

SOCIALINĖS INFORMACIJOS KAIP LIETUVOS ĮMONIŲ ETIŠKOS ELGSENOS KRITERIJAUŠ ANALIZĖ

Šviesa Leitonienė¹, Alfreda Šapkauskienė²

¹*Kauno technologijos universitetas, Lietuva, sviesa.leitoniene@ktu.lt*

²*Kauno technologijos universitetas, Lietuva, alfreda.sapkauskiene@ktu.lt*

crossref <http://dx.doi.org/10.5755/j01.em.17.3.2091>

Abstract

Today's global economic scene, marked by the economic and financial crisis, requires increasing awareness about social responsibility and ethics of business. Thus changes in the economy also create new challenges for accounting and its ethics as a part of business ethics that firm should put more emphasis on.

On the one side, recent accounting-related business scandals highlight the need for more attention to be given to the question of accounting ethics related to the disclosure of financial performance. In this respect creative accounting provides a challenge for the accounting profession too: accounting problem is right choice of accounting policies and handling transactions (Usurelu, 2010).

On the other side, one of the greatest risks for businesses is that they are almost exclusively answerable to their investors, thereby limiting their social value. Business management cannot concern itself only with the interests of the proprietors, but must also assume responsibility for all the other stakeholders who contribute to the life of the business: the workers, the clients, the suppliers of various elements of production, the community of reference. Hence, the primary goal of any firm is not only to increase its owners' wealth, but also to meet the need and receive the public trust by concerning ethics in going business (Prepanichukul, 2010). In this context, traditional role of accounting shifts its focus from owners towards the environment and wider stakeholder community. According Crowther and Hosking (2009), this brings us to the concept of social accounting, which aims to provide information in a variety of different groups with different information needs. Social accounting is different from traditional accounting, taking into account the audience and its voluntary nature. A large part of the current debate about the social accounts do not focus on the diversity of views of interested parties, but these approaches to the synthesis of a single truth that can be accounted for. In this context, the question is to decide how to approach nearest to the truth of what should be accounted for, and what is not. In this context, problem of accounting is related to voluntary qualitative disclosures.

Although there is done a number of social responsibility and accounting research in Lithuania (Juscus, 2007; Bernatonyte, Vilke, Keizeriene, 2009; Amstrokiene, Adamoniene, 2009; Simanskiene, Pauzoliene, 2010; Dagiliene, Bruneckiene, 2010; Simanaviciene, Kovaliov and Subonyte, 2011; Giziene, Palekiene and Simanaviciene, 2011; Kovaliov, Simanaviciene and Palekiene, 2011) , but in practice only a part of Lithuanian companies provide their environment information, and even smaller parts - social reports.

The *problem* is why Lithuanian firms present their social information and how social information of firms reveals their ethical behaviour.

Thus the *object* of research is social accounting. And the main *objective* of this article is carrying out theoretical analysis of social accounting disclosure determinants and to indentify factors of social reporting by Lithuanian firms.

The *research methodology* involved the systematic and comparative analysis of scientific literature; and social information reflected in the sustainability report was carried out by the content analysis method.

Result of the research show that that the large part of firms, which provide their social information, is characterised by ethical behaviour. And social information disclosure of Lithuanian firms can be explained by the theory of stakeholders mainly, because the information is provided to meet the needs of investors.

Keywords: Social accounting, corporate social responsibility, business ethics

JEL Classification: M40, M41.

Įvadas

Besitęsianti pasaulinė ekonomikos ir finansų krizė dar kartą išryškino įmonių darnaus vystymosi, socialinės atsakomybės ir verslo etikos svarbą. Šią finansų krizę lydintys su apskaita susiję verslo skandalai, atskleidė, kad didesnis dėmesys turi būti skiriamas apskaitos etikai įmonės veiklos rezultatų finansinio ir socialinio atskleidimo požiūriu.

Dėl šios priežasties vis aktualesne tampa socialinės apskaitos koncepcija, kuri praplečia tradicinį apskaitos vaidmenį ir siekia pateikti informaciją ne tik įmonės savininkams, bet ir kitoms suinteresuotoms grupėms (Crowth, Hosking, 2009). Socialinė apskaita skiriasi nuo tradicinės apskaitos, atsižvelgiant į auditoriją ir jos savanorišką pobūdį. Be to, pastaruoju metu didelis dėmesys yra skiriamas ne socialinės informacijos pateiktos socialinės atsakomybės ataskaitose atitikimui skirtingiems suinteresuotųjų grupių poreikiams, o šių poreikių sintezei, siekiant nuspręsti, kaip labiau priartėti prie tiesos atskleidimo apskaitoje. Šiuo požiūriu šiandien apskaitos problema yra susijusi su savanoriško socialinės informacijos atskleidimo kokybe, siekiant atspindėti įmonių elgsenos etiką socialinės atsakomybės srityje.

Ir nors Lietuvoje atliekami moksliniai socialinės atsakomybės ir apskaitos tyrimai (Ruzevicius, Serafinas, 2007; Bernatonyte, Simanaviciene, 2008; Juscius, Snieska, 2008; Legenzova, 2008; Dagiliena, 2009; Amstromskiene, Adamoniene, 2009; Juscius, 2009; Bernatonytė, Vilkė, Kaizerienė, 2009; Ruževičius, 2009; Dagilienė, Bruneckienė, 2010; Bagdoniene, Paulaviciene, 2010; Šimanskienė, Paužolienė, 2010; Simanavičienė, Kovaliov, Šubonytė, 2011; Dagilienė, Gokienė, 2011), tačiau praktikoje tik ne didelė dalis Lietuvos įmonių teikia socialinę informaciją apie aplinkos apsaugą, o dar mažesnė – socialinės atsakomybės ataskaitas. **Problema** yra tame, kad vis dar neaišku, kokie veiksniai skatina Lietuvos įmones pateikti socialinę informaciją ir kiek ši informacija yra susijusi su jų etišku elgesiu.

Taigi šio straipsnio **tikslas** yra atlikti teorinę socialinės informacijos atskleidimą lemiančių veiksnių analizę ir identifikuoti pagrindinius veiksnius skatinančius Lietuvos įmonių socialinės atskaitomybės ataskaitų pateikimą.

Tyrimo **objektas** yra socialinė apskaita kaip socialinės informacijos pateikimo šaltinis.

Tyrimo metodai – lyginamoji ir sisteminė mokslinės literatūros analizė, socialinės atskaitomybės ataskaitų turinio analizė.

Socialinė informacija ir jos atskleidimo reglamentavimas Lietuvoje

Dėl spartaus ekonomikos vystymosi iškilusios aplinkos apsaugos problemos, o vėliau sekusios ekonomikos krizės metu išryškėjusios socialinės ir verslo etikos problemos, paskatino valstybių vadovus atsižvelgti į ekonominės plėtros ir ekologinių bei socialinių problemų sąsajas ir įgyvendinti tokių ekonomikos plėtros modelių, kuris užtikrintų darnų vystymąsi. Suinteresuotųjų grupių spaudimas dėl darnaus vystymosi koncepcijos įgyvendinimo skatina įmonės vadovybės sprendimus susijusius su jų socialine atsakomybe.

Pasak J. Ruževičiaus, socialinė atsakomybė – tai tokia organizacijų (ir asmens) veiklos politika bei praktika, kai įmonės į savo veiklą savanoriškai įtraukia socialinius ir aplinkosaugos klausimus ir juos harmoningai derina su ekonominiais interesais, o santykiuose su visomis suinteresuotomis šalimis vadovaujasi pagarbos žmogui, visuomenei bei gamtai vertybiniais principais.

Pastaraisiais dešimtmečiais daug valdybos ir ekonomikos sričių mokslininkų nagrinėja kaip įmonės reaguoja į didėjančią išorinį spaudimą dėl socialinės atsakomybės. Tuo tarpu apskaitos tyrėjų darbuose koncentruojamasi į socialinės ir aplinkos apsaugos informacijos pateikimą (Epstein, Freedman, 1994; Gray et al, 2003; Berglof, Pajuste, 2005; Franci et al, 2008; Murthy, 2008; Zhang, Han, 2008; Galego, 2008; Holder-Webb et al, 2009; Cho et al, 2009; ir kt.). Nes įmonės norėdamos informuoti visuomenę apie vykdomą politiką šioje srityje, pateikia socialinės atsakomybės, aplinkos apsaugos, darnaus vystymosi ataskaitas ar publikuoja informaciją internetiniuose tinklapiuose. Tam, kad parengti ataskaitas apie organizacijos sąveikas su aplinka, darbuotojais, bendruomene, vartotojais ir kitais suinteresuotais asmenimis reikalinga specifinė socialinė informacija. Tradicinės finansinės ir valdymo apskaitos sistemos suteikia tik nedidelę dalį reikiamos informacijos, todėl yra vystoma atskira apskaitos sritis – socialinė ir aplinkos apsaugos apskaita.

Moksliniuose darbuose yra nagrinėjamos įvairios socialinės ir aplinkos apsaugos apskaitos koncepcijos bei teorijos. Vienuose tyrimuose šios apskaitos sritys yra apjungiamos (Parker, 2005; Gray, 2006), kituose – aplinkos apsaugos apskaita ir ataskaitos analizuojamos atskirai (Clarkson et al., 2008; Dawkins, Fraas, 2009). Pati socialinė apskaitos sąvoka taip pat buvo traktuojama skirtingai laiko bėgyje. Tačiau šiuo metu sutinkama, kad socialinė apskaita (socialinės atsakomybės apskaita) siekia nustatyti organizacijos veiklos stebėjimo ir vertinimo sistemą, siekiant užtikrinti įmonės veiklos atitikimą aplinkos apsaugos, ekonomikos ir visuomenės poreikiams. Socialinė apskaita, skirtingai nei finansinė apskaita, atkleidžia įmonės indėlį visuomenės kūrimo. Ji susijusi su etiška verslo elgsena, kuri prisideda prie žmonių ir planetos gerovės kūrimo.

Taigi pastaruoju metu plėtojantis įmonių socialinei atsakomybei vis didesnis vaidmuo tenka socialinei apskaitai, kuri apima socialinės ir aplinkosauginės informacijos rinkimą, analizę ir pateikimą suinteresuotoms šalims, siekiant atspindėti įmonių etišką elgseną, tai yra jų daromą įtaką aplinkai ir visuomenei.

Tuo tarpu pati socialinė informacija apibrėžiama, kaip įmonės pateikiama informacija apie skirtingus socialinius aspektus, kuriems įtakos gali turėti įmonės veikla, pvz. susijusius su darbuotojais, socialine bendruomene, aplinkos apsauga ir kitais etikos klausimais.

Ir nors įmonės socialinė informacija gali būti atskleista metinėse ataskaitose, aplinkos apsaugos ataskaitose, socialinės atsakomybės ataskaitose, darnaus vystymosi ataskaitose, internetiniuose tinklapiuose, tačiau pagrindinis socialinės informacijos šaltinis yra socialinės atsakomybės (pažangos) ataskaitos. Nors įmonių socialinės atsakomybės ataskaitos skiriasi, kaip skiriasi ir jų požiūris į socialinę atsakomybę, tačiau jos yra rengiamos vadovaujantis Pasaulinio susitarimo principais, kurie aprėpia žmogaus teisių gynimą,

santykių su darbuotojais gerinimą, aplinkos apsaugą ir kovą su korupcija. Tokiu būdu socialinės atsakomybės ataskaitose pateikiama socialinė informacija apie įmonių etišką elgseną įvairiose socialinės atsakomybės srityse.

Socialinės informacijos pateikimas Lietuvoje nėra privalomas, tačiau kiekvienais metais daugėja įmonių, nors jų skaičius yra vis dar nedidelis, pasirenkančių atviresnę visuomenės informavimo politiką. Keičiantis informacijos atskleidimo tradicijoms aktualu analizuoti priežastis ir nustatyti veiksnius, sąlygojančius įmonės vadovų priimamus sprendimus dėl socialinės atsakomybės ataskaitų pateikimo. Yra atlikta tik keletas, socialinės informacijos pateikimo tyrimų Lietuvoje (Vaskeliene, Seleben, 2008; Legenzova, 2008; Dagiliene, 2009; Dagilienė, Bruneckienė, 2010; Dagilienė, Gokienė, 2011), todėl tikslinga įvertinti šiuo metų vyraujančią socialinės informacijos pateikimo praktiką ir nustatyti atskleidžiamos socialinės informacijos kokybę.

Kiekviena įmonė veikia aplinkoje, kuri yra sąlygojama tiek vidinių, tiek išorinių jėgų. Įmonės socialinės apskaitos rezultatas – socialinės informacijos apie įmonės etišką elgseną atskleidimas priklauso nuo daugelio skirtingų veiksnių. Vienas iš svarbiausių išorinių veiksnių yra socialinės apskaitos reglamentavimas. Čia svarbų vaidmenį atlieka tradicinės finansinės apskaitos principų ir standartų ribotumai Lietuvoje, kaip ir daugelyje kitų šalių.

Iš vienos pusės, vyraujanti apskaitos teorija susiformavo per ilgą laiką, tuo tarpu socialinės informacijos atskleidimas yra nauja apskaitos sritis. Dėl šios priežasties kai kurie egzistuojantys bendrai priimti apskaitos principai ir standartai apriboja socialinės informacijos atskleidimo galimybes. Tai yra viena iš pagrindinių priežasčių, lemianti įmonių sprendimą nepateikti socialinės informacijos tradicinėse finansinėse ataskaitose.

Iš kitos pusės, siekiant atspindėti tikrą ir teisingą įmonės socialinės atsakomybės situaciją, socialinės atsakomybės ataskaitos sudarymas turi būti paremtas apskaitos principais. Taigi socialinės informacijos poreikis reikalauja didelių pakeitimų finansinėje apskaitoje. Šiuo metu daugelyje šalių privalomų ataskaitų sudarymo principų ribotumai lemia tai, kad socialinė informacija yra pateikiama tik savanoriškose ataskaitose.

Lietuvoje socialinės informacijos atskleidimas yra savanoriškas. Įmonės neprivalo pateikti socialinės atsakomybės, darnaus vystymosi ar aplinkos apsaugos ataskaitų bei įtraukti duomenų apie socialinę atsakomybę į metines finansines ataskaitas. Tačiau nuo 2008 metų LR Įmonių finansinės atskaitomybės įstatyme ir Įmonių grupių konsoliduotos finansinės atskaitomybės įstatyme reikalaujama, kad metiniame pranešime turi būti pateikta įmonės arba įmonių grupės finansinių ir nefinansinių veiklos rezultatų analizė, su aplinkosaugos ir personalo klausimais susijusi informacija. Taip pat bendrovės, listinguojamos NASDAQ OMX Vilnius vertybinių popierių biržoje, turi laikytis bendrovių valdymo kodekso, kuris skatina bendroves tinkamai atskleisti informaciją rinkai. Tačiau minėti reikalavimai yra apibendrintos formos ir gali būti įvairiai interpretuojami, todėl įmonių pateikiama socialinė informacija skiriasi savo apimtimi ir kokybe. Dėl šios priežasties buvo parengtos Įmonių socialinės atsakomybės gairės, kurių tikslas – padėti listinguojamoms įmonėms taikyti socialinius ir aplinkosauginius reikalavimus versle bei padidinti socialinių ataskaitų skaidrumą ir pagerinti jų kokybę.

Taip pat svarbus veiksnys yra tarptautinės savanoriškų ataskaitų pateikimo rekomendacijos. Pasaulinė atsiskaitymo iniciatyva (angl. GRI – Global Reporting Initiative) pasauliniu mastu nustato rekomendacijas savanoriškų darnaus vystymosi ataskaitų pateikimui. Pagrindinis GRI tikslas – pateikti savanoriškų ataskaitų pateikimo taisykles, kurios būtų taikomos globaliu mastu ir užtikrintų pateikiamos informacijos kokybę, pastovumą ir praktinį panaudojimą. Darnaus vystymosi ataskaitų pateikimo rekomendacijos susideda iš principų ir rodiklių, kurie yra naudojami matuoti ekonominę, aplinkos apsaugos ir socialinę įmonės pažangą. Vis dėlto GRI principai yra kritikuojami dėl to, kad juose didžiausias dėmesys yra skiriamas informacijos apie aplinką pateikimui, todėl nėra išlaikomas balansas tarp trijų darnaus vystymosi dedamųjų. Be to, Jungtinių Tautų aplinkos apsaugos programa (angl. United Nations Environmental Programme) ir Visuotinė aplinkos apsaugos informacijos pateikimo iniciatyva (angl. Public Environmental Reporting Initiative) suinteresuotos savanoriškų aplinkos apsaugos ataskaitų pateikimo principų nustatymu. GRI metodika nėra itin paplitusi Lietuvoje. Ją naudoja branda socialinės atsakomybės srityje pasižyminčios bendrovės AB “TEO LT”, AB “SEB bankas”.

Lietuvoje savanorišką socialinės atsakomybės (pažangos) ataskaitų pateikimą skatina nuo 2005 metų veikiantis Lietuvos nacionalinis atsakingo verslo tinklas kaip JT Pasaulinio susitarimo dalis. Remiantis Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo metinėmis veiklos ataskaitomis 2008 m. šis tinklas vienijo 57 Lietuvos įmones ir organizacijas, 2009 m. – 61; 2010 m. – 65. Ir nors Lietuvos nacionalinis atsakingo verslo

tinklas plečiasi, tačiau tik 2008 m. tik 11 Lietuvos organizacijų (iš 57 narių) pateikė socialinės atsakomybės ataskaitas, 2009 m. – 12; o 2010 m. – 16.

Apibendrinant galima teigti, kad nors tarptautinės savanoriškų ataskaitų pateikimo rekomendacijos skatina Lietuvos įmones atskleisti darniam vystymui reikšmingą informaciją. Taip pat vieningų apskaitos principų laikymasis ir tų pačių rodiklių naudojimas prisideda prie socialinės apskaitos harmonizavimo ir užtikrina informacijos palyginamumą bei skaidrumą. Tačiau dauguma Lietuvos bendrovių vis dar yra orientuotos į privalomų finansinių ataskaitų pateikimą ir reikalaujamos informacijos atskleidimą.

Socialinė informacijos atskleidimo veiksnių teorinis pagrindimas

Mokslinėje literatūroje įvairiais aspektais yra analizuojami veiksniai, sąlygojantys savanorišką įmonės socialinės atsakomybės ataskaitas, tuo pačiu ir socialinės informacijos, pateikimą. Analizuojant socialinės informacijos, kaip įmonių etiškos elgsenos kriterijaus, pateikimo veiksnius bei priežastis svarbios yra suinteresuotųjų grupių, teisėtumo ir savanoriško ataskaitų pateikimo teorijos.

Remiantis suinteresuotųjų grupių teorija, socialinės atsakomybės ataskaitų pateikimas yra būdas patenkinti įmonės veikla suinteresuotų grupių interesus ir lūkesčius. Didesnį suinteresuotų grupių spaudimą patiriančios įmonės pateikia daugiau informacijos apie savo veiklą (Gray, Owen, Adams, 1996). Šiuo požiūriu socialinės informacijos pateikimas yra strateginis įrankis, naudojamas informacijos asimetriškumui tarp įmonės ir jos suinteresuotųjų asmenų sumažinti. Tokiu būdu socialinės informacijos pateikimas turi teigiamą išorinį poveikį investuotojams, kurie aktyvią socialinės atsakomybės veiklą vykdančias įmones vertina kaip mažiau rizikingas. Šios krypties tyrimai parodė, kad didžiausią įtaką socialinės informacijos atskleidimui daro šie veiksniai – užsienio investicijos, prekybos akcijomis intensyvumas, akcijų listingavimas užsienio biržose ir aukšta beta rizika (Cormier, Magnan, 1999; Franci, Nanda, & Olsson, 2008; Clarkson et al, 2008). Pagrindinis informacijos asimetriškumo mažinimo motyvas yra finansinė nauda, kurią tikimasi gauti, padidėjus įmonės rinkos vertei ir sumažėjus kapitalo kaštams.

Teisėtumo teorija teigia, kad įmonės pateikia ataskaitas, siekdamos valdyti suinteresuotųjų narių spaudimą dėl socialinių ir aplinkos problemų. Didesnį spaudimą patiria įmonės, veikiančios aplinkai nepalankiose sektoriuose, geriau pastebimos dėl savo dydžio ir veiklos apimčių. Taip pat nemažą įtaką čia daro ir žiniasklaidos susidomėjimas įmonių veikla. Supažindinant visuomenę su vykdoma socialine ir aplinkosaugine veikla, siekiama įteisinti savo veiksmus ar nukreipti dėmesį nuo daromos žalos. Taigi šios krypties tyrimai įrodė, kad informacijos pateikimo mastą įtakoja bendruomenė, kurioje įmonė veikia (Gray, Kuohy, Lavers, 1995; Wilmschurst, Frost, 2000; Clarkson et al, 2008). Ši teorija paaiškina įmonių, kurios susidurdamos su socio-politiniais pokyčiais nori apsaugoti savo veiklos teisėtumą, informacijos apie socialinę atsakomybę ir aplinkos apsaugą atskleidimo lygį.

Savanoriško ataskaitų pateikimo teorija teigia, kad egzistuoja teigiamas ryšys tarp pažangos socialinės atsakomybės srityje ir pateikiamos informacijos kokybės. Pavyzdžiui, įmonės vykdydamos aplinkosaugos veiklą, savanoriškai skelbia informaciją, nes tokiu būdu siekia padidinti savo rinkos vertę ir tikisi, kad gauta nauda viršys patiriamas išlaidas (Clarkson et al, 2008). Tuo tarpu aplinką teršiančios bendrovės siekia išlikti nepastebimomis ir nepateikia informacijos. Būtent ši savanoriško ataskaitų pateikimo teorija atskleidžia socialinę informaciją kaip įmonių etiškos elgsenos kriterijų.

Taigi, teisėtumo ir suinteresuotųjų grupių teorijos remiasi požiūriu, kad savanoriškos ataskaitos neatspindi tikros įmonės socialinės atsakomybės veiklos ir yra būdas, pvz. aplinką teršiančioms įmonėms paslėpti „blogas naujienas“, tuo tarpu savanoriško ataskaitų pateikimo teorija teigia, kad ataskaitos yra būdas pranešti „geras naujienas“ apie pažangą socialinės atsakomybės ir aplinkos apsaugos srityje. Šios teorijos paaiškina savanoriškų ataskaitų pateikimo priežastis/veiksnius, tik tai daro iš skirtingų pozicijų – viena iš teisėtumo, kita - iš strateginės pozicijos.

Apibendrinant, galima teigti, kad kitų mokslininkų atliktų empirinių tyrimų analizė parodė, kad siekiant nustatyti socialinės atsakomybės veiklos įtaką informacijos pateikimui, gauti prieštaringi rezultatai. Vieni autoriai, ypatingai aplinkos apsaugos informacijos pateikimo srityje, patvirtino teisėtumo teoriją (Hughes et al, 2001; Sutantoputra, 2009; ir kt.), tuo tarpu kiti – suinteresuotųjų grupės ir savanoriškų ataskaitų pateikimo teorijas (Clarkson et al, 2008; Dawkins, Frass, 2009; ir kt.). Šiuos rezultatus lėmė skirtumai tyrimo metodologijose (imtyje, atrankos, statistinės analizės metuose, kintamųjų pasirinkime) bei skirtingos analizuojamos ataskaitos (privalomos ar savanoriškos). Svarbu ir tai, kad daugelis tyrimų atlikta išsivysčiusiose šalyse, o besivystančiose šalyse šiam klausimui skiriama mažai dėmesio. Todėl galima teigti, kad įmonių socialinės atsakomybės, kaip etiškos elgsenos, įtaka informacijos atskleidimui nėra iki galo išanalizuota ir reikalauja tolimesnių tyrimų.

Socialinės informacijos atskleidimo tyrimo metodika

Šio empirinio tyrimo tikslas yra išanalizuoti Lietuvos socialiai atsakingų įmonių socialinės informacijos, kaip įmonių etiškos elgsenos kriterijaus, atskleidimą pagal keturis pagrindinius Pasaulinio Susitarimo principus: žmogaus teisės, darbuotojų teisės, aplinkosauga, kova su korupcija.

Remiantis savanoriško ataskaitų pateikimo teorija tyrimo imtis buvo sudaryta iš Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo bendrovių, pateikusių socialinės atsakomybės ataskaitas 2006 – 2010 metų laikotarpiu. Analizuojamu laikotarpiu iš viso buvo pateiktos 52 socialinės atsakomybės ataskaitos. Tik trys įmonės nuo 2006 metų teikė ataskaitas kasmet, viena įmonė nuo 2007 m. pateikė 4 ataskaitas, o keturios bendrovės yra pateikusios po tris socialinės atskaitomybės ataskaitas. Likusios įmonės yra pateikusios po dvi arba po vieną socialinės atsakomybės ataskaitą.

Iš viso analizuojama yra 21 įmonė Lietuvos nacionalinio tinklo narė, iš kurių didžiausias skaičius, t.y 7, priklauso finansinės ir draudimo veiklos sektoriui (pateikta 16 ataskaitų), 4 priklauso apdirbamosios gamybos sektoriui (8 ataskaitos), 2 – informacijos ir ryšių sektoriui (9 ataskaitos), 1 – statybos (2 ataskaitos), dar 3 konsultacijų ir mokymų įmonės, o likusios 4 teikia kitas paslaugas (atitinkamai 5 ir 12 ataskaitų). Kuro ir naftos sektoriaus įmonės, verslo organizacijos ir tyrimo imtį neįtrauktos, nes nepateikė socialinės atsakomybės ataskaitų. Akademinės institucijos ir profesinės sąjungos neįtrauktos dėl to, kad šiame tyrime analizuojama tik verslo įmonių socialinės informacijos atskleidimas.

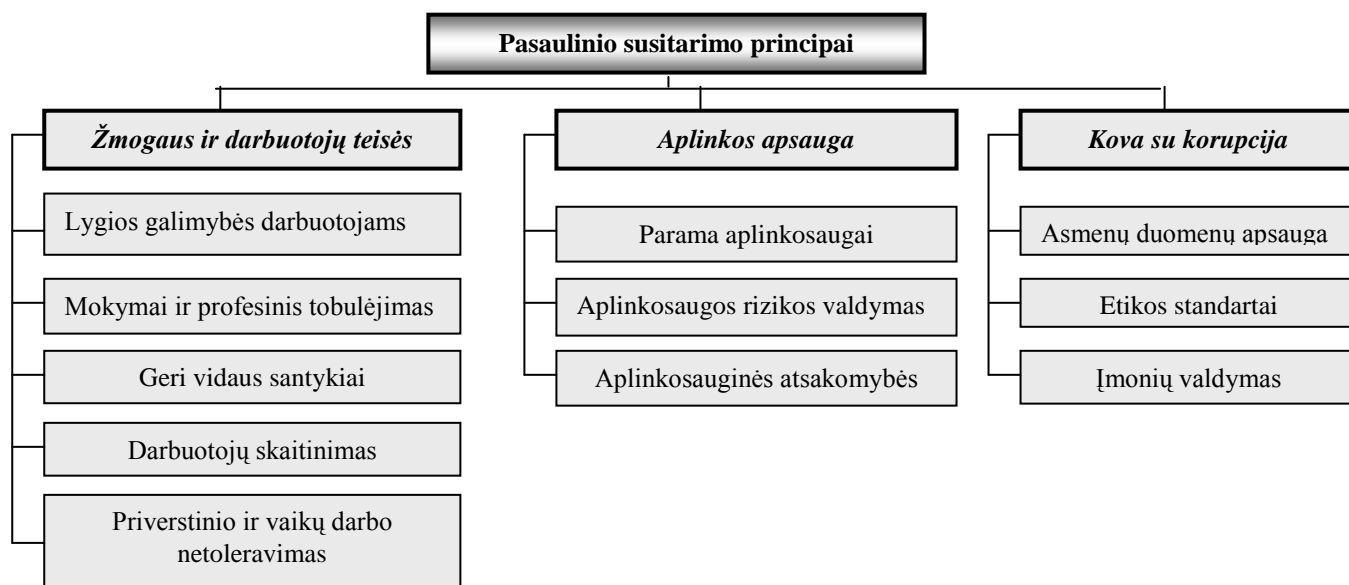
1 lentelėje pateikiamas analizuojamos įmonės ir jų pateiktos socialinės atskaitomybės ataskaitos pagal ūkio sektorius.

1 lentelė. Nacionalinio atsakingo verslo tinklo analizuojamos įmonės pagal veiklos sritis

Ūkio sektorius	Įmonių skaičius	Pateiktų socialinių ataskaitų skaičius
Apdirbamoji gamyba	4 (13)*	8
Finansinė ir draudimo veikla	7 (9)	16
Informacija ir ryšiai	2 (7)	9
Konsultacijų ir mokymo paslaugos	3 (7)	5
Kitos paslaugos	4 (8)	12
Statyba	1 (5)	2
Kuras ir nafta	0 (5)	0
Verslo organizacijos	0 (4)	0
Akademinės institucijos ir profesinės sąjungos	0 (8)	0

* skliausteliuose pateiktas atitinkamo ūkio sektoriaus įmonių skaičius Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinkle 2010 m.

1 paveiksle pateikti socialinės informacijos rinkimo kriterijai pagal atskirose socialines atsakomybės veiklos kryptyse taikomas priemones.



1 pav. Socialinės informacijos atskleidimo socialinės atsakomybės ataskaitose vertinimo kriterijai

Atliekant kokybinės socialinės informacijos atskleidimo socialinės atsakomybės ataskaitose empirinį tyrimą buvo naudota turinio analizė pagal Pasaulinio susitarimo principų pagrindines veiklos kryptis: žmogaus ir darbuotojų teisės, aplinkosauga ir kova su korupcija. Turinio analizės matavimai gali būti ir žodžiai, frazės, linijos, puslapiai, sakiniai ir kt. Šio tyrimo turinio analizės matavimai buvo socialinių ataskaitų skaičius, kuriose pateikiami sakiniai apie socialinę įmonių atsakomybę, t.y. apie žmogaus ir darbuotojų teisių, aplinkos apsaugos ir kovos su korupcija taikomas priemones.

Socialinės informacijos atskleidimo analizės rezultatai

Socialinės informacijos atskleidimo socialinės atsakomybės ataskaitose empirinio tyrimo rezultatai pateikti 2 lentelėje.

Kaip matyti 2 lentelėje, Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo įmonių socialinės atsakomybės ataskaitose pateikiama didesnė socialinė informacijos dalis susijusi su įmonių elgsenos etika žmogaus ir darbuotojų teisių, po to su aplinkos apsaugos srityse, ir mažiausia informacijos dalis atskleidžia įmonių kovos su korupcija priemones.

2 lentelė. Socialinės informacijos atskleidimo kriterijų analizė

Ūkio sektorius	Finansinė ir draudimo veikla (7)*	Apdirbamoji gamyba (4)	Informacija ir ryšiai (2)	Konsultacijų ir mokymo paslaugos(3)	Kitos paslaugos (4)	Statyba (1)
Žmogaus ir darbuotojų teisės	50 (54%)	23 (33%)	14 (45%)	21 (58%)	21 (48%)	8 (57%)
Lygios galimybių darbuotojams	9	3	3	4	3	1
Mokymai ir profesinis tobulėjimas	10	6	5	5	5	1
Gerai vidaus santykiai	20	7	4	5	9	3
Darbuotojų skatinimas	8	3	2	4	4	2
Priverstinio ir vaikų darbo netoleravimas	3	4	0	3	0	1
Aplinkos apsauga	31 (34%)	32 (46%)	12 (39%)	10 (28%)	20 (46%)	5 (36%)
Parama aplinkosaugai	5	6	3	1	3	2
Aplinkos apsaugos rizikos valdymas	6	9	1	0	7	1
Aplinkosauginės atsakomybės	20	17	8	9	10	2
Kova su korupcija	21(12%)	15 (11%)	5 (6%)	5 (14%)	3 (6%)	1 (10%)
Asmenų duomenų apsauga	5	3	2	1	0	0
Etikos standartai	5	3	2	2	0	0
Įmonių valdymas	11	9	1	2	3	1
Iš viso	92 (100%)	70(100%)	31(100%)	36(100%)	44(100%)	14(100%)

* skliausteliuose pateiktas atitinkamo ūkio sektoriaus analizuojamų įmonių skaičius.

Socialinės informacijos analizė parodė, kad finansinės ir draudimo veiklos įmonės pateikia didžiausią socialinės informacijos kiekį, kurį galima paaiškinti siekimu sumažinti informacijos asimetriškumą tarp bendrovių ir jos suinteresuotųjų grupių. Tai lemia du pagrindiniai veiksniai: pirma, didžioji dalis šio ūkio sektoriaus bendrovių yra listinguojamos vertybinių popierių biržoje ir antra, jos yra tarptautinių korporacijų dukterinės bendrovės, kurios vadovaujasi informacijos atskleidimo strategijomis, perimtomis iš patronuojančių bendrovių. Finansinės ir draudimo veiklos bendrovių, kaip paslaugas teikiančių įmonių, specifika lemia, kad didžioji socialinės informacijos dalis yra skirta žmogaus ir darbuotojų teisėms.

Socialinės informacijos atskleidimas taip pat yra ypač svarbus apdirbamosios gamybos įmonėms. Tai lemia taip pat informacijos asimetriškumas, nes analizuojamos bendrovės yra listinguojamos biržoje. Šios bendrovės didžiausią dėmesį skiria aplinkos apsaugos informacijos pateikimui, kurį būtų galima paaiškinti teisėtumo teorija. Apdirbamosios gamybos bendrovės, t.y. aplinką teršiančios įmonės, siekdamos valdyti suinteresuotųjų grupių spaudimą ir pateisinti šią veiklą, pateikia daugiau su aplinkos apsauga susijusios informacijos.

Analizuojamos informacijos ir ryšių sektoriaus įmonės yra pasižyminčios branda socialinės atsakomybės srityje, akcijų listingavimu ir užsienio investicijomis. Reiktų atkreipti dėmesį, kad šio sektoriaus įmonės didesnę dėmesį skiria darbuotojų mokymams ir profesiniam tobulėjimui, skirtingai nei kitų ūkių sektorių įmonės, kurių pagrindinis dėmesys šioje srityje yra skirtas darbuotojų geriems vidaus santykiams. Tai lemia ypatinga naujų technologijų ir darbuotojų žinių svarba informacijos ir ryšių sektoriaus įmonėms.

Konsultacijų ir mokymo paslaugų, kitų paslaugų ir statybos sektorių įmonių atskleidžiamą mažesnę socialinės informacijos kiekį galima paaiškinti tuo, kad didžioji dalis šių įmonių yra uždarnosios akcinės bendrovės. Jų veiklos specifika taip pat lemia, kad didžiausias socialinės informacijos kiekis yra skiriamas žmonių ir darbuotojų teisėms.

Apibendrinant, galima teigti, kad Lietuvos įmonių socialinės informacijos atskleidimas iš esmės gali būti paaiškinamas suinteresuotųjų grupių teorija, nes socialinė informacija visų pirma yra pateikiama siekiant patenkinti investuotojų poreikius.

Išvados

Visuotinės darnaus vystymosi koncepcijos įgyvendinimo kontekste griežtėja įmonės socialinės atsakomybės reikalavimai ir didėja išorinis suinteresuotųjų grupių spaudimas dėl jų įgyvendinimo. Todėl vis daugiau Lietuvos įmonės didesnę dėmesį skiria socialinės atsakomybės veiklai ir renka atviresnę socialinės informacijos atskleidimo politiką.

Socialinė informacija, kuri apibrėžiama, kaip įmonės pateikiama informacija apie skirtingus socialinius aspektus, kuriems įtakos gali turėti įmonės veikla, pvz. susijusius su darbuotojais, socialine bendruomene, aplinkos apsauga ir kitais etikos klausimais, tampa įmonių etiškos elgsenos įvairiose socialinės atsakomybės srityse kriterijumi.

Nors didžioji dalis Lietuvos įmonių vis dar yra orientuota tik į privalomas finansines ataskaitas ir reglamentuotą informacijos pateikimą, tačiau tradicinės finansinės apskaitos principų bei standartų ribotumai, teisinis informacijos atskleidimo reglamentavimas ir savanoriškų ataskaitų pateikimo iniciatyva Lietuvoje skatina įmones atskleisti socialinę informaciją.

Atliktas empirinis socialinės informacijos atskleidimo Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo įmonių socialinės atsakomybės ataskaitose tyrimas parodė, kad šiose ataskaitose pateikta didelė dalis socialinės informacijos, kuri atskleidžia įmonių elgsenos etiškumą žmogaus ir darbuotojų tiesių srityje, taip pat nemažas informacijos kiekis skiriamas aplinkos apsaugos sričiai ir mažiausias dėmesys skiriamas kovai su korupcija.

Pagrindiniai veiksniai lemiantys Lietuvos įmonių socialinės informacijos atskleidimo kiekį ir struktūrą yra įmonės veiklos specifika, akcijų listingavimas ir užsienio investicijos bei aplinkos tarša. Taigi Lietuvos įmonių socialinės informacijos atskleidimas iš esmės gali būti paaiškinamas suinteresuotųjų grupių teorija, nes socialinė informacija visų pirma yra pateikiama siekiant patenkinti investuotojų poreikius.

Literatūra

1. Astromskiene, A., & Adamoniene, R. (2009). Tendencies of enterprise social responsibility initiatives in Lithuania. *Economics and Management* - 2009, 217-221.
2. Bagdoniene, D., & Paulaviciene, E. (2010). The integration of social responsibility and organizations management system. *Economics and Management* - 2010, 366- 373.
3. Bernatonyte, D. & Simanaviciene, Z. (2008). Cases study of corporate social responsibility in Lithuania business society. *Business and Management*, 501-505.
4. Bernatonytė, D., Vilkė, R., & Keizerienė, E. (2009). Ekonominės krizės poveikio Lietuvos smulkių ir vidutinių įmonių socialinei atsakomybei kryptys. *Ekonomika ir vadyba* – 2009; 229-234.
5. Berglof, E. & Pajuste, A. (2005). What do firms disclose and why? Enforcing corporate governance and transparency in Central and Eastern Europe. *Oxford Review of Economic Policy*, 2(12), 178-197.
6. Cho, Ch. H., Phillips, J.R., Hageman, A.M., & Pattern D.M. (2009). Media richness, user trust, and perceptions of corporate social responsibility. An experimental investigation of visual web site disclosures. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 22(6), 933-952.
7. Clarkson, P.M., Richardson, G. H., & Vasvari, F.P. (2008). Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis. *Accounting, Organization and Society*, 33, 303-327.
8. Crowther, D., & Hosking, D. M. (2009). Accounting for sacred: towards and inclusion of ethics in social accounting. *Journal of Knowledge Globalization*, 2(1), 1-16.

9. Cormier, D., & Magnan, M. (1999). Corporate environmental disclosure strategies: determinants, costs and benefits. *Journal of Accounting, Auditing and Finance* 3 (14), 429-451.
10. Dagilienė, L. (2009). The role of voluntary disclosed information in financial valuation. *Social Research*, 17(3).
11. Dagilienė, L., & Bruneckienė, J. (2010). Savanoriškai atskleidžiamos informacijos vaidmuo įmonių socialinės atsakomybės aspektu. *Ekonomika ir vadyba -2010*, 451-456.
12. Dgilienė, L., & Gokienė, R. (2011). Valuation of corporate social responsibility reports. *Economics and management -2011*, 21-27.
13. Dawkins, C.E. & Fraas, J.W. (2009). Beyond Acclamations and excuses: environmental performance, voluntary environmental disclosure, and the role of visibility. *Journal of Business Ethics*.
14. Epstein, M.J., & freedman, M. (1994). Social disclosure and the individual investor. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 7(4), 94-109.
15. Franci, J., Nanda, D., & Olsson, P. (2008). Voluntary disclosure, earnings quality, and cost of capital. *Juornal of Accounting research*.
16. Galego-Alvarez, I. (2008). Analysis of social information as a measure of the ethical behaviour of Spanish firms. *Management Decision*, 46(4), 580-599.
17. Gray, R. (2006). Social, environmental and sustainability reporting and organization value creation? Whose value? Whose creation? *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 6(19), 793-819.
18. Gray, R., Javad, M., Power, D.M., & Sinclair, C.D. (2003). Social and environmental disclosure and corporate characteristics: a research note and extension. *Journal of Business Finance & Accounting*, 28 (3-4), 327-356.
19. Gray, R. Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 2 (8), 47-77.
20. Gray, R., Owen, D, & Adams, C. (1996). *Accounting & Accountability: Changes and challenges in corporate social and environmental reporting*. Hertfordshire: Prentice Hall Europe.
21. Holder-Webb, L., Cohen, J.R., Nath, L., & Wood, D. (2009). The supply of corporate social responsibility disclosures among U.S. firms. *Journal of Business Ethics*, 84, 497-527.
22. Hughes, S.B., Anderson, A., & Golden, S. (2001). Corporate environmental disclosures: are they useful in determining environmental performance. *Journal of Accounting and Public Policy*, 3(20), 217-240.
23. Juscius, V., (2009). Corporate social responsibility and corporate identity during contemporary economic crisis. *Economics and Management - 2009*, 264-269.
24. Juscius, V., & Snieska, V. (2008). Influence of corporate social responsibility on competitive abilities of corporations'. *Engineering Economics*, 3, 34-44.
25. Legenzova, R. (2008). Lietuvos akcinių bendrovių nuosavybės struktūros sąryšio su finansinės informacijos pateikimu įvertinimas. *Ekonomika ir vadyba -2008*, 48-54.
26. Murthy, V. (2008). Corporate social disclosure practices of top software firms in India. *Global Business Review*, 9(2), 173-188.
27. Parker, L.D. (2005). Social and environmental accountability research. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 18(6), 842-860.
28. Ruzevicius, J., & Serafinas, D. (2007). The development of socially responsible business in Lithuania. *Engineering Economics*, 1, 36-43.
29. Ruževičius, J. (2009). Development of sustainable and socially responsible business in Lithuanian the international context. *Ekonomika*, 86, 68-75.
30. Simanavičienė, Ž., Kovaliov, R., Šubonytė, J. (2011). Įmonių socialinės atsakomybės skatinimo politikos Lietuvoje SSGG analizė. *Ekonomika ir vadyba -2011*, 605-613.
31. Sutantoputra, A.W. (2009). The relationship between environmental performance and environmental disclosure: evidence from Australia. *Oikos Ph. D. Summer Academy 2009*.
32. Šimanskienė, L., & Paužolienė, J. (2010). Įmonių socialinės atsakomybės svarba Lietuvos organizacijoms. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development*, 20.
33. Vaskeliene, L., & Selepen, J. (2008). Informacijos apie intelektinį kapitalą atskleidimas Lietuvos akcinėse bendrovėse. *Ekonomika ir vadyba – 2008*, 88-96.
34. Wilmshurt, T. D., & Frost, G. R. (2000). Corporate environmental reporting: a test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 13(1), 10-26.
35. Zhang, Z., & Han, F. (2008). Analysis of accounting disclosure model for strengthening corporate social responsibility. *International Journal of Business and Management*, 3(9), 157-161.