija taip pat turi pateikti informaciją apie tai, koku metodu įmonė matuoja teršalų kiekį, o kuomet yra pasirinktas prastesnis nei tiesioginis metodas įvertinti išmetamų teršalų kiekį, tuomet įmonė privalo argumentuoti, kodėl būtent toks metodas, kuris gali būti prastesnis yra pasirinktas. Bendrovės taip pat turi atskleisti informaciją apie tai, kokie yra išmetamo kiekio pokyčiai per laikotarpį bei kaip vyksta duomenų rinkimo procesas, kuris yra būtinas apskaitos ir ataskaitų rengimui. Tvarumo ataskaitoje taip pat privalės būti atskleista informacija apie išmetamas, naudojamas ar gaminamas chemines medžiagas, kurios gali kelti susirūpinimą, kadangi šios informacijos atskleidimas suinteresuotoms šalims leistų suvokti įmonės daromą poveikį sveikatai bei aplinkai.

ESRS E3 standarto tikslas yra pateikti reikalavimus įmonėms atskleidžiant su tvarumu susijusią informaciją, jog ataskaitos skaitytojai suprastų, kaip įmonė teigiamai ar neigiamai veikia vandens ir jūrų išteklius. Taip pat nustatyti reikalavimai turėtų leisti suprasti, kaip organizacija prisideda prie Europos žaliojo kurso, siekdama užtikrinti švarų vandenį, biologinę įvairovę, gryną orą, sveiką dirvožemį bei kaip prisideda prie tvarios žuvininkystės ir mėlynosios ekonomikos. Informacijoje apie šiuos išteklius vanduo apima paviršinį, požeminį bei pagamintą vandenį, pateikiant kiek vandens buvo sunaudota bendrovės veikloje gaminant produkciją ar teikiant paslaugas. Tuo tarpu jūrų išteklių terminas apima vandenynų išteklių naudojimą, veiklą, kuri yra vykdoma jūroje, bei įvairias išmetamas medžiagas, kurios vėliau patenka į vandenyną.

Įmonė, atskleisdama su vandens ir jūros ištekliais susijusią politiką, privalo pateikti kaip jos nustatyta politika padeda spręsti vandens ir jūrų išteklių naudojimo valdymą, gaminių ir produktų dizainą, siekiant išsaugoti šiuos išteklius, taip pat kaip bendrovė siekia sumažinti vandens naudojimą tose vietose, kuriose kyla rizika. Be to, organizacijos turi atskleisti, kokių veiksmų ėmėsi politikos įgyvendinimui užtikrinti, išskiriant tris vandens ir jūros išteklių problemines kategorijas, ar mažino, vengė šių išteklių naudojimo, ar transformavo ir atkūrė jūros ekosistemą ir baseinus. Bendrovės pateikdamos tikslus turi atskleisti, ar juos nustatant rėmėsi įmonės specifiniais asignavimais bei nustatytais vietinėmis ekologinėmis ribomis, kokias metodikas taikė nustatant ekologines ribas, ar nustatytos ribos yra specifinės bendrovei, kaip organizacijoje yra paskirstyta atsakomybė dėl šių ribų laikymosi bei ar nustatyti tikslai yra privalomi, ar savanoriški. Pagal standartus bendrovės taip pat privalo atskleisti su rizika ir galimybėmis susijusius rodiklius, tokius kaip bendro suvartoto vandens kiekis m^3 , suvartoto vandens kiekis m^3 tose vietose, kur yra didelis jo trūkumas ir problema, bei sukaupto vandens kiekis saugykloje m^3 ir jo pokytis. Šių rodiklių atskleidimas leidžia įvertinti įmonės padarytą pažangą susijusią su jos išsikeltais tikslais.

ESRS E4 standarto tikslas yra pateikti reikalavimus įmonėms atskleidžiant su tvarumu susijusią informaciją, jog ataskaitos skaitytojai suprastų, kaip organizacijos veikla teigiamai ir neigiamai veikia biologinę įvairovę ir ekosistemą, kaip įmonė sugeba priderinti savo planus, strategiją ir verslo modelį atsižvelgdama į biologinę įvairovę, ekosistemą ir Europos Sąjungos 2030 metų biologinės įvairovės strategiją. Standartas nustato reikalavimus – atskleisti ryšius su sausumos, gėlo vandens bei jūros ekosistema. Reikalavimuose pateikta biologinė įvairovė apima gyvus organizmus iš skirtingų aplinkų, tarp kurių yra gėlas vanduo, sausuma, jūra ir kitos įvairios vandens ekosistemos.

Pagal naujuosius standartus reikalaujama, kad įmonės pateikdamos biologinės įvairovės ir ekosistemos politiką, taip pat atskleistų kaip jos parengta politika yra suderinta su Europos Sąjungos biologinės įvairovės strategija iki 2030 metų, Pasauline biologinės įvairovės programa po 2020 metų, kitais teisės aktais, materialine priklausomybe, rizika ir galimybėmis. Taip pat kaip įmonė siekia kovoti su gamyba bei išteklių naudojimu iš ekosistemų, kurios valdomos taip, jog pagerintų biologinės įvairovės sąlygas. Pateikta politika turi atskleisti, ar bendrovė priėmė ekosistemų ir biologinės įvairovės apsaugos, tvarios žemės, vandenynų ir jūrų politikas bei problemą dėl miškų naikinimo. Be to įmonės atskleisdama savo veiksmus, kuriais siekia įgyvendinti politiką, turi pateikti kokių pagrindinių veiksmų ėmėsi – sumažinti, išvengti ar atkurti bei kokių kompensavimo priemonių ėmėsi ir koks jų poveikis. Taip pat pagal standartus privalo būti pateiktos ir suinteresuotos šalys bei jų daromas neigiamas arba teigiamas poveikis tokioms grupėms kaip tautinės grupės, smulkūs ūkininkai bei kitos pažeidžiamos grupės bei ar jų vykdoma veikla gali neigiamai paveikti tvarumą. Pagal standartą organizacija turi atskleisti, ar jos tikslai buvo suderinta su ES biologinės įvairovės strategija iki 2030 metų, Pasauline biologinės įvairovės programa po 2020 metų ir kitais teisės aktais. Rengdama tvarumo ataskaitą bendrovės turi pateikti duomenis ir matavimus, kurie leistų įvertinti jos daromą veiklą susijusią su biologine įvairove ir ekosistema, tai skaičių ir plotą nuosavybės teise priklausančių, valdomų ir nuomojamų teritorijų ekosistemai jautriose vietose. Organizacija taip pat privalo atskleisti tam tikrus rodiklius, susijusius su ekosistema ir biologine įvairove: nurodyti laiko tarpą ir kaip per jį keičiasi žemės danga, kokius pokyčius įgyvendino ekosistemoje per tam tikrą laiko tarpą, kaip keičiasi kraštovaizdžio erdvės struktūra bei kokių veiksmų imasi kontroliuoti invazinių svetimų rūšių savanorišką ar atsitiktinį įsiskverbimą, jei bendrovės veikla tiesiogiai prie to prisideda. Vis dėlto, jei bendrovė pati nustatė esminį poveikį,

kuris yra susijęs su rūšių būkle, tuomet įmonė privalo atskleisti jos nustatytus svarbius rodiklius, pateikti ekosistemos išnykimo riziką, taip pat rodiklius, kurie atskleistų ir pamatuotų rūšies individų konkrečioje erdvėje pokytį, grėsmės statusą bei daromą slėgio ir veiklos poveikį rūšims, kurioms gresia išnykimo rizika. Tuo tarpu, jei bendrovė nustatė su ekosistema susijusį esminį pokytį, įmonė turi pateikti rodiklius, kurie leistų įvertinti konkrečios ekosistemos ploto aprėptį, taip pat rodiklius, kurie atskleidžia skirtingų buveinių tarpusavio sąsają ir matuoja ekosistemos kokybę.

ESRS E5 standarto tikslas yra pateikti reikalavimus įmonėms atskleidžiant su tvarumu susijusią informaciją, jog ataskaitos skaitytojai suprastų kokią neigiamą ar teigiamą įtaką bendrovė daro išteklių naudojimui, tarp kurių yra ir neatsinaujinančių išteklių išekvojimas bei atsinaujinančių išteklių regeneracija, kokių veiksmų organizacija ėmėsi siekdama kovoti su neigiamu poveikiu, atsirandančiu dėl išteklių naudojimo ir žiedinės ekonomikos.

Pagal naujuosius standartus įmonės taip pat turi atskleisti metodą ir priemones, kurių pagalba yra nustatomos rizikos. Pateikdamos informaciją apie tikslus, bendrovės turi pateikti kaip nustatyti tikslai siejasi su žiedinės ekonomikos plėtimu, medžiagų naudojimu žiedinėje ekonomikoje, neatsinaujinančių žaliavų naudojimo mažinimu, atsinaujinančių išteklių atsargų atstatymu bei atliekų tinkamu tvarkymu. Taip pat turi būti aišku, ar nustatant tikslus buvo atsižvelgta į leidimus, kurie yra skirti kiekvienam subjektui individualiai. Pagal standartus įmonė turi apžvelgti informaciją apie svarbius išteklius, kuriuos gauna ar naudoja savo veikloje, tai gali apimti tokius duomenis kaip žaliavų ar kitų reikalingų išteklių patekimą į bendrovės veiklos procesus. Organizacija turi atskleisti tokius rodiklius kaip bendrą svorį gaminių ir medžiagų, kurios buvo naudotos per ataskaitinį laikotarpį, svorį bei procentinę dalį atsinaujinančių žaliavų ir šaltinių, kurie yra naudojami produktams ir paslaugoms gaminti, bei svorį ir procentinę dalį perdirbtų arba pakartotinai panaudotų produktų. Bendrovė privalo pateikti informaciją apie savo materialių išteklių panaudojimą ir atliekas, kadangi ši informacija skaitytojams leistų suprasti, kaip prie žiedinės ekonomikos prisideda įmonė: ar atsižvelgia į žiedinę ekonomiką kurdamą naujus produktus, kiek per pirmą naudojimą yra perdirbama medžiagų, atliekų ir produktų bei kokia yra atliekų tvarkymo strategija bendrovės veikloje. Taip pat turi įvardinti rodiklius, susijusius su produktų ir medžiagų išskyrimu gamybos procese, remiantis žiedine ekonomika: tai svoris ir procentai produktų ir paslaugų gamybos proceso metu išeinančių medžiagų, kurioms yra taikomi žiedinės ekonomikos principai. Duomenys, susiję su atliekomis, privalo būti pateikti kilogramais arba tonomis ir apima tokią informaciją kaip bendras atliekų kiekis, pavojingų ir nepavojingų atliekų svoris pagal tris skirtingus tipus – perdirbimo, pakartotinio panaudojimo ir kitos atliekų atnaujinimo operacijos. Taip pat pavojingų ir nepavojingų atliekų svorį pagal tris skirtingas kategorijas – atliekos, kurios pašalintos deginant, išvežant į sąvartyną bei kitais būdais. O nurodant atliekų sudėtį bendrovė turi atskleisti atliekų kiekį, kuris yra susijęs su veikla ar sektoriumi, bei medžiagas, kurios yra atliekose.

Taigi, aplinkosaugos standartų rinkinyje esantys reikalavimai, siekiant pateikti suprantamą ir išsamią informaciją suinteresuotoms šalims, yra ganėtinai panašūs. Standartuose reikalaujama, jog bendrovės atskleistų, kokį teigiamą ar neigiamą poveikį jų veikla daro klimato kaitai, oro, vandens bei dirvožemio taršai, vandens ir jūrų ištekliams, biologinei įvairovei ir ekosistemai bei išteklių naudojimui. Taip pat kokių veiksmų, planų ir kokių priemonių organizacija ėmėsi siekdama sumažinti ar panaikinti daromą neigiamą poveikį šiems aspektams. Be to kaip įmonė pritaikė savo verslo modelį ir strategiją siekdama mažinti daromą neigiamą poveikį kiekvienam iš šių aspektų bei tausoti aplinkos išteklius, žengiant tvarios ekonomikos link. Tvarumo ataskaitoje bendrovės taip pat turi atskleisti rizikas ir galimybes, su kuriomis susiduria dėl įmonės vykdomos veiklos bei jos

priklausomybės nuo aplinkos, išteklių, ekosistemos ir taršos bei turi nurodyti, kaip tai paveikia organizacijos finansinę būklę. Standartuose reikalaujama, jog bendrovės atskleistų savo parengtą politiką siekiant kontroliuoti rizikas ir galimybes bei tikslus, kurie užtikrintų politikos įgyvendinimą ir tam skirtus išteklius. Kiekvieno aplinkosaugos standarto išskirtinumas yra jų atskleidžiami rodikliai bei dydžiai, susiję su kiekvienu aspektu individualiai, bei tai, jog klimato kaitos standartai turi užtikrinti Paryžiaus susitarimą. Vandens ir jūrų išteklių standartas reikalauja atskleisti, kaip įmonė prisideda prie Europos žaliojo kurso, o pagal biologinės įvairovės ir ekosistemos standartą bendrovės privalo atsižvelgti į Europos Sąjungos 2030 metų biologinės įvairovės strategiją.

2.4.2. Socialinio ir valdymo veiksmų standartų reikalavimai

Prie atskleidžiamos ESG informacijos kokybės gerinimo prisideda ir naujieji socialinio veiksmo ir valdymo veiksmų standartai. Socialinio veiksmo standartų rinkinys apima informacijos reikalavimus susijusius su darbo jėga, darbuotojais vertės grandinėje, bendruomenėms daromu įmonės poveikiu bei vartotojais, tuo tarpu valdymo veiksmo standartas apima reikalavimus susijusius su organizacijos politika ir kultūra. Reikalavimai yra pateikiami „EFRAG“ (2023):

5 lentelė. Bendrieji ir specialieji ESRS reikalavimai socialiniam veiksmui (sudaryta autorės, remianti EFRAG, 2023)

Reikalavimai informacijos atskleidimui	ESRS S1	ESRS S2	ESRS S3	ESRS S4
Bendrieji				
Įmonės veiksmas/priemonės	x	x	x	x
Veiksmų rezultatai	x	x	x	x
Tiksiai	x	x	x	x
Galimybės	x	x	x	x
Rizikos	x	x	x	x
Politika		x	x	x
Verslo modelis				x
Strategija				x
Poveikis įmonės finansinei būklei	x	x	x	x
Priemonės ir kanalai, skirti bendrauti ir teikti anonimišką informaciją įmonei	x	x	x	x
Specialieji				
Įmonės darbo jėga	x			
Darbuotojai vertės grandinėje		x		
Galutiniai vartotojai				x
Bendruomenė			x	
Darbo laikas		x		
Lygybė	x	x		
Vienodo atlyginimo užtikrinimas	x	x		
Mokymai	x	x		
Įvairovė darbo vietoje	x			
Vaikų ir priverstinis darbas	x	x		

Bendrovės pagal kiekvieną socialinio aspekto standartą turi pateikti veiksmus, kurių ėmėsi siekdamas kovoti su neigiamu poveikiu ir užtikrinti teigiamą poveikį darbuotojams, bendruomenei ir vartotojams, bei pateikti šių veiksmų rezultatus. Taip pat įmonės turi atskleisti, su kokiomis rizikomis ir galimybėmis susiduria organizacija dėl jos priklausomybės ir poveikio darbo jėgai, darbuotojams vertės grandinėje, bendruomenei, vartotojams ir galutiniams naudotojams, bei su koku finansiniu poveikiu susiduria įmonė per skirtingą laiko periodą. Be to, bendrovės turi pranešti veiksmus ir procesus, kurių ėmėsi siekdamas sumažinti galimą riziką bei įgyvendinti galimas materialines galimybes. Šios informacijos atskleidimas turi leisti suprasti, kaip įmonė siekia išvengti neigiamo materialaus poveikio ir prisidėti prie teigiamo poveikio darbuotojams, bendruomenės nariams ir vartotojams iš rezultatų perspektyvos. Organizacijos taip pat turi atskleisti savo nustatytą politiką ir tikslus, kurie turi sietis su neigiamo poveikio mažinimu ir teigiamo poveikio didinimu. Pagal kiekvieną socialinio aspekto standartą įmonės turi pateikti informaciją apie priemones ir kanalus, kuriuos būtų galima naudoti sprendžiant įmonės daromą neigiamą poveikį. Pasitelkdami skundų teikimo kanalą darbuotojai gali pranešti apie savo problemas, nusiskundimus ir poreikius organizacijai, bendruomenės gali kreiptis į organizaciją, o vartotojai gali pateikti klausimus, susirūpinimus ar kitą informaciją. Taip pat bendrovės pagal standartus turi pateikti savo požiūrį į darbo sąlygas, kurios apima darbuotojų darbo laiką, saugų darbą, tinkamą atlyginimą, socialinę komunikaciją, darbuotojų teisę į konsultavimąsi ir į dalyvavimą darbo tarnybose, darbo ir asmeninio gyvenimo pusiausvyrą bei saugumą ir sveikatą. Be to, įmonės turi atskleisti savo požiūrį, kurio laikosi dėl vienodų sąlygų ir galimybių darbo vietoje, lyčių lygybę ir vienodo atlyginimo užtikrinimą, įgūdžių tobulinimą ir mokymąsi, neįgalųjų įdarbinimą, priemones, kurių ėmėsi kovodama su smurtu ir priekabiavimu, įvairovės užtikrinimą darbo vietoje, taip pat vaikų ir priverstinį darbą bei privatumą (žr. 5 lent.).

ESRS S1 standarto tikslas yra pateikti reikalavimus įmonėms atskleidžiant su tvarumu susijusią informaciją. Pagal ESRS S1 nuosava darbo jėga apima darbuotojus, kurie tiesiogiai dirba įmonėje, taip pat darbuotojus, kurie teikia samdomo paslaugas, bei darbuotojus, kurie yra sudarę tiekimo sutartis su organizacija. Pateikta informacija tvarumo ataskaitoje leistų išsiaiškinti, ar įmonė laikosi tokių reikalavimų kaip Tarptautinis žmogaus teisių aktas, EBPO gairės daugiašalėms įmonėms, Europos žmonių teisių konvencijos, Jungtinių tautų pagrindinių verslo ir žmogaus teisių principų ar kitų reikalavimų.

Bendrovės pateikdamos su darbo jėga susijusią informaciją turi atskleisti bendravimo procesus su savo darbuotojais ir jų atstovais, dėl kurių darbo jėga gali būti paveikta. Šios informacijos pateikimas leistų suprasti, kaip įmonė bendradarbiauja su savo darbuotojais dėl teigiamo ar neigiamo poveikio bei kaip įmonė priimdama sprendimus atsižvelgia į darbuotojų perspektyvą. Atskleidžiant informaciją, įmonės taip pat turi apibūdinti pagrindines darbuotojų charakteristikas: bendrą darbuotojų skaičių, suskirstyti juos pagal lytį ir šalį, jei organizacijoje dirba 50 ir daugiau darbuotojų, nurodyti nuolatinių ir laikinų dirbančiųjų skaičių atskirai bei išskaidyti juos pagal lytį ir regioną; darbuotojų kaitos skaičių ir rodiklį, taip pat visą darbo dieną ir ne visą darbo dieną dirbančių darbuotojų skaičių atskirai, taip pat išskaidant juos pagal lytį ir regioną bei duomenų rinkimo metodus. Be to, organizacijos turi pateikti ir nesamdomų darbuotojų, kurie yra darbo jėga charakteristikas: bendrą šių darbuotojų skaičių, dažniausius nesamdomų darbuotojų tipus, atliekamo darbo pobūdį bei metodus, kuriais buvo renkami duomenys. Taip pat įmonės turi atskleisti informaciją apie savo darbuotojus ir kolektyvines derybas: procentą darbuotojų, kuriems yra taikomos kolektyvinės derybos, ir tų, kuriems tai yra netaikoma. Organizacija turi pateikti ir

aukščiausio lygio vadovų skaičių bei jų pasiskirstymą pagal lytį, kuris turi būti pateiktas skaičiumi ir procentu, bei amžių, kurį reikėtų pateikti intervalais. Tvarumo ataskaitoje turi būti atskleista informacija ir apie darbuotojų darbo užmokestį, įvertinant ar jis yra atitinkamas, taip pat kokia procentinė dalis ir kokio tipo darbuotojai yra apmokami mažesniu nei atitinkamu darbo užmokesčiu. Tuomet bendrovės turi pateikti duomenis, ar visiems darbuotojams yra taikoma pajamų praradimo socialinė apsauga dėl tokių veiksmų kaip liga, susižalojimas ar patirta negalia darbe, motinystės atostogos bei išėjimas į pensiją, jei ne, tai įmonė privalo pateikti tipą darbuotojų ir procentinę dalį šalių, kuriose taip nėra. Bendrovės turi taip pat atskleisti neįgalųjų darbuotojų procentą suskaidant jį pagal lytį; įvardinti kokius mokymus ir tobulinimus vykdo, kiek procentiškai darbuotojų reguliariai dalyvauja mokymuose, taip pat turi nurodyti, koks yra pagal lytį ir pareigų kategoriją vienam asmeniui skirtas vidutinis mokymo valandų skaičius. Taip pat turi atskleisti sveikatos ir saugos sistemas organizacijos veikloje, skaičių įvykių, kurie yra susiję su mirtimi, sveikatos sutrikdymu ar sužalojimu, kuris leistų suprasti skaitytojams apie sistemos tinkamumą siekiant išvengti traumų. Ataskaitoje turi būti atskleisti ir rodikliai, tai procentinė dalis darbuotojų, kuriems yra taikoma sveikatos ir saugumo sistema, skaičius mirčių, susijusių su darbo veikla, nelaimingų atsitikimų skaičius ir dažnis, sveikatos sutrikdymų, kurie įvyko darbe skaičius, bei dienų, kurios buvo praleistos dėl sveikatos sutrikdymo darbe, skaičius. Tada pagal standartą turi būti atskleistas procentas darbuotojų, kurie turi teisę gauti su šeima susijusių atostogų, bei procentas ir pasiskirstymas pagal lytį darbuotojų, kurie pasinaudojo šiomis atostogomis. Taip pat turi būti pateiktas procentas darbo užmokesčio skirtumo tarp moterų ir vyrų atlygio, medianos santykis tarp didžiausią atlyginimą gaunančio asmens ir kitų darbuotojų atlygio, vyrų ir moterų atlyginimo skirtumas, kuris gali būti išskirtas pagal šalį ar darbo pozicijos kategoriją. Ši informacija skaitytojui leis suprasti apie darbo užmokesčio nelygybę organizacijoje. Bendrovės turi atskleisti skaičių incidentų ir skundų, susijusių su darbu bei žmogaus teisių pažeidimu. Pateikti informaciją apie sankcijas ir patirtas materialines baudas, skaičių praneštų skundų dėl diskriminacijos ir priekabiavimo, taip pat pateiktų skundų skaičių, susijusių su žmogaus teisėmis, bendrą baudų ir žalos atlyginimo sumą, rimtų žmogaus teisių pažeidimų skaičių ir patirtą baudų sumą dėl minėtų incidentų. Šios informacijos atskleidimas suinteresuotoms šalims leistų suprasti apie incidentų ir žmogaus teisių pažeidimų poveikį darbo jėgai. Su incidentais susijusi informacija turėtų apimti, kiek incidentų bendrovė buvo peržiūrėta, kiek įgyvendinimo planų buvo ištaisyta, kiek įvykių, kuriems nebereikėjo imtis veiksmų, bei incidento planų peržiūrėjimo proceso rezultatus.

ESRS S2 standarto tikslas yra pateikti reikalavimus įmonėms atskleidžiant su tvarumu susijusią informaciją. Pagal standartą vertės grandinės darbuotojai apima visus darbuotojus esančius vertės kūrimo grandinėje nuo tiekėjų iki pat vartotojų. Pateikdamos darbuotojams daromo poveikio informaciją, bendrovės turi atskleisti tipą darbuotojų, kuriems yra daromas poveikis, nurodyti šalis ar prekes, dėl kurių kyla didelė vaikų ar priverstinio darbo rizika, neigiamo poveikio paplitimo mastą bei pateikti darbuotojų tipą ir geografinę padėtį, kuriems daromas teigiamas poveikis. Taip pat privalo įvardinti, kokias atsakomybes prisiima, kokius mechanizmus ir procesus naudoja siekdama užtikrinti JT visuotinius reikalavimus, kokį dėmesį skiria žmogaus ir darbo teisėms, kaip palaiko bendravimą bei kaip siekia teigiamai įgalinti žmogaus teises. Pagal standartus turi būti atskleista informacija apie bendravimo procesus su vertės grandinės darbuotojais, o jei tokio įmonė nėra įgyvendinusi, ji turi nurodyti laikotarpį, per kurį planuoja įdiegti šį procesą. Bendrovės taip pat turi pateikti kokių veiksmų imasi ar planuoja imtis siekiant sukontroliuoti materialinę riziką bei galimybes, šios informacijos atskleidimas ataskaitos skaitytojams leistų suprasti apie visus veiksmus, atsakomybes bei iniciatyvas, kurių organizacija planuoja imtis siekiant pagerinti

darbuotojų gyvenimą, sušvelninti ar užkirsti kelią neigiamam materialiniam poveikiui bei skatinti ir panaudoti teigiamas materialias galimybes.

ESRS S3 standarto tikslas yra pateikti reikalavimus įmonėms atskleidžiant su tvarumu susijusią informaciją, jog ataskaitos skaitytojai suprastų kokį poveikį įmonė daro bendruomenei, taip pat kaip organizacija veikia bendruomenę tose srityse, kuriose yra didžiausia rizika. Bendrovė turi atskleisti savo požiūrį į bendruomenių socialines, ekonomines ir kultūrinės, pilietines ir politines bei čiabuvių bendruomenių teises.

Pagal standartą turi būti atskleista informacija apie bendruomenių tipus, ar jos šalia organizacijos gyvena, ar dirba, kokios bendruomenės yra vertės kūrimo grandinėje (pavyzdžiui logistikos ar pristatymo paslaugos), koks yra daromas reikšmingas neigiamas ir teigiamas poveikis bendruomenėms. Taip pat turi būti įvardijama informacija apie įmonės atsakomybę žmonių teisėms, naudojamus mechanizmus ir procesus, užtikrinančius proceso vystymą, organizacijos pagarbą čiabuvių žmonių teisėms, bendravimą su bendruomenėmis, atskleidžiant visą procesą, bei žmonių teisių įgalinimui skirtas priemones. Bendrovės turi atskleisti informaciją apie savo požiūrį į teisių gynimą susijusį su bendruomenėmis, bei kokių veiksmų ir procesų ėmėsi siekiant ištaisyti padarytą neigiamą poveikį. Taip pat organizacijos turi pateikti informaciją ir apie tai, ar buvo problemų ir incidentų susijusių su žmogaus teisių pažeidimu. Jei buvo neigiamai paveiktos bendruomenės, tai kokių veiksmų ėmėsi įmonė, kad ištaisytų ar pagerintų situaciją bei kokius išteklius skiria, siekdama valdyti ir kontroliuoti reikšmingą poveikį.

ESRS S4 standarto tikslas yra pateikti reikalavimus įmonėms atskleidžiant su tvarumu susijusią informaciją, jog ataskaitos skaitytojai suprastų kaip bendrovė teigiamai ar neigiamai veikia savo pagamintos produkcijos ar paslaugos galutinius vartotojus. Taip pat bendrovė turi pateikti savo požiūrį ir ryšį su daromu poveikiu vartotojams ir galutiniams naudotojams (pavyzdžiui privatumas ir prieiga prie kokybiškos informacijos), vartotojų saugumu bei socialiniu įsitraukimu (pavyzdžiui nediskriminavimu).

Pagal standartą organizacijos turi atskleisti aprašymą visų tipų vartotojų ir galutinių naudotojų. Taip pat pateikiamoje informacijoje turi būti nurodoma, ar yra produktų, kurie gali sukelti ligas ir būti kenksmingi, bei paslaugų, kurios gali turėti neigiamos įtakos duomenų saugumui ir privatumui. Be to, turi būti įvardijama, ar yra naudotojų ir vartotojų, kurių sveikata ir privatumas dėl rinkodaros gali būti pažeidžiami (pavyzdžiui vaikai). Taip pat įvykus neigiamam poveikiui vartotojams, įmonės turi atskleisti poveikio paplitimo mastą bei pateikti teigiamo poveikio aprašymą (pavyzdžiui dizaino pakeitimas pagerina produkto prieinamumą neįgaliesiems). Organizacijos taip pat turi atskleisti mechanizmus ir procesus, kuriais siekia stebėti įvairių principų laikymąsi, bendrovės pagarbą žmonių teisėms iš vartotojų perspektyvos, bendravimą su vartotojais ir taikomus procesus, taip pat žmonių teisių įgalinimo priemones bei kaip parengta politika yra suderinta su pripažintais standartais. Pagal juos ataskaitoje turi būti pateikta kokiais būdai bendrovė bendrauja su vartotojais, taip pat ar bendraujama su įmonės veiklos paveiktais vartotojais ir galutiniais naudotojais. Jei organizacija neturi nusistačiusi bendravimo proceso, tai ji turi pateikti laikotarpį, per kurį įgyvendins tokį procesą. Įmonės tikslų atskleidimas suinteresuotoms šalims leistų suprasti bendrovės požiūrį ir iniciatyvas sprendžiant neigiamo poveikio problemas ir skatinant teigiamą poveikį bei kokius išteklius skyrė, siekiant tai suvaldyti.

Pagal **ESRS G1** standartą organizacijos turi pateikti informaciją apie savo kultūrą, lobizmą, politinę veiklą, korupcijos ir kyšininkavimo prevenciją, gyvūnų gerovę, kaip valdo santykius su savo tiekėjais, kaip apsaugo pranešėjus ir įmonėje egzistuojančią mokėjimo praktiką. Atskleidamos informaciją apie vadovavimą, bendrovės turi nurodyti aspektus, susijusius su administracijos, valdymo ir priežiūros darbuotojų vaidmeniu, kurie yra susiję su verslo elgesiu, bei šių darbuotojų kompetencija verslo elgesio klausimais.

Pagal standartą įmonės turi atskleisti, kokių veiksmų ir iniciatyvų imasi siekdama plėtoti organizacijos kultūrą bei politiką, kuri sietųsi su verslo elgsena. Šios informacijos atskleidimas skaitytojams leis suprasti administracijos, valdymo ir priežiūros darbuotojų įsitraukimą siekiant užtikrinti šiuos aspektus. Pateikdamos informaciją įmonės turi įvardinti, kaip jos nustatyta politika yra susijusi ir ar apima šiuos aspektus, tai susirūpinimą dėl neteisėto elgesio, kuris gali neatitikti elgesio kodo, bei kokiais mechanizmais bendrovė su tuo kovoja, taip pat jei organizacija neturi nusistačiusi politikos, su kuria kovoja prieš kyšininkavimą ir korupciją, tai tuomet turi pateikti laikotarpį, per kurį planuoja tokią politiką parengti. Bendrovės taip pat turi nurodyti, kokias darbuotojų apsaugos priemones taiko, kokių veiksmų imasi tirdamos kyšininkavimo ir korupcijos įvykius, bei kokia yra gyvūnų gerovės politika. Taip pat įmonės turi įvardinti savo santykius su tiekėjais, atskleidama informaciją apie mokėjimų valdymą, jog jie nebūtų vėluojantys, rizikos kontrolę ir tvarumo užtikrinimą; nurodyti, ar atsižvelgia į tvarumo reikalavimus rinkdamasi tiekėjus kaip partnerius bei kaip bendrovė yra padėjusi savo tiekėjams, siekdama pagerinti jų socialinę ir aplinkosauginę veiklą. Pagal standartą organizacijos turi pateikti informaciją apie naudojamas sistemas, kuriomis aptinka, imasi veiksmų bei tiria korupcijos ir kyšininkavimo atvejus. Šios informacijos atskleidimas leistų suprasti, kaip įmonė siekia užtikrinti pagrindinių procedūrų skaidrumą. Ataskaitoje pateikta informacija turi atskleisti, kokias procedūras bendrovė taiko siekdama užkirsti kelią korupcijai, tyrimo komiteto nepriklausomumą, su korupcija ir kyšininkavimu susijusių mokymų organizavimą bei informaciją apie patvirtintus kyšininkavimo atvejus – jų skaičių, pobūdį, baudų dydį, teismų ir iškeltų viešų bylų skaičių ir jų baigtį. Taip pat pateikti duomenis apie incidentų skaičių, kuomet darbuotojai buvo atleisti, ar, kurių metu buvo nutrauktos sutartys su partneriais, bei informaciją apie sistemos aptiktus trūkumus. Taip pat įmonės turi nurodyti informaciją apie politinę ir lobistinę veiklą bei jos daromą materialų poveikį, atskleidžiant įneštą piniginę vertę natūra ir finansiniu politiniu įnašu bei kaip natūros pinigine vertė yra apskaičiuojama. Galiausiai turi būti pateikta informacija apie organizacijos mokėjimų praktiką atskleidžiant, vidutinį laiką, per kurį bendrovė apmoka savo sąskaitas, taikomas standartines mokėjimo sąlygas ir mokėjimų, kurie atitinka šiuos standartus, procentas bei dėl paveltuotų mokėjimų pradėtas teisminių procesų skaičių.

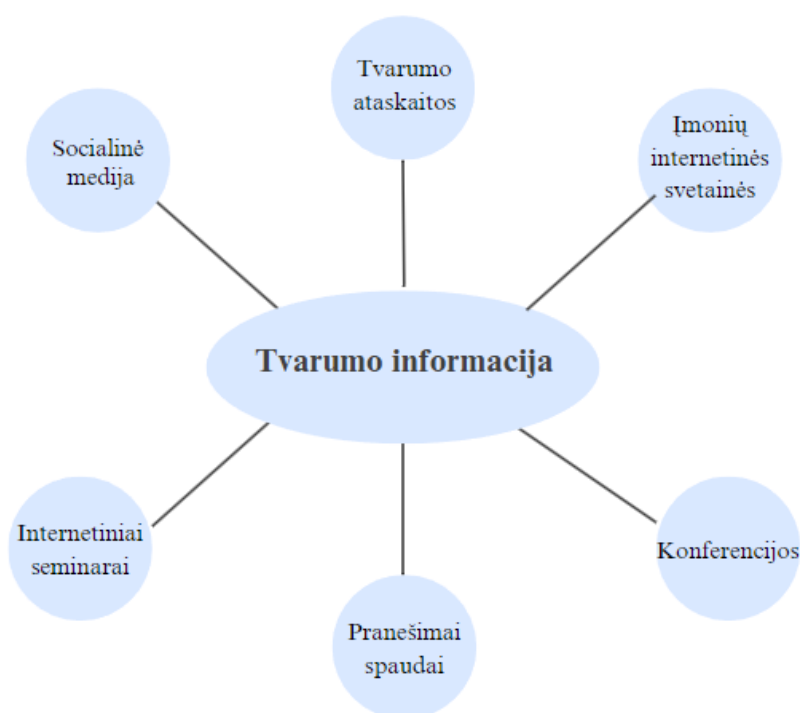
Taigi, socialinio veiksnio standartų rinkinyje esantys reikalavimai, siekiant pateikti suprantamą ir išsamią informaciją suinteresuotiems asmenims, turi tam tikrų panašumų. Kiekvienas iš standartų individualiai reikalauja, jog įmonė atskleistų, kokią teigiamą ir neigiamą poveikį daro savo darbo jėgai, darbuotojams vertės grandinėje, bendruomenei ir galutiniams vartotojams bei kokių veiksmų imasi kovodamos su daromu neigiamu poveikiu. Taip pat bendrovės turi atskleisti, su kokiomis galimybėmis ir rizikomis organizacija susiduria dėl jos daromo poveikio bei priklausomybės minėtiems aspektams. Be to kiekvienas standartas, esantis socialinio veiksnio standartų rinkinyje, reikalauja, jog įmonė atskleistų kaip jos strategija ir verslo modelis yra suderinti su galimybėmis ir rizikomis, bei kaip galimybės ir rizikos paveikia bendrovės finansinę būklę. Dar vienas svarbus informacijos atskleidimo reikalavimas, siejantis visus socialinio veiksnio standartus, yra tai, jog

bendrovė turi pateikti kanalus, kuriais darbuotojai bei darbuotojai vertės grandinėje, bendruomenės nariai ir vartotojai gali pateikti nusiskundimus ir kaip tie kanalai yra efektyviai valdomi. Darbuotojų ir darbo jėgos standartai reikalauja pateikti informaciją dėl įmonės skiriamo dėmesio žmogaus ir darbo teisėms, tačiau pagal kiekvieną standartą bendrovės atskleidžia skirtingus dydžius, informaciją ar rodiklius. Tuo tarpu valdymo veiksnio standartas yra šiek tiek kitoks, kadangi nereikalauja nurodyti teigiamo ar neigiamo daromo poveikio, o tik duomenis apie tai, kokią strategiją, procesus ir procedūras organizacija taiko, kokia yra įmonės kultūra, kokių veiksmų imasi kovodamos su korupcija, kyšininkavimu ir lobizmu. Taip pat privalo atskleisti, kaip valdo santykius su tiekėjais bei mokėjimų praktiką galiojančią įmonėje.

2.5. Įmonių aplinkosaugos, socialinės ir valdymo informacijos atskleidimo kanalai

Įmonės norėdamos pasiekti kuo didesnę auditoriją su savo atskleidžiama informacija naudoja įvairius informavimo kanalus. Svarbu, jog bendrovės naudotų tinkamus ir efektyvius informacijos kanalus, kadangi tokiu būdu bus pasiekta reikiama suinteresuotų asmenų auditorija.

Skinner (2024) teigimu, įmonės siekdamas bendrauti su įvairiais suinteresuotais asmenimis renka skirtingus informacijos atskleidimo kanalus. Davis ir Tama-Sweet'o (2011) tvirtinimu, įmonių nurodoma informacija apima savarankišką atskleidimą bei privalomas teikiamas ataskaitas. Taip pat yra išskiriamos informacijos pateikimo priemonės -pranešimai spaudai, konferencijos bei įvairūs dokumentai. Skinner (2024) išryškina, jog nuo pasirinkto informacijos atskleidimo būdo priklauso ir tai, kada įmonių informacija pasieks suinteresuotas šalis.



7 pav. Tvarumo informacijos atskleidimo būdai (sudaryta autorės, remiantis Raquiba ir Ishak, 2020; Stawicka ir Paliszkiecicz, 2021; Li ir kt., 2024)

Tvarumo informacija suinteresuotus asmenis gali pasiekti įvairiais būdais (žr. 7 pav.), tačiau Bryl'as, Supino (2022), Zhong'as, Wang (2023), Li ir kt. (2024) dažniausiai akcentuoja du informacijos atkleisimo kanalus – tvarumo ataskaitas ir socialinę mediją.

Globočnil'as Žunac'as, Kocijan'as ir Martinčević'as (2021) komunikacijos kanalą apibūdina kaip metodą ar tam tikrą technologiją, kurią pasitelkdamos įmonės perduoda reikiamą informaciją suinteresuotoms šalims. Zhong'as ir Wang (2023) socialinę mediją ir tvarumo ataskaitas įvardija kaip kanalus, kuriuose įmonės atskleidžia informaciją, o dėl šių informacijos kanalų skirtumo galima palyginti teikiamo turinio panašumus ir skirtumus bei suinteresuotoms šalims gauti dar daugiau informacijos. Gomez-Carrasco, Guillamon-Saorin'as ir Osma (2021) socialinę mediją įvardija kaip kanalą, kuris pastaruoju metu vis labiau populiarėja, o tvarumo ataskaitas kaip tradicinį kanalą informacijai atskleisti. Skirtumas tarp šių dvejų kanalų yra tai, jog socialinė medija įgalina bendravimą realiuoju laiku su suinteresuotomis šalimis. Taigi, daugelis autorių socialinę mediją ir tvarumo ataskaitas įvardija kaip kanalus, kuriais įmonės atskleidžia informaciją suinteresuotiems asmenims. Šiame darbe taip pat socialinė medija ir tvarumo ataskaitos įvardijamos kaip informacijos atskleidimo kanalai, iš kurių viename informacija yra reguliuojama standartų, o kitame pateikiamas turinys nėra reguliuojamas. Tvarumo ataskaitas įmonės teikia privalomai arba savanoriškai. Vis dėlto, Jain'as, Keneley ir Thomson'as (2015) tvirtina, jog bendrovės teikdamos tvarumo ataskaitas savanoriškai suteikia daugiau informacijos suinteresuotoms šalims nei teikdamos jas privalomai. Tuo tarpu Rahmansyah'o, Mulyany ir Geumpana (2023) teigimu įmonės teikia tvarumo ataskaitas siekdamos vieno tikslo – atskleisti suinteresuotiems asmenims su ESG susijusią bendrovės informaciją bei organizacijos daromą kenksmingą ar naudingą ESG poveikį. Organizacijos ruošdamos ir teikdamos tvarumo ataskaitas vadovaujasi gairėmis, kurių pagalba yra užtikrinamas didesnis teikiamos ESG informacijos patikimumas. Atlikti tyrimai atskleidžia, jog bendrovės, kurios rengdamos tvarumo ataskaitas vadovaujasi gairėmis, atskleidžia net 39 proc. daugiau su tvarumu susijusios informacijos nei tos įmonės, kurios nesivadovauja gairėmis (Darnall, Iwata ir Arimura, 2022). Tuo tarpu Murillo-Avalos, Cubilla-Montilla, Sanche ir Vicente-Galindo (2020) ištyrė, jog didelės pasaulio įmonės teikdamos tvarumo ataskaitas yra linkusios neatskleisti 56,12 proc. aplinkosauginių rodiklių, tuo tarpu tarptautinės įmonės neatskleidžia savo tvarumo ataskaitose 51,23 proc. tyrime nagrinėtų rodiklių. Konkrečiau, tai didelės įmonės yra linkusios neatskleisti informacijos, susijusios su bendrovės nuotekomis ir atliekomis, biologine įvairove bei gaunamais bendrovė skundais. Tuo tarpu tarptautinės įmonės taip pat nėra linkusios pateikti informacijos, susijusios su skundais ir biologine įvairove, tačiau šios bendrovės taip pat vengia atskleisti tvarumo ataskaitose informaciją apie tvarias investicijas ir išlaidas, susijusias su aplinkosauga.

Globočnil'as ir kt. (2021) tvirtina, jog dėl vykstančių verslo procesų, neišvengiamai keičiasi ir bendrovių komunikacijos priemonių forma. Autoriai taip pat akcentuoja, jog įmonių tradicines bendravimo priemones pakeitė skaitmeninės komunikacijos priemonės. Tuo tarpu Amin ir kt. (2021) teigia, jog socialinės medijos naudojimas įmonėms atskleisti informaciją yra visai kitas etapas, kadangi iš pradžių bendrovės tvarumo informaciją teikė popierine forma, tuomet patobulėjus technologijoms jos buvo perkeltos į internetą ir galiausiai socialinę mediją, kur informacija gali pasiekti suinteresuotus asmenis akimirksniu. Ma (2012) tvirtina, jog bendrovės siekdamos pažangiausių informacijos technologijų plėtros panaudojimo, visame pasaulyje naudoja socialinės medijos platformas, tokias kaip „Twitter“, „Facebook“ ar „Instagram“. Socialinės medijos kanalas neapriboja įmonių vien informacijos atskleidimu tekstu, kadangi organizacijos informaciją gali pateikti ir naudojant įvairias vizualizacijas bei vaizdus (Nekrasov, Teoh, Wu, 2021). Taip pat socialinės medijos išskirtinumą nuo tvarumo ataskaitų išryškina ir Lee, Hutton'as ir Shu (2015) teigdami, jog socialinėje medijoje paskelbtą bendrovių informaciją skaitytojai gali pasidalinti su kitais vartotojais tokiu būdu praplėsdami informacijos skaitytojų kiekį. Tuo tarpu Lodhia ir kt

(2020) pabrėžia, jog tvarumo ataskaitose teikiama informacija yra vienas, kai tuo tarpu atskleidus informaciją socialinėje medijoje bendrovės su suinteresuotomis šalimis gali palaikyti aktyvų dialogą su tvarumu susijusiais temomis. Taip pat autoriai teigia, jog socialinės medijos naudojimas sukuria interaktyvią erdvę, kurioje įmonės sąveikauja su suinteresuotomis šalimis, o tai keičia tvarumo ataskaitų ypatybes. Šiam teiginiui pritaria Rahmansyah'as ir kt. (2023), kurie teigia, jog naudojimas socialinės medijos kanalais informacijai atskleisti keičia bendrovės teikiamų ataskaitų dinamiką, vedant prie interaktyvių komunikacijos procesų, kuriuose informacijos atskleidimas gali būti kartu taikomas su suinteresuotų asmenų įsitraukimu bei palaikomu dialogu apie aktualias problemas ar kitas temas. Manetti, Bellucci ir Bagnoli (2016) taip pat tvirtina, jog bendrovės pasitelkdamos socialinę mediją kaip informacijos atskleidimo kanalą gali palaikyti abipusius santykius su suinteresuotomis šalimis, dalyvauti pokalbiuose ir gauti atsiliepimų apie organizaciją realiu laiku. Taip pat autoriai teigia, jog socialinė medija yra puiki ir efektyvi priemonė dialogui palaikyti dėl to, jog prisideda prie aktualumo ir reikšmingumo apibrėžimo atskleidžiant informaciją. Socialinė medija apibūdinama (Rahmansyah ir kt., 2023) kaip naujausia technologijos priemonė kuri naudojama siekiant palengvinti įmonės bendravimą su suinteresuotomis šalimis, bei kaip priemonė, kurios pagalba informacija gali būti lengviau pasiekama. Autorių atlikti tyrimai atskleidžia, jog interneto technologijos skatina vis daugiau suinteresuotų asmenų įsitraukti į dialogą su informaciją atskleidžiančia įmone bei gali teigiamai paveikti verslo skaidrumą. Tuo tarpu Carswell'as ir De Neuw'as (2021) tvirtina, jog interneto technologijos kaip socialinės medijos naudojimas, suteikdamas suinteresuotiems asmenims priėjimą prie duomenų, gali pritraukti jų didesnę įsitraukimą priimant sprendimus įvairiuose procesuose. Chua, Gohas ir Ang (2012) teigimu, socialinė medija kaip kanalas, suteikiantis bendradarbiavimo galimybę su suinteresuotomis šalimis, pakeitė suinteresuotų asmenų statusą iš vartotojų į informacijos partnerius bei bendrakūrėjus. O Brainard ir Edlins (2015) socialinės medijos svarbumą išryškina teigdamos, jog šios technologijos pagalba įmonės gali užmegzti ryšius su suinteresuotomis šalimis ir vartotojais.

Organizacijos socialinę mediją kaip informacijos pateikimo priemonę dažniau naudoja atskleisti informaciją apie įmonės teikiamas prekes ar paslaugas nei diskusijoms su suinteresuotomis šalimis apie tvarumą, siekiant visuomenės įsitraukimo (Rahmansyah ir kt., 2023). Tuo tarpu Manetti, Bellucci ir Bagnoli (2016) teigia, jog įmonės socialinę mediją naudoja ne kaip kanalą dialogui su suinteresuotomis šalimis palaikyti, o tam, jog sudarytų teigiamą ir patikimą viešąjį įvaizdį prieš visuomenę. Taip pat yra teigiama (Rahmansyah ir kt., 2023), jog įmonės, kurių poveikis aplinkai yra teigiamas, dažniau naudojasi socialine medija ir yra labiau linkusios atskleisti su tvarumu susijusią informaciją nei tos bendrovės, kurių poveikis aplinkai nėra toks nekenksmingas. Be to, bendrovės optimistiškesnę informaciją yra linkusios atskleisti per socialinės medijos kanalus spaudai, tuo tarpu pesimistiškesnę informaciją bendrovės pateikia per kanalus, kuriais naujienos būtų pasiekiamos ne esamu laiku, o vėliau (Davis, Tama-Sweet, 2011). Jung'as, Naughton'as, Tahoun'as ir Wang (2018) taip pat tvirtina, jog įmonės socialinėje medijoje, konkrečiai „Twitter“ platformoje, yra linkusios mažiau skelbti blogas naujienas. Vis dėlto, dažniausiai įmonių bendravimas internetu yra greitesnis, užtikrina didesnę gavėjų koncentraciją bei yra ekonomiškesnis, tuo tarpu neturint kontakto su visuomene sunku išvengti informacijos pertekliaus (Globočnil ir kt. (2021).

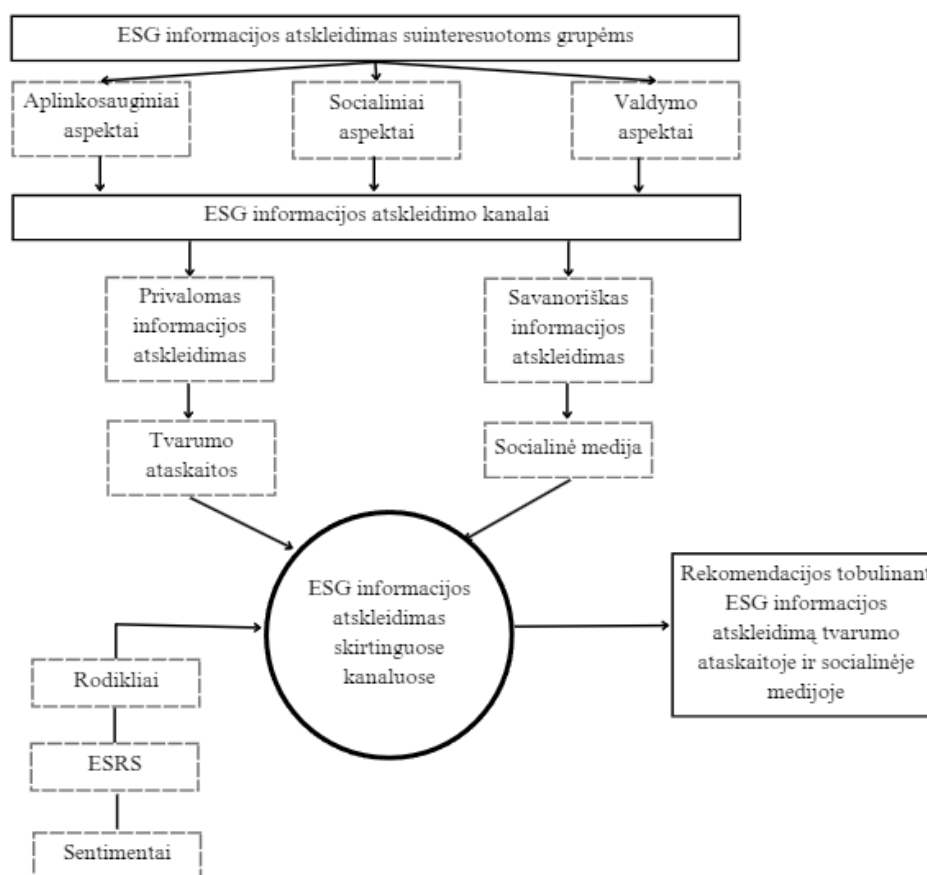
Taigi, siekiant palaikyti abipusį bendravimą su bendruomene ir pateikti duomenis suinteresuotoms šalims tvarumo informaciją įmonės atkleidžia pasitelkdamos tvarumo ataskaitas bei socialinę mediją. Daugelis autorių šias tvarumo atskleidimo priemones įvardija kaip skirtingus informacijos

atskleidimo kanalus. Pastarąsias ataskaitas bendrovė gali teikti savanoriškai, tačiau šis kanalas taip pat yra reguliuojamas ir privalomas daugeliui bendrovių. Įmonės teikdamos tvarumo ataskaitas gali vadovautis nustatytais gairėmis, dėl kurių organizacijos atskleidžia daugiau su tvarumu susijusios informacijos. Tuo tarpu socialinė medija yra įvardijama kaip kanalas, kurio atsiradimą lėmė vykstanti skaitmenizacija, bei priemonė, kuri įgalina abipusį bendravimą su suinteresuotomis šalimis. Socialinę mediją kaip informacijos kanalą tvarumui atskleisti įmonės pasirenka dažniau tais atvejais, kuomet informacija yra optimistiškesnė ir siekiama ją greičiau pateikti visuomenei, kadangi organizacijos gali atskleisti duomenis ir gauti atsiliepimus iš suinteresuotų asmenų gali realiu laiku, o pateiktą turinį lengviau gali pasiekti daugiau asmenų.

2.6. Konceptualus aplinkosaugos, socialinės ir valdymo informacijos atskleidimo skirtinguose kanaluose modelis

Atlikta mokslinės literatūros analizė atskleidė, jog įmonės yra vis labiau linkusios atskleisti su ESG susijusią informaciją, kadangi visame pasaulyje didėja visuomenės supratimas apie tvarumą bei daromas spaudimas organizacijoms atskleisti šią informaciją. Tačiau tvarumo ataskaitos jau seniai nėra vienintelis informacijos atskleidimo kanalas, kuriuo tvarumo informacija gali pasiekti suinteresuotas šalis, vis dėlto išlieka rizika, jog informacijos turinys skirtinguose kanaluose gali skirtis ir sudaryti visai kitokį įvaizdį apie bendrovių tvarumą.

Pagal išsikeltą darbo problemą bei atliktą mokslinės literatūros analizę buvo parengtas ESG informacijos atskleidimo tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje konceptualus modelis (žr. 8 pav.).



8 pav. Konceptualus modelis

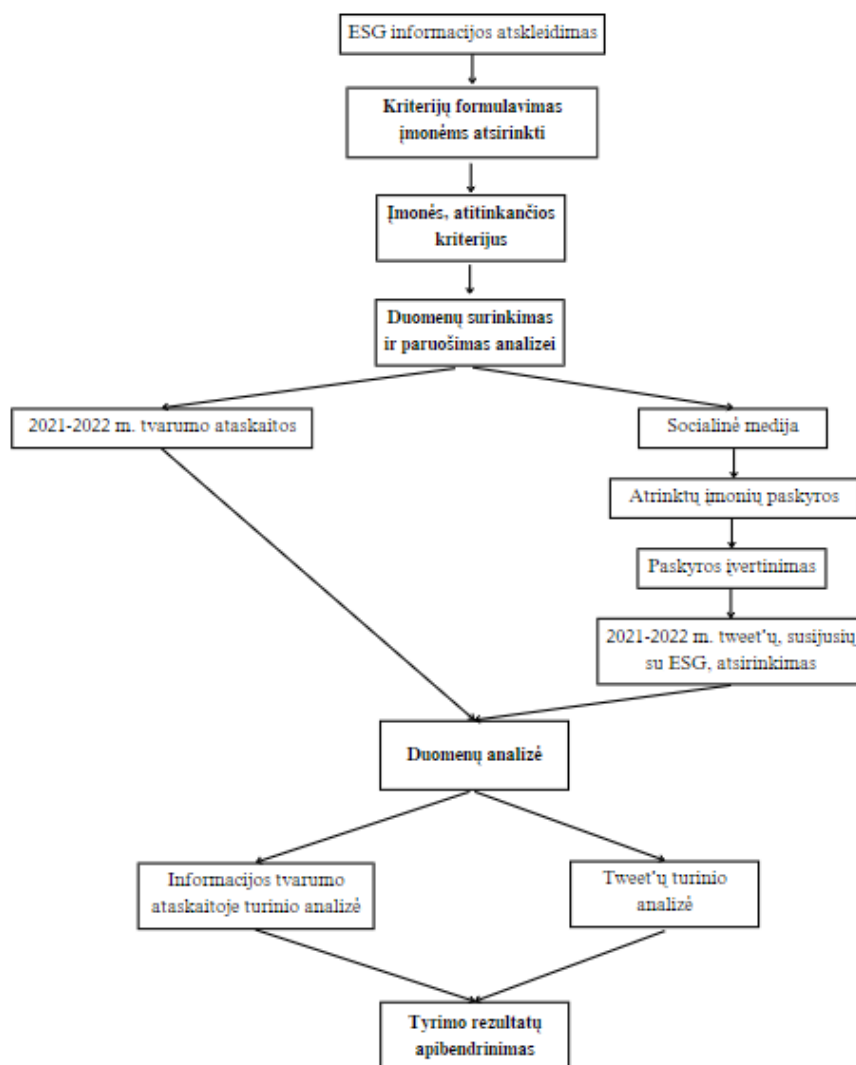
Suinteresuotos šalys yra svarbus aspektas atskleidžiant su tvarumu susijusią informaciją, kadangi organizacijos, siekdamos naudoti sau pritraukiant investuotojų lėšas, didinant reputaciją, lojalumą, konkurencinį pranašumą bei teigiamą suinteresuotų asmenų požiūrį, privalo atsižvelgti į šių grupių informacijos atskleidimo reikalavimus ir pagal tai pakoreguoti savo skelbiamą turinį strategijomis, veiksmais bei rodikliais, kurie yra labai įvairūs.

Įmonės teikdamos su ESG susijusią informaciją privalo atskleisti daug svarbių rodiklių, kurie išsiskaido į aplinkosauginius, socialinius ir valdymo aspektus. Mokslinės literatūros analizės pagalba išsiaiškinti įvairūs rodikliai, kuriuos organizacijos turėtų atskleisti teikdamos tvarumo informaciją. Tačiau tampa ne tik svarbu ar organizacijos pateikia šiuos rodiklius savo tvarumo ataskaitose, bet ir tai kaip juos pateikia, jog suinteresuotoms šalims atskleidžiama informacija leistų susidaryti išsamų įvaizdį apie bendrovės tvarumą, kadangi rodiklis be jokios papildomos informacijos gali atskleisti ganėtinai mažai informacijos. Organizacijos siekdamos pateikti su ESG susijusią informaciją, tuo pačiu įtraukiant suinteresuotas šalis į įmonėje esančius procesus, pateikia tvarumo ataskaitas bei atskleidžia informaciją per socialinę mediją. Pastarąją įmonės naudoja kaip priemonę dialogui su suinteresuotomis šalimis išlaikyti, kadangi suinteresuotų asmenų teorija teigia, jog įmonėms, siekiančioms būti sėkmingomis, svarbu patenkinti minėtų asmenų poreikius, suderinti bendrovės interesus su suinteresuotų šalių interesais bei palaikyti nuolatinį komunikavimą. Tačiau socialinę mediją, kaip kanalą tvarumo informacijai pateikti, bendrovės yra linkusios naudoti atskleisdamos optimistiškesnę informaciją, o pesimistiškesnę atskleidžia per kanalus, kurie visuomenę pasiekia vėliau. Taip pat bendrovės tvarumo ataskaitas teikia savanoriškai, tačiau tai yra ir privalomas atskleidimo kanalas. Remiantis naujais CSRD reikalavimais tvarumo informacijos atskleidimas tampa privalomas dar didesniai bendrovių skaičiui, o pateikta informacija privalo būti parengta pagal ESRS reikalavimus, kai tuo tarpu socialinėje medijoje bendrovės informaciją pateikia savanoriškai.

Konceptualus modelis parodo, kaip ESG informacija yra atskleidžiama per tvarumo ataskaitas ir socialinę mediją, todėl atliekant tyrimą svarbu išsiaiškinti, kaip organizacijos pateikia tvarumo informaciją skirtinguose kanaluose, ją tarpusavyje palyginant bei įvertinant, ar įmonių iki šiol teikiama tvarumo informacija atitinka ESRS reikalavimus.

3. Tyrimo metodologija

Empirinio tyrimo tikslas ištirti ESG informacijos atskleidimą didžiausių Europos įmonių tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje – „Twitter“. Šis empirinis tyrimas atliekamas pasitelkiant kokybinį turinio analizės metodą (angl. content analysis). Tyrimui atlikti pasitelkiamas „MAXQDA“ turinio analizės įrankis. Empirinio tyrimo vizualizacija pateikta 9 pav.



9 pav. Empirinio tyrimo eiga

Turinio analizė yra lankstus tyrimo metodas (White ir Marsh, 2006), naudojamas skirtingo pobūdžio tyrimuose, o pats metodas gali būti taikomas atliekant, tiek kokybinius, tiek kiekybinius tyrimus bei retkarčiais naudojamas ir mišriuose tyrimuose. Turinio analizės metodo apibrėžimą sukonkretina Krippendorff'as (2004) teigdamas, jog šis metodas yra naudojamas ištirti tekstus ar kitą prasmingą turinį, tokį kaip garsai, vaizdai, ženklai, simboliai ar skaitmeniniai įrašai bei žemėlapiai siekiant gauti patikimus ir pasikartojančius rezultatus apie nagrinėjamų duomenų kontekstą.

Turinio analizė yra vertinama kaip tinkamas metodas analizuoti didelės apimties duomenis (Krippendorff, 2004). Beck, Campbell ir Shrives (2010) teigia, jog daugelyje ankstesnių tyrimų, kuriuose buvo siekiama išanalizuoti aplinkosaugos ataskaitas buvo pasitelkiama turinio analizė. Šiam teiginiui pritaria ir Sahin, Cankaya ir Soguksu (2017), kurie tvirtina, jog aplinkosaugos ir

socialinio aspekto pateiktų ataskaitų analizei atlikti dažnai yra naudojama turinio analizė. Pasitelkiant šį metodą įmonių teikiamos ataskaitos ir įvairūs pranešimai yra išanalizuojami sistemingai ir objektyviai (Guthrie ir Abeysekera, 2006). Turinio analizė pasižymi savo pranašumu, jog suteikia galimybę tyrėjui atsižvelgti į nagrinėjamų duomenų kontekstą sukuriant klasifikavimo schemas, o tai yra papildomi informacijos šaltiniai (Aureli, 2017).

Kriterijai atsirenkant įmones

Tyrimui atlikti pasirinktos **didžiausios** 8 Europos įmonės **pagal pajamas**, kurios yra iš įvairių šalių ir iš įvairių sektorių, tokiu būdu siekiama išvengti anksčiau atlikto panašaus tyrimo apribojimų, kuomet buvo analizuotos įmonės tik iš vienos šalies ar iš vieno sektoriaus. Pavyzdžiui Bryl'as ir Suprino (2022) analizavo tvarumo atskleidimą Jungtinės Karalystės įmonių, o Zhong'as ir Wang'ą (2023) analizavo tvarumo informacijos atskleidimą Kinijos energetikos sektoriaus bendrovių. Atsirenkant įmones taip pat įvertinta, ar bendrovės teikia **tvarumo ataskaitas analizuojamu laikotarpiu, 2021-2022 metais, ir ar jos yra anglų kalba**, kadangi siekiama įmonių pateiktos informacijos vienodumo, tokiu būdu išvengiant vertimo neatitikimų. Pasirinktas dvejų metų laikotarpis, kadangi siekiama ESG informacijos palyginamumo. Taip pat tyrimui atlikti atrinktos tik tos įmonės, kurios **turėjo „Twitter“ paskyras 2021-2022 metų laikotarpiu**, o bendrovės, kurios šiuo periodu neturėjo „Twitter“ paskyras yra pašalinamos iš tyrimo ir pakeistos kita iš eilės einančia didžiausia Europos įmone pagal pajamas. Taip pat rankiniu būdu **atrenkamos įmonių paskyros**, siekiant pašalinti netinkamas paskyras ir pasirinkti tik tas, **kuriose yra daugiausiai tweet'ų, ir kuriose informacija yra pateikta anglų kalba**. Taigi, buvo pasitelktas netikimybinės atrankos metodas, siekiant pasirinkti patogiausius tyrimo vienetus, bei kriterijų imties metodas, kadangi atsirenkamos tyrimui įmonės privalo atitikti prieš tai minėtus kriterijus. Pasirinkta bendrovė turi būti viena didžiausių Europos įmonių pagal pajamas, 2021-2022 metais teikė tvarumo ataskaitas anglų kalba, taip pat tuo pačiu laikotarpiu turėjo „Twitter“ paskyras ir buvo jose aktyvi.

6 lentelė. Įmonių sąrašas empiriniam tyrimui atlikti (sudaryta autorės, remiantis Global Database, 2023)

Įmonės pavadinimas	Sektorius	Šalis	Pajamos, mlrd. USD	Įmonės pavadinimas	Sektorius	Šalis	Pajamos, mlrd. USD
Royal Dutch SHELL	Naftos ir dujų	Jungtinė Karalystė	272,66	Fortum	Energetikos	Suomija	129,78
Volkswagen Group	Automobilių	Vokietija	312,75	Nestlé	Maisto ir gėrimų	Šveicarija	87,10
Glencore	Gamtos išteklių	Šveicarija	203,75	Bosch Group	Inžinerijos ir technologijų	Vokietija	76,36
BP	Naftos ir dujų	Jungtinė Karalystė	164,20	Continental	Automobilių	Vokietija	34,26

Didžiausios 8 Europos įmonės pagal pajamas buvo pasirinktos iš Global Database (2023) pateikto top 40 Europos bendrovių pagal pajamas 2022 metais sąrašo. Iš sąrašo pateiktų pirmųjų 8 įmonių kriterijus atitiko tik 5 įmonės, o 3 įmonės buvo eliminuotos, kadangi neatitiko kriterijų, nes bendrovių atskleidžiama informacija „Twitter“ socialinėje medijoje buvo pateikiama ne anglų kalba arba įmonė neturėjo viešai pateikusi 2021-2022 metų ESG tvarumo ataskaitų.

Tyrimui atlikti panašų įmonių skaičių pasirinko ir ankstesnius tyrimus atlikę autoriai, tarp kurių yra Jenkins'a ir Yakovleva (2006), kurios savo tyrime analizavo 10 įmonių ataskaitas, Holtbrügge ir

Conrad'as (2020) atliko tyrimą pasitelkdamis 15 įmonių ataskaitas, o Pavlicek'as ir Doucek'as (2015) taip pat atliko tyrimą naudodami 10 bendrovių duomenis.

Duomenų surinkimas iš tvarumo ataskaitų

Atrinktų įmonių angliškos ESG tvarumo ataskaitos gaunamos iš oficialių įmonės puslapių internete, kuriuose bendrovės teikia visas savo ataskaitas, tarp kurių yra ir tvarumo ataskaitos, tiek 2021 m., tiek 2022 m.

Duomenų surinkimas iš „Twitter“ platformos

„Twitter“ platforma pasirinkta, kaip socialinės medijos kanalas, kadangi Tao ir Wilson (2015) teigimu, viena iš dažniausiai įmonių naudojamų socialinės medijos platformų būtent ir yra „Twitter“. Pažymėtina, kad 2013 m. JAV Vertybinių popierių ir biržų komisija (SEC) vieną iš dominuojančių socialinės medijos platformų - „Twitter“ paskelbė kaip organizacijų oficialia informacijos pateikimo priemone (Nekrasov ir kt., 2021).

„Twitter“ platformoje esantys tweet'ai išgaunami pasitelkiant „Twitter“ akademinį tyrimų programų programavimo sąsają (API) naudojant Python interaktyvią programavimo kalbą, tokiu būdu surenkant tweet'ų duomenų bazę. Taip pat svarbu pažymėti, jog socialinėje medijoje tvarumo informacija yra pateikiama ant nuotraukų bei vaizdo įrašuose. Pastaruoju būdu atskleista tvarumo informacija buvo transkribuojama pasitelkiant Office 365 programinės įrangos produktą. Tyrimo metu buvo analizuoti 1 852 tweet'ai iš 8 didžiausių pagal pajamas Europos įmonių.

Tyrimo etika

Atliekant šį tyrimą atsižvelgiama tik į teisingumo / sąžiningumo mokslinių tyrimų etikos principą, kadangi atsirenkant tyrimo vienetus – įmones, siekiama išvengti diskriminacijos ir objektyviai atsirinkti didžiausias Europos įmones pagal pajamas. Tačiau svarbu paminėti, jog naudojama antrinių duomenų analizė iš „Twitter“ socialinės medijos ir tvarumo ataskaitų empiriniam tyrimui atlikti yra viešai pateikiama, todėl papildomo įmonių sutikimo naudoti informaciją nereikia.

Duomenų kodavimas

Sudaryta kodų sistema apima 55 kodus, iš kurių 49 yra subkodai ir 6 kodai. Kodų sistema sudaryta remiantis ESRS reikalavimų temomis (žr. 1 ir 2 priedus). Duomenys buvo analizuojami skirtinguose „MAXQDA“ projektuose pagal informacijos šalinį, tai tvarumo ataskaitos ir socialinė medija „Twitter“ (žr. 3 ir 4 priedus).

Sukurti kodai susistemina informaciją apie svarbius aspektus, siekiant išanalizuoti ESG informacijos atskleidimą tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje. „**ESG veiksniai (E,S,G)**“ kodas atskleidžia apie kiekvieną ESG akronimo veiksnį atskirai, tai apie aplinkosaugą, socialinį ir valdymo aspektą. Šis kodas pasitektas koduojant kitą reikšmingą informaciją, tai tikslus, politiką, strategiją, dvigubą reikšmingumą, rizikas ir galimybes siekiant susieti šiuos bendrus aspektus kiekvienam ESG veiksniai atskirai. „**Aplinkosaugos veiksnys**“, „**Socialinis veiksnys**“ ir „**Valdymo veiksnys**“ kodai sistemina konkrečią informaciją, kurią įmonės atskleidžia pagal kiekvieną veiksnį atskirai, taip įvertinant, kurioms temoms įmonės skiria daugiau dėmesio, o kurios temos yra mažiau aktualios. Taip pat detaliau įvertinat, kokią tvarumo informaciją bendrovės atskleidžia, kuri dalinai atitinka ESRS reikalavimuose egzistuojančias temas. „**Sentimentai**“ kodas

yra svarbus, nes išryškina, kokią informaciją bendrovės atskleidžia pagal tris aspektus – pozityvią, negatyvią ar neutralią. **Pozityvi informacija** apima aspektus apie įmonės tikslus, kuomet nurodoma, kokio tikslo įmonės siekia konkrečiai skaitine reikšme bei pateikia terminą iki kurio stengiasi pasiekti tikslą. Taip pat pozityvi informacija rodo rodiklių pasikeitimą į teigiamą pusę bei veiksmus, kurių imdamasi bendrovė sumažino savo daromą neigiamą poveikį ir padidino teigiamą. **Neigiama informacija** atvirkščiai apima duomenis apie rodiklių pasikeitimą į neigiamą pusę ar įmonės veiksmus, kurie padidino daromą neigiamą poveikį. Tuo tarpu **neutrali informacija** apima aspektus, kurie neatskleidžia nei įmonės padaryto progreso, nei regeso, tai dažniausiai bendra globali ar organizacijos informacija, kurios pokyčiai negali būti vertinami nei teigiamai, nei neigiamai, pavyzdžiui, vadovybės struktūros pasikeitimas. Taip pat neutrali informacija sistemina duomenis apie rodiklius, kurie nepasikeitė per laikotarpį. Vis dėlto svarbu pabrėžti, jog informacija, kuri galėjo būti koduojama kaip teigiama ir neutrali, kaip neigiama ir neutrali arba kaip teigiama ir neigiama tuo pačiu metu, nebuvo koduojama. „**Kita reikšminga informacija**“ sistemina duomenis iš naujų standartų perspektyvos, siekiant įvertinti kiek įmonių iki šiol atskleidžiama informacija atitinka ESRS reikalavimus. Be to, kodas apima tikslus, strategiją, politiką, galimybes, riziką ir dvigubą reikšmingumą, kadangi ši informacija reikalaujama pagal visus ESRS bendrai. Koduojant duomenis, informacija buvo koduojama ne pagal tweet'ų skaičių, o pagal informacijos vienetą, kadangi viename tweet'e, pavyzdžiui, buvo pateikiama informacija apie žiedinę ekonomiką, klimato kaitą ir rodiklius. Taip pat svarbu pabrėžti, jog tokia pati kodų sistema buvo naudojama, tiek analizuojant informaciją tvarumo ataskaitose, tiek socialinėje medijoje, kadangi tokiu būdu galima įvertinti, kokią informaciją bendrovės atskleidžia tiek viename, tiek kitame informacijos kanale ir kokios informacijos galbūt išvis neatskleidžia.

4. Europos įmonių aplinkosaugos, socialinės atsakomybės ir valdymo informacijos atskleidimo tyrimo rezultatai

Šiame darbo skyriuje yra analizuojama įmonių teikiamos ESG informacijos atskleidimas tvarumo ataskaitose bei socialinėje medijoje „Twitter“. Gauti duomenys yra analizuojami pagal tematinį požiūrį – aplinkosaugos, socialinius ir valdymo aspektus. Kiekviena ESG tema taip pat analizuojama pagal tematiką – kaip informacija atskleidžiama tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje, ją palyginant tarpusavyje, tuomet kaip yra pateikiami ESG rodikliai, įmonių atskleidžiamos informacijos atitikimas ESRS reikalavimus ir sentimentai.

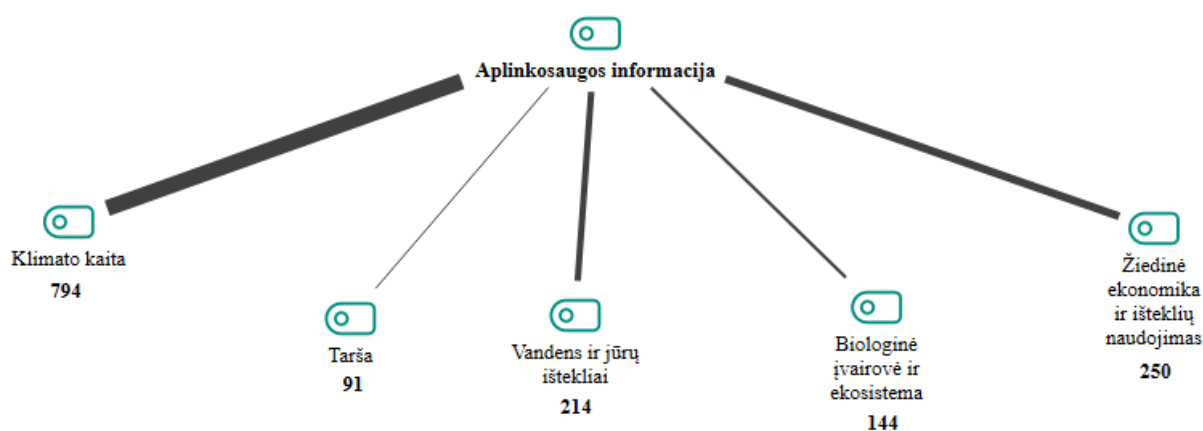
4.1. Aplinkosaugos informacijos atskleidimo tyrimas

Šiame skyriuje tirama organizacijų viešinama aplinkosaugos informacija siekiant įvertinti, kaip įmonės atskleidžia informaciją skirtinguose kanaluose, tuo pačiu išryškinant pateikiamos informacijos panašumus ir skirtumus.

4.1.1. Aplinkosaugos informacijos atskleidimo tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje tyrimo rezultatai

Analizuojama aplinkosaugos informacija yra išskaidyta pagal temas, kurios siejasi su naujaisiais ESRS reikalavimais, tai klimato kaita, tarša, vandens ir jūrų išteklių, biologinė įvairovė ir ekosistema bei žiedinė ekonomika ir išteklių naudojimas.

Tvarumo ataskaitų rezultatai (10 pav.)



10 pav. Aplinkosaugos informacijos atskleidimas tvarumo ataskaitose

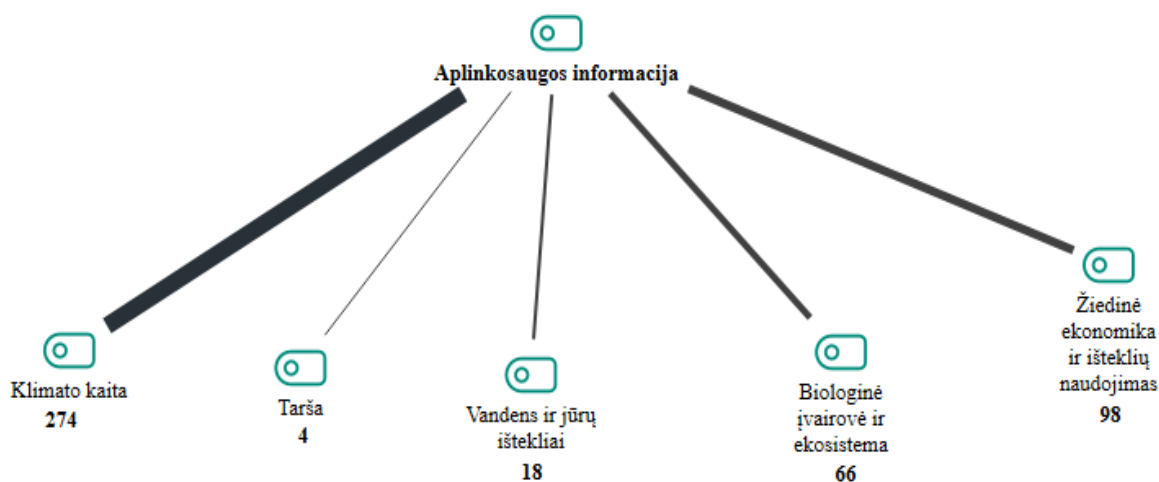
Gauti tyrimo rezultatai atskleidė, jog aktualiausia aplinkosaugos tema tvarumo ataskaitose yra klimato kaita, mažiau už šią temą įmonės dėmesio skiria žiedinei ekonomikai ir išteklių naudojimui, tuomet šiek tiek mažiau reikšminga yra vandens ir jūrų išteklių informacija bei biologinės įvairovės ir ekosistemos tema, o mažiausiai dėmesio lyginant su kitomis temomis yra skiriama taršai.

Klimato kaita. Atliktas tyrimas atskleidė, jog įmonės pateikdamos su klimato kaita susijusią informaciją atskleidžia ne tik rodiklius susijusius su klimato kaita, tokius kaip anglies dioksido kiekis bei kaip rodikliai keitėsi ir dėl kokių priežasčių, tačiau pateikia ir **priemones bei tyrimus**, kurių pagalba siekia sumažinti savo daromą poveikį klimato kaitai. „Nestle“ (2021) savo tvarumo ataskaitoje pateikia informaciją apie tai, kaip bendrovė, kurdamą produktus, siekia įvertinti jų poveikį aplinkai ir dar geriau suprasti anglies emisijos įtaką konkrečioje kategorijoje ją įvertindama,

o kurdamas naujas technologijas ir gerindama mokslinį supratimą, siekia mažinti anglies dioksido išmetimą bei tobulėti. Taigi, bendrovės pateikdamos dabartinį anglies dioksido išmetimo kiekį siekia informacijos skaitytojams atskleisti ir tai, kokių veiksmų jos imasi siekdamos prisiišti atsakomybę ir tobulėti darant neigiamą poveikį klimato kaitai. Taip pat tyrimas atskleidė, jog bendrovės pateikdamos su klimato kaita susijusią informaciją atskleidžia ne tik kaip jų veikla veikia klimato kaitą, bet ir tai, kaip jos **prisideda padėdamos savo partneriams ar tiekėjams** su jų daromu poveikiu aplinkai. „Nestle“ (2021) pateikia, jog bendrovė prisideda prie anglies dioksido apskaitos priemonės kūrimo, kuri padeda ūkininkams suprasti jų daromą poveikį aplinkai, kadangi ūkininkai gali įvertinti išmetamą šiltnamio efektą sukeliančių dujų kiekį bei galimus mažinimo būdus. Tuo tarpu „Bosch Group“ (2021) savo tvarumo ataskaitoje atskleidžia, jog siekia ne tik savo kaip įmonės tvarumo, bet tuo pačiu stengiasi gaminti produktus, kurie namų ūkiams kasdien padėtų taupyti energiją, vandenį ir kitus išteklius. Analizė atskleidė, jog tvarumo ataskaitose organizacijos nevengia akcentuoti savo daromo poveikio klimato kaitai ir prisiištos atsakomybės siekiant sumažinti anglies dioksido ir kitų šiltnamio efektą sukeliančių dujų išskyrimą į atmosferą iki neutralaus arba nulinio lygio. Taigi, bendrovės **prisiima atsakomybę ir siekia įgyvendinti tarptautinius susitarimus** dėl klimato kaitos, tokius kaip Paryžiaus susitarimas, o tai suinteresuotoms šalims sudaro teigiamą požiūrį apie įmonių tvarumo atsakomybę pasauliniu mastu.

Žiedinė ekonomika ir išteklių naudojimas. Tyrimas atskleidė, jog bendrovės pateikdamos su žiedine ekonomika ir išteklių naudojimu susijusią informaciją pateikia rodiklius apie perdirbamų medžiagų kiekį, plastiko mažinimą gamyboje, pakuotės dizaino pokyčius, kokiomis ekologiškesnėmis medžiagomis pakeičia taršias, kokių atliekų mažinimui siekia skirti daugiausia dėmesio, bet taip pat informuoja apie **sudarytas partnerystes su kitomis organizacijomis**, siekiant tobulinti technologijas, kurios užtikrintų dar didesnę ir efektyvesnę plastiko perdirbimą. „Glencore“ (2021) pateikdama informaciją apie vykdomą medžiagų perdirbimo veiklą savo organizacijoje bendradarbiaujant su kitais partneriais, taip pat išryškina ir papildomą projekto susijusio su perdirbimu naudą – naujos darbo vietos. Taigi analizuojant pastebėta, jog informacijos pateikimas tvarumo ataskaitose yra ganėtinai platus ir išsamus. „Nestle“ (2022) savo tvarumo ataskaitoje atskleisdama informaciją, susijusią su produktų pakavimu ir medžiagų perdirbimu, atskleidžia ne tik, kokių veiksmų imasi siekiant užtikrinti pakuočių perdirbimą ir mažesnę nereikalingą jų naudojimą, bet ir tuo pačiu atsižvelgia į galimus žiedinės ekonomikos reikalavimus pasauliniu mastu po 2025 metų JT sutarties dėl plastiko taršos. **Informacijos išsamumą** atskleidžia ir tai, jog bendrovės yra linkusios atskleisti ne tik informaciją apie žiedinę ekonomiką savo organizacijoje ar naudojimas medžiagas gamyboje, bet ir apie tai, kaip organizacijos ruošia ataskaitas pateikiant informaciją. „BP“ (2021) atskleidžia, jog bendrovė išbandė detalesnes metrikas, skirtas atliekų srauto ataskaitoms teikti, kurios yra labiau suderintos su valdžios institucijomis. Taigi, tyrimas atskleidžia, jog organizacijos savo tvarumo ataskaitose yra linkusios atskleisti **ne tik būtiną ir konkrečią informaciją, bet ir ją pateikti išsamiau bei plačiau**. Detalios informacijos aprašymas atsiskleidžia ir **vandens bei jūrų išteklių** informacijoje, kadangi „Bosch Group“ (2022) pateikdama informaciją apie tai kaip siekia savo veikloje sutaupyti vandenį, atskleidžia ne tik kiek projektų yra pradėjusi vykdyti šiam tikslui pasiekti, bet tuo pačiu pateikia ir išsamesnius pavyzdžius apie keletą projektų. Taip pat pastebėta, jog organizacijos pateikdamos informaciją apie sunaudojamo vandens kiekį ir rūšį taip pat yra linkusios atskleisti informaciją apie savo gamybos procesus ir kaip konkrečiai vanduo yra naudojamas kiekviename gamybos etape. „Fortum“ (2021) tvarumo ataskaitoje pateikdama informaciją apie sunaudojamo vandens rūšis atskleidžia, jog procesinis vanduo įmonei yra reikalingas dėl jos nesandarių vamzdžių vandens ir garų cikle. Tuo tarpu

informaciją, susijusią su **biologine įvairove ir ekosistema**, įmonės yra linkusios atskleisti įvairiai. Analizė atskleidė, jog ilgiausią tvarumo ataskaitą pateikusi „Continental AG“ (2021) suinteresuotas šalis informuoja tik apie tai, jog siekia prisidėti prie ekosistemų atkūrimo bei gerbia žemes teises plėtojant savo veiklą. Tuo tarpu kitos organizacijos savo tvarumo ataskaitose atskleidamos informaciją apie savo veiklos daromą įtaką biologinei įvairovei ir ekosistemai bei kokių veiksmų imasi ją išsaugoti ir plėtoti, taip pat išsamiai atskleidžia informaciją apie projektus bei savo investicijas į technologijas, kuriomis siekiama daryti teigiamą poveikį biologinei įvairovei ir ekosistemai. Taip pat pastebėta, jog įmonės atskleidamos savo daromą neigiamą poveikį biologinei įvairovei siekia jį **kompensuoti** tuo pačiu atskleidamos kaip daro teigiamą poveikį kitam tvarumo aspektui. „Fortum“ (2022) atskleidžia, jog hidroenergija yra viena didžiausių grėsmių biologinei įvairovei, tačiau tuo pačiu ji yra vienas iš svarbiausių veiksnių kovojant su klimato kaita. Taip pat yra ir su **taršos informacija** tvarumo ataskaitoje, kuri tyrimo metu buvo atskleista kaip mažiausiai populiari tema, kadangi tarša natūraliai yra susijusi su neigiamu aspektu, kurį įmonės siekia kompensuoti teigiama informacija. Tyrimo analizė atskleidė ir tai, jog bendrovės pateikdamos savo aplinkosaugos tikslus tvarumo ataskaitoje juos išsamiai apibūdina – nurodo iki kada yra užsibrėžta pasiekti tikslą, koks yra tikslas skaitine išraiška, kokių veiksmų bus imtasi, kaip politika ir strategija yra suderinta su išsikeltu tikslu bei kiek jau išsikeltas tikslas yra pasiektas lyginant su tam tikru laikotarpiu. Taigi, tvarumo ataskaitose yra **pateikiama išsami ir plačiai aprašyta informacija**, o pagal analizės rezultatus labiausiai aktuali tema yra klimato kaita, tuomet žiedinė ekonomika ir vandens ištekliai, o mažiausiai populiarios temos yra biologinė įvairovė bei tarša. **Atskleidimo rezultatai socialinėje medijoje**. Tuo tarpu aplinkosaugos veiksnio atskleidžiamų temų aktualumą socialinėje medijoje galite matyti 11 pav.



11 pav. Aplinkosaugos informacijos atskleidimas socialinėje medijoje

Atliktas tyrimas atskleidė, jog socialinėje medijoje taip pat kaip ir tvarumo ataskaitose aktualiausia tema yra klimato kaita, tuomet mažiau dėmesio įmonės skiria žiedinės ekonomikos ir išteklių naudojimo temai. Tuo tarpu socialinėje medijoje biologinės įvairovės ir ekosistemos informacija yra aktualesnė nei vandens ir jūrų išteklių tema, o su tarša susijusi informacija taip pat išlieka mažiausiai aktuali tema ir socialinėje medijoje.

Klimato kaita. Tyrimas atskleidė, jog bendrovės pateikdamos su klimato kaita susijusią informaciją socialinėje medijoje ją atskleidžia ir formuluoja visai kitaip nei tvarumo ataskaitose. Socialinėje medijoje pateikta **informacija yra mažiau išsamesnė ir mažiau konkretesnė**. „Continental AG“ (2021) savo socialinės medijos paskyroje, tvirtina, jog bendrovės kuriamos

dviračių padangos skatina tvarumą, kadangi jos yra gaminamos Europoje, dėl ko mažinant logistiką yra teikiama nauda aplinkai. Tačiau bendrovė pateikdama šį faktą, neatskleidžia daugiau jokios papildomos informacijos, tokios kaip kiek anglies dioksido yra sumažinama dėl šios veiklos, ar kaip planuojama toliau mažinti logistikos metu išmetamo anglies dioksido kiekį, tuo tarpu tvarumo ataskaitoje visa prieš tai minėta informacija yra pateikiama. Taip pat yra ir su kitais analizuotais duomenimis, kadangi „BP“ (2021) socialinėje medijoje atskleidžia, jog planuoja ekologiško vandenilio gamybos įrenginį, kuris leistų pasiekti net 30 proc. Jungtinės Karalystės 2030 metams nustatyto vandenilio gamybos tikslo. Tuo tarpu tvarumo ataskaitoje bendrovė atskleidžia, jog šis projektas galėtų pristatyti Jungtinei Karalystei 30 proc. jos vandenilio tikslo, bet ir tai, jog iki 2030 m. organizacija planuoja pagaminti 1 GW mėlynojo vandenilio, o iki 2025 m. 60 MWe grynojo vandenilio, taip pat įmonė atskleidžia, jog nuo 2022 metų yra numatomas išlaidų skyrimas, o gamybą siekiama pradėti nuo 2025 metų, kuri leistų įgyvendinti Jungtinės Karalystės sunkvežimių, oro uosto ir geležinkelių dekarbonizaciją. Taigi, tvarumo ataskaitoje pateikta informacija suinteresuotoms šalims leidžia susidaryti pilną vaizdą apie šio projekto įgyvendinimą, eigą ir galimus rezultatus, kai tuo tarpu socialinėje medijoje yra pateikiamas tik tikėtinas projekto rezultatas. „Fortum“ (2022) savo „Twitter“ paskyroje džiaugiasi galėdama pranešti apie didžiausią pasaulyje bendradarbiavimą su „Microsoft“, kuriuo užtikrins namų ir įmonių šildymą iš naujojo duomenų centro atliekų. Tuo tarpu tvarumo ataskaitoje yra pateikiama daug aiškesnė ir išsamesnė informacija, kadangi „Fortum“ (2022) tvarumo ataskaitoje atskleidžia, jog „Fortum“ saugaus perteklinę šilumą iš serverių aušinimo, kurią sukuria „Microsoft“, o vėliau ją pavers šildymo energija, skirtą namams ir įmonėms. Taip pat bendrovė atskleidžia, jog yra tikimasi, jog pagaminta energija užtikrins 40 proc. reikiamos viso regiono energijos ir sumažins 400 000 tonų metinio anglies dioksido išmetimo, o projektas turėtų būti įgyvendintas iki 2025 metų. Taigi, socialinėje medijoje yra pateikiama tik tai, jog bendradarbiavimas įvyko, kai tuo tarpu tvarumo ataskaitoje yra pateikiami ir rezultatai, kurių yra tikimasi, bei laikotarpis iki kada planuojama įgyvendinti tikslą. Vis dėlto, nors tvarumo ataskaitoje yra pateikiama išsamesnė informacija, tačiau socialinėje medijoje ji yra pateikiama realiuoju laikotarpiu, kai tuo tarpu **tvarumo ataskaitoje informacija yra vėluojanti**. Toks pat informacijos išskirtinumas yra organizacijoms pateikiant informaciją susijusią su **žiedine ekonomika ir ištekliais**, kadangi „Continental AG“ savo socialinėje medijoje atskleidžia, jog gamina padangas iš perdirbto poliesterio siūlų ir vienai padangai pagaminti reikia 40 PET plastikinių butelių, taip pat socialinėje medijoje bendrovė atskleidžia, jog dėl šios medžiagos naudojimo gamyboje padangos nepraranda savo našumo ir yra tinkamos naudoti ekstremaliomis sąlygomis. Tuo tarpu tvarumo ataskaitoje bendrovė taip pat atskleidžia, jog naudoja specialiai sukurtą naują technologiją, kurios pagalba iš perdirbto poliesterio yra gaminamos padangos. Tačiau vėlgi tvarumo ataskaitoje organizacija atskleidžia, jog nuo vasaros yra naudojama nauja technologija PET butelių perdirbimui ir padangų gaminimui iš perdirbto poliesterio. Taigi, analizė išryškina socialinės medijos naudą ir išskirtinumą, jog šiame informacijos atskleidimo kanale duomenys yra atskleidžiami realiuoju laiku, o ne pavėluotai. Vis dėlto, tvarumo ataskaitose informacija gali būti išsamiau ir plačiau pateikiama. „Fortum“ (2022) savo „Twitter“ paskyroje suinteresuotus asmenis informuoja, jog bendrovė džiaugiasi ir didžiuojasi galėdama būti žiedinės ekonomikos dalimi Suomijoje ir praneša, jog įmonės darbuotojas davė interviu apie tai kaip mato žiedinės ekonomikos ateitį ir kaip užtikrinti anglies perdirbimą. Taigi, socialinėje medijoje informacija gali būti susijusi su aplinkosauga, tačiau yra labiau abstrakti ir neatskleidžianti įmonės veiksmų ar situacijos susijusios su tvarumu iš įmonės perspektyvos. Tyrimo analizė atskleidė, jog socialinėje medijoje **biologinės įvairovės ir ekosistemos** tema yra aktualesnė nei vandens ir jūros išteklių tema, o tai yra priešingai nei tvarumo ataskaitose. Vis dėlto, lyginant ir vertinant

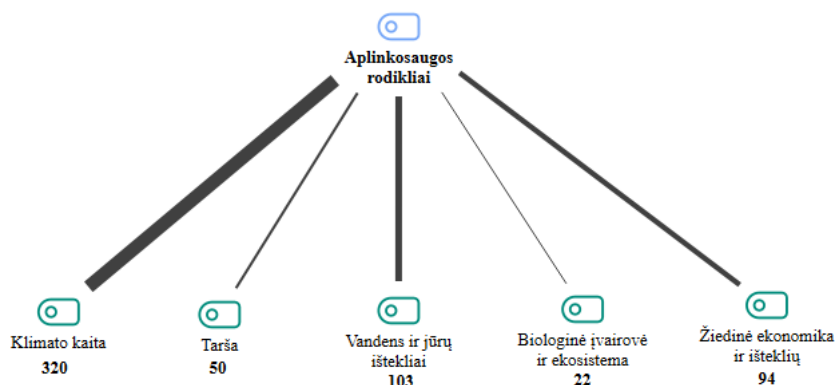
informacijos pateikimą socialinėje medijoje ir tvarumo ataskaitose, išsiaiškinta, jog informacijos skirtumas yra toks pats kaip ir prieš tai minėtų temų, tai kad socialinėje medijoje pateikta informacija yra siauresnio pobūdžio, kuri tvarumo ataskaitose yra plačiau ir išsamiau pateikiama. Tuo tarpu socialinėje medijoje atskleidžiama **vandens ir jūros išteklių** bei taršos tema yra labiausiai siauro ir bendro pobūdžio lyginant su kitomis aplinkosaugos temomis, pateiktomis šiame informacijos kanale. Duomenų analizė atskleidė, jog su vandens ir jūrų ištekliais susijusi informacija socialinėje medijoje yra pateikiama labai siauro ir bendro pobūdžio. „Nestle“ (2021) savo „Twitter“ paskyroje pateikdama su vandens ir jūros ištekliais susijusią informaciją atskleidžia, jog teigimai elgtis su vandens ištekliais nereiškia vien tik vandens apsaugą, tai taip pat reiškia ir vandens ciklo užtikrinimą, jog švarus vanduo bendruomenėms būtų prieinamas. „Bosch“ (2022) socialinėje medijoje pateikdama informaciją apie vandens tausojimą daugiau dėmesio skiria tam, kaip jos gamybos produktai prisideda prie vandens išteklių tausojimo. „Glencore“ (2021) atskleidžia, jog įmonė yra įsipareigojusi sumažinti naudojamo vandens kiekį, jog organizacijos bendruomenės galėtų gauti švaraus vandens, taip pat įmonė tvirtina, jog vanduo yra reikšminga žmogaus teisė. Taigi, socialinėje medijoje pateikta informacija, susijusi su vandens ištekliais, yra bendro pobūdžio, kuri galėtų tikti kiekvienai įmonei. Taip pat informacija neatskleidžia jokių esminių įmonės veiksmų siekiant sumažinti naudojamo vandens kiekį arba kiek jo sunaudoja bendrovė, todėl informacijos turinys pateiktas socialinėje medijoje, yra visiškai priešingas tvarumo ataskaitoje skelbiamai informacijai. Tuo tarpu **taršos** temą socialinėje medijoje akcentavo tik „Nestle“ (2021), kuri atskleidė, jog bendrovės komanda Nigerijoje pašalino daugiau nei 3 000 kg atliekų ir siekia toliau užsiimti šia veikla, taip pat pabrėžė, kad plastiko tarša pasaulyje nėra nauja problema, dėl ko būtina imtis globalių veiksmų. Nors taršos tema tvarumo ataskaitose taip pat yra mažiausiai dėmesio gaunanti tema lyginant su kitomis temomis, tačiau organizacijos, pateikdamos šią informaciją suinteresuotoms šalims, atskleidžia ją išsamiai. Tvarumo ataskaitose įmonės pateikia kokios taršios medžiagos buvo išlietos į aplinką, kaip įmonė valdė nelaimingą atsitikimą, ir kokių veiksmų ėmėsi siekiant mažinti taršos kiekio pateikimą į aplinką.

Apibendrinant aplinkosaugos informacijos rezultatus, galima teigti, jog tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje informacija yra pateikiama skirtingai. Tvarumo ataskaitose pateikta informacija yra išsamesnė ir atskleidžianti didesnę kontekstą, kadangi bendrovės pranešdamos aplinkosaugos informaciją pateikia priemones ir tyrimus, skirtus sumažinti neigiamą poveikį aplinkai, kaip prisideda padėdamos savo partneriams ir tiekėjams bei pateikia ne tik būtiną ir konkrečią informaciją, o ją aprašo plačiau. Tuo tarpu socialinėje medijoje atskleidžiama informacija yra mažiau išsamesnė ir mažiau konkretesnė, kadangi organizacijos yra linkusios pateikti duomenis abstrakčiau, neatskleidžiant konkrečių įmonės veiksmų ar aplinkybių, todėl ji gali būti vertinama kaip bendro pobūdžio. Tačiau socialinėje medijoje informacija yra pateikiama realiuoju laiku, o ne vėluojanti.

4.1.2. Aplinkosaugos rodiklių atskleidimo tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje rezultatai

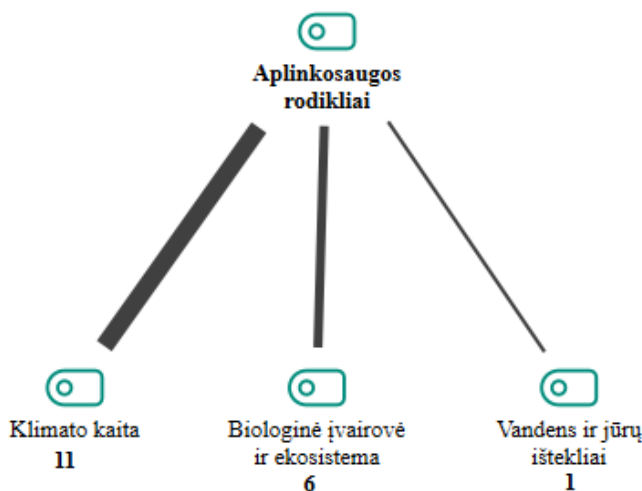
Tyrimo rezultatai atskleidė, jog dažniausiai su aplinkosaugos rodikliais susijusios temos yra klimato kaita, vandens ir jūrų ištekliai bei žiedinė ekonomika ir išteklių naudojimas. Tai rodo, kad įmonės dažniausiai naudoja aplinkosaugos rodiklius kaip vertės matavimo priemones, kad įvertintų jų veiklos poveikį būtent šioms aplinkosaugos temoms ir įgyvendintų tvarumo strategijas. Tačiau, tai gali būti ir dėl to, jog, tiek tvarumo ataskaitose, tiek socialinėje medijoje, tai yra daugiausiai dėmesio sulaukiančios temos. Tuo tarpu pastebima silpna sąsaja tarp aplinkosaugos rodiklių ir temų

apie taršą bei biologinę įvairovę ir ekosistemą. Tai rodo, kad šiomis aplinkosaugos temomis, atskleidžiant informaciją, susijusią su rodikliais, yra mažiausiai siekiama atkreipti suinteresuotų asmenų dėmesį ir pateikti įmonės vaidmenį siekiant aplinkos tvarumo (žr. 12 pav.).



12 pav. Aplinkosaugos rodiklių atskleidimas tvarumo ataskaitose

Tuo tarpu socialinėje medijoje organizacijos, pateikdamos aplinkosaugos informaciją, yra mažiau linkusios atskleisti antrame darbo skyriuje nagrinėtus rodiklius. Tyrimo rezultatai atskleidė, jog bendrovės socialinėje medijoje, nors ir retai, naudoja aplinkosaugos rodiklius norėdamos pateikti informaciją, susijusią su klimato kaita, biologine įvairove ir ekosistema bei vandens ir jūrų ištekliais. Todėl galima teigti, jog šiame informacijos atskleidimo kanale aplinkosaugos rodikliai yra retai naudojama priemonė aplinkosaugos turiniui pateikti (žr. 13 pav.).



13 pav. Aplinkosaugos rodiklių atskleidimas socialinėje medijoje

Tvarumo ataskaitų rezultatai. Analizė atskleidė, jog bendrovės pateikdamos rodiklius **neapsiriboja vien tik skaitinės reikšmės atskleidimu.** „Nestle“ (2021) pateikė, kad dėl vykdomo projekto organizacija sugebėjo sumažinti 4 mln. tonų išmetamų šiltnamio efektą sukeliančių dujų kiekį. Be to, jei bendrovė nebūtų įgyvendinusi nustatytų veiksmų ir toliau augusi, jos išmetamų šiltnamio efektą sukeliančių dujų kiekis būtų išaugęs iki 98,4 mln. tonų 2021 metais. Taigi, organizacijos, pasitelkdamos aplinkosaugos rodiklius, atskleidžia įgyvendinamų veiksmų pasiekimus ir pateikia galimus neigiamus rezultatus, jei projektai nebūtų įgyvendinami. Taip pat organizacijos pateikia rodiklius siekdamos parodyti savo užsibrėžtų tikslų jau pasiektus rezultatus, tuo pačiu palygindamos juos su ankstesnių metų pasiektais rezultatais. „Nestle“ (2022) tvarumo atskaitoje praneša, jog siekia tiekti pasauliui elektros energiją iš 100 proc. atsinaujinančių šaltinių ir

taip pat atskleidžia, jog jau pasiekė 78,4 proc. atsinaujinančios elektros energijos, palygindama tai su ankstesniais metais, kai tiekė 63,7 proc. elektros energijos iš atsinaujinančių šaltinių. Taigi, organizacijos pateikia aktualiausius rodiklius tvarumo ataskaitoje, tačiau pamini ir ankstesnių metų rodiklius, jog informacijos skaitytojai galėtų suprasti, kokią pažangą ar regresiją įmonė pasiekė per tam tikrą laikotarpį. Taip pat analizė atskleidė, kad pasitaiko atvejų, kuomet įmonės atskleisdamos neigiamus rodiklių pokyčius tvarumo ataskaitoje, **siekia sušvelninti suinteresuotų asmenų požiūrį**, tuo pačiu pateikdamos, kaip organizacijos pasiekti rodikliai galėtų būti vertinami teigiamai. „Royal Dutch Shell“ (2021) atskleidžia, jog jos anglies intensyvumas siekė 77 gCO₂e/MJ 2021 metais, kas yra 2,7 proc. didesnis lyginant su ankstesniais metais. Tačiau bendrovė, siekdama pagražinti informaciją, pabrėžia, jog tai yra 2,5 proc. sumažėjimas lyginant su 2016 metais, o tai reiškia, jog bendrovė pasiekė savo trumpalaikį tikslą. Taigi analizuojant duomenis išsiaiškinta, jog organizacijos, atskleisdamos informaciją skirtą suinteresuotoms šalims, kuri gali atrodyti neigiama, siekia ją sušvelninti pateikdamos informaciją iš teigiamos perspektyvos. Tačiau neigiamų rodiklių pateikimas ne visuomet yra toks, kadangi bendrovės, pateikdamos neigiamų rodiklių padidėjimą, yra labiau linkusios atskleisti priežastis, kodėl taip įvyko.

Pateikdamos aplinkosaugos rodiklius įmonės, kurių veikla vykdoma skirtingose pasaulio šalyse, atskleidžia procentinę rodiklio dalį pagal šalį ir pateikia priežastis, dėl kurių tam tikros medžiagos buvo išskirtos į aplinką. „Fortum“ (2021) atskleidžia, jog bendrovės didžioji dalis anglies dioksido emisijų – 68,7 mln. tonų – susidaro dėl gamyboje naudojamo iškastinio kuro. Taip pat bendrovė detalai nurodo, jog 1 proc. šių anglies dioksido emisijų susidarė Suomijoje ir Vengrijoje, 6 proc. – Olandijoje, 12 proc. – Jungtinėje Karalystėje, 20 proc. – Vokietijoje ir 57 proc. – Rusijoje. Taigi, organizacijos, atskleisdamos aplinkosaugos rodiklius, ne tik juos pateikia skaitine reikšme, bet ir detalizuoja pagal jų susidarymo vietas. Tuo tarpu pateikdamos **su vandens ištekiais** susijusius rodiklius, organizacijos ne tik atskleidžia naudojamo vandens kiekį ar jo rūšį, bet ir vandens naudojimo paskirtį įmonės gamyboje. Be to, bendrovės pateikia informaciją ir apie naudojamo perdirbto vandens kiekį savo veikloje. Taip pat analizė atskleidžia, jog įmonės, atskleisdamos naudojamos atsinaujinančios energijos kiekį gamyboje, pateikia ir platesnę informacijos kontekstą, atskleisdamos iš kur ir kaip energija yra gaunama, todėl suinteresuotos šalys gauną išsamesnę informaciją, susijusią su aplinkosaugos rodikliais. Tačiau tvarumo ataskaitose rodikliai yra pristatomi ne tik tekste, kuriame suinteresuotoms šalims yra pateikiama išsamesnė informacija su kontekstu, bet ir lentelėse bei paveiksluose, kur rodikliai kartais nėra pakankamai išsamiai paaiškinami.

Tuo tarpu analizė atskleidė, jog organizacijos yra mažiau linkusios atskleisti aplinkosaugos informaciją pasitelkdamos rodiklius **socialinėje medijoje**. Šiame informacijos atskleidimo kanale tyrimo metu pastebėta, jog bendrovės naudoja aplinkosaugos rodiklius, norėdamos pateikti duomenis apie biologinę įvairovę ir ekosistemą bei apie organizacijų perėjimą ir siekimą pereiti prie atsinaujinančios elektros energijos. Analizės duomenys atskleidė, jog organizacijos pateikdamos informaciją apie elektros energiją taip pat yra linkusios atskleisti, iš kur ir koku būdu energija yra gaunama, tačiau **mažiau išsamiau nei tvarumo ataskaitose**. „Glencore“ (2022) socialinėje medijoje atskleidžia, jog pasirašė 19 metų sutartį su „EDP Renewables“ dėl 237 GWh vėjo energijos tiekimo San Chuano de Nievos elektrine, o tai turės teigiamos įtakos oro kokybei. Tuo tarpu tvarumo ataskaitoje „Glencore“ taip pat pateikia šią informaciją, tačiau papildo, jog šios elektros naudojimas lesi išvengti apie 63 tūkst. tonų anglies dioksido išmetimo kiekvienais metais, kas atitinka 4,5 mln. medžių daromą poveikį oro kokybei. Taigi, iš analizės duomenų matyti, kad

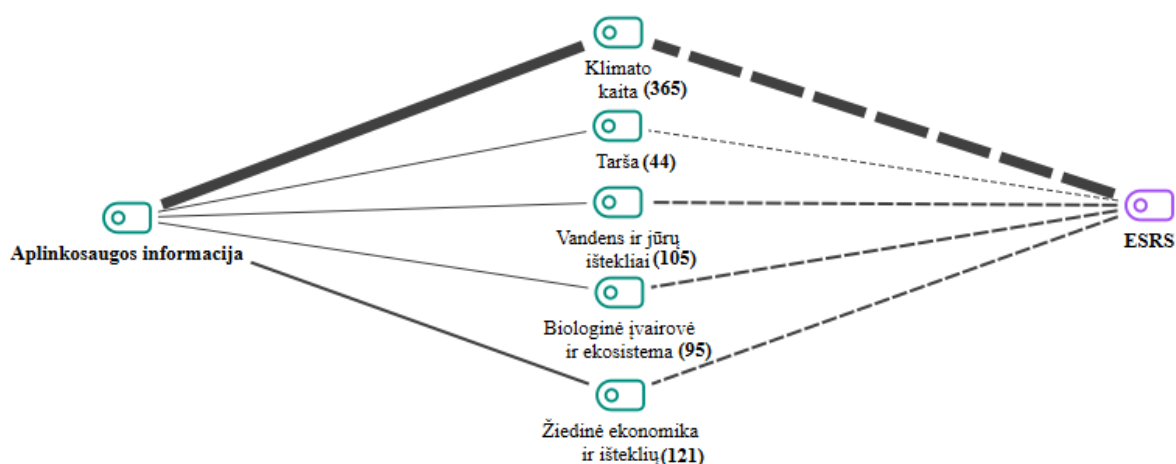
įmonės, teikdamos informaciją apie elektros energiją socialinėje medijoje taip pat nurodo jos šaltinį, tačiau tvarumo ataskaitose ši informacija pateikiama išsamiau, kadangi tvarumo ataskaitoje organizacija papildomai nurodo, kiek anglies dioksido tai padės išvengti, pabrėžiant teigiamą poveikį oro kokybei. Taip pat svarbu paminėti, kad analizė atskleidė, jog ne visos organizacijos naudoja aplinkosaugos rodiklius informacijai atskleisti. Tik „Royal Dutch Shell“, „Nestle“, „Bosch Group“ ir „Glencore“ socialinėje medijoje atskleidė aplinkosaugos informaciją, pasitelkdamos rodiklius, suinteresuotoms šalims.

Apibendrinant aplinkosaugos rodiklių atskleidimą, galima teigti, jog dauguma organizacijų retai naudoja rodiklius kaip informacijos sklaidos priemonę socialinėje medijoje. Be to, net jei jos pateikia rodiklius, tai dažnai neskelbia išsamios informacijos apie juos, lyginant su tvarumo ataskaitomis. Tuo tarpu tvarumo ataskaitose įmonės dažnai naudoja rodiklius norėdamos parodyti savo veiksmų ir tikslų rezultatus, palygindamos rodiklius tarp skirtingų laikotarpių, tokiu būdu įvertindamos įmonės padarytą progresą ar regresiją. Tačiau kartais įmonės bandydamos sušvelninti neigiamus rodiklių pokyčius, pristato juos teigiamai, ilgesnėje laiko perspektyvoje.

4.1.3. Aplinkosaugos informacijos atitikimo Europos tvarumo ataskaitų standartus nustatymas

Atsižvelgiant į antrame darbo skyriuje nagrinėtus ESRS, tyrimo metu buvo analizuojama bendrovių pateikiama informacija iš šių standartų perspektyvos, siekiant įvertinti ar iki standartų įsigaliojimo pateikta tvarumo informacija atitinka naujuosius ESRS reikalavimus.

Visos aplinkosaugos temos atitinka tam tikrus ESRS reikalavimus, kai kurios labiau, kai kurios mažiau. Atlikta analizė atskleidė, kad klimato kaita yra tema, kuri dažniausiai pateikiama atitinkant ESRS reikalavimus. Be to pastebima, kad organizacijų pareikiamos žiedinės ekonomikos ir išteklių, vandens ir jūros išteklių bei biologinės įvairovės ir ekosistemos temos yra ganėtinai panašiai atitinkančios naujuosius standartus. Vis dėlto, taršos tema, kuri yra mažiau komunikuojama tvarumo ataskaitose, taip pat yra mažiau atitinkanti standartus lyginant su kitomis temomis (žr. 14 pav.).



14 pav. ESRS atitinkanti aplinkosaugos informacija tvarumo ataskaitose

Klimato kaita. Duomenų analizė parodė, jog organizacijos, pateikdamos su klimato kaita susijusią informaciją ir rodiklius, atskleidžia savo įmonės daromą teigiamą ir neigiamą poveikį klimato kaitai. Bendrovės gana dažnai atskleidžia savo įsipareigojimą ir kokių priemonių imasi, siekiant

užtikrinti **Paryžiaus susitarimą**. „Volkswagen“ (2021) tvarumo ataskaitoje nurodo, kad siekia iki 2050 metų tapti neutralia anglies dioksido kiekiui, atsižvelgdama į išsipareigojimą siekti Paryžiaus susitarimo klimato tikslų. „Fortum“ (2022) informuoja, jog organizacijos tikslai ir strategija yra suderinta su Paryžiaus susitarimo tikslu, kadangi įmonės strategijos prioritetas yra tapti neutralia anglies dioksido kiekiui. „Glencore“ (2021) tvirtina siekianti sumažinti savo neigiamą anglies dioksido išskyrimą į aplinką ir remti įvairias nacionalines programas, siekiant Paryžiaus susitarimo tikslų. „BP“ atskleidžia, jog organizacijos nustatyti tikslai ir ambicijos yra orientuoti į Paryžiaus susitarimą. Tuo tarpu „Roayl Dutch Shell“ pateikia informaciją, jog įmonė siekia prisidėti prie Paryžiaus sutarties tikslų įgyvendinimo, užtikrindama teigiamą poveikį savo darbuotojams, klientams ir bendruomenėms pereinant prie energijos. Taigi, organizacijos pateikdamos su klimato kaita susijusią informaciją atsižvelgia ir į Paryžiaus susitarimo tikslus, o tai atitinka ESRS reikalavimus. Taip pat bendrovės, atskleisdamos su klimato kaita susijusią informaciją, **pateikia ir veiksmus**, kurių imasi siekdamos sumažinti daromą neigiamą poveikį **bei šių veiksmų rezultatus**. „BP“ (2021) pateikia veiksmų rezultatus kartu su išsikeltu tikslu sumažinti 40 proc. anglies dioksido iki 2030 metų, o dėl portfelio valdymo organizacija jau sumažino anglies dioksido kiekį pagal 3 taikymo sritį 7 proc. „Bosch Group“ (2022) atskleidžia, jog nuo 2018 metų sumažino anglies dioksido kiekį 16 proc. iki 382 mln. metrinių tonų CO₂. Tačiau, organizacijos ne visuomet nurodo konkrečius veiksmus, kurių buvo imtasi šioms rezultatams pasiekti. Atlikta analizė atskleidė, jog ne visos organizacijos pateikia reikiamą išsamią informaciją apie **sunaudojamą energiją**. Bendrovės yra linkusios atskleisti atsinaujinančios energijos kiekį procentaliai visame sunaudojamame energijos kiekyje bei pateikti tikslus, siekiant šios energijos kiekio didinimo. „Royal Dutch Shell“ (2022) pateikia visą naudojamą energijos kiekį MWh, taip pat suteikdama išsamesnę informaciją apie tai, kiek energijos organizacija pagamino pati ir kiek importavo. Be to, organizacija pateikia naudojamą atsinaujinančios energijos kiekį MWh bei šaltinius, iš kur energija yra gaunama – iš gamybos, perkama, tiek elektra, tiek garais. „Volkswagen“ (2022) tvarumo ataskaitoje atskleidžia tik bendrą sunaudotos energijos kiekį bei šio kiekio procentinę dalį atsinaujinančios energijos. Tuo tarpu „Continental“ (2021) pateikia visą sunaudojamą energijos kiekį TWh, o sunaudojamos elektros kiekį iš atsinaujinančių ir iš neatsinaujinančių šaltinių MWh. Bendrovė taip pat išskaido neatsinaujinančios energijos kiekį pagal energijos šaltinius - dujas, garus bei kūrenamą aliejų, tik jau procentais. Tuo tarpu „Bosch Group“ savo tvarumo ataskaitoje pateikia, bendrą sunaudojamos elektros kiekį, kurį taip pat išskaido pagal šaltinius – dujas, kūrenamą aliejų, anglį bei pateikia naudojamą atsinaujinančios energijos kiekį. Visą šią informaciją organizacija pateikia GWh matu (žr. 7 lent.). Taigi, nors organizacijos savo tvarumo ataskaitoje pateikia sunaudotos energijos kiekį, tačiau informacija yra pateikiama skirtingai bei ne vienodais mato vienetais, dėl ko tampa sunku suinteresuotoms šalims palyginti šią informaciją.

7 lentelė. Bendras sunaudotos energijos kiekis

	Matavimo vienetas	Rodiklis
„Royal Dutch Shell“		
Bendras sunaudotos energijos kiekis	MWh mln.	223
„Continental“		
Bendras sunaudotos energijos kiekis	TWh	9.0
„Bosch Group“		
Bendras sunaudotos energijos kiekis	GWh	8,042

Analizuojant **žiedinės ekonomikos ir išteklių** informacijos pateikimą iš ESRS perspektyvos pastebėta, jog organizacijos yra daugiau linkusios pateikti informaciją apie žiedinę ekonomiką bei apie savo vykdomus veiksmus siekiant plastiko mažinimo ir produktų ilgaamžiškumo. „Nestle“ (2022) atskleidžia, jog nuo 2018 metų pradėjo vykdyti PET butelių svorio optimizavimo programą, dėl kurios organizacijai jau pavyko sumažinti daugiau nei 1 500 tonų plastiko. „BP“ (2022) pateikia informaciją, jog dėl žiedinės ekonomikos taikymo, siekiant sumažinti, išvengti bei pakartotinai panaudoti atliekas, organizacijai pavyko sutvarkyti 305 tūkst. tonų atliekų. „Royal Dutch Shell“ (2022) atskleidžia, jog organizacija sutvarkė 1 982 tūkst. nepavojingų ir pavojingų atliekų. Taigi, bendrovės savo tvarumo ataskaitoje yra linkusios atskleisti, kad imasi su žiedine ekonomika susijusių veiksmų bei šių veiksmų rezultata. Taip pat organizacijos savo tvarumo ataskaitoje yra linkusios atskleisti naudojamų atsinaujinančių ir perdirbamų atliekų kiekį gamyboje. „Bosch Group“ (2022) atskleidžia, jog organizacija savo gamyboje vidutiniškai naudoja 56 proc. perdirbto plieno. „Continental“ (2022) teigia, jog jos gaminamame padangos protektoriuje yra 68 proc. atsinaujinančių medžiagų. Tačiau ne visos organizacijos atskleidžia, kiek savo gamyboje naudoja atsinaujinančių ir perdirbamų medžiagų. Taip pat analizė atskleidė, jog organizacijos pateikdamos šią informaciją, nenurodo šių medžiagų svorio ir procentinės dalies, o dažniau tik procentinę dalį, kurią jos naudoja gaminyje. Taigi, bendrovės pateikdamos su žiedine ekonomika susijusią informaciją yra daugiau linkusios atskleisti savo veiksmus, kurių imasi siekiant užtikrinti sklandžią žiedinę ekonomiką bei pokyčius kaip pavyko sumažinti atliekų kiekį. Tačiau organizacijos neatskleidžia išsamių pagal ESRS reikalaujamų rodiklių, kurių pagalba informacija galėtų būti palyginama.

Vandens ir jūrų ištekliai. Analizė atskleidė, jog organizacijos, teikdamos informaciją tvarumo ataskaitose, taip pat yra linkusios atskleisti, kokių veiksmų imasi siekdamos daryti teigiamą įtaką vandens ištekliams bei kokius rezultatus tai duoda. Tačiau, jei įmonės su klimato kaita susijusioje informacijoje atskleidžia kaip siekia prisidėti prie Paryžiaus sutarties tikslų, tai su vandens ir jūrų ištekliais susijusioje informacijoje bendrovės neatskleidžia, kaip konkrečiai prisideda prie Europos žaliojo kurso. Taip pat analizė atskleidė, jog nei viena įmonė pateikdama **biologinės įvairovės ir ekosistemos** informaciją nepateikia kaip jos planai ar strategija prisideda prie Europos Sąjungos 2030 metų biologinės įvairovės strategijos, nors tai yra reikalaujama pagal ESRS. Bendrovės pateikdamos informaciją neatskleidžia įmonės priklausomumo nuo biologinės įvairovės, o labiau pateikia įmonės daromą poveikį. Tuo tarpu iš visų analizuotų duomenų, tik „Glencore“ (2022) atskleidė plotą valdomos ir nuomojamos teritorijos, taip pat pateikdama plotą teritorijos, kurią sutrikdė įmonės veikla. Taigi, analizė parodo, kad organizacijos neatskleidžia visos reikiamos informacijos pagal ESRS, jog suinteresuotos šalys galėtų ją kokybiškai įvertinti ir palyginti. Analizuojant **taršos informaciją** iš ESRS perspektyvos, išsiaiškinta, jog organizacijos atskleidžia, jog siekia mažinti savo daromą taršą aplinkai, tačiau nepateikia tam skirtų išteklių. Pastebėta, jog organizacijos atskleisdamos išmetamų teršalų kiekį ne visuomet įvardija, ar taršios medžiagos pateko į vandenį, orą ar dirvožemį. Taip pat ne visuomet organizacijos pateikia, kokios konkrečiai taršios medžiagos išsiliejo. „Royal Dutch Shell“ (2022) atskleidžia, jog organizacijoje išsiliejo 0,6 tūkst. tonų žalios naftos. Tuo tarpu „Fortum“ (2021) pateikia, jog įmonėje nevalytos nuotekos pateko į vandenį. O „BP“ (2022) atskleidžia, jog bendrovėje 2022 metais įvyko 108 naftos išsiliejimai. Taip pat tarp analizuotų duomenų nei viena bendrovė nepateikė kokiu metodu yra matuojamas teršalų kiekis. Taigi, organizacijos duomenis pateikia įvairiai ir informacijos skaitytojui ne visuomet gali būti aišku, kur medžiagos išsiliejo ir kokios rūšies.

Tuo tarpu „Twitter“ pateikta organizacijų informacija taip pat buvo analizuojama iš ESRS reikalavimų perspektyvos. Tyrimas parodė, jog organizacijos dalinai pateikia socialinėje medijoje temas, kurios yra būtinos pagal ESRS, tačiau atskleista informacija neatitinka ESRS kokybės ir palyginamumo reikalavimų.

15 pav. matyti, jog dažniausiai persidengiančios temos yra „tikslai“ ir aplinkosaugos aspektai – „klimato kaita“, „vandens ir jūrų ištekliai“, „biologinė įvairovė ir ekosistema“ bei „žiedinė ekonomika ir išteklių naudojimas“. Gauti rezultatai yra tokie dėl to, kadangi organizacijos atskleisdamos informaciją apie kiekvieną aplinkosaugos temą pateikia tikslus, kuriuos siekia įgyvendinti per tam tikrą laiką bei parodydamos suinteresuotoms šalims, jog siekia daryt teigiamą poveikį aplinkai. „Nestle“ (2021) atskleidžia savo tikslą mažinti šiltnamio efektą sukeliančių dujų išmetimą, pateikia laikotarpius iki kada ir kiek procentaliai siekia sumažinti dujų išmetimą bei tai, jog iki 2025 metų bendrovė planuoja investuoti 1,2 mlrd. Šveicarijos frankų. „Royal Dutch Shell“ (2021) atskleidžia, jog nusistatė tikslą, kuriuo siekia sumažinti anglies dioksido intensyvumą iš parduodamų produktų. Pateikdama informaciją, įmonė išskaido tikslą į vidutinės ir ilgalaikės trukmės tikslus bei pateikia kiek procentaliai bendrovė turi sumažinti anglies dioksido kiekį iki to laikotarpio. „BP“ (2021) nurodo, jog siekia vandens išteklius daugiau papildyti gėlu vandeniu nei sunaudoti, o šio tikslo įmonė pasieks efektyviau naudodama gėlą vandenį bei tvarkydama nuotekas. Analizė atskleidė, jog organizacijos pateikdamos suinteresuotoms šalims savo tikslus, juos dažniausiai atskleidžia nurodydamos datas ir etapus tikslams pasiekti bei procentais ar vienetais pateiktą tikslą, kurio siekia. Vis dėlto, rečiau įmonės kartu su tikslu atskleidžia, kokių veiksmų imsis bei kiek lėšų investuos tikslui įgyvendinti, jo nustatymo metodą ar mokslinį tikslo pagrindimą. Tuo tarpu socialinėje medijoje pateikdamos organizacijos tikslus, nurodo tik laikotarpį ir patį tikslą išreikštą procentais arba vienetais.

Kodų sistema	Finansiniai ištekliai	Politika	Strategija	Tikslai	Dvigubas reikšmingumas	Galimybės	Rizika	Suinteresuotosios šalys	EU taksonomija
Klimato kaita	10	0	4	146	8	10	24	1	2
Tarša	1	0	1	11	0	0	3	0	2
Vandens ir jūrų ištekliai	1	0	1	19	3	1	5	0	2
Biologinė įvairovė ir ekosistema	1	0	0	15	3	0	1	0	2
Žiedinė ekonomika ir išteklių naudojimas	2	1	4	31	0	9	12	1	2

15 pav. Persidengiančios aplinkosaugos temos tvarumo ataskaitose

Taip pat analizė atskleidė, jog gana dažnai persidengiančios temos su aplinkosaugos aspektais yra „rizika“ ir „galimybė“, tai parodo, jog įmonės atskleisdamos informaciją apie klimato kaitą pateikia su šia tema susijusias rizikas ir galimybes. Įmonės **riziką** tvarumo ataskaitoje pateikia įvairiai. „Volkswagen“ (2021) atskleidžia, jog bendrovė susiduria su rizika, kuri gali turėti įtakos organizacijos pelningumui, bet taip pat apima klimato kaitos ir aplinkos riziką. Įmonė taip pat atskleidžia, jog bendrovė susiduria su paklausos mažėjimo rizika dėl Europoje CO₂ emisija pagrįstų mokesčių. Todėl organizacija, siekdama kuo labiau išvengti šios rizikos, kuria naują ir ekonomišką transportą. Tuo tarpu „Fortum“ (2021) teigia, jog didina energijos vartojimo efektyvumą elektrinėse, jog sumažintų energijos sąnaudas. „Bosch Group“ (2021) atskleidžia, kad bendrovės

programinės įrangos inžinieriai rašo kodą, kad organizacija galėtų sumažinti naudojamos energijos ir medžiagų kiekį. Taip pat įmonė atskleidžia, jog išplėtė savo veiklą, siekdama suvaldyti ir sumažinti išmetamų teršalų kiekį, susidarantį tiesioginės įtakos sferoje. O „Furtum“ (2021) atskleidžia, jog laiko žuvis vien dėl to, kad kompensuotų gaminamos hidroenergijos poveikį. Taigi, pateikdamos su riziką susijusią informaciją, bendrovės atskleidžia konkrečias rizikas, su kuriomis susiduria, bet tuo pačiu ir būdus, kaip jos įgyvendina tam tikrus veiksmus, siekdamos sumažinti riziką ir ją valdyti. Tuo tarpu **galimybės** organizacijoje atsiranda tuomet, kai bendrovės iš atliekų gamyboje, siekdamos sumažinti neigiamą poveikį aplinkai, sukuria produktą ar paslaugą. „Fortum“ (2022) atskleidžia, jog bendradarbiaudama su „Microsoft“, surinks šilumos perteklių, kurių pavers šildymo energija, pradėjus veikti sistemos. Analizė taip pat atskleidė, jog organizacijos **dvigubą reikšmingumą** yra linkusios atskleisti labai retai. „Nestle“ (2022) atskleidžia, jog žemės ūkio veikla išmeta didelį kiekį šiltnamio efektą sukeliančių dujų ir lemia greitesnę biologinės įvairovės nykimą, o klimato kaitos padariniai, tokie kaip audros ir sausros, kelia grėsmę augalininkystei bei maisto saugumui. Tačiau „Volkswagen“ (2022) atskleidžia, jog dėl kylančio jūros lygio, netoli kranto esančioms gamybinėms vietoms gali kilti rizika. „Fortum“ (2021) pateikia, jog dėl šylančio klimato ir dėl vandens trūkumo organizacija gali susidurti su problema aušinant vandeniu elektrines. Taigi, tyrimas parodė, kad organizacijos dažnai suteikia dvigubo reikšmingumo informaciją tik iš vienos pusės, nes nepateikia vienu metu duomenų apie įmonės daromą įtaką aplinkai ir įmonei daromo reikšmingo poveikio. Taip pat tyrimo metu buvo pastebėta, jog tik „Volkswagen“ savo tvarumo ataskaitoje pateikia informaciją reikalaujamą pagal EU taksonomiją, kitos įmonės šios temos savo atskaitose nepaminėjo visiškai.

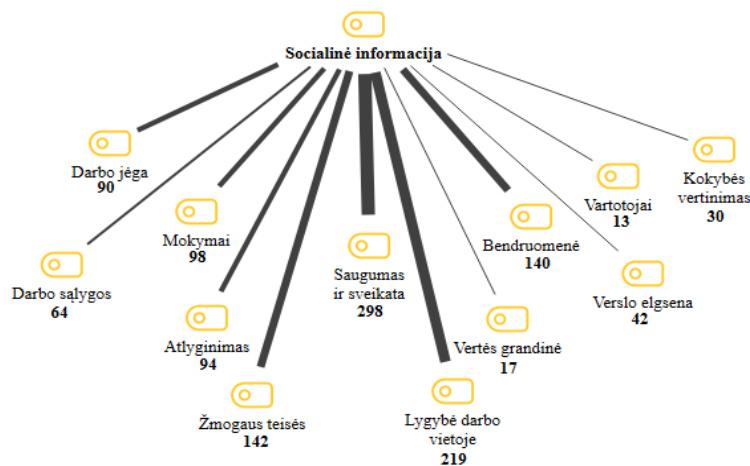
Apibendrinant galima teigti, jog įmonių teikiama aplinkosaugos informacija tik dalinai atitinka ESRS reikalavimus. Įmonės tvarumo ataskaitose pateikia veiksmus ir tikslus, kuriais siekia sumažinti daromą neigiamą poveikį ir padidinti daromą teigiamą poveikį, bei pateikia tų veiksmų rezultatus. Taip pat bendrovės pateikia tam tikrus reikalaujamus rodiklius bei kartais atskleidžia patiriamas rizikas ir galimybes. Tačiau tyrimo rezultatai parodė, jog organizacijos neatskleidžia visų būtinų rodiklių ir pateikia juos skirtingais matavimo vienetais, dėl ko tampa sudėtinga palyginti skirtingų bendrovių informaciją. Be to, iki šiol įmonės retai pateikia informaciją iš dvigubo reikšmingumo ir EU taksonomijos perspektyvos.

4.2. Socialinės informacijos atskleidimo tyrimas

Šiame skyriuje analizuojama, kaip bendrovės skelbia socialinę informaciją suinteresuotoms šalims, tiek tvarumo ataskaitose, tiek socialinėje medijoje, siekiant ją palyginti ir išnagrinėti skirtumus bei panašumus.

4.2.1. Socialinės informacijos atskleidimo tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje tyrimo rezultatai

Socialinė informacija yra suskirstyta į tematikas susijusias su ESRS (16 pav.). Atliktas tyrimas atskleidė, jog labiausiai pabrėžiama socialinės informacijos tema tvarumo ataskaitose yra lygybė darbo vietoje (lygios teisės) bei darbuotojų saugumas ir sveikata. Įmonės, atskleisdamos informaciją suinteresuotoms šalims, siekia parodyti savo įsipareigojimą kurti saugią ir nediskriminuojančią darbo aplinką (ir tokiu būdu kuria reputaciją kaip patikimo ir patrauklaus darbdavio). Be to, žmogaus teisių ir bendruomenės temos yra panašiai aktualios informacijos atskleidimo kontekste, o mažiausiai aktualios yra verslo elgsenos, kokybės vertinimo ir vertės grandinės temos.



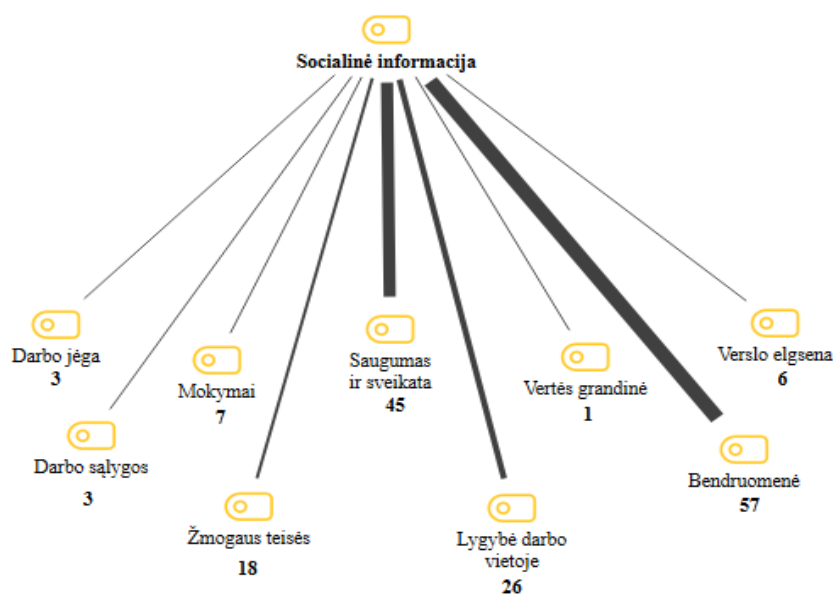
16 pav. Socialinės informacijos atskleidimas tvarumo ataskaitose

Darbuotojų saugumas ir sveikata. Duomenų analizė parodė, kad bendrovės atskleisdamos saugumo tikslus, pateikia ir veiksmus, kurių imasi siekdamas dar labiau sustiprinti darbuotojų saugumą ir sveikatą. „Nestle“ (2022) pateikdama savo pagrindinį tikslą – siekti darbuotojų saugumo, taip pat atskleidžia, jog darbo vietoje laikosi pasaulinio lygio saugumo reikalavimų, įgalina darbuotojus nutraukti darbą, kilus abejonių dėl saugumo, naudoja skaitmenines naujoves, siekiant padidinti saugumą ir išvengti nelaimingų atsitikimų rizikos. „BP“ (2021) savo tvarumo atskaitoje atskleidžia, jog siekdama išvengti nelaimingų incidentų pasikartojimų, stiprina mokymų sistemą, apmoko darbuotojus kokių veiksmų reiktų imtis nelaimės atveju bei diegia naujas saugumo taisykles, kurių darbuotojams yra būtina laikytis. „Fortum“ (2022) atskleidžia, jog susiduria su užtvankų saugumo rizika, tačiau taip pat pateikia, jog yra sukūrusi ilgalaikę saugumo programą, kuri apima tokius aspektus kaip kompetencijų užtikrinimas, investicijos ir pasirengimas ekstremalioms situacijoms. Taigi, įmonės, siekdamas informuoti suinteresuotas šalis apie savo tikslus bei rizikas, stengiasi pateikti išsamią informaciją ir apie tai, kokius veiksmus jos vykdo, užtikrindamos saugumo tikslų įgyvendinimą. Organizacijos pateikdamos saugumo ir sveikatos informaciją atskleidžia ne tik tikslus ar veiksmus, kurių imasi siekdamas sukurti saugią darbo aplinką, bet taip pat įmonės atskleidžia, kaip jos skatina savo darbuotojus gyventi sveikai. Nestle“ (2021) pateikdama su sveikata susijusią informaciją, atskleidžia, jog yra orientuota į savo darbuotojų fizinę ir psichinę sveikatą bei į miego ir maisto kokybę, dėl ko yra parengusi neprivalomus mokymus, kuriuose darbuotojai yra mokomi apie sveiką gyvenimą. „BP“ (2021) atskleidė, jog 2021 metais darbuotojams parengė naują programą, kuri darbuotojams, jų šeimos nariams bei draugams turėtų padėti formuoti sveikus įpročius. Taigi, bendrovės tvarumo ataskaitose pateikia įvairią informaciją, kuri apima skirtingus aspektus, tokiu būdu suteikdama suinteresuotoms šalims išsamų ir platų darbo sąlygų saugumo ir rūpinimosi darbuotojų sveikata kontekstą. Analizė parodė, kad įmonės, pateikdamos duomenis apie nelaimingus incidentus, taip pat suteikia išsamią informaciją suinteresuotoms šalims. „Royal Dutch Shell“ (2022) tvarumo atskaitoje pranešama, jog organizacijoje žuvo du rangovai. Tačiau bendrovė taip pat nurodo, jog imasi veiksmų, kad panašūs incidentai nebesikartotų, ir toliau bendradarbiauja su rangovais, siekiant kurti saugią darbo vietos kultūrą. Taigi, bendrovė, pateikdama duomenis apie įvykusius incidentus, taip pat išplėsdama informaciją, atskleidžia veiksmus, kurių imasi, siekdama užkirsti kelią panašioms įvykiams ateityje.

Lygybė. Organizacijos, atskleisdamos informaciją apie lygybę, dažniausiai pasisako apie lyties, amžiaus, seksualinės orientacijos bei negalią turinčių žmonių lygybę darbo vietoje. „Nestle“ (2021)

siekdama padidinti lyčių lygybę, stengiasi padidinti vadovaujančių moterų skaičių. Be to, siekdama užtikrinti žmonių su negalia lygybę, sudarė partnerystę, kuria įsipareigojama suteikti lygias galimybes visiems bei skatinti supratimą ir informuotumą apie negalia turinčius žmones ir jų patirtį. „BP“ (2022) tikslas iki 2030 metų padidinti vadovaujančių moterų kiekį bei padidinti rasinių ir etninį atstovavimą tarp darbuotojų, prisideda prie LGBT+ rėmimo kampanijų. „Royal Dutch Shell“ (2021) tvarumo ataskaitoje atskleidžia, jog imasi veiksmų, kuriais siekia sukurti geresnę patirtį fizinę negalia turintiems klientams. Taip pat organizacijos, atskleisdamos informaciją, susijusią su lygybe, pateikia moterų, dirbančių įmonėje, skaičių jų užimamą procentinę dalį valdymo pareigose, taip pat darbuotojų skaičių pagal šalis bei darbuotojų pasiskirstymą pagal amžių. Taigi, analizė parodė, jog įmonės, pranešdamos informaciją apie lygybę, siekia savo suinteresuotas šalis informuoti ne tik apie tai, kaip amžiaus, rasės ar lyties lygybė pasiskirsto tarp darbuotojų, bet ir pateikia savo požiūrį bei tikslus, kuriais siekia sustiprinti lygybę darbo vietoje. Todėl skaitytojai gali susidaryti išsamų įvaizdį apie organizacijoje esančią darbuotojų lygybę.

Žmogaus teisės ir bendruomenė. Išsamumas ir įvairiapusiškumas atsiskleidžia ir su žmogaus teisėmis bei bendruomene susijusios informacijos atskleidime. Analizė parodė, jog organizacijos, pateikdamos informaciją susijusią su žmogaus teisėmis tvarumo ataskaitose, praneša savo įsipareigojimą gerbi ir skatinti žmogaus teises, taip pat kaip užtikrina žmogaus teisių laikymąsi savo organizacijoje bei kaip kovoja su teisių pažeidimais. „Nestle“ (2021) tvarumo ataskaitoje atskleidžia, kad padeda savo tiekėjams užtikrinti palmių aliejaus tiekimo grandinę nepažeidžiant žmogaus teisių, taip pat bendrovė atskleidžia, jog ėmėsi veiksmų, kurių metu buvo pašalintos vaikų darbo spragos. „BP“ (2022) praneša, jog organizacijos žmogaus teisių politika atitinka Jungtinių Tautų žmogaus teisių principus, taip pat įmonė informuoja, kokių veiksmų imasi, siekdama įvertinti ir užtikrinti šių teisių laikymąsi. „Glencore“ (2022) atskleidžia, jog išleido naujus žmogaus teisių standartus, bei informuoja kaip juo įgyvendina organizacijoje. Taip pat bendrovė atskleidžia informaciją apie turimą programą, kurios pagrindiniai veiksmai yra mokyti darbuotojus apie žmogaus teises, užtikrinti skundų mechanizmo prieinamumą bei skatinti žmonių įvairovę. Taigi, organizacijos tvarumo ataskaitose išsamiai pateikia savo požiūrį į žmogaus teises, kaip jų laikosi pačios ir kaip padeda jų laikytis kitiems.



17 pav. Socialinės informacijos atskleidimas socialinėje medijoje

Socialinės informacijos atskleidimo socialinėje medijoje tyrimo rezultatai parodė mažesnę tematinę įvairovę (17 pav.). Tyrimas atskleidė, jog socialinėje medijoje aktualiausia yra informacija susijusi su bendruomene, tuomet šiek tiek mažiau aktualesnė tema yra saugumas ir sveikata, o mažiausiai dėmesio sulaukiančios temos yra vertės grandinė, darbo jėga ir darbo sąlygos. Organizacijos pateikdamos socialinę informaciją socialinėje medijoje ją formuluoja ir pateikia suinteresuotoms šalims visai kitaip nei tvarumo ataskaitose.

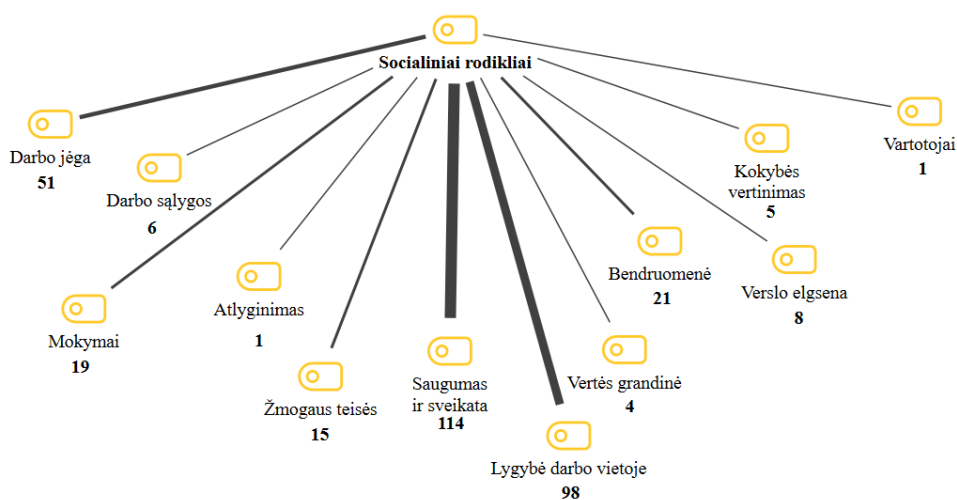
Socialinėje medijoje atskleidžiama **bendruomenės** informacija yra labiau pateikiama kaip **faktas ar trumpas informacijos** supažindinimas apie paramą bei renginius bendruomenei. Pavyzdžiui „Glencore“ (2022) atskleidžia, jog yra pasiryžusi padėti ir remti bendruomenes, kuriose organizacija vykdo savo veiklą. „Nestle“ (2022) atskleidžia, kad skiria paramą kakavos gamintojams, kuri leistų bendruomenėms padidinti pragyvenimo pajamas. Be to organizacija informuoja, jog šią paramą skyrė su tikslu sumažinti vaikų darbo riziką, didinant pragyvenimo pajamas. Tuo tarpu tvarumo ataskaitose įmonės pateikia platesnį ir išsamesnį veiksmų spektrą, kuriais siekia paremti ir sumažinti savo daromą neigiamą poveikį bendruomenėms. „Nestle“ (2021) tvarumo ataskaitoje pateikia, kad bendraudama su įvairiomis organizacijomis, siekia suteikti vandens prieigą bendruomenėms ir teikia priemones, padedančias bendruomenėms pereiti prie tvarios augalininkystės, taip išvengiant vaikų darbo rizikos. Įmonės tvarumo ataskaitose taip pat atskleidžia tikslus, veiksmus, bendradarbiavimus, skiriamas lėšas bei konkrečias bendruomenes, kurioms teikia paramą. Taigi, tvarumo ataskaitose yra pateikiamas išsamus ir visapusiškas informacijos kontekstas, o socialinėje medijoje atskleidžiama tik bendro pobūdžio informacija. Šis informacijos atskleidimo būdas taip pat yra aktualus **saugumo ir sveikatos** kontekste. „Glencore“ (2022) socialinėje medijoje atskleidžia, kad yra parengusi „SafeWork“ sistemą, kuria siekia užtikrinti ir sustiprinti darbuotojų saugumą darbo vietoje. Tuo tarpu „Glencore“ (2021) tvarumo ataskaitoje atskleidžia, jog nuo 2013 metų bendrovė pradėjo taikyti „SafeWork“ sistemą. Be to, taip pat pateikia duomenis apie tai, kaip sistema yra naudojama siekiant pašalinti nelaimingų atsitikimų riziką ir kokius rezultatus jau pasiekė. Taigi, tvarumo ataskaitoje pateikta informacija yra vertinga, kadangi skaitytojams leidžia geriau suprasti sistemos tikslus, naudą, jos taikymą ir įtaką darbuotojų saugumui, o socialinėje medijoje pateikti duomenys tik informuoja, jog tokia sistema organizacijoje egzistuoja. Socialinėje medijoje organizacijos ne tik atskleidžia tam tikrą informaciją, bet ir kreipiasi į suinteresuotus asmenis – klientus, siekdamos jų supratimo ir pagalbos užtikrinant darbuotojų saugumą. „BP“ (2021) socialinėje medijoje kreipiasi į skaitytojus prašydama parduotuvėje laikytis atstumo, tokiu būdu apsaugant darbuotojus. „Bosch Group“ (2022) atskleidžia, jog bendrovė imasi prevencinių priemonių, skirtų padėti psichinei sveikatai. Taip pat pabrėždama, jog diena, kuomet ji praneša tai visuomenei, yra pasaulinė psichinės sveikatos diena. Be to, „Bosch Group“ (2022) atskleidžia, jog didžiuojasi darbuotojų įvairove, kuri yra jų sėkmingos veiklos pagrindas. „Fortum“ (2022) didžiuojasi užimanti 22 vietą Europos lyčių įvairovės indekse. Taigi, socialinė medija naudojama kaip priemonė bendrauti su suinteresuotomis šalimis ir palaikyti abipusį ryšį, atskleidžiant tvarumo informaciją. Be to, socialinėje medijoje įmonės gali atskleisti naujausią informaciją, demonstruodamos jos aktualumą tai dienai, nors tuo pačiu jos pateikti duomenys yra riboto pobūdžio.

Apibendrinant socialinės informacijos rezultatus, galima teigti, kad tvarumo ataskaitose didžiausias dėmesys skiriamas lygioms teisėms darbo vietoje bei darbuotojų saugumui ir sveikatai. Tuo tarpu socialinėje medijoje daugiausia akcentuojama bendruomenės informacija bei darbuotojų saugumas ir sveikata. Tvarumo ataskaitose įmonės išsamiai pateikia informaciją apie savo veiksmus ir tikslus

siekdamos gerinti sąlygas darbuotojams bei trečiosioms šalims. Taip pat atskleidamos informaciją apie įvykius, bendrovės pateikia išsamų kontekstą ir veiksmus, kurių imasi siekdamos išvengti nelaimingų atsitikimų ateityje. Tuo tarpu socialinėje medijoje informacija yra dažniausiai pateikiama kaip faktas ar trumpas informacijos pranešimas, nesuteikiantis visapusiško konteksto, nors įmonės socialinę mediją naudoja kaip įrankį bendrauti su suinteresuotomis šalimis.

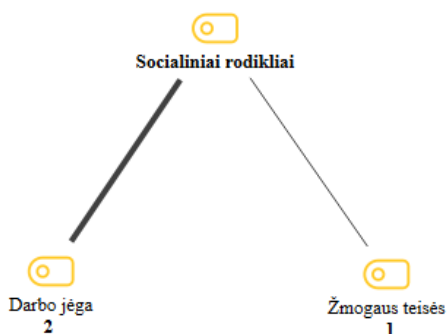
4.2.2. Socialinių rodiklių atskleidimo tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje rezultatai

Atlikta analizė atskleidė, jog organizacijos, pateikdamos socialinę informaciją suinteresuotoms šalims **tvarumo ataskaitose** pasitelkia rodiklius, tačiau kai kurių temų informacijos aspektams atskleisti rodikliai nėra tokie aktualūs. Tyrimas parodė, jog bendrovės dažniausiai naudoja rodiklius atskleidamos saugumo ir sveikatos, lygybės darbo vietoje bei darbo jėgos informaciją. Tuo tarpu bendrovės, pateikdamos atlyginimų, vertės grandinės, kokybės vertinimo ir darbo sąlygų informaciją, retai pasitelkia rodiklius kaip priemonę duomenims atskleisti (žr. 18 pav.).



18 pav. Socialinių rodiklių atskleidimas tvarumo ataskaitose

Įmonės, pateikdamos informaciją **socialinėje medijoje**, beveik išvis nenaudoja rodiklių kaip duomenų atskleidimo priemonės. 19 pav. matyti, jog įmonės pasitelkia vos keletą rodiklių, pavyzdžiui pateikdamos bendrą darbuotojų skaičių ar atskleidamos vaikų skaičių, kuriems suteikė pagalbą. Taigi, galima teigti, jog iš rodiklių palyginamumo perspektyvos tarp skirtingų įmonių, suinteresuotoms šalims nepavyktų palyginti rodiklių remiantis informacija, pateikta socialinėje medijoje.



19 pav. Socialinių rodiklių atskleidimas socialinėje medijoje

Analizė atskleidė, jog bendrovės pateikdamos socialinius rodiklius, **paaškina ir kontekstines aplinkybes**. „Nestle“ (2021) atskleisdama mirčių skaičių darbo metu, taip pat pateikia ir aplinkybes, kaip nelaimingi atsitikimai bendrovėje įvyko, bei veiksmus nelaimingų atsitikimų darbe rizikai valdyti. „Royal Dutch Shell“ (2022) atskleidžia, jog organizacijoje įvyko du nelaimingi atsitikimai, taip pat pateikdama incidentų aplinkybes, nuostolius ir veiksmus, kurių imsis, siekdama išvengti panašių situacijų ateityje. „BP“ (2021) tvarumo ataskaitoje atskleidžia, jog įmonėje per pastaruosius metus įvyko 10 sunkaus pobūdžio avarių, bei pateikia ir ankstesnių metų rodiklį ir jų procentinį pokytį per laikotarpį. Be to, organizacija informuoja apie veiksmus, kurių ėmėsi siekdama užtikrinti darbuotojų saugumą ateityje. Taigi, įmonės, atskleisdamos socialinius rodiklius, taip pat pateikia rodiklių pokytį, įvykių kontekstą ir veiksmus, kurių organizacija imasi siekdama išvengti panašių situacijų ateityje.

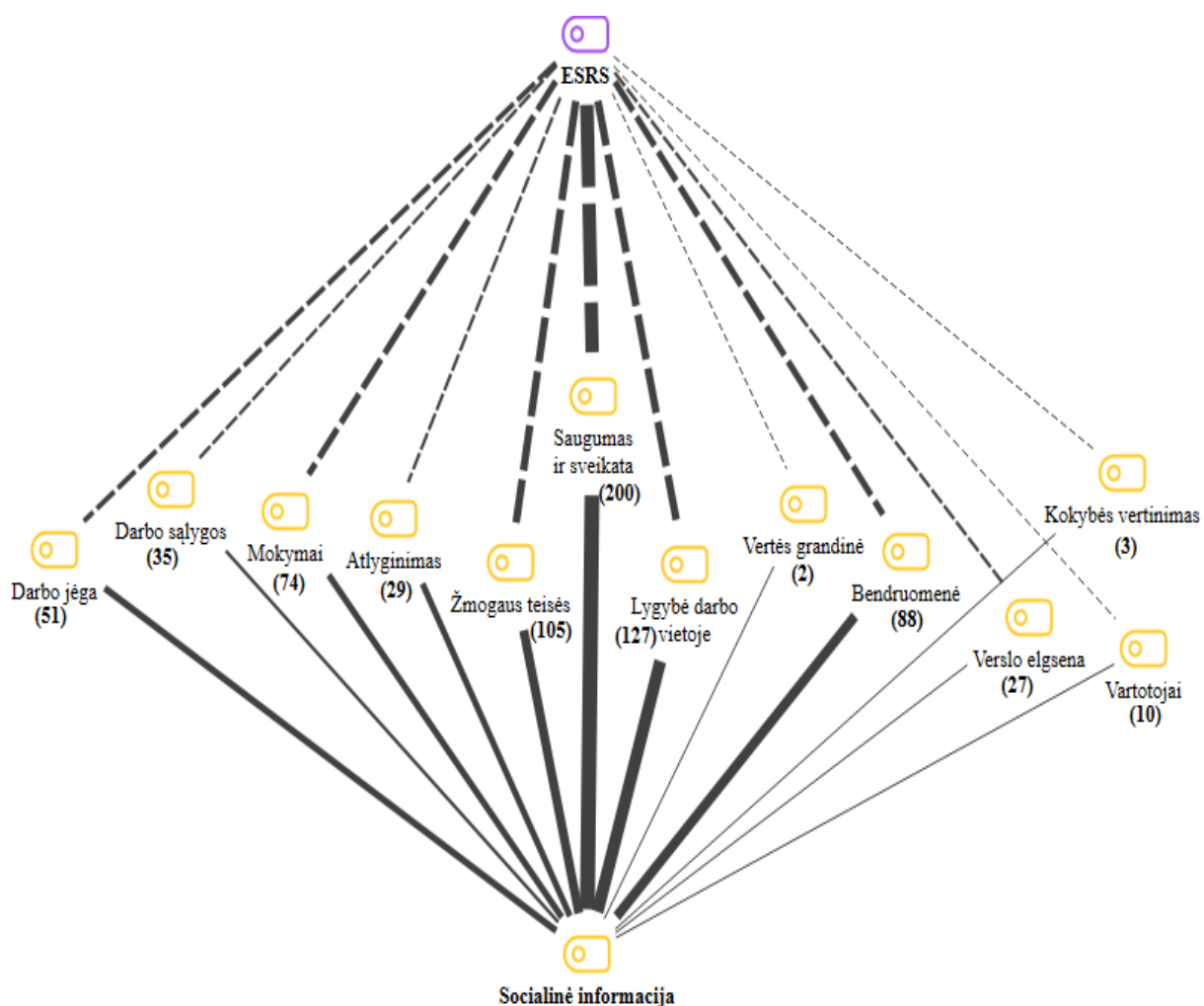
Bendrovės, pateikdamos socialinius rodiklius, ne tik atskleidžia veiksmus ar susidarymo aplinkybes, bet nurodo ir **rodiklių pokyčių priežastis**. „Glencore“ (2022) atskleisdama, jog vietinių skundų skaičius pasikeitė nuo 1 147 skundų iki 1 077, pateikia priežastį, dėl kurios sumažėjo skundų skaičių per metus – bendrovė pardavė naftos turto, dėl kurio gaudavo 50 proc. savo skundų. Taip pat organizacija praneša skaitytojams apie tai, dėl ko buvo gauti skundai iš bendruomenių. Be to, įmonės **atskleidamos savo tikslus, pasitelkia ir rodiklius**, kurie padeda skaitytojams geriau įvertinti, kokios pažangos bendrovė siekia tam tikroje srityje. „Royal Dutch Shell“ (2021) pateikdama savo tikslą siekti daugiau dirbančių moterų įmonėje, taip pat atskleidžia, jog iki 2025 metų siekia padidinti vadovaujančių moterų dalį iki 35 proc., o iki 2030 metų – 40 proc. Taip pat organizacija informuoja, kad 2021 metais įmonėje dirbo 29,5 proc. vadovaujančių moterų, o tai yra 1,7 proc. daugiau nei ankstesniais metais. Taigi, organizacijos pasitelkia rodiklius siekdamas nurodyti, kokio tikslo jos siekia, kiek šis tikslas jau yra pasiektas ir kokia yra įmonės padaryta pažanga.

Analizuojant rodiklių pateikimą tarp skirtingų informacijos kanalų, pastebėta, jog socialinėje medijoje retai pateikiami konkretūs kiekybiniai rodikliai ar jų pokyčiai. „Continental“ (2022) socialinėje medijoje atskleidžia, jog įmonėje dirba 236 000 darbuotojų, kurie yra pasiskirstę tarp 58 šalių bei 561 skirtingos vietos. Tuo tarpu „Continental“ (2022) tvarumo ataskaitoje, ne tik pateikia darbuotojų skaičių, bet taip pat atskleidžia, kiek kokiame sektoriuje konkrečiai dirba darbuotojų, bei bendrovės darbuotojų skaičių išskaido procentaliai pagal regionus. Taigi, skaitytojui tvarumo ataskaitose pateikta informacija yra aiškesnė, nes galima įvertinti, kokia darbuotojų dalis dirba tam tikrame regione, o ne tik sužinoti, jog darbuotojai pasiskirsto tarp 58 šalių.

Apibendrinant socialinių rodiklių atskleidimą, galima teigti, jog tvarumo ataskaitose organizacijos ne tik pateikia rodiklius, bet ir atskleidžia rodiklių susidarymo aplinkybes, jų pokyčius per laikotarpį bei veiksmus, kurių buvo imtasi siekiant teigiamai ar neigiamai paveikti rodiklių pokytį. Taip pat įmonės pasitelkia rodiklius kaip priemonę vizualizuoti savo tikslus, atskleisdamos kokio tikslo yra siekiama ir kokia yra padaryta pažanga. Tuo tarpu socialinėje medijoje bendrovės retai pasitelkia rodiklius kaip informacijos atskleidimo priemonę, todėl galima daryti išvadą, jog socialinėje medijoje rodiklių palyginamumas tarp įmonių ar laikotarpių yra sudėtingas, nes pateikta informacija yra ribota.

4.2.3. Socialinės informacijos atitikimo Europos tvarumo ataskaitų standartus nustatymas

Organizacijų pateikta informacija tvarumo ataskaitose atitinka tam tikrus ESRS reikalavimus. Atlikta analizė atskleidžia, kad darbuotojų saugumas ir sveikata yra aktualiausia socialinė tema tvarumo ataskaitose ir labiausiai atitinkanti ESRS reikalavimus. Taip pat pastebėta, jog žmogaus teisės ir lygybė darbo vietoje ganėtinai panašiai atitinka naujųjų standartų reikalavimus, kaip ir mokymų bei bendruomenės temos. Tuo tarpu 20 pav. matyti, jog mažiausiai ESRS reikalavimus atitinka vertės grandinės ir kokybės vertinimo temos, o kitos socialinės informacijos temos ESRS reikalavimus atitinka panašiu lygmeniu.



20 pav. ESRS atitinkanti socialinė informacija tvarumo ataskaitose

Žmogaus teisės. „Fortum“ (2022) tvarumo ataskaitoje pateikia informaciją, kad gerbia ir laikosi Tarptautinio žmogaus teisių įstatymo ir Jungtinių Tautų konvencijos dėl vaikų teisių. Taip pat organizacija atskleidžia, jog savo veikloje pripažįsta EBPO gaires daugiašalėms įmonėms, Jungtinių Tautų verslo ir žmogaus teisių pagrindinius principus. „Volkswagen“ (2021) atskleidžia, jog įmonėje nustatyti reikalavimai yra pagrįsti EBPO gairėmis daugiašalėms įmonėms, Jungtinių Tautų verslo ir žmogaus teisių pagrindiniais principais bei Tarptautinės darbo organizacijos konvencija, tačiau pats kodeksas parengtas laikantis tarptautinių standartų. Taigi, kai kurios organizacijos, pateikdamos socialinę informaciją tvarumo ataskaitose, atskleidžia, kokių reikalavimų laikosi savo veikloje.

Kanalai teikti skundus ir informaciją įmonei. „Continental“ (2022) informuoja, jog sukūrė skundų mechanizmą, kuriame darbuotojai ir trečiosios šalys gali pranešti apie etikos standartų bei

teisės aktų pažeidimus. Be to, įmonė praneša, jog ši priemonė yra pasiekama visame pasaulyje įvairiomis kalbomis ir yra visiškai anonimiška. „Netsle“ (2021) atskleidžia, kad savo veikloje taiko skundų mechanizmą, kurį nuolatos tobulina, taip pat įmonė pateikia, jog ankstesnė pranešimų sistema yra skirta darbuotojams, o išorinė platforma kitoms suinteresuotoms šalims. „Royal Dutch Shell“ (2021) praneša, jog suteikia prieigą darbuotojams pateikti grįžtamąjį ryšį. „Glencore“ (2021) atskleidžia, jog pasitelkdami skundų mechanizmą darbuotojai gali pranešti įmonei apie įvairius nusiskundimus ir rūpesčius, o organizacija įsipareigoja ištirti skundą gerbiant darbuotojų teises. Taigi, organizacijos informuoja apie savo komunikacijos su darbuotojais būdus ir pabrėžia darbuotojams galimybę naudotis kanalais, skirtais bendrauti ir teiki anonimišką informaciją bendrovei. Tačiau įmonės, kurios nepateikia informacijos apie skundų mechanizmus, taip pat neatskleidžia informacijos apie šių priemonių įgyvendinimo planus. Be to, organizacijos atskleidžia tikslus ir veiksmus, kurių imasi siekdamas sumažinti daromą bendrovės neigiamą poveikį, bei padidinti teigiamą poveikį darbuotojams.

Organizacijos, pateikdamos informaciją apie įmonėje **dirbančius darbuotojus**, pagal ESRS reikalavimus turėtų atskleisti ne tik darbuotojų skaičių, bet ir pateikti išsamesnę informaciją. „Glencore“ (2022) atskleisdama darbuotojų skaičių taip pat jį išskaido pagal tai, ar darbuotojai yra nuolatiniai, laikini ar dirba pagal kontraktą, bei atskleidžia darbuotojų procentinę dalį pagal skyrių ir lytį. „Fortum“ (2021) praneša darbuotojų skaičių ir pateikia juos pagal darbo sutarties tipą – nuolatiniai ir laikini darbuotojai, pagal įdarbinimo tipą – pilną darbo dieną dirbantys darbuotojai ir ne visą dieną dirbantys darbuotojai, pagal šalį bei pateikia moterų darbuotojų procentinę dalį. „Bosch Group“ (2022) atskleidžia darbuotojų skaičių, kurį išskirsto pagal regionus ir lytį bei informuoja, jog įmonėje dirba 12 proc. laikinų darbo sutarčių turinčių darbuotojų. „Volkswagen“ (2022) pateikia darbuotojų skaičių, kurį išskaido pagal darbo sutarties tipą, lytį, žemyną, bei darbuotojų skaičių išskaido ir pagal amžių. Taigi, analizė parodė, kad organizacijos teikia reikiamą informaciją, atskleisdamos darbuotojų charakteristiką, tačiau svarbu pabrėžti, kad ne visus būtinus duomenis visos bendrovės pateikia.

Bendrovės taip pat suteikia gana išsamią ir svarbią informaciją apie **darbuotojų saugumą ir sveikatą** darbo vietoje. „Nestle“ (2021) atskleidžia, jog organizacijoje žuvo du žmonės ir įvyko 13 rimtų sužalojimų, o sužalojimų lygis, tenkantis milijonui dirbtų valandų siekė, 1,33. „Glencore“ (2021) praneša apie 464 didelės rizikos incidentus, dvi mirtis, 97 profesinius susirgimus, kartu su traumų dažnumo rodikliu bei nedribtų dienų dėl ligos procentu. Tačiau pastebima, kad bendrovės neskelbia duomenų apie darbuotojų procentą, kurie gali pasinaudoti su šeima susijusiomis atostogomis, ir procentą bei lytį darbuotojų, kurie tokiais atostogomis pasinaudojo. Analizės metu taip pat buvo pastebėta, jog tvarumo ataskaitose ganėtinai mažai informacijos atskleidžiama apie **atlyginimus**. „Nestle“ (2022) atskleidžia, kad nuo 2019 metų sustiprino savo tikslą siekti panašaus darbo užmokesčio moterims ir vyrams, kurie dirba tokiose pačiose pareigose. „BP“ (2021) praneša, kad siekia darbuotojams mokėti teisingą ir sąžiningą darbo užmokestį. „Volkswagen“ (2021) atskleidžia, jog savo darbuotojams užtikrina bent minimalų darbo užmokestį pagal teisės aktus, nors įmonėje įprastai jis yra didesnis. Tuo tarpu „Fortum“ (2022) ne tik informuoja, kad bendrovėje atlyginimai atitinka pramonės nusistovėjusią praktiką, bet taip pat atskleidžia, jog moterų bazinis atlyginimas vidutiniškai 7 proc. yra mažesnis nei vyrų. Taigi, daugelis įmonių nelinkę atskleisti išsamesnės ir konkrečios informacijos, susijusios su atlyginimais. Taip pat tyrimas parodė, kad organizacijos pateikdamos informaciją apie gautus darbuotojų ir trečiųjų šalių skundus pateikia bendrą jų skaičių, tačiau ne visuomet išskaido juos pagal temas.

Duomenų analizė taip pat atskleidžia, jog bendrovės savo tvarumo ataskaitose pateikia žmogaus teisių laikymąsi, tiek darbuotojų, tiek **bendruomenių** atžvilgiu bei egzistuojančias bendrovėje priemonės skundams pateikti. „Royal Dutch Shell“ (2021) atskleidžia, jog 2020 metais pristatė naują atsiliepimų įrankį bendruomenėms. Be to, įmonė savo tvarumo ataskaitoje pateikia informaciją apie skundų temas, kurios gali būti susijusios su aplinkosauga, socialinėmis temomis arba kitomis panašiomis sritimis. „Glencore“ (2021) informuoja, kad gerbia bendruomenių narių teises, papročius ir tradicijas, bei iš anksto siekia gauti bendruomenės sutikimą naujiems projektams. Taip pat bendrovė atskleidžia, jog yra įsipareigojusi sumažinti bendruomenėms daromą neigiamą poveikį iki minimumo. „Fortum“ (2021) praneša, kurioms bendruomenėms suteikia paramą, nurodydama jų procentinę dalį pagal šalis, ir pateikia temas, dėl kurių bendradarbiauja su bendruomenėmis. Taigi, organizacijos akcentuoja požiūrį, veiksmus ir įsipareigojimus siekiant sumažinti neigiamą poveikį ir padidinti teigiamą poveikį bendruomenėms. Tuo tarpu **su vartotojais susijusią informaciją**, kuri būtų aktuali pagal ESRS standartus, įmonės yra linkusios atskleisti labai mažai. „BP“ (2021) atskleidžia, jog pasitelkia lojalumo programas ir skaitmenines platformas bendravimui su klientais. „Glencore“ (2021) tvarumo ataskaitoje pateikia, jog siekia bendrauti su savo vartotojais, siekdama suprasti jų poreikius ir lūkesčius. Taip pat bendrovė informuoja, jog atlieka rizikos vertinimą bei pateikia klientams produktų specifikacijas. „Fortum“ (2021) atskleidžia, jog siekia didinti vartotojų pasitenkinimą dėl bendrovės teikiamų produktų. Taigi, tvarumo ataskaitose organizacijos pateikia su klientais susijusią informaciją, tačiau ji neatitinka visų reikiamų ESRS reikalavimų.

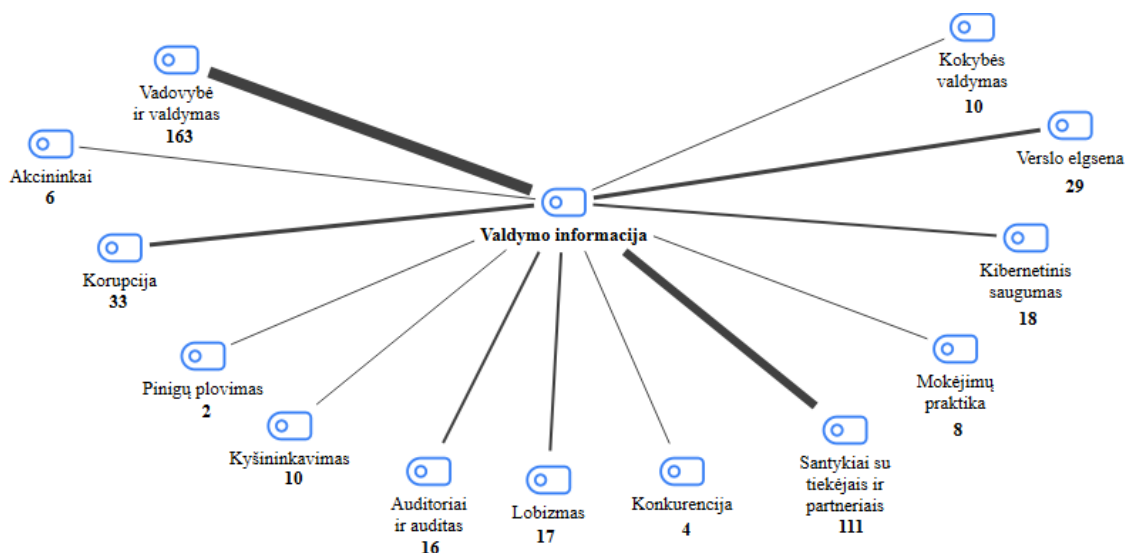
Apibendrinant galima teigti, jog įmonės atskleidžia tik tam tikrą informacijos dalį pagal ESRS. Kai kurios organizacijos pateikia daugiau informacijos, kuri atitinka ESRS reikalavimus, o kitos mažiau, todėl išsiryškėja informacijos palyginamumo problema. Organizacijos tvarumo ataskaitose skiria didelį dėmesį darbuotojų lygybei, saugumui ir sveikatai bei žmogaus teisėms, kaip reikalaujama pagal ESRS. Be to, bendrovės atskleidžia tikslus ir veiksmus, kurių imasi siekdamas sumažinti daromą neigiamą poveikį, bei pateikia informaciją apie skundų teikimo kanalus, kuri yra akcentuojama visuose ESRS socialinės informacijos standartuose. Tačiau svarbu pažymėti, kad atskleidžiamą informaciją apie darbuotojų charakteristiką, atlyginimus, taikomą politiką bei vartotojų organizacijos neretai neatskleidžia visos reikiamos informacijos.

4.3. Valdymo informacijos atskleidimo tyrimas

Šiame skyriuje analizuojama organizacijų pateikiama valdymo informacija tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje, siekiant įvertinti, kaip bendrovės atskleidžia informaciją skirtinguose kanaluose, tuo pačiu išryškinant pateikiamos informacijos panašumus ir skirtumus. Taip pat šiame skyriuje siekiama įvertinti, ar organizacijų pateikiama informacija tvarumo ataskaitose atitinka naujuosius ESRS reikalavimus.

4.3.1. Valdymo informacijos atskleidimo tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje tyrimo rezultatai

Tvarumo ataskaitų rezultatai. Atlikta analizė atskleidė, jog svarbiausios valdymo temos yra vadovybė, tai vadovai, jų pareigos ir struktūra, valdymas bei santykiai su tiekėjais ir partneriais. Tuo tarpu kitos analizuotos temos yra daug mažiau aktualesnės. Tyrimas parodė, jog mažiausiai dėmesio tvarumo ataskaitose sulaukiančios valdysenos temos yra pinigų plovimas ir konkurencija (žr. 21 pav.).



21 pav. Valdymo informacijos atskleidimas tvarumo ataskaitose

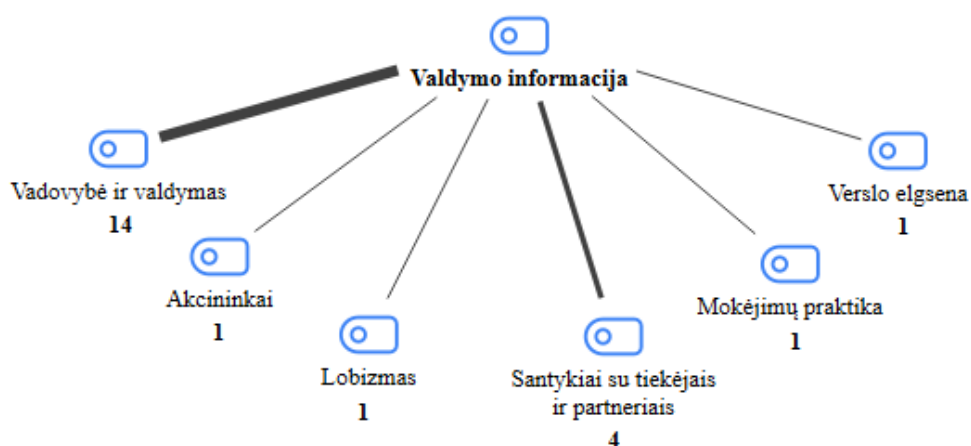
Vadovybė ir valdymas. Organizacijos tvarumo ataskaitose, pateikdamos informaciją apie vadovybę ir valdymą, atskleidžia išsamią informaciją apie vadovų užimamas pozicijas, struktūrą, tikslus ir jų atliekamas pareigas. „Nestle“ (2021) savo tvarumo ataskaitoje atskleidžia tvarumo komiteto pareigas, kuriomis jie turi užtikrinti tvarios veiklos siekimo įmonėje, ESG ir tvarumo tarybos pareigas, kuriomis jie turi užtikrinti valdymo ir strateginio vadovavimo gairių teikimą, bei tarybos pareigas, kuriomis patardama vykdomajai vadybai turi padėti siekti aplinkosaugos tikslų. „Nestle“ taip pat pateikia vadybos pareigas, kuriomis turi užtikrinti įmonės aplinkosaugos tikslų siekimo, bei saugos ir tvarumo komiteto pareigas, kuriomis jie turi užtikrinti saugumo procesų vientisumą. Taip pat bendrovė atskleidžia šių valdymo sistemų struktūrą. „Royal Dutch Shell“ (2021) atskleidžia, jog įmonės saugos, aplinkos ir tvarumo komitetas yra atsakingas už pagalbą valdybai peržiūrint organizacijos tikslus, politiką ir veiklos rezultatus, kurie būtų susiję su klimato kaita, sauga bei aplinka. „Volkswagen“ (2021) informuoja, jog valdybos pirmininkas yra atsakingas už organizacijos tvarumą, o valdybos nariai - už valdymo sistemas, susijusias su tvarumu. Taigi, organizacijų pateikta informacija skaitytojams leidžia suprasti, kokia yra bendrovių vadovybės struktūra ir kaip vadovybė prisideda prie tvarumo užtikrinimo įmonės veikloje.

Santykiai su tiekėjais. „BP“ (2021) atskleidžia, jog siekia dirbti su tiekėjais, kurie yra įsipareigoję siekti tvarumo tikslų ir veikia pagal organizacijos elgesio kodeksą bei informuoja, jog tiekėjai padeda sumažinti išmetamų teršalų kiekį. „Royal Dutch Shell“ (2022) siekia bendradarbiauti su socialiai atsakingais tiekėjais bei atskleidžia, jog kartu su tiekėjais siekia sumažinti šiltnamio efekto sukeliančių dujų kiekį tiekimo gandinėje ir pateikia, kokių veiksmų imasi siekiant šio tikslo. „Glencore“ (2022) tvarumo ataskaitoje praneša, jog pakoregavo savo tiekėjų elgesio kodeksą, siekdama aiškiau pateikti reikalavimus, susijusius su vaikų darbu, elgesiu su darbuotojais ir bendruomenėmis bei anglies pėdsako ir klimato informacijos atskleidimu. „Volkswagen“ (2021) atskleidžia, jog savo partnerių elgesio kodeksu pateikia tiekėjams lūkesčius, susijusius su aplinkosaugos ir socialiniais standartais. Taip pat įmonė pateikia informaciją apie tiekėjams parengtus mokymus bei organizacijoje atliekamą partnerių patikrinimą, siekiant įvertinti korupcijos riziką. Taigi, organizacijos, pateikdamos informaciją apie santykius su tiekėjais ir partneriais, išsamiai atskleidžia, jog bendradarbiaujant su tiekėjais vertina jų tvarumą, taip pat atskleidžiami veiksmai, kurių įmonė bendradarbiaudama su tiekėjais imasi. Informacijos skaitytojais gali susidaryti

visapusišką nuomonę, kaip organizacija užtikrina savo ir tiekėjų tvarumą bei kaip bendradarbiaudama su partneriais siekia socialinio atsakingumo ir mažina neigiamą įtaką aplinkai.

Kaip minėta anksčiau atlikta analizė atskleidė, jog mažiausiai aktualios valdymo temos tvarumo ataskaitose yra **pinigų plovimas ir konkurencija**. Tokie rezultatai galėjo būti gauti dėl to, kad pasirinktos bendrovės nepriklauso finansiniam sektoriui. Tikėtina, kad bankai ir draudimo įmonės būtų atskleidusios daugiau informacijos susijusios su pinigų plovimu. Organizacijos, pateikdamos informaciją, susijusią su pinigų plovimu, tvarumo ataskaitose, atskleidžia apie rengiamus mokymus darbuotojams, kurie supažindina su pinigų plovimo rizika ir pažeidimais. Taip pat informuoja apie atliekamą pinigų plovimo rizikos analizę, priemonių, skirtų rizikai sumažinti, įvertinimą ir įgyvendinimą. Taigi, nors tai yra mažiausiai aktuali tema tvarumo ataskaitose, tačiau ji yra išsamiai aprašoma, atskleidžiant rizikos vertinimą, priemones rizikai valdyti bei atliekamus veiksmus.

Tuo tarpu **socialinėje medijoje** atskleidžiamos valdymo informacijos analizė parodė, kad įmonės nėra linkusios naudoti šį informacijos atskleidimo kanalą kaip priemonę valdymo informacijai atskleisti, kadangi tik 6 temos iš 13 buvo pateiktos bendrovių „Twitter“ paskyroje. Aktualiausias valdymo temas socialinėje medijoje taip pat yra vadovybė ir valdymas bei santykiai su tiekėjais ir partneriais (žr. 22 pav.).



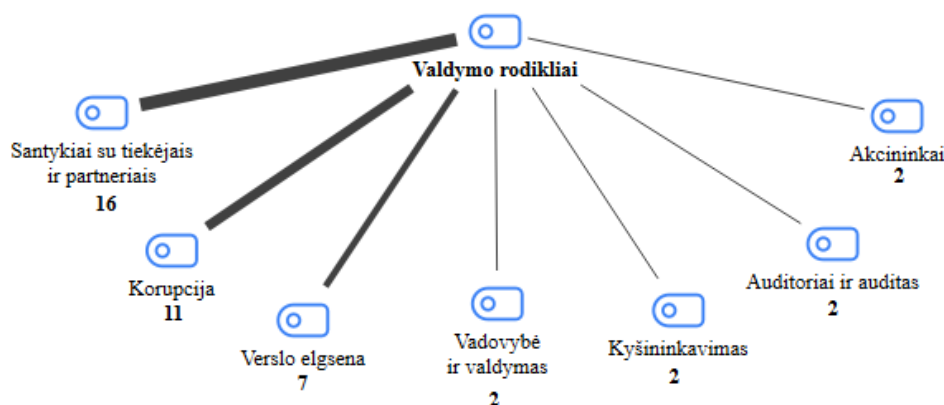
22 pav. Valdymo informacijos atskleidimas socialinėje medijoje

Atlikta analizė atskleidė, jog socialinėje medijoje pateikiama informacija, susijusi su valdymo tema, yra visai kitokio pobūdžio. „Fortum“ (2021) sveikina naujus vadovus prisijungusius prie vadovybės nuo gegužės 1 dienos. Taip pat organizacija pateikia pokyčius vadovybėje. „Royal Dutch Shell“ informuoja, jog bendrovės generalinis direktorius atsistatydins 2022 metų pabaigoje. Taip pat įmonė sveikina vyriausiąją skaitmeninių technologijų vadovę su pirmąja darbo diena naujose pareigose. „Glencore“ (2021) atskleidžia, jog vienas iš darbuotojų penktadienį tapo įmonės pirmininku. Taigi, socialinėje medijoje valdymo tema yra susijusi su darbuotojų paskyrimu į naujas pareigas arba darbuotojų atsistatydinimu. Vis dėlto, svarbu paminėti, kad tvarumo ataskaitose pateikta informacija dažnai apima vėlesnio, praėjusio laikotarpio, duomenis, kai tuo tarpu socialinėje medijoje yra pateikiama pati naujausia ir aktuali informacija, kai po įvykusių pokyčių praėjo nedaug laiko arba pokyčiai yra dar tik planuojami netolimoje ateityje. Santykių su tiekėjais ir partneriais pateikiama informacija, taip pat yra kitokio pobūdžio, kadangi organizacijos socialinėje medijoje akcentuoja tikslus, siekiant užtikrinti tiekėjų tvarumą, tačiau nieko neatskleidžia apie veiksmus, kurių imamasi siekiant užtikrinti tiekėjų ir tiekimo grandinės tvarumą.

Apibendrinant galima teigti, jog tvarumo ataskaitose įmonės pateikia išsamesnę valdymo informaciją apie vadovų pareigas, struktūrą bei tikslus, taip pat apie santykius su tiekėjais. Šis išsamus aprašymas leidžia skaitytojams geriau suprasti vadovybės veiksmus, siekiant organizacijos ir tiekėjų tvarumo užtikrinimo. Tuo tarpu socialinėje medijoje valdymo temai nėra skiriama labai daug dėmesio, o organizacijos šią temą atskleidžia tik norėdamos informuoti apie įvykusius arba dar tik planuojamus pokyčius vadovybėje, todėl tai parodo informacijos naujumą, savalaikiškumą ir aktualumą.

4.3.2. Valdymo rodiklių atskleidimo tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje rezultatai

Atlikta analizė atskleidė, jog įmonės pateikdamos valdymo informaciją **socialinėje medijoje** nepasitelkia rodiklių kaip priemonės duomenims atskleisti. Tyrimo metu pastebėta, jog organizacijos retai naudoja rodiklius valdymo informacijai pateikti ir **tvarumo ataskaitose** lyginant su kitais ESG aspektais. Vis dėlto, analizė parodė, jog daugiausiai įmonės rodiklius naudoja siekdamas suinteresuotoms šalims atskleisti informaciją apie organizacijos santykius su tiekėjais ir klientais, korupciją bei verslo elgseną (žr. 23 pav.).



23 pav. Valdymo rodiklių atskleidimas tvarumo ataskaitose

Rodiklių panaudojimas organizacijų tvarumo ataskaitose leidžia skaitytojams **išsamiau suprasti, kaip įmonės pasirenka savo tiekėjus**, atsižvelgdamos į tvarumo aspektus. „Glencore“ (2021) pateikdama bendrą tiekėjų skaičių jį išskaido pagal du kriterijus – aplinkosaugos ir socialinius, taip pat įmonė pateikia ir ankstesnių metų rodiklius, dėl ko suinteresuotos šalys gali susidaryti nuomonę net tik apie bendrovės iniciatyvą bendradarbiauti su tvariais tiekėjais, bet ir kaip tai keičiasi per laikotarpį. „Volkswagen“ (2021) tvarumo ataskaitoje savo tikslus dėl tiekėjų veiklos efektyvumo ir savo veiklos skaidrumo skelbia kartu su pranešimu, kad siekdama šių tikslų, įmonė nuolat dirba su tiekėjais, remdamasi partnerystės principais. Organizacija siekia, kad iki 2025 metų 85 proc. jos tiekėjų aktyviai atskleistų savo įsipareigojimus tvarumui ir gautų A lygio tvarumo įvertinimą. Taigi, tvarumo ataskaitose rodikliai atskleidžiami siekiant organizacijos valdymo tikslams suteikti skaitinę reikšmę bei informuoti apie tvarius tiekėjus, su kuriais įmonė bendradarbiauja.

Analizė atskleidė, jog įmonės pasitelkdamos rodiklius kaip skaitinę reikšmę siekia skaitytojus informuoti apie organizacijos **atliekamus veiksmus ir daromą pažangą** siekiant užkirsti kelią **korupcijai ar kyšininkavimui**. „BP“ (2021) atskleisdama savo veiksmus siekiant kovoti su korupcija, taip pat informuoja, kad 12 700 darbuotojų baigė organizacijos parengtus mokymus apie kovą su korupcija ir kyšininkavimu. „Continental“ (2022) taip pat pateikia savo darbuotojų skaičių,

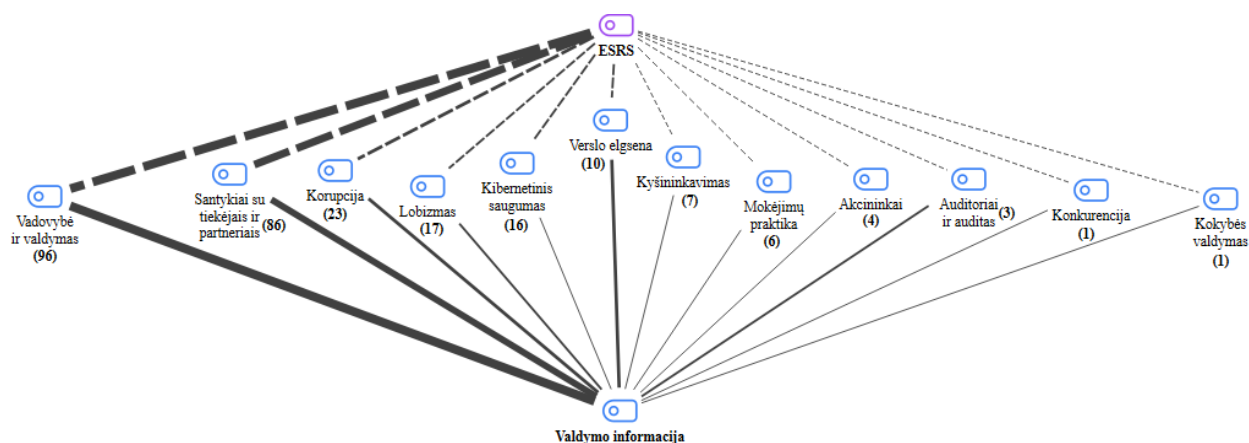
kurie yra baigę kovos su korupcija mokymus. „Royal Dutch Shell“ informuoja, jog nuolatos yra tikrinama 6,7 mln. sandorio šalių dėl kovos su korupcija ir kyšininkavimu.

Apibendrinant galima teigti, jog įmonės retai naudoja valdymo rodiklius kaip informacijos atskleidimo priemonę, o socialinėje medijoje išvis nenaudoja. Valdymo rodikliai yra pateikiami atskleidžiant įmonės tikslus ir veiksmus, juos išsamiau ir konkrečiau interpretuojant, bei parodant įmonės pažangą per laikotarpį.

4.3.3. Valdymo informacijos atitikimo Europos tvarumo ataskaitų standartus nustatymas

Analizuojant įmonių atskleidžiamą valdymo informaciją buvo siekiama ją įvertinti pagal ESRS, kadangi stengiamasi įsitikinti, ar iki šiol pateikta informacija bent kiek atitinka standartų reikalavimus, pagal kuriuos bendrovės turės parengti 2024 metų tvarumo ataskaitas.

Analizė parodė, kad vadovybės ir valdymo tema bei santykių su tiekėjais ir partneriais tema yra dažniausiai aptariamoms, laikantis ESRS reikalavimų, lyginant su kitomis valdymo temomis. Be to, tyrimas atskleidė, jog organizacijų pateikiama informacija apie korupciją, lobizmą ir kibernetinį saugumą taip pat yra tos temos, kurios atitinka ESRS esančią informaciją. Tuo tarpu konkurencijos bei kokybės valdymo informacija yra temos, kurios mažiausiai atitinka ESRS reikalavimus. Tačiau svarbu paminėti, kad šios temos taip pat yra mažiausiai aptariamoms tvarumo atskaitose (žr. 24 pav.).



24 pav. ESRS atitinkanti valdymo informacija tvarumo ataskaitose

Organizacijos tvarumo ataskaitose yra linkusios atskleisti, kokių prevencinių veiksmų įmonės imasi, siekdamos kovoti su **korupcija**. „BP“ (2021) praneša, jog 12 700 jos darbuotojų baigė kovos su korupcija mokymus, ir taip pat nurodo, jog organizacija yra parengusi rizikos mažinimo planą, pagal kurį įvertina savo teikėjų riziką ir nusprendžia, ar su jais bendradarbiauti, ar ne. Be to, įmonė informuoja, jog atlieka atrinktų tiekėjų auditą bei kodekse griežtai draudžia užsiimti kyšininkavimu ir korupcija. „Royal Dutch Shell“ (2022) atskleidžia, jog savo elgesio kodekse yra nustačius kovos su korupcija ir kyšininkavimu taisykles, kurių privalo laikytis darbuotojai ir tiekėjai. Taip pat bendrovė praneša, kad turi apie 24 000 tiekėjų, kuriems nemokamai siūlo parengtus su korupcija ir kyšininkavimu susijusius mokymus, jei tiekėjai patys neturi šių mokymų. „Continental“ (2021) informuoja, kad bendrovėje yra įrengta karštoji linija, kurioje darbuotojai ir kitos trečiosios šalys gali pranešti apie korupcijos pažeidimus, o įmonės auditas ir saugumas peržiūri ir nuolatos stebi informaciją. „Volkswagen“ (2021) taip pat atskleidžia, jog įmonėje yra įdiegta sistema, kuri leidžia darbuotojams, klientams ir partneriams anonimiškai pranešti apie pažeidimus bet kuria kalba. Taip pat bendrovė praneša, kad tyrė šešis korupcijos prevencijos pažeidimus, iš kurių penkti – dėl

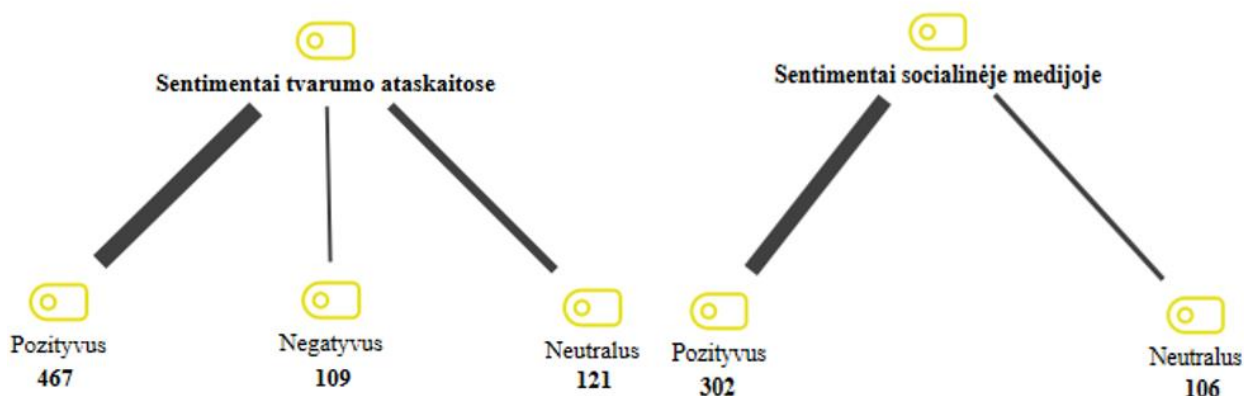
taisyklių pažeidimo, siekiant išvengti konflikto ir vienas – dėl viešųjų pirkimų taisyklių pažeidimo. „Fortum“ (2021) pateikia informaciją, jog vienas iš buvusių įmonės darbuotojų tyrimo metu buvo pripažintas kaltu dėl kyšio ėmimo bei pinigų plovimo nusikaltimų. Taigi, tvarumo ataskaitose bendrovės pateikia informaciją apie pastangas kovoti su korupcija ir kyšininkavimu, kurios apima mokymus, rizikos įvertinimo ir auditų taikymą, įdiegtas sistemas, skirtas gauti duomenis apie pažeidimus, užtikrinti monitoringą bei veiksmingą atsaką į juos. Tačiau įmonių pateikiama korupcijos ir kyšininkavimo atvejų informacija nėra tokia išsami, kokia yra reikalaujama pagal ESRS, kadangi nėra pateikiama informacija apie atleistus darbuotojus dėl šių incidentų, gautų baudų dydis, taip pat neatskleidžiama apie pačių korupcijos ir kyšininkavimo atvejų tyrimą ir tyrimo komiteto nepriklausomumą.

Kaip minėta anksčiau tyrimas parodė, kad įmonės pabrėžia savo atsakomybę tiekimo grandinėje ir siekia bendradarbiauti su **tvariais, sertifikuotais tiekėjais**. „Nestle“ (2021) atskleidžia, jog padeda tiekėjams sukurti tvaresnę aliejaus tiekimo grandinę bei užtikrinti žmogaus teisių laikymąsi. „BP“ (2022) praneša, jog bendradarbiaudama su savo tiekėjais, siekia sumažinti neigiamą poveikį ir padidinti tvarumą tiekimo grandinėje. Be to, bendrovė praneša, jog remia savo tiekėjus siekiant jų nustatytų tvarumo tikslų. Taigi, organizacijos ne tik atskleidžia, jog vertina savo tiekėjų socialinę ir aplinkosauginę atsakomybę, bet taip pat informuoja, kaip jos prisideda užtikrinamos partnerių tvarumą. Vis dėlto, tyrimas atskleidė, kad įmonės nepateikia pakankamai konkrečios informacijos apie įmonės mokėjimų praktiką, atskleidžiant vidutinį atsiskaitymo laikotarpį, sąlygas bei pavėluotus mokėjimus tiekėjams. Vietoj to bendrovės yra linkusios atskleisti informaciją apie mokamus mokesčius vyriausybei ir nurodyti, jog suvokia savo socialinę atsakomybę vykdydamos mokestinius įsipareigojimus.

Apibendrinant galima teigti, jog taip pat kaip ir kitos ESG temos, valdymo informacija dalinai atitinka ESRS reikalavimus, kadangi įmonės pateikia tam tikrą reikiamą informaciją, tokią kaip veiksmai ir priemonės kovojant su korupcija, kyšininkavimu bei tiekėjų tvarumu. Tačiau įmonės nepateikia informacijos apie politiką, kuri susijusi su verslo elgsena, ar mokėjimų valdymą.

4.4. Aplinkosaugos, socialinės ir valdymo informacijos sentimentų tyrimas

Atlikta ESG sentimentų analizė parodė, jog įmonės atskleidžia daugiausia teigiamą, pozityvią ESG informaciją, tuo tarpu neigiamą ir neutralią informaciją yra linkę atskleisti rezervuoti (25 pav.).



25 pav. ESG informacijos sentimentai

Pozityvi ESG informacija. Pateikdamos pozityvią informaciją bendrovės ne tik atskleidžia savo siekiamus tikslus, bet ir konkrečiai pateikia skaitines reikšmes bei kokio rezultato jau yra pasiekusios, kad informacijos skaitytojai suprastų ne tik kokių tikslų organizacija siekia, norėdama pagerinti savo tvarumą, bet ir kaip tie tikslai paveiks tam tikrą sritį. Tai atsispindi „Nestle“ (2021) atskleidžiamoje informacijoje, jog įmonė siekia iki 2025 metų padaryti 100 proc. savo pakuočių perdirbtomis arba antrą kartą naudojamomis, taip pat informuoja, jog iki 2025 metų siekia sumažinti išmetamų teršalų kiekį 20 proc. Taigi, pateikta informacija suinteresuotoms šalims atskleidžia, kokių konkrečiai tikslų organizacija siekia norėdama būti dar tvaresne ir suformuoja teigiamą požiūrį apie bendrovę.

Taip pat organizacijų pateikiama informacija yra teigiama, kuomet rodikliai per laikotarpį pasikeičia į gerąją pusę. „Nestle“ (2022) informuoja, kad vadovaujančių moterų kiekis per metus išaugo nuo 27,2 proc. iki 30,2 proc., o vidutines ir aukštesnes pareigas užimančių moterų kiekis išaugo nuo 43,8 proc. iki 45,3 proc. „BP“ (2021) atskleidžia, jog per metus išmetamų teršalų kiekis sumažėjo 38 proc. „Royal Dutch Shell“ (2021) praneša, kad eksploatacinių išsiliejimų skaičius per pastaruosius 11 metų sumažėjo nuo 60 iki 9. Taigi, bendrovių pateikiami pozityvūs rodiklių sumažėjimai, tuo pačiu atskleidžia, jog įmonės imasi veiksmų siekdamas mažinti daromą neigiamą įtaką aplinkai, kadangi joms pavyksta sumažinti neigiamą poveikį.

„BP“ (2022) praneša, kad organizacijoje 12 700 darbuotojų baigė kovos su korupcija ir kyšininkavimu mokymus. Taip pat bendrovė atskleidžia, jog darbuotojai sutvarkė 305 tūkst. atliekų. „Glencore“ (2021) informuoja, jog paaukojo 7,5 mln. JAV dolerių humanitarinei pagalbai Ukrainos žmonėms. „Volkswagen“ (2021) atskleidžia, jog paaukojo 1 mln. Eur nuo potvynių nukentėjusiems žmonėms. Taigi ši pateikta informacija atskleidžia kaip įmonės teigiamai prisideda prie aplinkos ir prisiima socialinę atsakomybę padėdama kitiems.

Pozityvi ESG informacija socialinėje medijoje. Atlikta informacijos sentimentų analizė atskleidė, jog socialinėje medijoje organizacijos daugiausiai atskleidžia pozityvią informaciją. Neutralios informacijos dalis socialinėje medijoje yra beveik tris kartus mažesnė nei pozityvios. Tuo tarpu tyrimas parodė, jog įmonės socialinėje medijoje visiškai neatskleidžia neigiamos informacijos, priešingai nei tvarumo ataskaitose (žr. 24 pav.).

„Continental“ (2022) socialinėje medijoje atskleidžia, jog iki 2030 metų įmonė siekia sumažinti energijos ir vandens suvartojimą bei atliekų kiekį 20 proc. Taip pat įmonė informuoja, jog perdirbtą plastiką naudoja savo gaminių gamyboje, tokiu būdu mažindama taršą bei atskleidžia, kad bendradarbiauja su kitomis organizacijomis su tikslu pasodinti 1 mln. medžių ir sumažinti kylantį jūros lygį bei dykumėjimą. „BP“ (2022) praneša, jog įmonės laivas prisideda prie išmetamų teršalų kiekio mažinimo ir tikslo pasiekimo iki 2030 metų. Taip pat bendrovė atskleidžia, jog siekdama užtikrinti saugumą parduotuvėje, įrengė stebėjimo kameras. „Fortum“ (2021) informuoja, jog baigė statyti du naujus vėjo parkus, kurie gamins švarią energiją visuomenei. „Royal Dutch Shell“ (2022) praneša, jog per šešerius metus įmonei pavyko sumažinti teršalų kiekį 18 proc. Taigi, socialinėje medijoje organizacijos atskleisdamos pozityvią informaciją suinteresuotoms šalims pateikia savo tikslus, veiksmus ir rezultatus, kurių yra siekiama.

Neutrali ESG informacija. Taip pat organizacijos pateikia neutralią informaciją, kurią būtina atskleisti tvarumo ataskaitose. „Nestle“ (2022) neutralią informaciją atskleidžia, pateikdama tarybos pareigas bei jos struktūrą. Be to, organizacija praneša, kad miškų išsaugojimas nėra vien tik medžių

ir ekosistemos saugojimas, bet tai yra ir žmonių elgesio pertvarkymas, siekiant saugoti miškus ilguoju periodu. „Glencore“ (2021) informuoja, kad bendrovė tikisi, jog rafinuotų metalų, kurie reikalingi pereinant nuo iškastinio kuro prie kitų energijos šaltinių bei užtikrinant atsinaujinančios energijos naudojimą, paklausa augs. Taigi, neutralūs duomenys pateikiami kaip bendro pobūdžio informacija, kuri skaitytojams nieko nepasako apie bendrovės pažangą, regresiją ar atliekamus veiksmus.

„BP,, (2021) tvarumo ataskaitoje atskleidžia, jog naftos išsiliejimo skaičius įmonėje, tiek 2021 metais, tiek 2020 metais buvo 121 kartą. „Royal Dutch Shell“ (2021) informuoja, kad netiesioginis šiltnamio efektą sukeliančių dujų išmetimas, susijęs su importuota energija buvo 8 mln. tonų, tiek pat kiek ir 2020 metais. „Bosch Group“ (2022) praneša, kad nelaimingų atsitikimų lygis pastaruosius du metus išliko toks pats ir siekė – 1,62 nelaimingo atsitikimo 1 mln. dirbtų valandų. „Continental“ (2022) pateikia, jog sergamumo lygis nepakito ir išliko 3,7 proc. Taigi, ši organizacijų pateikta informacija atskleidžia, jog rodikliai per laikotarpį nepasikeitė, todėl ir su jais susiję veiksmai negali būti vertinami nei teigiamai, nei neigiamai.

Tuo tarpu **neutrali informacija socialinėje medijoje** yra pateikiama visai kitaip nei tvarumo ataskaitose, kadangi tvarumo ataskaitose įmonės neutralią informaciją pateikia išsamiau, su daugiau konteksto, taip pat atskleidžia rodiklius, kurie per laikotarpį nepasikeitė. „Fortum“ (2022) pateikia informaciją, jog dabartinei krizei geriausias sprendimas yra perėjimas prie švarios energijos. Taip pat įmonė atskleidžia, jog atsinaujinantys energijos šaltiniai yra būtini norint pasiekti ES klimato neutralumo tikslą. „Royal Dutch Shell“ (2022) paskelbė, kad plienas yra svarbi medžiaga, tačiau šioje pramonėje yra išmetama daug anglies dvideginio. Be to, bendrovė praneša, jog gavo pasiūlymą statyti anglies saugojimo ir surinkimo įrenginį. „Volkswagen“ (2022) atskleidžia, kad jos elektrifikacija prasidėjo prieš daugiau nei 50 metų. O „Bosch Group“ (2022) praneša, jog laukinei gamtai ir žmonėms gaisrai kelia grėsmę bei informuoja, jog įmonė dalyvaus renginyje, kur kalbės apie ekologiškesnę ateitį. Taigi, socialinėje medijoje pateikiama neutrali informacija yra bendro pobūdžio ir neatskleidžianti nei teigiamų, nei neigiamų organizacijos veiksmų ar rodiklių pokyčių. Bendrovės dažnai linkusios atskleisti globalią informaciją arba problemą, kuri yra bendra visoms įmonėms, ir ją perteikti taip, lyg būtų būtina imtis veiksmų kovojant su neigiamu poveikiu aplinkai, tačiau pateikdamos tokią informaciją įmonės neatskleidžia savo indėlio ar priemonių kurių imasi, siekiant sumažinti neigiamą poveikį todėl tokia informacija yra neutrali.

Negatyvi ESG informacija. Mažiausiai tvarumo ataskaitose organizacijos atskleidžia neigiamą informaciją. „Nestle,, (2021) pateikė informaciją, jog įmonėje per šiuos metus žuvo trys darbuotojai, kai tuo tarpu praėjusiais metais žuvo penki. „BP“ (2021) praneša, jog organizacijoje žuvo rangovas, o traumų dažnis padidėjo 24 proc. „Royal Dutch Shell“ (2021) atskleidžia, jog įmonėje žuvo aštuoni rangovai, o susižalojimų skaičius tenkantis 1 mln. darbo valandų išaugo nuo 0,7 iki 0,9 rodiklio. Taip pat bendrovė informuoja, kad sieros oksido emisija išaugo nuo 32 tūkst. tonų iki 36 tūkst. tonų. „Glencore“ (2022) praneša, jog įmonėje žuvo keturi darbuotojai bei tai, jog atsinaujinančios energijos šaltinių kiekis sumažėjo nuo 13,7 proc. iki 12,3 proc. „Volkswagen“ (2022) atskleidžia, jog CO₂ emisija vienai transporto priemonei išaugo nuo 33,5 proc. iki 43,1 proc. „Fortum“ (2021) informuoja, jog įmonėje išsiliejo nevalytos nuotekos į vandenį. Taigi, organizacijos atskleidžia neigiamą informaciją pateikdamos rodiklių regresiją ar nelaimingų atsitikimų įvykius, kurie neigiamai veikia aplinkos ir socialinius tvarumo aspektus.

Taip pat svarbus analizės aspektas yra tai, jog bendrovės socialinėje medijoje visiškai nepateikia neigiamos informacijos, kai tuo tarpu tvarumo atskaitose neigiama informacija yra pateikiama.

Apibendrinant galima teigti, kad organizacijos dažniausiai pateikia pozityvią informaciją atskleidamos tvarumo atskaitose savo tikslus, rodiklių pasikeitimus į gerą pusę ir veiksmus siekdamas didinti teigiamą poveikį bei mažinti neigiamą, o socialinėje medijoje pateikdamos veiksmus bei tikslus. Neutralios informacijos bendrovės atskleidžia taip pat daug, kadangi tvarumo ataskaitose yra daug informacijos, kuri negali būti vertinama kaip neigiama ar teigiama, pavyzdžiui vadovų pareigos, struktūra, tikslai, kurių siekiamas rezultatas ar pasiekimo terminas yra nenurodyti, bei rodikliai, kurie nepasikeitė per laikotarpį. Tuo tarpu socialinėje medijoje taip pat gana daug yra pateikiamos neutralios informacijos, nes įmonės šiame informacijos atskleidimo kanale yra linkusios pateikti bendro pobūdžio informaciją, neatskleisdamos savo indėlio siekiant tvarumo. Neigiamos informacijos organizacijos tvarumo ataskaitose atskleidžia mažiausiai, tačiau socialinėje medijoje jos nepateikia išvis. Todėl gali susiformuoti įvaizdis, jog įmonės elgiasi tik teigiamai ir nuolatos mažina daromą neigiamą poveikį, o tai gali klaidinti suinteresuotuosius asmenis.

4.5. Empirinio tyrimo rezultatų apibendrinimas ir diskusija

Atliktas empirinis tyrimas leido išsamiai išnagrinėti surinktus antrinius ESG informacijos duomenis. Svarbu pabrėžti, kad kai kurie gauti tyrimo rezultatai nesutapo su mokslinėje literatūroje aptartais aspektais.

Aplinkosaugos informacija. Gauti tyrimo rezultatai patvirtino teiginius, jog organizacijos pateikdamos aplinkosaugos duomenis atskleidžia informaciją apie naudojamą energiją (Henisz ir kt., 2019), išmetamų šiltnamio efektą sukeliančių dujų kiekį, bendrą naudojamą vandens kiekį, išleidžiamo ir perdirtinto vandens kiekį bei pavojingų atliekų kiekį (Gallego-Alvarez ir kt., 2018; Cucchiella ir kt., 2018; Wozniak, Pactwa, 2017).

Taip pat bendrovės pateikdamos elektros energijos informaciją tvarumo ataskaitoje atskleidžia bendrą sunaudojamą energijos kiekį, atsinaujinančios energijos sunaudojamą ir tiekiamą kiekį (Gallego-Alvarez ir kt., 2018; Cucchiella ir kt., 2018; Wozniak, Pactwa, 2017). Tyrimo rezultatai rodo, jog įmonės atskleidamos su elektros energija susijusią informaciją pateikia anksčiau minėtus rodiklius, tačiau svarbu pabrėžti, jog ne visos analizuotos organizacijos pateikia visus šiuos duomenis. Vienos pateikia tik bendrą sunaudotos energijos kiekį, tuo tarpu kitos pateikia juos išsamiau išskaidydamos pagal atsinaujinančios ir neatsinaujinančios energijos kiekį ar energijos šaltinius.

Įmonės pateikdamos biologinės įvairovės ir ekosistemos informaciją atskleidžia duomenis apie nuosavybės teise turimą arba nuomojamą žemę bei plotą žemės, kuris yra saugojamose teritorijose (Wozniak ir Pactą, 2017). Tačiau atliktas tyrimas parodė, jog ne visos organizacijos atskleidžia išsamią informaciją apie biologinę įvairovę ir ekosistemą, kadangi tik viena (Glencore) iš visų tyrime analizuotų organizacijų savo tvarumo atskaitoje pateikė valdomos ir nuomojamos teritorijos plotą.

Tvarumo ataskaitoje bendrovės pateikdamos informaciją apie taršą atskleidžia, kokioje vietoje, kokios kokybės ir kokios rūšies atliekos pateko į aplinką. Taip pat informuoja apie žalą padarytą aplinkai ir gautas baudas (Wozniak, Pactwa, 2017). Tačiau tyrimo rezultatai atskleidžia, jog įmonės taršos informacijai tvarumo ataskaitoje skiria gana mažai dėmesio, kadangi ši informacija

yra siejama su neigiamais bendrovių padariniais. Analizė parodė, kad įmonės pateikdamos išsiliejusį taršių medžiagų kiekį, ne visuomet atskleidžia, kokios medžiagos pateko į aplinką ir kokioje vietoje. Taip pat svarbu pabrėžti, jog tyrimo rezultatai atskleidė, kad įmonės socialinėje medijoje atskleidžia tik atsinaujinančios elektros energijos, vandens išteklių ir turimos žemės ploto rodiklius.

Socialinė informacija. Gauti tyrimo rezultatai patvirtino teiginius, kad bendrovės pateikdamos tvarumo ataskaitose informaciją, susijusią su socialine atsakomybe, atskleidžia duomenis apie darbuotojų mokymus, saugumą ir sveikatą darbo vietoje, lygias teises, žmonių teises, vaikų darbą bei organizacijų teikiamą paramą bendruomenei (Papoutsi, Sodhi, 2020; Menicucci, Paolucci, 2023).

Taip pat bendrovės tvarumo ataskaitose atskleidžia informaciją apie atlyginimų skirtumus ir klientų pasitenkinimą (Papoutsi, Sodhi, 2020; Menicucci, Paolucci, 2023). Vis dėlto, tyrimo rezultatai parodė, jog įmonės gana mažai dėmesio skiria šiems duomenims tvarumo ataskaitose ir nepateikia išsamios informacijos apie atlyginimų skirtumus tarp lyties ar amžiaus. Taip pat svarbu pabrėžti, jog analizė atskleidžia, kad socialinėje medijoje bendrovės pateikia tik informaciją apie darbuotojų skaičių ir žmogaus teises.

Valdymo informacija. Atlikto tyrimo rezultatai patvirtino teiginius, jog organizacijos pateikdamos valdymo informaciją tvarumo ataskaitose atskleidžia priemones kovai su korupcija ir kyšininkavimu, pinigų plovimo prevencijos priemones bei valdybos pareigas (Radzi ir kt., 2023; Menicucci, Paolucci, 2023; Kocmanova, Šimberova, 2014).

Taip pat bendrovės atskleisdamos valdysenos informaciją tvarumo ataskaitose pateikia informaciją apie nepriklausomus valdybos narius, skyrimo komiteto nepriklausomumą, akcininkų pritarimus, audito komiteto struktūrą ir nepriklausomumą, vadovybės atlyginimus bei valdybos struktūrą (Radzi ir kt., 2023; Menicucci, Paolucci, 2023; Kocmanova, Šimberova, 2014). Tačiau tyrimo rezultatai atskleidė, kad organizacijos nėra linkusios atskleisti visos išsamios valdysenos informacijos tvarumo ataskaitose, kadangi duomenys apie vadovų atlyginimus nėra aptariami, o vadovų struktūrą pateikia tik „Nestle“, todėl tai atskleidžia šio ESG veiksnio informacijos trūkumą ataskaitose.

Tyrimo rezultatai taip pat patvirtino teiginius, jog socialinėje medijoje pateikiama informacija yra optimistiškesnė (Davis, Tama-Sweet, 2011), šiame komunikacijos kanale įmonės yra mažiau linkusios atskleisti blogas naujienas (Tahoun, Wang, 2018), duomenų pateikimas suinteresuotoms šalims yra greitesnis (Globočnil ir kt., 2021) ir lengviau pasiekiamas (Rahmansyah ir kt., 2023) bei socialinėje medijoje pateikiama ESG informacija yra papildanti tvarumo ataskaitas (Hasan, Wang, 2021).

Tvarumo ataskaitose pateikta įmonių informacija kelia abejonių dėl, jos žemo kokybės lygio bei reikšmingumo ir palyginamumo trūkumo (Luque-Vilchez ir kt., 2023). Tyrimo rezultatai atskleidė, jog bendrovės tvarumo ataskaitose praneša išsamesnę ir kokybiškesnę informaciją nei socialinėje medijoje. Tačiau vertinant duomenis pagal ESRS reikalavimus, pastebėta, jog tvarumo ataskaitose pateiktai informacijai trūksta dvigubo reikšmingumo atskleidimo, išsamumo pateikiant visus reikiamus duomenis, bei palyginamumo. Sudarytoje lentelėje (žr. 8 lent.) pateikiamas ESG informacijos atitikimas naujuosius ESRS reikalavimus.

8 lentelė. ESG informacijos palyginimas su ESRS reikalavimais

Patvirtinti ESRS pagal tyrimo rezultatus	Daliniai arba visiškai paneigti ESRS pagal tyrimo rezultatus
Bendrovės pateikdamos aplinkosaugos informaciją tvarumo ataskaitose atskleidžia įmonės daromą teigiamą ir neigiamą poveikį aplinkai bei praneša apie užsibrėžtus tikslus.	Įmonės pateikdamos veiksmų rezultatus, kaip joms pavyko sumažinti daromą neigiamą poveikį ar padidinti teigiamą poveikį, ne visuomet atskleidžia, kokių konkrečiai veiksmų buvo imtasi rezultatams pasiekti.
Organizacijos tvarumo ataskaitose atskleidžia kaip prisideda prie Paryžiaus susitarimo užtikrinimo dėl klimato kaitos.	Bendrovės įvairiai atskleidžia su elektros energija susijusią informaciją. Vienos įmonės atskleidžia bendrą sunaudotos energijos kiekį, taip pat pateikia duomenis apie elektros kiekį iš atsinaujinančių ir neatsinaujinančių šaltinių. Kitos atskleidžia tik bendrą suvartotos energijos kiekį, o dar kitos pateikia visą reikiamą informaciją pagal ESRS. Tačiau tyrimo rezultatai atskleidžia, jog organizacijos elektros energijos kiekį pateikia skirtingais matavimo vienetais (TWh, MWh, GWh).
Bendrovės pateikdamos tvarumo informaciją tvarumo ataskaitose atskleidžia, jog savo veikloje laikosi Jungtinių Tautų konvencijos, Tarptautinio žmogaus teisių įstatymo bei EBPO gairių daugiašalėms įmonėms.	Tyrimas atskleidė, jog ne visos įmonės praneša informaciją apie naudojamų atsinaujinančių medžiagų kiekį, o tos bendrovės, kurios pateikia šiuos duomenis, nurodo tik procentinę dalį, nepateikiant medžiagų svorio.
Tyrimo rezultatai parodė, jog įmonės, kurios savo veikloje turi įsidiegusius skundų ir bendravimo kanalus, juos išsamiai pateikia tvarumo ataskaitose, atskleidžiant šių kanalų paskirtį.	Tyrimas parodė, jog tik „Nestle“ atskleidžia dvigubą reikšmingumą, informuodama apie savo daromą poveikį klimatui ir įmonės augalininkystei kylančią grėsmę dėl audrų ir sausrų. Tuo tarpu kitos įmonės pateikia tik daromą reikšmingą poveikį bendrovei arba tik jos daromą poveikį aplinkai.
Organizacijos pateikdamos su socialine atsakomybe susijusią informaciją tvarumo ataskaitose, atskleidžia tikslus ir veiksmus, kurių imasi siekdamas padidinti daromą teigiamą poveikį ir sumažinti daromą neigiamą poveikį darbuotojams bei bendruomenėms.	Bendrovės, kurios savo veikloje neturi įsidiegusios komunikavimo ir skundų teikimo kanalų, taip pat neatskleidžia ir laikotarpio, per kurį planuoja juos įgyvendinti.
Įmonės tvarumo ataskaitoje pateikdamos informaciją, susijusią su darbuotoju saugumu ir sveikta, praneša apie įvykusių nelaimingų incidentų kiekį.	Organizacijos įvairiai pateikia su darbuotojų charakteristika susijusius duomenis. Vienos įmonės atskleidžia darbuotojų skaičių, kurį išskaido pagal nuolatinius ir laikinus darbuotojus. Kitos bendrovės praneša darbuotojų skaičių, kurį išskaido pagal lytį, regioną bei nuolatinius ir pastovius darbuotojus. Dar kitos įmonės papildomai išskaido darbuotojų skaičių pagal amžių.
Tyrimas parodė, kad bendrovės tvarumo ataskaitose atskleidžia informaciją apie mokymus, veiksmus bei rizikos įvertinimo metodus kovojant su korupcija ir kyšininkavimu.	Tyrimo rezultatai parodė, jog bendrovės tvarumo ataskaitose nėra linkusios atskleisti išsamios ir visos pagal standartus reikalingos informacijos apie atlyginimus.
Bendrovės pateikdamos valdymo informaciją tvarumo ataskaitose, atskleidžia kaip prisideda prie tiekėjų socialinės ir aplinkosauginės veiklos gerinimo.	Įmonių pateikiama korupcijos ir kyšininkavimo informacija pagal ESRS reikalavimus nėra pakankamai išsami, kadangi bendrovės neatskleidžia duomenų apie gautų baudų dydį, atvejų tyrimą ar tyrimo komiteto nepriklausomumą.
Bendrovės pateikdamos valdymo informaciją tvarumo ataskaitose, atskleidžia kaip prisideda prie tiekėjų socialinės ir aplinkosauginės veiklos gerinimo.	Tyrimas atskleidė, jog bendrovės nepateikia informacijos apie savo veikloje taikomas mokėjimo sąlygas, laikotarpį, per kurį apmoka savo sąskaitas, bei uždelstus mokėjimus.

Apibendrinat galima teigti, kad atliktas tyrimas patvirtina ir paneigia daugelio mokslininkų teiginius dėl atskleidžiamų ESG rodiklių ir informacijos. Vis dėlto pastebėta, jog su valdymu susijusios informacijos bendrovės pateikia mažiausiai. Tuo tarpu įmonių teikiama ESG informacija tik dalinai atitinka naujuosius ESRS reikalavimus, kadangi bendrovės dažniausiai pateikia reikiamą informaciją, tačiau nepakankamai išsamiai. Be to, informaciją dėl jos skirtingo atskleidimo būtų sunku palyginti, todėl įmonėms reikia dar labai daug ką nuveikti, jog informacija atitiktų ESRS reikalavimus.

Tyrimo apribojimai ir tolimesnės tyrimų kryptys bei perspektyvos.

Tolimesniems tyrimams rekomenduojama praplėsti nagrinėjamų įmonių skaičių, jog būtų gautas didesnis informacijos kiekis tvarumo ataskaitose ir didesnis tweet'ų skaičius, kad gauti rezultatai būtų dar didesnės apimties ir būtų galima dar plačiau palyginti tvarumo informaciją skirtinguose kanaluose.

Taip pat tolimesniems tyrimams rekomenduojama pasirinkti vieną veiksnį (pvz. aplinkosaugos ar valdymo), kad būtų galima dar išsamiau išnagrinėti kiekvieną ESG elementą atskirai, bei praplėsti tyrimo metodologiją taikant atvejo tyrimą, interviu ar kiekybinės apklausos metodą.

Atliekant kodavimą informacija, kuri buvo suprantama dviprasmiškai – kaip teigiama ir kaip neigiama, nebuvo koduojama, todėl tolimesniuose tyrimuose, rekomenduojama tokio pobūdžio informaciją koduoti dviem būdais, panaikinant šį apribojimą

Pateikiama įmonių aplinkosaugos informacija tyrimo metu buvo koduojama pagal penkis esminius ESRS aspektus, tačiau vėliau pastebėta, jog dėl dar didesnio gautų rezultatų išsamumo, duomenis būtų galima koduoti siauresnėmis temomis, todėl rekomenduojama ateityje aplinkosaugos kodavimo sistemą praplėsti siauresnėmis temomis, pavyzdžiui elektros energija ar anglies dioksido tarša.

Taip pat tolimesniuose tyrimuose galėtų būti palyginama ESG informacija tvarumo ataskaitose iki standartų įsigaliojimo ir po standartų įsigaliojimo, bei galbūt ją palyginant ir su socialinėje medijoje pateikiama informacija.

Išvados ir rekomendacijos

1. ESG informacijos aktualumas ir problematika yra grindžiama trimis pagrindinėmis prielaidomis. Pirma, dėl didėjančios skaitmenizacijos, ESG informacija nebėra pateikiama vien tik tvarumo ataskaitose, kuriose atskleisti duomenys ne visuomet atitinka organizacijų sudarytą reikalaujamą struktūrą, bet ir vis populiarėjančioje socialinėje medijoje, kurioje įmonės informaciją pateikia savanoriškai ir visiškai nereguliuojamai. Antra, dėl atsiradusių naujų ESRS reikalavimų organizacijos susiduria su naujais iššūkiais, kadangi bendrovės privalo atskleisti informaciją pagal griežtus reikalavimus, kuriais siekiama užtikrinti tvarumo ataskaitose pateiktos ESG informacijos išsamumą, kokybę, palyginamumą bei dvigubo reikšmingumo atskleidimą. Be to, dėl ESRS reikalavimų bendrovėms gali reikėti įdiegti naujas sistemas ir procesus, siekiant atitikti standartų reikalavimus. Trečia, suinteresuotosioms šalims yra reikalinga įvairi tvarumo informacija, o bendrovės jausdamos didesnę spaudimą iš šių asmenų privalo atsižvelgti į jų poreikius, savybes, keliamus reikalavimus ir pagal tai pakoreguoti atskleidžiamų duomenų turinį. Todėl svarbu palyginti ir įvertinti įmonių teikiamą ESG informaciją tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje, kadangi suinteresuotos šalys gali naudoti duomenis, tiek iš vieno, tiek iš kito informacijos atskleidimo kanalo.
2. Konceptualus modelis parengtas remiantis suinteresuotų asmenų teorijos prielaida, kadangi skirtingoms suinteresuotoms šalims gali būti aktuali įvairi informacija, kuri apima skirtingas E, S, G tematikas. ESG apima labai išsamią ir įvairiapusišką informaciją, pagal kurią įmonės turi atskleisti duomenis, susijusius su įmonės daromu teigiamu ar neigiamu poveikiu klimato kaitai, biologinei įvairovei, vandens ir jūrų ištekliams, darbuotojams ir bendruomenėms. Taip pat pateikti savo tikslus ir veiksmus siekiant užtikrinti darbuotojų lygybę, saugumą ir žmogaus teisių laikymąsi bei vadovybės indėlį stengiantis tvariai valdyti organizaciją ir siekti tvarumo. Tinkamai pateikti duomenys gali atskleisti labai daug informacijos apie įmonės požiūrį į tvarumą ir jos veiklą. Todėl įmonės teikdamos ESG informaciją turi atsižvelgti, ar atskleidžiamų duomenų turinys atitinka visų suinteresuotų asmenų poreikius. Tvarumo ataskaitose ESRS reikalavimai siekia dar labiau reguliuoti bendrovių teikiamą informaciją, pagal kurią įmonės privalės užtikrinti didesnę jos kokybę, išsamumą ir dvigubo reikšmingumo atskleidimą, pagal kurį organizacijos turi pateikti aplinkos daromą įtaką įmonei bei bendrovės daromą įtaką aplinkai ir suinteresuotoms šalims. Be to, pastarieji apima labai įvairias žmonių grupes, kurios informacijos gali ieškoti skirtinguose komunikacijos kanaluose, todėl įmonėms svarbu pasirinkti tinkamą duomenų atskleidimo priemonę informuoti suinteresuotąsias šalis. Tvarumo ataskaitose dažnai privalomai pateikiama išsamesnė informacija, tuo tarpu socialinėje medijoje bendrovės duomenis pateikia savanoriškai.
3. Didžiausių Europos įmonių pagal pajamas ESG informacijos atskleidimo socialinėje medijoje ir tvarumo ataskaitose tyrimo atlikimui buvo sudaryta tyrimo metodologija. Tyrimas atliekamas pasitelkiant kokybinį turinio analizės metodą, naudojant „MAXQDA“ įrankį. Kokybinis tyrimas atliekamas siekiant nustatyti kokią ir kaip informaciją organizacijos pateikia skirtinguose kanaluose. Analizės atlikimui naudojami antriniai duomenys – įmonių parengtos 2021-2022 metų tvarumo ataskaitos ir iš „Twitter“ socialinės medijos išgauti tweet'ai, pasitelkiant „Twitter“ akademinį tyrimų programų programavimo sąsają naudojant „Python“ programavimo kalbą.
4. Atlikto tyrimo rezultatai atskleidė daug svarbios informacijos apie ESG duomenų pateikimą socialinėje medijoje ir tvarumo ataskaitose. Pirma, tvarumo ataskaitose pateikta ESG informacija yra išsamesnė ir pateikianti platesnį kontekstą apie įmonės tvarumo veiksmus, tikslus ir pasiektus rezultatus. Tuo tarpu socialinėje medijoje įmonės informaciją pateikia abstrakčiau, kaip faktą ar

trumpą informacijos pranešimą, neatskleidžiant konkrečių veiksmų ar aplinkybių, todėl pateikta informacija yra ribota ir mažiau konkretesnė. Antra, tvarumo ataskaitose informacija yra vėluojanti, tuo tarpu socialinėje medijoje duomenys yra atskleidžiami realiuoju laiku. Kitaip tariant ataskaitose suinteresuotosios šalys perskaito informaciją apie metų eigoje įvykusius įvykius, o socialinėje medijoje pateikta informacija gali pranešti apie įvykusius įvykius vakar ar tik dar būsimus. Trečia, analizė atskleidė, kokios ESG temos tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje yra labiausiai akcentuojamos ir kuo jos skiriasi. Atskleidžiant aplinkosaugos informaciją tvarumo ataskaitose didžiausias dėmesys yra skiriamas klimato kaitai, žiedinei ekonomikai ir vandens ištekliams. Tuo tarpu socialinėje medijoje aktualiausios aplinkosaugos temos yra klimato kaita, žiedinė ekonomika ir biologinė įvairovė. Daugiausiai dėmesio sulaukiančios socialinės atsakomybės temos tvarumo ataskaitose yra saugumas ir sveikata, lygybė darbo vietoje ir žmogaus teisės. Tuo tarpu socialinėje medijoje labiausiai akcentuojamos temos yra bendruomenė, saugumas ir sveikata bei lygybė darbo vietoje. O atskleidžiant valdymo informaciją tvarumo ataskaitose daugiausia dėmesio sulaukia vadovybės ir valdymo bei santykių su tiekėjais informacija. Tuo tarpu socialinėje medijoje valdymo tema yra ypatingai mažai atskleidžiama lyginant su kitomis ESG temomis, tačiau daugiausia dėmesio sulaukia santykių su tiekėjais informacija.

- ESG rodiklių analizė parodė, kad bendrovės nėra linkusios pasitelkti rodiklių kaip informacijos atskleidimo priemonės socialinėje medijoje, o jei pateikia rodiklius, tai jų išsamiai neaprašo, priešingai nei tvarumo ataskaitose. Tuo tarpu pastarajame informacijos atskleidimo kanale įmonės pasitelkia rodiklius tikslams ir veiksmų rezultatams vizualizuoti, o atskleisdamos rodiklius dažnai pateikia ir ankstesnių metų rodiklius, dėl jų palyginamumo ir informacijos išsamumo. Tačiau pastebėta, jog organizacijos atskleisdamos neigiamą rodiklių pokytį, taiko kompensavimo metodą siekiant neigiamą pokytį pateikti iš teigiamos perspektyvos.
- Atlikta ESG informacijos atitikimo ESRS reikalavimus analizė atskleidė, kad organizacijų teikiama ESG informacija tik dalinai atitinka ESRS reikalavimus. Įmonės tvarumo ataskaitose pateikia veiksmus ir tikslus, kuriais siekia sumažinti daromą neigiamą poveikį bei padidinti daromą teigiamą poveikį, veiklos rezultatus ir tam tikrus reikalaujamus rodiklius ir informaciją. Tačiau tyrimo rezultatai parodė, jog bendrovės tik dalinai atskleidžia visus reikiamus rodiklius arba juos atskleidžia skirtingais matavimo vienetais, dėl ko yra sudėtinga iki šiol teikiamą informaciją palyginti tarp skirtingų įmonių. Taip pat organizacijos tinkamai nepateikia dvigubo reikšmingumo informacijos, kadangi įmonės pateikia tik jos daromą poveikį aplinkai arba tik bendrovei daromą reikšmingą poveikį, neatskleidžiant šios informacijos kartu. Todėl bendrovės turės dar išsamiau pateikti reikiamą informaciją bei suvienodinti rodiklių matavimo vienetus, jog atitiktų nustatytus ESRS reikalavimus.
- Tyrimo rezultatai taip pat parodė, kad įmonės tvarumo ataskaitose ir socialinėje medijoje daugiausiai atskleidžia tik pozityvią informaciją, ją pateikdamos kaip tikslus, veiksmus ar teigiamus rodiklių pokyčius. Neutrali informacija yra pateikiama kaip bendro pobūdžio duomenys, ar kaip informacija, kuri nepateikia nei teigiamo, nei neigiamo pokyčio. Tuo tarpu tvarumo ataskaitose mažiausiai yra pateikiama neigiamoji informacija, tačiau svarbus analizės aspektas yra tai, jog socialinėje medijoje neigiama informacija yra iš viso nepateikiama. Todėl susidaro rizika, kad suinteresuotos šalys, kurios pasitelkia socialinę

mediją kaip kanalą ESG informacijai gauti, gali susidaryti nuomonę, jog organizacijos elgiasi tik teigiamai tvarumo atžvilgiu.

Praktinės rekomendacijos

1. Tyrimo rezultatai atskleidė, jog socialinėje medijoje pateiktai informacijai trūksta kokybės, konkretumo ir išsamumo. Todėl rekomenduojama įmonėms peržiūrėti ir daugiau dėmesio skirti socialinėje medijoje atskleidžiamos informacijos turinio kokybės gerinimui. Taip pat rekomenduojama už standartų ir tvarumo informacijos kokybę atsakingoms organizacijoms apsvarstyti minimalių gairių ir reikalavimų parengimą socialinėje medijoje pateikiamai informacijai.
2. Tyrimo rezultatai taip pat atskleidė, jog bendrovių iki šiol pateikta ESG informacija tik dalinai atitinka naujuosius ESRS reikalavimus, todėl įmonėms rekomenduojama skirti dar didesnę dėmesį į informacijos išsamumą tvarumo ataskaitose, o ypač į informacijos atskleidimą susijusį su duomenų suvienodinimu, tvarumo daromu poveikiu įmonės finansams rezultatams bei į dvigubo reikšmingumo atskleidimą.

Literatūros sąrašas

1. Aerts, W., Cormier, D., & Magnan, M., (2008). Corporate environmental disclosure, financial markets and the media: An international perspective. *Ecological Economics*, 64(3), pp. 643-659. doi: doi.org/10.1016/j.ecolecon.2007.04.012
2. Agudo-Valiente, J., Garcés-Ayerbe, C., & Salvador-Figueras, M., (2013). Corporate Social Performance and Stakeholder Dialogue Management. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 22(1), pp. 13-31. doi: 10.1002/csr.1324
3. Al-ahdal, W., M., Alsamhi, M., H., Tabash, M., I., & Farhan, N., H., S., (2020). The impact of corporate governance on financial performance of Indian and GCC listed firms: An empirical investigation. *Research in International Business and Finance*, 51(8). doi: 10.1016/j.ribaf.2019.101083
4. Alhamar, F., Hamdan, A., & Saif, M. (2024). Environmental, Social, and Governance (ESG) Impact on Firm's Performance. In: Hamdan, A., & Aldhaen, E., S. *Artificial Intelligence and Transforming Digital Marketing. Studies in Systems, Decision and Control*, Springer, Cham., 487. doi: 10.1007/978-3-031-35828-9_40
5. Almagtome, A., Khaghaany, M., & Once, S., (2020). Corporate Governance Quality, Stakeholders' Pressure and Sustainable Development: An Integrated Approach. *International Journal of Mathematical Engineering and Management Sciences*, 5(6), pp. 1077-1090. doi: 10.33889/IJMEMS.2020.5.6.082
6. Amin, M., H., Ali, H., & Mohamed, E., K., A., (2022). Corporate social responsibility disclosure on Twitter: Signalling or greenwashing? Evidence from the UK. *International Journal of Finance & Economics*, 1-17. doi: 10.1002/ijfe.2762
7. Amin, M., H., Mohamed, E., K., A., & Elragal, A., (2021). CSR disclosure on Twitter: Evidence from the UK. *International Journal of Accounting Information Systems*, 40(C). doi: 10.1002/ijfe.2762
8. Arayssi, M., Jizi, M., & Tabaja, H., H., (2020). The impact of board composition on the level of ESG disclosures in GCC countries. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 11(1), pp. 137-161. doi: 10.1108/SAMPJ-05-2018-0136
9. Armstrong, A., (2020). Ethics and ESG. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 14(3), pp. 6-17. doi: 10.14453/aabfj.v14i3.2
10. Arrigo, E., Di Vaio, A., Hassan, R., & Palladino, R., (2022). Followership behavior and corporate social responsibility disclosure: Analysis and implications for sustainability research. *Journal of Cleaner Production*, 360. doi: 10.1016/j.jclepro.2022.132151
11. Atif, M., Liu, B., & Nadarajah, S., (2022). The effect of corporate environmental, social and governance disclosure on cash holdings: Life-cycle perspective. *Business Strategy and the Environment*, 31(5), pp. 2193-2212. doi: 10.1002/bse.3016
12. Aureli, S., (2017). A comparison of content analysis usage and text mining in CSR corporate disclosure. *International Journal of Digital Accounting Research*, 17, pp. 1-32. doi: 10.4192/1577-8517-v17_1
13. Beck, A., C., Campbell, D., & Shrivess, P., J., (2010). Content analysis in environmental reporting research: Enrichment and rehearsal of the method in British-German context. *The British Accounting Review*, 42(3), pp. 207-222. doi: 10.1016/j.bar.2010.05.002

14. Bolognesi, E., & Burchi, A., (2023). The impact of the ESG disclosure on sell-side analysts' target prices: The new era post Paris agreements. *Research in International Business and Finance*, (64). doi: 10.1016/j.ribaf.2022.101827
15. Braam, G., J., M., Uit de Weerd, L., Hauck, M., & Huijbregts, M., A., J., (2016). Determinants of corporate environmental reporting: the importance of environmental performance and assurance. *Journal of Cleaner Production*, 129, pp. 724-734. doi: 10.1016/j.jclepro.2016.03.039
16. Brainard, L., & Edlins, M., (2015). Top 10 U.S. Municipal Police Departments and Their Social Media Usage. *The American Review of Public Administration*, 45(6), pp. 728-745. doi: 10.1177/0275074014524478
17. Bryl, L., & Supino, E., (2022). Sustainability Disclosure in Social Media – Substitutionary or Complementary to Traditional Reporting? *Journal of Intercultural Management*, 14(3), pp. 41-62. doi: 10.2478/joim-2022-0011
18. Bundy, J., Vogel, R., M., & Zachary, A., A., (2018). Organization–stakeholder fit: A dynamic theory of cooperation, compromise, and conflict between an organization and its stakeholders. *Strategic Management Journal*, 39(2), pp. 476-501. doi: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/smj.2736>
19. Burritt, R., L., (2002). Environmental reporting in Australia: current practices and issues for the future. *Business Strategy and the Environment*, 11(6), pp. 391-406. doi: 10.1002/bse.343
20. Burke, R., J., & Mattis, M., C., (2013). Women on Corporate Board of Directors, International Challenges and Opportunities. *Springer Science & Business media*. doi: 10.1007/978-90-481-3401-4
21. Cade, N., L., (2018). Corporate social media: How two-way disclosure channels influence investors. *Accounting, Organizations and Society*, 68-69, pp. 63-79. doi: 10.1016/j.aos.2018.03.004
22. Carrillo, E., P., (2007). Corporate Governance: Shareholders' Interests and Other Stakeholders' Interests. *Corporate Ownership & Control*, 4(4). doi: 10.2139/ssrn.2302532
23. Carswell, G., & De Neve, G., (2021). Transparency, exclusion and mediation: how digital and biometric technologies are transforming social protection in Tamil Nadu, India. *Oxford Development Studies*, 50(2), pp. 126-141. doi: 10.1080/13600818.2021.1904866
24. Chua, A., Y., K., Gohas, D., & Ang, R., P., (2012). Web 2.0 applications in government web sites: Prevalence, use and correlations with perceived web site quality. *Online Information Review*, 36(2). doi: 10.1108/14684521211229020
25. Conca, L., Manta, F., Morrone, D., & Toma, P., (2021). The impact of direct environmental, social, and governance reporting: Empirical evidence in European-listed companies in the agri-food sector. *Business Strategy and the Environment*, 30(2), 1080-1093. doi: 10.1002/bse.2672
26. Corciolani, M., Nieri, F., & Tuan, A., (2020). Does involvement in corporate social irresponsibility affect the linguistic features of corporate social responsibility reports? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), pp. 670-680. doi: 10.1002/csr.1832
27. Cucchiella, F., D'Adamo, I., Gastaldi, M., & Miliacca, M., (2018). Efficiency and allocation of emission allowances and energy consumption over more sustainable European economies. *Journal of Cleaner Production*, 182, pp. 805-817. doi: 10.1016/j.jclepro.2018.02.079
28. Cumming, D., Meoli, M., Rossi, A. & Vismara, S. (2024). ESG and crowdfunding platforms. *Journal of Business Venturing*, 39(1). doi: 10.1016/j.jbusvent.2023.106362

29. Dahlmann, f., Stubbs, W., Griggs, D., & Morrell, K., (2019). Corporate actors, the UN Sustainable Development Goals and Earth System Governance: A research agenda. *The Anthropocene Review*, 6(3). doi: 10.1177/2053019619848217
30. Darnall, N., Ji, H., Iwata, K., & Arimura, T., H., (2022). Do ESG reporting guidelines and verifications enhance firms' information disclosure? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(5), pp. 1214-1230. doi: 10.1002/csr.2265
31. Davis, K., A., & Tama-Sweet, I., (2011). Managers' Use of Language Across Alternative Disclosure Outlets: Earnings Press Releases versus MD&A. *Contemporary Accounting Research*, 29(3), pp. 804-837. doi: 10.1111/j.1911-3846.2011.01125.x
32. Duan, Y., Hofer, C., & Aloysius, J., A., (2021). Consumers care and firms should too: On the benefits of disclosing supplier monitoring activities. *Journal of Operations Management*, 67(3), pp. 360-381. doi: 10.1002/joom.1129
33. Farooque, O., A., Ahulu, H., & Kotey, B., (2014). Exploring Environmental Disclosure in Selected Australian Multinationals under the GRI Guidelines. *Issues in Social and Environmental Accounting*, 8(3), pp.137-156. doi: 10.22164/isea.v8i3.90
34. Freeman, R., E. (2010). Strategic Management: A Stakeholder Approach. *Cambridge University Press*. doi: 10.1017/CBO9781139192675
35. Freeman, R., E., & Phillips, R., A., (2023). Stakeholder Theory: A Libertarian Defense. In R. Edward Freeman's *Selected Works on Stakeholder Theory and Business Ethics*. doi: 10.1007/978-3-031-04564-6_7
36. Galbreath, J., (2013). ESG in Focus: The Australian Evidence. *Journal of Business Ethics*, 118(3), pp. 529-541. doi: 10.1007/s10551-012-1607-9
37. Gallego-Alvarez, I., Lozano, M., B., & Rodriguez-Rosa, M., (2018). An analysis of the environmental information in international companies according to the new GRI standards. *Journal of Cleaner Production*, 182, pp. 57-66. doi: 10.1016/j.jclepro.2018.01.240
38. Gareiou, Z., Gozani, N., Laskari, I., Mavromati, I., & Zervas, E., (2023). Review of specific environmental indicators. *E3S Web of Conferences*, 436(3). doi: 10.1051/e3sconf/202343607001
39. Galbreath, J., (2013). ESG in Focus: The Australian Evidence. *Journal of Business Ethics*, 118 (3), pp. 529-541. doi: 10.1007/s10551-012-1607-9
40. Gaweda, A., (2021). Sustainability Reporting: Case of European Stock Companies. *European Journal of Sustainable Development*, 10(4). doi: 10.14207/ejsd.2021.v10n4p41
41. Globočnik Žunac, A., Kocijan, S., & Martinčević, I., (2021). Impact of Modern Communication Channels on Business Processes. *ENTRENOVA – ENTERPRISE RESEARCH INNOVATION*, 7(1), pp. 44-51. Doi: 10.54820/RJFK3212
42. Gomez-Carrasco, P., Guillamon-Saorin, E., & Osma, B., G., (2021). Stakeholders versus Firm Communication in Social Media: The Case of Twitter and Corporate Social Responsibility Information. *European Accounting Review*, 30(1), pp. 31-62. doi: 10.1080/09638180.2019.1708428
43. Guthrie, J., & Abeysekera, I., (2006). Content Analysis of Social, Environmental Reporting: What is New? *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 10(2). doi: 10.1108/14013380610703120
44. Habes, M., Elareshi, M., Mansoori, A., Pasha, S., Salloum, S., A., & Al-Rahmi, W., M., (2023). Factors Indicating Media Dependency and Online Misinformation Sharing in Jordan. *Sustainability*, 15(2). doi: 10.3390/su15021474

45. Hasan, R., & Wang, W., (2021). Social media visibility, investor diversity and trading consensus. *International Journal of Managerial Finance*, 17(1), pp. 25-48. doi: 10.1108/IJMF-11-2019-0445
46. Hasnan, S., Ad., M., Z., Z., A., Z., Farmy M., H., D., M., Anuar., M., I., Nazri, M., Z., M., & Shaifuddin, A., R., M., (2023). Factors Affecting Corporate Environmental, Social and Governance (ESG) Reporting: A Literature Review. *Accounting and Finance Research, Sciedu Press*, 12(4), 1-13 November. doi: 10.5430/afr.v12n4p13
47. Hernandez, A., A., Escolano, V., J., C., Juanatas, R., A., & Elvambuena, Ma., D., E., (2022). Social media use, organizational performance and sustainability: insights from small and medium enterprises in the Philippines. In *2022 7th International Conference on Business and Industriak Research, Proceeding, ICBIR 2022* (pp. 90-95). Bangkok, Thailand. doi: 10.1109/ICBIR54589.2022.9786462
48. Holtbrügge, D., & Conrad, M., (2020). Decoupling in CSR reports: A Linguistic Content Analysis of the Volkswagen Dieselgate scandal. *International Studies of Management & Organization*, 50(3), pp. 253-270. doi: 10.1080/00208825.2020.1811523
49. Hřebíček, J., Soukopová, J., Stencl, M., & Trenz, O., (2011). Integration of economic, environmental, social and corporate governance performance and reporting in enterprises. *Acta universitatis argiculturae et silviculturae mendelianae brunensis*, 15, pp. 157-166. doi: 10.11118/actaun201159070157
50. Hummel, K., & Schlick, C., (2016). The relationship between sustainability performance and sustainability disclosure – Reconciling voluntary disclosure theory and legitimacy theory. *Journal of Accounting and Public Policy*, 35(5), pp. 455-476. doi: 10.1016/j.jaccpubpol.2016.06.001
51. Hussain, N., Rigoni, U., & Orij, R., P., (2018). Corporate Governance and Sustainability Performance: Analysis of Triple Bottom Line Performance. *Journal of Business Ethics*, 149(2), pp. 411-432. doi: 10.1007/s10551-016-3099-5
52. Hutchins, M., Richter, J., S., Henry, M., L., & Sutherland, J., W., (2019). Development of indicators for the social dimension of sustainability in a U.S. business context. *Journal of Cleaner Production*, 212, pp. 687-697. doi: 10.1016/j.jclepro.2018.11.199
53. Iatridis, G., E., (2013). Environmental disclosure quality: Evidence on environmental performance, corporate governance and value relevance. *Emerging Markets Review*, 14, pp. 55-75. doi: 10.1016/j.ememar.2012.11.003
54. Yang, J., Basile, K., & Letourneau, O., (2018). The impact of social media platform selection on effectively communicating about corporate social responsibility. *Journal of Marketing Communications*, 26(1), pp., 65-87. doi: 10.1080/13527266.2018.1500932
55. Yustin, M., & Suhendah, R., (2023). The effect of profitability, risk and company age on ESG disclosure. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(1). doi: 10.24912/ijaeb.v1i1.151-161
56. Yu, E., P., Luu, B., V., & chen, C., H., (2020). Greenwashing in environmental, social and governance disclosures. *Research in International Business and Finance*, 52. doi: 10.1016/j.ribaf.2020.101192.
57. Jacobides, M., G., (2018). Towards a theory of ecosystems. *Strategic Management Journal*, 39(8), pp. 2255-2276. doi: 10.1002/smj.2904
58. Jain, A., Keneley, M., & Thomson, D., (2015). Voluntary CSR disclosure works! Evidence from Asia-Pacific banks. *Social Responsibility Journal*, 11(1), pp. 2-18. doi: 10.1108/SRJ-10-2012-0136

59. Jenkins, H., & Yakovleva, N., (2006). Corporate social responsibility in the mining industry: Exploring trends in social and environmental disclosure. *Journal of Cleaner Production*, 14(3-4), pp. 271-284. doi: 10.1016/j.jclepro.2004.10.004
60. Jung, M., J., Naughton, J., P., Tahoun, A., & Wang, C., (2018). Do Firms Strategically Disseminate? Evidence from Corporate Use of Social Media. *The Accounting Review*, 93(4), pp. 225-52. doi: 10.2308/accr-51906
61. Kemp, D., Worden, S., & Owen, J., R., (2016). Differentiated social risk: Rebound dynamics and sustainability performance in mining. *Resources Policy*, 50, pp. 19-26. doi: 10.1016/j.resourpol.2016.08.004
62. Kliopova-Galickaja, I., & Kliaugaitė, D., (2018). VOC emission reduction and energy efficiency in the flexible packaging printing processes: analysis and implementation. *Clean Technologies and Environmental Policy*, 20, pp. 1805-1818. doi: 10.1007/s10098-018-1571
63. Kocmanova, A., & Šimberova, I., (2014). Determination of environmental, social and corporate governance indicators: framework in the measurement of sustainable performance. *Journal of Business Economics and Management*, 15(5), pp. 101-1033. doi: 10.3846/16111699.2013.791637
64. Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: an introduction to its methodology* (2nd ed.). Sage Publications, Inc.
65. Kwon, K., Lee, J., Wang, C., & Diwanji, V., S., (2023). From green advertising to greenwashing: content analysis of global corporations' green advertising on social media. *International Journal of Advertising*. doi: 10.1080/02650487.2023.2208489
66. Labuschagne, C., & Brent, A., C., (2008). An industry perspective of the completeness and relevance of a social assessment framework for project and technology management in the manufacturing sector. *Journal of Cleaner Production*, 16(3), pp. 253-262. doi: 10.1016/j.jclepro.2006.07.028
67. Lee, A., & Chung, T., L., D., (2023). Transparency in corporate social responsibility communication on social media. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 51(5), pp. 590-610. doi: 10.1108/IJRDM-01-2022-0038
68. Lee, L., F., Hutton, A., P., & Shu, S., (2015). The Role of Social Media in the Capital Market: Evidence from Consumer Product Recalls. *Journal of Accounting Research*, 53(2), pp. 367-404. doi: 10.1111/1475-679X.12074
69. Lei, L., G., Li, Y., & Luo, Y., (2019). Production and dissemination of corporate information in social media: A review. *Journal of Accounting Literature*, 42, pp. 29-43. doi: 10.1016/j.acclit.2019.02.002
70. Li, Y., Gong, M., Zhang, X., Y., & Koh, L., (2018). The impact of environmental, social, and governance disclosure on firm value: The role of CEO power. *The British Accounting Review*, 50(1), pp. 60-75. doi: 10.1016/j.bar.2017.09.007
71. Li, J., Pan, Z., Sun, Y., Zheng, W., Zhang, Z., & Wang, Z. (2024). From Compliance to Strategy: Paradigm Shift in Corporate ESG Practices. *Academic Journal of Humanities & Social Sciences*, 7(2), pp. 185-193. doi: 10.25236/AJHSS.2024.070225
72. Li, X., Cao, A., Zhang, Y., Zhao, Y., Chen, L., Jiang, P., & Liu, L., (2024). Practical effects of carbon emission trading system on energy efficiency. *Scientific Reports*, 14(1). doi: 10.1038/s41598-023-50621-3

73. Liu, X., Cifuentes-Faura, J., Zhao, S., & Wang, L., (2024). The impact of governance environmental attention on firms' ESG performance: Evidence from China. *Research in International Business and Finance*, 67(A). doi: 10.1016/j.ribaf.2023.102124
74. Lodhia, S., K., Kaur, A., & Stone, G., (2020). The use of social media as a legitimation tool for sustainability reporting: A study of the top 50 Australian Stock Exchange (ASX) listed companies. *Meditari Accountancy Research*, 28(4), pp. 613-632. doi: 10.1108/MEDAR-09-2019-0566
75. Luque-Vilchez, M., Cordazzo, M., Rimmel, G., & Tilt, C., A., (2023). Key aspects of sustainability reporting quality and the future of GRI. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 14 (4), pp. 637-659. doi: 10.1108/SAMPJ-03-2023-0127
76. Ma, L., (2012). Diffusion and Assimilation of Government Microblogging: Evidence from Chinese Cities. *Public Management Review*, 16(2). doi: 10.1080/14719037.2012.725763
77. Manetti, G., Bellucci, M., & Bagnoli, L., (2016). Stakeholder Engagement and Public Information Through Social Media: A Study of Canadian and American Public Transportation Agencies. *The American Review of Public Administration*, 47(8). doi: 10.1177/0275074016649260
78. Mani, V., Gunasekaran, A., Papadopoulos, T., Hazen, B., & Dubey, R., (2016). Supply chain social sustainability for developing nations: Evidence from India. *Resources, Conservation and Recycling*, 111, pp. 42-52. doi: 10.1016/j.resconrec.2016.04.003
79. Massuca, J., Marta-Costa, A., & Lucas, M., R., (2023). Social dimension of sustainability: assessment in the agribusiness context. *New Medit*, 22(2). doi: 10.30682/nm2302e
80. Meng, K., (2023). Friendly Signalo of "Good Governance": Will Corporate Govenrnance Promote ESG Disclosure. *BCP Business & Management*, 49, pp. 349-355. doi: 10.54691/bcpbm.v49i.5439
81. Menicucci, E., & Paolucci, G., (2023). ESG dimensions and bank performance: an empirical investigation in Italy. *Corporate Governance*, 23(3), pp. 563-586. doi: 10.1108/CG-03-2022-0094
82. Metz, P., Burek, S., Hultgren, T., R., Kogan, S., & Schwartz, L., (2016). The path to sustainability-driven innovation. *Research Technology Management*, 59(3), pp. 50-61. doi: 10.1080/08956308.2016.1161409
83. Miller, G., S., & Skinner, D., J., (2015). The Evolving Disclosure Landscape: How Changes in Technology, the Media, and Capital Markets Are Affecting Disclosure. *Journal of Accounting Research*, 53(2), pp. 221-239. doi: 10.1111/1475-679X.12075
84. Mohammad, W., M., W., & Wasiuzzaman, S., (2021). Environmental, Social and Governance (ESG) disclosure, competitive advantage and performance of firms in Malaysia. *Cleaner Environmental Systems*, 2. doi: 10.1016/j.cesys.2021.100015
85. Mure, P., Spallone, M., Mango, F., Marzioni, S., & Bittucci, L. (2021). ESG and reputation: The case of sanctioned Italian banks. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(1), pp. 265-277. doi: 10.1002/csr.2047
86. Murillo-Avalos, C., L., Cubilla-Montilla, M., Sanchez, M., A., C., & Vicente-Galindo, P., (2020). What environmental social responsibility practices do large companies manage for sustainable development? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 28(1), pp. 153-168. doi: 10.1002/csr.2039
87. Naciti, V., (2019). Corporate governance and board of directors: The effect of a board composition on firm sustainability performance. *Journal of Cleaner Production*, 237. doi: 10.1016/j.jclepro.2019.117727
88. Natalia, I., A., & Soenarno, Y., N., (2021). Analisis Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek

- Indonesia (BEI) Periode 2017. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Pemerintahan*, 3(1), 1-13. doi: 10.30606/akpem.v3i1.857
89. Nekrasov, A., Teoh, S., H., & Wu, S., (2021). Visuals and attention to earnings news on twitter. *Review of Accounting Studies*, 27, pp. 1233-1275. doi: 10.1007/s11142-021-09630-8
 90. Neu, D., Saxton, G., Everett, J., & Shiraz, A., R., (2020). Speaking Truth to Power: Twitter Reactions to the Panama Papers. *Journal of Business Ethics*, 162, pp. 473-485. doi: 10.1007/s10551-018-3997-9
 91. Papoutsis, A., & Sodhi, M., S., (2020). Does disclosure in sustainability reports indicate actual sustainability performance? *Journal of Cleaner Production*, 260. doi: 10.1016/j.jclepro.2020.121049
 92. Pavlíček, A., & Doucek, P., (2015). Corporate Social Responsibility in Social Media Environment. In I. Khalil, E. Neuhold, A. Tjoa, L. Xu, & I. You (Ed). *Information and Communication Technology. ICT-EurAsia*. Lecture Notes in Computer Science, vol 9357. Springer, Cham.
 93. Pokrovskaja, N. N., Mordovets, V. A., & Kuchieva, N. Y., (2023). Regulation of ESG-Ecosystem: Context and Content Evolution: Energy Sector Study. In A. Rumyantseva, H. Anyigba, E. Sintsova, & N. Vasilenko (Eds.), *Finance, Economics, and Industry for Sustainable Development. NCSDESG 2022. Springer Proceedings in Business and Economics*. Springer. doi: 10.1007/978-3-031-30498-9_15
 94. Rabaya, A., J., & Saleh, N., M., (2022). The moderating effect of IR framework adoption on the relationship between environmental, social, and governance (ESG) disclosure and a firm's competitive advantage. *Environment, Development and Sustainability*, 24, pp. 2037-2055. doi: 10.1007/s10668-021-01519-5
 95. Radu, C., Caron, M., A., & Arroyo, P., (2020). Integration of carbon and environmental strategies within corporate disclosures. *Journal of Cleaner Production*, 244. doi: 10.1016/j.jclepro.2019.118681
 96. Radzi, S., H., M., Hamid, N., A., & Ismail, R., F., (2023). An Overview of Environmental, Social and Governance (ESG) and Company Performance. In Said, J., Daud, D., Erum, N., Zakaria, N., B., Zolkafil, S., & Yahya, N.. *Building a Sustainable Future: Fostering Synergy Between Technology, Business and Humanity*, 131. *European Proceedings of Social and Behaviour Sciences*, pp. 1111-1122. doi: 10.15405/epsbs.2023.11.90
 97. Rahmansyah, A., Mulyany, R., & Geumpana, T., A., (2023). Using Social Media as a Legitimation Tool in Sustainability Reporting: Evidence from SOEs Listed on the Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*, 10(2), pp. 265-284. doi: 10.24815/jdab.v10i2.27550
 98. Ramananda, D., & Atahau, A., D., R., (2020). Corporate social disclosure through social media: an exploratory study. *Journal of Applied Accounting Research*, 21(2), pp. 265-281. doi: 10.1108/JAAR-12-2018-0189
 99. Rau, P., R., & Yu, T., (2023). A survey on ESG: investors, institutions and firms. *China Finance Review International*. doi: 10.1108/CFRI-12-2022-0260
 100. Raquiba, H., & Ishak, Z., (2020). Sustainability Reporting Practices in the Energy Sector of Bangladesh. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(1), pp. 508-516. doi: 10.32479/ijeep.8621
 101. Rezaee, Z., Homayoun, S., Poursoleyman, E., & Rezaee, N., J. (2023). Comparative analysis of environmental, social and governance disclosure. *Global Finance Journal*, 55, 100804. doi: 10.1016/j.gfj.2022.100804

102. Richardson, K., (2023). Analysis of ESG in building new business models. *Applied Research Approaches to Technology, Healthcare, and Business*, pp. 332-342. doi: 10.4018/979-8-3693-1630-6.ch022
103. Rojo-Suarez, J., Alonso-Conde, A., B., & Gonzalez-Ruiz, J., D., (2024). Does sustainability improve financial performance? An analysis of Latin American oil and gas firms. *Resources Policy*, 88. doi: 10.1016/j.resourpol.2023.104484
104. Russo, S., Schimperna, F., Lombardis, R., & Ruggiero, P., (2022). Sustainability performance and social media: an explorative analysis. *Meditari Accountancy Research*, 30(4), pp. 1118-1140. doi: 10.1108/MEDAR-03-2021-1227
105. Sadiq, M., Ngo, T., Q., Pantamee, A., A., Khudoykulov, K., Ngan, T., T., & Tan, L., P., (2023). The role of environmental social and governance in achieving sustainable development goals: evidence from ASEAN countries. *Economic research-Ekonomska Istrazivanja*, 36(1), pp. 170-190. doi: 10.1080/1331677X.2022.2072357
106. Sahin, Z., Cankaya, F., Soguksu, Z., Y. (2017). Content Analysis of Sustainability Reports: A Practice in Turkey. In *Conference Sahin, Z., Cankaya, F., Soguksu: Proceedings of 7th European Business Research Conference 15 - 16 December 2016, University of Roma Italy*.
107. Saxton, G., D., Re, C., & Guo, C., (2021). Responding to Diffused Stakeholders on Social Media: Connective Power and Firm Reactions to CSR-Related Twitter Messages. *Journal of Business Ethics*, 172, pp. 229-252. doi: 10.1007/s10551-020-04472-x
108. Schaltegger, S., Horisch, J., & Freeman, R., E., (2019). Business Cases for Sustainability: A Stakeholder Theory Perspective. *Organization & Environment*, 32(3), pp. 191-212. doi: 10.1177/1086026617722882
109. Shah, M., U., & Guild, P., D., (2022). Stakeholder engagement strategy of technology firms: A review and applied view of stakeholder theory. *Technovation*, 114. doi: 10.1016/j.technovation.2022.102460
110. Shaikh, I., (2021). Environmental, social, and governance (ESG) practice and firm performance: an international evidence. *Journal of Business Economics and Management*, 23(1), pp. 218-237. doi: 10.3846/jbem.2022.16202
111. Sharma, P., Panday, P., & Dangwal, R., (2020). Determinants of environmental, social and corporate governance (ESG) disclosure: a study of Indiana companies. *International Journal of Disclosure and Governance*, 17(4). doi: 10.1057/s41310-020-00085-y
112. Shen, H., Lin, H., Han, W. & Wu, H. (2023). ESG in China: A review of practice and research, and future research avenues. *China Journal of Accounting Research*, 16(4). doi: 10.1016/j.cjar.2023.100325
113. Skinner, A., N., (2024). Subject matter complexity and disclosure channel richness. *The Accounting Review*, 99(1), pp. 393-425. doi: 10.2308/TAR-2021-0337
114. Stawicka, E., & Paliszkiecicz, J., (2021). Social media in communicating about social and environmental issues – non-financial reports in Poland. *Information*, 12(6). doi: 10.3390/info12060220
115. Tao, W., & Wilson, C., (2015). Fortune 1000 communication strategies on Facebook and Twitter. *Journal of Communication Management*, 19(3), pp. 208-223. doi: 10.1108/JCOM-01-2013-0004

116. Tenuta, P., & Cambrea, D., R. (2022). ESG Measures and Non-financial Performance Reporting. *Corporate Sustainability: Measurement, Reporting and Effects on Firm Performance* (pp. 27-57). Springer Cham. doi: 10.1007/978-3-031-11491-5
117. Torelli, R., Balluchi, F., & Lazzini, A., (2020). Greenwashing and Environmental Communication: Effects on Stakeholders' Perceptions. *Business Strategy and the Environment*, 29, pp. 407-421. doi: 10.2139/ssrn.3470659
118. Tsagas, G., & Villiers, C., (2020). Why "Less is More" in Non-Financial Reporting Initiatives: Concrete Steps Towards Supporting Sustainability. *Accounting, Economics, and Law: A Convivium*, 10(2). doi: 10.1515/ael-2018-0045
119. Uyar, A., Karaman, A., S., & Kilic, M., (2020). Is corporate social responsibility reporting a tool of signaling or greenwashing? Evidence from the worldwide logistics sector. *Journal of Cleaner Production*, 253. doi: 10.1016/j.jclepro.2020.119997
120. Untari, D., T., & Satria, B., (2024). The relationship between supply chain management and environmental sustainability: The mediating role of eco culinary product. *Uncertain Supply Chain Management*, 12(1), pp. 595-600. doi: 10.5267/j.uscm.2023.8.012
121. Vavrova, K., (2020). Environmental indicators. *SHS Web of Conferences*, 83. doi: 10.1051/shsconf/20208301070
122. Valentinov, V., (2023). Sustainability and stakeholder theory: a processual perspective. *Kybernetes*, 52(13). doi: 10.1108/K-05-2023-0819
123. Zhang, Z., & Zhang, L., (2023). Investor attention and corporate ESG performance. *Finance Research Letter*, 60. doi: 10.1016/j.frl.2023.104887
124. Zhong, M., & Wang, M., (2023). Corporate sustainability disclosure on social media and its difference from sustainability reports: Evidence from the energy sector. *Environmental Economics and Management*, 11. doi: 10.3389/fenvs.2023.1147191
125. Zumente, I., & Lace, N., (2020). Does Diversity drive Non-financial reporting: Evidence from the baltic states. *Intellectual Economics*, 14(2), pp. 50-66. doi: 10.13165/IE-20-14-2-04
126. Wan, Y., Hong, Z., Liu, W., & Cui, J., (2023). Executives' education: A catalyst for enhanced ESG disclosure. *Finance Research Letters*, 58(B). doi: 10.1016/j.frl.2023.104429
127. White, M., D., & Marsh, E., E., (2006). Content Analysis: A Flexible Methodology. *Library Trends*, 55(1), pp. 22-45. doi: 10.1353/lib.2006.0053
128. Wozniak, J., & Pactwa, K., (2017). Environmental Activity of Mining Industry Leaders in Poland in Line with the Principles of Sustainable Development. *Sustainability*, 9(11). doi: 10.3390/su9111903
129. Wu, S., Qu, Y., Huang, H., & Xia, Y., (2023). Carbon emission trading policy and corporate green innovation: internal incentives or external influences. *Environmental Science and Pollution Research*, 30, pp. 31501-31523. Doi: 10.1007/s11356-023-27037-7

Informacijos šaltinių sąrašas

1. Bloomberg Law. (2022). *Comparison of ESG Reporting Frameworks* [žiūrėta 2023-12-09]. Prieiga per internetą: <https://pro.bloomberglaw.com/brief/comparison-of-esg-reporting-frameworks/>
2. Bosch Group. (2022). *Sustainability report 2021* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: https://assets.bosch.com/media/global/sustainability/reporting_and_data/2021/bosch-sustainability-report-2021.pdf
3. Bosch Group. (2023). *Sustainability report 2022* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: https://assets.bosch.com/media/global/sustainability/reporting_and_data/2022/bosch-sustainability-report-2022.pdf
4. BP. (2022). *BP Sustainability Report 2021* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/sustainability/group-reports/bp-sustainability-report-2021.pdf>
5. BP. (2023). *BP Sustainability Report 2022* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: <https://www.bp.com/en/global/corporate/sustainability.html>
6. Continental. (2022). *Integrated Sustainability Report 2021* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: <https://www.continental.com/en/sustainability/reporting/reporting-and-downloads/>
7. Continental. (2023). *Integrated Sustainability Report 2022* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: <https://www.continental.com/en/sustainability/reporting/reporting-and-downloads/>
8. Deloitte. (2021). *#1 What is ESG?* [žiūrėta 2024-01-04]. Prieiga per internetą: <https://www2.deloitte.com/ce/en/pages/global-business-services/articles/esg-explained-1-what-is-esg.html>
9. Denkstatt. (2023). *European Sustainability Reporting Standards (ESRS) in a nutshell* [žiūrėta 2024-02-15]. Prieiga per internetą: <https://denkstatt.eu/esrs-standards-explained/>
10. EFRAG. (2022). *Double Materiality Guidelines* [žiūrėta 2024-02-14]. Prieiga per internetą: <https://www.efrag.org/Assets/Download?assetUrl=/sites/webpublishing/SiteAssets/Appendix%202022-06-20-20WP%20on%20draft%20ESRG%201.pdf>
11. EFRAG. (2023). *The first set of ESRS - the journey from PTF to delegated act (adopted on 31 July 2023)* [žiūrėta 2024-02-16]. Prieiga per internetą: <https://www.efrag.org/lab6>
12. EFRAG. (2023). *04/09/2023 - EFRAG-GRI JOINT STATEMENT OF INTEROPERABILITY* [žiūrėta 2024-02-15]. Prieiga per internetą: <https://efrag.org/news/public-444/EFRA-GRI-Joint-statement-of-interoperability->
13. EY (2023). *EY report: Social media most common, but least trusted, source for sustainability education* [žiūrėta 2024-02-17]. Prieiga per internetą: https://www.ey.com/en_gl/news/2023/06/ey-report-social-media-most-common-but-least-trusted-source-for-sustainability-education
14. Envoria (2023). *Your guide to the ESRS double materiality assessment* [žiūrėta 2024-02-14]. Prieiga per internetą: <https://envoria.com/insights-news/your-guide-to-the-esrs-double-materiality-assessment>
15. Envoria. (2023). *What is double materiality in the CSRD?* [žiūrėta 2024-02-14]. Prieiga per internetą: <https://envoria.com/insights-news/what-is-double-materiality-in-the-csrd>
16. European Commission. (2023). *Corporate sustainability reporting* [žiūrėta 2024-01-07]. Prieiga per internetą: https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en


17. European Commission. (2023). *EU taxonomy for sustainable activities* [žiūrėta 2024-01-06]. Prieiga per internetą: https://finance.ec.europa.eu/sustainable-finance/tools-and-standards/eu-taxonomy-sustainable-activities_en
18. European Commission. (2023). *EU Taxonomy Navigator* [žiūrėta 2024-01-06]. Prieiga per internetą: <https://ec.europa.eu/sustainable-finance-taxonomy/>
19. European Commission (2023). The Commission adopts the European Sustainability Reporting Standards [žiūrėta 2024-02-14]. Prieiga per internetą: https://finance.ec.europa.eu/news/commission-adopts-european-sustainability-reporting-standards-2023-07-31_en
20. European Parliament. (2021). *Non-financial Reporting Directive* [žiūrėta 2024-01-07]. Prieiga per internetą: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/654213/EPRS_BRI\(2021\)654213_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/654213/EPRS_BRI(2021)654213_EN.pdf)
21. Europos Vadovų Taryba, Europos Sąjungos Taryba. (2022). *Taryba galutinai pritarė Įmonių informacijos apie tvarumą teikimo direktyvai* [žiūrėta 2023-12-10]. Prieiga per internetą: <https://www.consilium.europa.eu/lt/press/press-releases/2022/11/28/council-gives-final-green-light-to-corporate-sustainability-reporting-directive/>
22. Fortum. (2022). *Sustainability 2021* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: <https://www.fortum.com/files/fortum-sustainability-2021/download>
23. Fortum. (2023). *Sustainability 2022* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: <https://www.fortum.com/files/fortum-sustainability-2022/download>
24. Glencore. (2022). *Sustainability Report 2021* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: https://www.glencore.com/.rest/api/v1/documents/67a0543aca31dec0a4dba8e30e5b1b96/GLEN_2021_sustainability_report.pdf
25. Glencore. (2023). *Sustainability Report 2022* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: https://www.glencore.com/.rest/api/v1/documents/static/63d21a4e-30f6-40ca-b0f6-00ec64a718cf/GLEN_2022_sustainability_report.pdf
26. Global Database. (2023). *Top 40 companies in Europe by Revenue in 2022* [žiūrėta 2024-01-23]. Prieiga per internetą: <https://www.globaldatabase.com/top-50-companies-in-europe-by-revenue-in-2018>
27. Governanace & Accountability Institute, Inc. (2019). *Navigate the Way to Sustainability* [žiūrėta 2023-12-05]. Prieiga per internetą: <https://www.ga-institute.com/storage/press-releases/article/flash-report-86-of-sp-500-indexR-companies-publish-sustainability-responsibility-reports-in-20.html>
28. Governanace & Accountability Institute, Inc. (2023). *New Research Shows Mid-Cap U.S Public Companies Closing Sustainability Reporting Gap in 2022* [žiūrėta 2023-12-05]. Prieiga per internetą: <https://www.ga-institute.com/research/ga-research-directory/sustainability-reporting-trends/2023-sustainability-reporting-in-focus.html>
29. Grant Thornton (2023). *From CSR to ESG* [žiūrėta 2024-01-04]. Prieiga per internetą: <https://www.granthornton.com.ar/en/insights/articles/from-csr-to-esg/>
30. Henisz, W., Koller, T., & Nuttall, R., (2019). *Five ways that ESG creates value. McKinsey Quarterly* [žiūrėta 2023-11-28]. Prieiga per internetą: <https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/our-insights/five-ways-that-esg-creates-value>
31. KPMG. (2023). *Corporate Sustainability Reporting Directive. Is your organization ready for the Corporate Sustainability Reporting Directive?* [žiūrėta 2024-01-06]. Prieiga per internetą:

- <https://kpmg.com/nl/en/home/topics/environmental-social-governance/corporate-sustainability-reporting-directive.html>
32. KPMG International. (2022). *KPMG Survey of Sustainability Reporting 2022* [žiūrėta 2023-12-05]. Prieiga per internetą: <https://kpmg.com/xx/en/home/insights/2022/09/survey-of-sustainability-reporting-2022/global-trends.html>
 33. McKinsey Sustainability. (2022). *Does ESG really matter – and why?* [žiūrėta 2023-12-11]. Prieiga per internetą: <https://www.mckinsey.com/capabilities/sustainability/our-insights/does-esg-really-matter-and-why>
 34. Nestle. (2022). *Creating Shared Value and Sustainability Report 2021* [žiūrėta 2023-04-28]. Prieiga per internetą: <https://www.nestle.com/sites/default/files/2022-03/creating-shared-value-sustainability-report-2021-en.pdf>
 35. Nestle. (2023). *Creating Shared Value and Sustainability Report 2022* [žiūrėta 2023-04-28]. Prieiga per internetą: <https://www.nestle.com/sites/default/files/2023-03/creating-shared-value-sustainability-report-2022-en.pdf>
 36. PwC. (2023). *Corporate Sustainability Reporting Directive* [žiūrėta 2024-01-05]. Prieiga per internetą: <https://www.pwc.nl/en/topics/sustainability/esg/corporate-sustainability-reporting-directive.html>
 37. PwC. (2022). *CSRD was adopted – New sustainability reporting obligations in the EU start* [žiūrėta 2024-01-05]. Prieiga per internetą: <https://www.pwc.lu/en/newsletter/2022/csrd-was-adopted-new-sustainability-reporting-obligations-in-the-eu-start.html>
 38. PwC. (2023). *PwC's Global Investors Survey 2023* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: <https://www.pwc.com/gx/en/issues/c-suite-insights/global-investor-survey.html>
 39. PwC. (2023). *The Sustainable Finance Disclosure Regulation* [žiūrėta 2024-01-06]. Prieiga per internetą: <https://www.pwc.be/en/challenges/esg/sustainable-finance-disclosure-regulation-sfdr.html>
 40. Twitter. (2024). *BoschGlobal* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: https://twitter.com/BoschGlobal/with_replies
 41. Twitter. (2024). *BP United Kingdom* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: https://twitter.com/bp_UK
 42. Twitter. (2024). *Continental Tyres* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: <https://twitter.com/Conti>
 43. Twitter. (2024). *Fortum Global* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: https://twitter.com/Fortum/with_replies
 44. Twitter. (2024). *Glencore* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: <https://twitter.com/Glencore>
 45. Twitter. (2024). *Nestle* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: https://twitter.com/Nestle/with_replies
 46. Twitter. (2024). *Shell* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: <https://twitter.com/Shell>
 47. Twitter. (2024). *Volkswagen* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: <https://twitter.com/VW>
 48. Shell. (2022). *Shell plc Sustainability Report 2021* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: https://reports.shell.com/sustainability-report/2021/_assets/downloads/shell-sustainability-report-2021.pdf
 49. Shell. (2023). *Shell plc Sustainability Report 2022* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: https://reports.shell.com/sustainability-report/2022/_assets/downloads/shell-sustainability-report-2022.pdf

50. Statista. (2023). *Number of internet and social media users worldwide as of October 2023* [žiūrėta 2023-12-11]. Prieiga per internetą: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>
51. Volkswagen Group. (2022). *Sustainability Report 2021* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: <https://www.volkswagen-group.com/en/publications/corporate/sustainability-report-2021-1947>
52. Volkswagen Group. (2023). *Sustainability Report 2022* [žiūrėta 2024-04-28]. Prieiga per internetą: <https://www.volkswagen-group.com/en/publications/more/group-sustainability-report-2022-1644>
53. World economic forum. (2019). *ESG Ecosystem Map* [žiūrėta 2024-01-05]. Prieiga per internetą: <https://widgets.weforum.org/esgecosystemmap/index.html#/>
54. Worldometer. (2024). *Real time world statistics* [žiūrėta 2024-01-27]. Prieiga per internetą: <https://www.worldometers.info/>

Priedai

1 priedas. Kodų sistema analizuojant tvarumo ataskaitas

 Codes	7816
<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> ESG veiksniai (E,S,G) <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Aplinkosauga 376 <input checked="" type="checkbox"/> Socialinis aspektas 114 <input checked="" type="checkbox"/> Valdymo aspektas 21 	
<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Aplinkosaugos veiksnys <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Klimato kaita 794 <input checked="" type="checkbox"/> Tarša 91 <input checked="" type="checkbox"/> Vandens ir jūrų išteklių 214 <input checked="" type="checkbox"/> Biologinė įvairovė ir ekosistema 144 <input checked="" type="checkbox"/> Žiedinė ekonomika ir išteklių naudojimas 250 <input checked="" type="checkbox"/> Aplinkosaugos rodikliai 621 	
<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Socialinis veiksnys <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Darbo jėga 90 <input checked="" type="checkbox"/> Darbo sąlygos 64 <input checked="" type="checkbox"/> Mokymai 98 <input checked="" type="checkbox"/> Atlyginimas 94 <input checked="" type="checkbox"/> Žmogaus teisės 142 <input checked="" type="checkbox"/> Saugumas ir sveikata 298 <input checked="" type="checkbox"/> Lygybė darbo vietoje 219 <input checked="" type="checkbox"/> Vertės grandinė 17 <input checked="" type="checkbox"/> Bendruomenė 140 <input checked="" type="checkbox"/> Verslo elgsena 42 <input checked="" type="checkbox"/> Vartotojai 13 <input checked="" type="checkbox"/> Kokybės vertinimas 30 <input checked="" type="checkbox"/> Socialiniai rodikliai 386 	
<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Valdymo veiksnys <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Vadovybė ir valdymas 163 <input checked="" type="checkbox"/> Akcininkai 6 <input checked="" type="checkbox"/> Korupcija 33 <input checked="" type="checkbox"/> Pinigų plovimas 2 <input checked="" type="checkbox"/> Kyšininkavimas 10 <input checked="" type="checkbox"/> Auditoriai ir auditas 16 <input checked="" type="checkbox"/> Lobizmas 17 <input checked="" type="checkbox"/> Konkurencija 4 <input checked="" type="checkbox"/> Santykiai su tiekėjais ir partneriais 111 <input checked="" type="checkbox"/> Mokėjimų praktika 8 <input checked="" type="checkbox"/> Kibernetinis saugumas 18 <input checked="" type="checkbox"/> Verslo elgsena 29 <input checked="" type="checkbox"/> Kokybės valdymas 10 <input checked="" type="checkbox"/> Valdymo rodikliai 46 	
<ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Sentimentai <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Pozityvus 467 <input checked="" type="checkbox"/> Negatyvus 109 <input checked="" type="checkbox"/> Neutralus 121 <input checked="" type="checkbox"/> Kita reikšminga informacija <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> ESRS 1688 <input checked="" type="checkbox"/> Finansiniai išteklių 48 <input checked="" type="checkbox"/> Politika 17 <input checked="" type="checkbox"/> Strategija 21 <input checked="" type="checkbox"/> Tikslai 339 <input checked="" type="checkbox"/> Dvigubas reikšmingumas 15 <input checked="" type="checkbox"/> Galimybės 28 <input checked="" type="checkbox"/> Rizika 89 <input checked="" type="checkbox"/> Suinteresuotosios šalys 64 <input checked="" type="checkbox"/> EU taksonomija 79 	

2 priedas. Kodų sistema analizuojant įmonių tweet'us

Codes	1437
<ul style="list-style-type: none"> ESG veiksniai (E,S,G) <ul style="list-style-type: none"> Aplinkosauga 80 Socialinis aspektas 3 Valdymo aspektas 0 	
<ul style="list-style-type: none"> Aplinkosaugos veiksnys <ul style="list-style-type: none"> Klimato kaita 274 Tarša 4 Vandens ir jūrų išteklių 18 Biologinė įvairovė ir ekosistema 66 Žiedinė ekonomika ir išteklių naudojimas 98 Aplinkosaugos rodikliai 18 	
<ul style="list-style-type: none"> Socialinis veiksnys <ul style="list-style-type: none"> Darbo jėga 3 Darbo sąlygos 3 Mokymai 7 Atlyginimas 0 Žmogaus teisės 18 Saugumas ir sveikata 45 Lygybė darbo vietoje 26 Vertės grandinė 1 Bendruomenė 57 Verslo elgsena 6 Vartotojai 0 Kokybės vertinimas 0 Socialiniai rodikliai 3 	
<ul style="list-style-type: none"> Valdymo veiksnys <ul style="list-style-type: none"> Vadovybė ir valdymas 14 Akcininkai 1 Korupcija 0 Pinigų plovimas 0 Kyšininkavimas 0 Auditoriai ir auditas 0 Lobizmas 1 Konkurencija 0 Santykiai su tiekėjais ir partneriais 4 Mokėjimų praktika 1 Kibernetinis saugumas 0 Verslo elgsena 1 Kokybės valdymas 0 Valdymo rodikliai 0 	
<ul style="list-style-type: none"> Sentimentai <ul style="list-style-type: none"> Pozityvus 302 Negatyvus 0 Neutralus 106 Kita reikšminga informacija <ul style="list-style-type: none"> ESRS 185 Finansiniai išteklių 10 Politika 0 Strategija 4 Verslo modelis 0 Tikslai 69 Dvigubas reikšmingumas 0 Galimybės 3 Rizika 1 Suinteresuotosios šalys 5 EU taksonomija 0 	

3 priedas. Tvarumo ataskaitų projekto informacija

Sustainability reports.mx24

Document groups: 0

Document sets: 0

Text documents: 0

PDF documents: 16

Image documents: 0

Table documents: 0

Codes: 55

Coded segments: 7816

Paraphrased Segments: 0

Focus Group Contributions: 0

Code sets: 0

Memos: 160

Document memos: 0

In-document memos: 160

Code memos: 0

Document Variables: 0

Code Variables: 0

Internals links: 0

4 priedas. Socialinės medijos projekto informacija

Tweets.mx24

Document groups: 0

Document sets: 0

Text documents: 0

PDF documents: 18

Image documents: 0

Table documents: 0

Codes: 56

Coded segments: 1438

Paraphrased Segments: 0

Focus Group Contributions: 0

Code sets: 0

Memos: 34

Document memos: 0

In-document memos: 34

Code memos: 0

Document Variables: 0

Code Variables: 0

Internals links: 0