

EKONOMINĖS KRIZĖS POVEIKIO LIETUVOS SMULKIŲ IR VIDUTINIŲ ĮMONIŲ SOCIALINEI ATSAKOMYBEI KRYPTYS

Dalia Bernatonytė¹, Rita Vilke², Eglė Keizerienė³

^{1,2} Kauno technologijos universitetas, Lietuva, ¹dalia.bernatonyte@ktu.lt, ²rita.vilke@gmail.com

³Vilniaus universiteto Kauno humanitarinis fakultetas, Lietuva, eglutiz@yahoo.com

Anotacija

Ilgą laiką ryškėjo takoskyra tarp ekonominių ir socialinių įmonių tikslų, jie buvo suvokiami kaip skirtingi, dažnai – netgi konkuruojantys. Dabartinio pasaulio socialinio modelio būdingi bruožai paneigė šią sampratą ekonominiu aspektu, išryškėjus socialinių, etinių ir ekologinių veiksnių reikšmei, savaime priartinusiai tokių verslo modelių prie socialiai atsakingo požiūrio. Dėl globalizacijos procesų išnykusios sienos, atstumai, laiko skirtumai bei susiklosčiusi ekonominės krizės situacija betarpiškai įtakoja ne tik didžiuosius pasaulio ekonomikos subjektus, bet ir smulkias bei vidutines įmones. Todėl aktualiomis tampa problemų, anksčiau būdingų stambiam verslui, diskusijos smulkaus ir vidutinio verslo aspektu. Šiame straipsnyje siekiama atskleisti ekonominės krizės poveikio kryptis smulkių ir vidutinių įmonių socialinei atsakomybei, išskiriami SVĮ socialinę atsakomybę įtakoiantys mikro ir makro veiksniai, siekiant nustatyti ekonominės krizės poveikio ĮSA kryptis. Atliktas tyrimas dėl ekonominės krizės poveikio Lietuvos SVĮ socialinei atsakomybei rodo, kad ekonominės krizės pasekmės SVĮ ir ĮSA dėl įvairių priežasčių dažniausiai vertinamos neigiamai. Smulkusis verslas pirmiausiai privalės spręsti išlikimo problemą, todėl tai stabdys ĮSA diegimą Lietuvos SVĮ.

Raktažodžiai: smulkios ir vidutinės įmonės (SVĮ), įmonių socialinė atsakomybė (ĮSA), ekonominė krizė.

Įvadas

Vis labiau augantis įmonių socialinės atsakomybės (ĮSA) populiarumas pasaulyje, gilėjantis jos reikšmės ir įtakos visuomenės raidai suvokimas paskatino daugelio šalių verslo subjektus orientuoti savo veiklą į socialiai atsakingo valdymo, vartojimo, investavimo ir kitus principus. Įsitvirtinus suvokimui, jog įmonės nėra izoliuotos nuo visuomenės, pažangiose šalyse verslo sektorius, kaip visuomenės raidos procesų dalis, vadovaujasi minėta ĮSA idėja, kuri gerina įmonės įvaizdį, padeda valdyti riziką ir didina įmonės konkurencingumą.

Didėjantis Baltijos šalių vaidmuo pasaulyje sąlygoja ne tik būtinybę didinti valstybių pastangas darniai plėtojant verslą, bet ir aktyvinti verslo sektoriaus įtraukimą į visuomenės raidos procesus, nes tai itin svarbu įmonėms, dalyvaujančioms Europos Sąjungos rinkoje, išsiskiriančioje galiojančiais aukštais ĮSA reikalavimais (Melnikas, 2007). Ženkliai spartėja socialiai atsakingo verslo idėjos aktualumas ir Lietuvos verslininkams kaip veiksnys, didinantis jų įmonių konkurencingumą Europos Sąjungos rinkoje, gerinantis santykius su vartotojais, partneriais, investuotojais, užtikrinantis verslo ilgalaikiškumą bei stabilumą ir prisidedantis prie regiono bei Lietuvos darnaus vystymosi. Susiklosčius minėtai situacijai, išryškėjo **mokslinė problema**, kuriomis kryptimis ekonominė krizė gali įtakoti socialinės atsakomybės principų diegimą Lietuvos smulkioms ir vidutinėms įmonėms (SVĮ).

Pagrindinis šio straipsnio **tikslas** – atskleisti ekonominės krizės poveikio kryptis smulkių ir vidutinių įmonių socialinei atsakomybei.

Tyrimo **metodai**: mokslinės literatūros analizė ir sintezė, empirinis tyrimas, kiekybinė ir kokybinė tyrimo rezultatų analizė.

Keleto pasaulyje atliktų mokslinių studijų (Auperle, Carol, Hartfield, 1985; McGuire, Sundgren, Scneeweis, 1988; Margolis, Walsh, 2003) rezultatai parodė, kad ĮSA ne visada teigiamai veikia įmonės vertę. Nustatyta, jog egzistuoja kompleksas mikro ir makro veiksnių, nuo kurių priklauso ĮSA poveikis įmonės vertei, ekonomikai ir visuomenei. Aktualėjantis ĮSA idėjų vaidmuo Lietuvoje kol kas menkai teatsispindi sisteminiuose moksliniuose tyrimuose, nors keletą darbų ĮSA klausimais yra publikavę, V. Pruskus (2003), R. Pučėtaitė (2004), S. Žirgutenė (2005), N. Vasiljevičienė ir A. Vasiljevas (2005; 2006), V. Juščius (2007), D. Bernatonytė ir Ž. Simanavičienė (2008), R. Ginevičius ir V. Petraškevičius (2008).

Siekiant nustatyti ekonominės krizės poveikio ĮSA kryptis, straipsnyje išskiriami SVĮ socialinę atsakomybę įtakoiantys mikro ir makro veiksniai, pateikiama apklausos dėl ekonominės krizės poveikio smulkių ir vidutinių įmonių socialinei atsakomybei rezultatų analizė.

Įmonių socialinės atsakomybės sampratos problematika

Dabartinio pasaulio su atvira ir žiniomis paremta konkurencija socialinio modelio būdingi bruožai ekonominiu aspektu krypta į socialinius, etinius ir ekologinius veiksnius, kurie savaime priartino tokį verslo modelį prie socialiai atsakingo požiūrio ir sąlygojo ĮSA sąvokos atsiradimą. V. Juščius (2007) atkreipia dėmesį į tai, kad nors formaliai korporacijų socialinės atsakomybės koncepcija buvo išplėtotą XX amžiuje, kai verslo ir visuomenės santykiai tam tikrais aspektais tyrinėti daugelio vyraujančių ekonominės teorijos kryptų atstovų darbuose, tačiau verslo socialinių funkcijų klausimas realiai nagrinėtas dar anglų klasikinės politinės ekonomijos atstovų darbuose. Pasak V. Juščiaus (2007), A. Smito ir D. Rikardo darbuose iš esmės buvo suformuluoti laisvosios konkurencijos sąlygomis veikiančio verslo socialinės atsakomybės koncepcijos pradmenys. Marksistinėje teorijoje kapitalizmo sistema - aukščiausia rinkos ūkio išsivystymo forma, - traktuota kaip istoriškai ribota ir tarnaujanti tik tam tikrų visuomenės sluoksnių socialiniams interesams, o verslo įmonės laikytos objektyviai negalinčiomis tarnauti visai visuomenei. Visgi K. Marksas pateikė ne tik rinkos ūkio, bet ir menamos visuomeninės nuosavybės įmonės socialinės atsakomybės interpretaciją (Juščius, 2007).

Neoklasikinės krypties ekonomikos teorijų šalininkai, akcentuodami tradicinius verslo ir visuomenės santykių bruožus, manė, kad socialinė veikla priskirtina valstybei: „Valstybės veiklos sritis nėra verslas, savo ruožtu verslas neturi kištis į valstybės reikalus“ (Levitt, 1958 iš V. Juščiaus, 2007). Neoklasikinės mokyklos neigiamos reakcijos į ĮSA diskusijas išdavoje praeito šimtmečio septintajame dešimtmetyje Nobelio premijos laureatas M. Friedmanas išplėtojo agentų teoriją, ĮSA traktavusią kaip lėšų švaistymą, naudingą samdomiems įmonių vadovams, siekiantiems karjeros ir kitų asmeninių tikslų (Friedman, 1970).

Svarbi ĮSA tyrimams buvo R. Freemano (1984) sukurta suinteresuotųjų grupių (angl. Stakeholders) teorija (ir vėlesnės jos modifikacijos), kurioje ne tik išplėtotas suinteresuotųjų grupių sąrašas, bet ir pagaliau pripažinta ĮSA svarba, netiesioginė finansinė nauda ir su ja susijusių kaštų būtinybė, ko pasekoje susikūrus palankiai įmonės veiklos terpei patiriama teigiama įtaka įmonės veiklos rezultatams. ĮSA analizei glaudžiai siejantis su įmonės strateginio valdymo klausimais, atkreiptinas dėmesys į E. Penrose'o išteklų požiūrio teorijos (angl. Resource-based view) modelį ir jo modifikacijas B. Wernerfelt (1984) ir J. Barney'aus (1991) darbuose. Šios teorijos modelis ĮSA tyrimams buvo pritaikytas sprendžiant aplinkosaugos problemas. Atkreiptinas dėmesys į tai, kad, pasak V. Juščiaus (2007), suinteresuotųjų grupių ir išteklų požiūrio teorijose svarbiausias ilgo laikotarpio aspektas, leidžiantis išplėsti įmonės veiklos veiksmingumo vertinimo ribas bei priskirti ĮSA kaštus prie strateginių investicijų, taip juos pateisinant ir susiejant su įmonės veiklos ilgalaikiu pelningumu. Taip traktuojami kaštai modifikuotoje klasikinėje įmonės teorijoje sąlygojo naujų verslo ir visuomenės santykių realijų dermę.

Nors dar nesutarta dėl vieno visuotinai pripažintino ĮSA apibrėžimo, dabartiniu metu dažniausiai suvokiama, kad socialiai atsakingas verslas yra įmonės indėlis į darnų vystymąsi, t.y. ekonomikos augimą, socialinį vystymąsi ir aplinkosaugą. Dažniausiai ĮSA apibūdinama kaip savanoriška įmonių atsakomybė, viršijanti žmogaus teisių, aplinkosaugos, visuomenės laisvių teisinių reikalavimų sritis (JTVP, 2007).

ĮSA apibrėžimo požymių galima pastebėti teisiniuose dokumentuose. Sutartyje dėl Europos Sąjungos (ES) konstitucijos (2004) atkreipiamas dėmesys, kad ES siekia užtikrinti valstybėse narėse darnų vystymąsi, pagrįsta konkurencinga socialine rinkos ekonomika, siekiančia visiško užimtumo ir socialinės pažangos. Dokumente ĮSA pripažįstama kaip viena pagrindinių prielaidų siekiant palaikyti pusiausvyrą tarp trijų Lisabonos strategijos (2000) tikslų: ekonomikos ir augimo, užimtumo ir Europos socialinio modelio bei aplinkos apsaugos. Europos Komisijos komunikate Europos Parlamentui, Tarybai bei Europos ekonomikos socialinių reikalų komitetui „Augimo, užimtumo partnerystės įgyvendinimas siekiant, kad Europa taptų įmonių socialinės atsakomybės pavyzdžiu“ (2007) ĮSA apibūdinama kaip sąvoka, kurią pasitelkus verslininkai savanoriškai įtraukia socialinius ir aplinkosauginius klausimus į savo įmonių veiklą ir į santykius su suinteresuotomis šalimis (tai šalys, turinčios tiesioginį interesą įmonėje – bendrovės darbuotojai, akcininkai, investuotojai, klientai/vartotojai, kontraktoriai/tiekėjai ir verslo partneriai, bankai, bei kitos grupės, kurias tiesiogiai veikia įmonės veikla). Tokia ĮSA samprata rodo didėjančią atsakingų verslininkų vaidmenį šiuolaikinėje visuomenėje, kai įmonių savininkai įgyja saviraiškos galią, orientuotą ne vien į įmonės veiklos vidaus procesus, bet ir į visuomenę. Vadinasi, ĮSA gali būti apibūdinama vidiniu ir išoriniu požymiais. Vidinis reiškia tam tikrą įmonės politiką darbuotojų atžvilgiu, išorinis – įmonės politiką visos visuomenės atžvilgiu (JTVP, 2007).

Daugelis ĮSA apibrėžimų akcentuoja socialinę sanglaudą, žinių visuomenės kūrimąsi skatinančią ir stiprinančią priemonę, padedančią didinti ES ekonomikos efektyvumą ir įmonių konkurencingumą.

Apžvelgus įvairius įmonių socialinės atsakomybės sampratos interpretavimo atvejus, ryškėja, kad ĮSA yra dinamiškas procesas, kuriame įmonė nuolatos kinta, tobulėja, taip prisidedama prie darnaus vystymosi.

Įmonių socialinę atsakomybę įtakojantys veiksniai

Pastaruoju metu pastebimas didėjantis mokslinių darbų, susijusių su ĮSA problematika, srautas, tačiau ĮSA tyrimai, atskleidžiantys ĮSA vaidmenį ir svarbą modernioje visuomenėje, o ypač – Lietuvoje, yra pradinėje stadijoje. V. Juščius ir V. Snieška (2008) teigia, jog mokslinėje literatūroje ypač stokojama diskusijų socialinių programų tikslingumo bei teigiamo poveikio darniai visuomenės plėtrai klausimais, nors dauguma tyrinėtojų pabrėžia ĮSA naudą ne tik visuomenei, bet ir pačiai įmonei.

Nors dažnai teigiama, kad ĮSA koncepcija yra stambiųjų įmonių varomoji jėga, socialinės atsakomybės praktika egzistuoja ir SVV įmonėse. Smulkus ir vidutinis verslas susiduria su įvairiais iššūkiais, tačiau pastebima daug žadančių piliečių, potencialių investuotojų bei verslo lyderių iniciatyvų remti SVĮ, kas reiškia savotišką SVV svarbaus vaidmens pripažinimą darnaus vystymosi procesuose (Newberry, Damassa, 2006).

ĮSA strateginiu požiūriu yra šiuolaikinių įmonių priešakyje, kadangi ĮSA programos susijusios su efektyviu pokyčių valdymu organizacijose (McElroy, Orozco, Simard, 2008). Įmonėse veikianti ĮSA sistema dažniausiai pasireiškia valdymo politikos įvairovė, vietos bendruomenės įtraukimu ir verslo bendruomenės aktyviu dalyvavimu darnios plėtos procesuose, todėl ĮSA atitikimas strateginiams įmonės tikslams ir bendruomenės įtraukimas yra ĮSA sėkmės faktorius. Toks verslo bendruomenės ir aplinkos sąveikos modelis (Nicolopoulou, Karatas-Ozkan, Laming, 2007) rodo, kad ĮSA sąveikauja su trijų sisteminių lygių, t.y. makro, mezo ir mikro, veiksniais.

Makro veiksniai susiję su (Condon, 2004; Karatas-Özkan, etc., 2008; Jenkins, 2008):

- globalizacijos įtaka įmonių socialinei atsakomybei, vertinant, kaip globalizacija įtakoja ĮSA ir pokyčių valdymo planus organizacijose ir kokie pagrindiniai veiksniai sąlygoja tarptautinio bendradarbiavimo plėtrą;
- nacionaliniu ir supranacionaliniu lygmeniu, rodančiu, kaip nacionalinės (vyriausybės teisinis reguliavimas ir reglamentavimas) ir supranacionalinės (t.y. ES) programos skatina ĮSA;
- prekybos susivienijimų, darbo organizacijų, kitų išorinių suinteresuotųjų asmenų įtaka ĮSA diegimui įmonėse.

Mezo veiksniais priskiriami:

- vietinės bendruomenės įtraukimas, bendradarbiavimas, vystymasis ir investicijos;
- verslo partneriai, tiekėjai ir vartotojai.

Mikro veiksniai apima:

- darbuotojų poreikių ir lūkesčių organizacijoje išaiškinimą bei galimybes juos patenkinti įgyvendinant ĮSA;
- kognityvinių, pažintinių bei vertybinių orientacijų įtaką organizacijos veiklai bei jų vystymą įgyvendinant ĮSA.

Apibendrinant trijų sisteminių lygių požiūrį į ĮSA galima teigti, kad ĮSA nauda pasireiškia suinteresuotųjų asmenų dialogo skatinimu, verslo įtraukimo į socialinį dialogą skatinimu bendruomenės lygmenyje, lyčių lygybe, darbo vietos gerbūviu, finansiniu įsitraukimu bei platesnių suinteresuotųjų asmenų bendradarbiavimo tinklų kūrimu bendruomenėje.

Tačiau kituose šaltiniuose dažniausiai išskiriami ir analizuojami dviejų lygių, t.y. mikro ir makro, ĮSA įtakojantys veiksniai, susiję su vidinėmis ir išorinėmis suinteresuotųjų grupėmis. Europos įmonių socialinės atsakomybės Žaliojoje knygoje (2001) vidiniams veiksniais priskiriami: a) žmogiškųjų išteklių valdymas; b) sveikata ir saugumas darbe; c) prisitaikymas prie pokyčių; d) gamtos saugos įtakos ir natūralių išteklių valdymas. Išoriniais veiksniais laikomi: a) vietinė bendruomenė; b) verslo partneriai, tiekėjai ir vartotojai; c) žmogaus teisės; d) globalinės aplinkosaugos problemos. Toks ĮSA įtakojančių veiksmų skirstymas rodo, kad mezo lygmuo, t.y. vietinė bendruomenė, verslo partneriai ir vartotojai priskiriami prie makro veiksmų.

Šiame straipsnyje apsiribojama ĮSA įtakojančių veiksmų skirstymu į mikro ir makro veiksmus, kadangi supranacionalinio lygmens išdavoje suformuotuose pagrindiniuose ĮSA skatinančiuose Lietuvos teisės aktuose perteikiama Europos įmonių socialinės atsakomybės Žaliojoje knygoje susiformuota ĮSA koncepcija pagal vidines ir išorines suinteresuotąsias šalis.

Galima teigti, kad pagrindiniai makro veiksniai, įtakojantys ĮSA, pirmiausia susiję su supranacionalinio ir nacionalinio lygmens teisinio reguliavimo ir reglamentavimo priemonėmis bei

skatinimu diegti ĮSA. Aukščiau aptartuose tesės aktuose bei jų lydimuosiuose dokumentuose parengtos ir detalizuotos priemonės, skatinančios įmones ĮSA principus ar atskiras su ĮSA susijusias priemones integruoti į savo veiklą (Ruževičius, Serafinas, 2007). Visų pirma tai apima subsidijas naujų darbo vietų steigimui, mokestines lengvatas socialinėms įmonėms, galimybes vykdant viešuosius pirkimus taikyti ekologinius, socialinius ir kitus kriterijus tiekėjų parinkimui, žaliųjų pirkimų programą, galimybę darbuotojui ir darbdaviui lanksčiau nei numatyta įstatymuose reguliuoti tarpusavio santykius kolektyvinėmis sutartimis ir kt. Analizuojant makro veiksnius, atkreiptinas dėmesys į pastaruoju metu vis dažniau naudojamas neteisines ir nefiskalines ĮSA skatinimo priemones, priskirtinas prie ĮSA įtakojančių makro veiksmų: socialiai atsakingų įmonių apdovanojimai ir nominacijos, Baltosios Bangos iniciatyva, gerų praktikų viešinimas ir kt.

Bendrieji ĮSA įtakojantys mikro veiksniai, kaip rodo atlikta analizė, glaudžiai siejasi pirmiausia su žmogiškaisiais ir finansiniais ištekliais bei jų valdymu. Tačiau dabartinė situacija rodo, kad labai svarbus mikro veiksnys yra kognityvinių, pažintinių bei vertybinių ĮSA orientacijų bei ĮSA naudos įmonės veiklos rezultatams suvokimas. ĮSA principus ar priemones įgyvendinančios įmonės naudoja ĮSA ir rinkodaros tikslams (CSR and Competitiveness European SME's Good Practice, 2007), kas taip pat priskirtina prie mikro veiksmų.

Išanalizavus mikro ir makro veiksmus, įtakojančius ĮSA, matyti, kad ĮSA koncepcijoje mikro lygmeniu svarbią vietą užima įmonės gebėjimas prisitaikyti prie vykstančių pokyčių. Ekonominės krizės laikotarpiu įmonių veiklos scenarijai ženkliai keičiasi, neaplenkdami nei didžiųjų multinacionalinių korporacijų, nei SVV. Šios problemos aktualumas pastaruoju metu išryškino du visiškai skirtingus požiūrius, kaip įmonės turėtų elgtis krizės metu (Mačernis, 2009). Pirmojo požiūrio šalininkai teigia, kad krizės metu, verslas turėtų koncentruotis ir gaminti tik tai, kas turi didžiausią paklausą bei duoda didžiausią pelną; tuo tarpu antrojo požiūrio atstovai tvirtina, kad užklupus krizei, svarbu diversifikuoti gaminamų produktų asortimentą ir taip stengtis išsilaikyti. Tačiau vienas svarbiausių principų, pasak K. Kriščiūno ir J. Grėblikaitės (2007), yra tinkamai ir operatyviai prisitaikyti prie esamos situacijos.

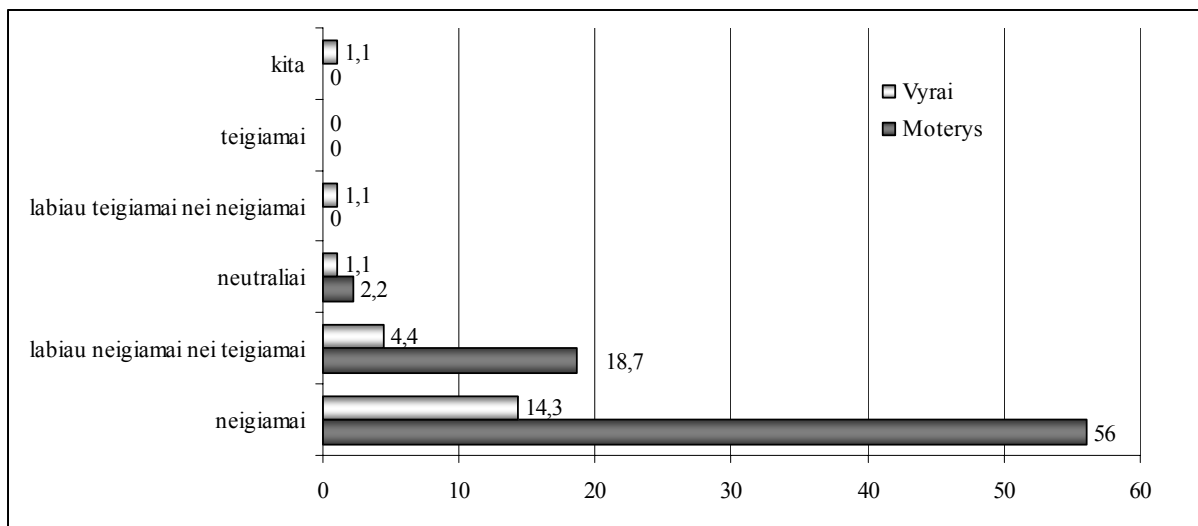
Ekonominės krizės poveikis Lietuvos smulkių ir vidutinių įmonių socialinei atsakomybei

Pastaruoju metu ryškėjant ekonominės krizės poveikio kryptims, verslas patiria didžiulius pokyčių iššūkius, mėgindamas prisitaikyti prie esamos situacijos ir išgyventi krizės sąlygomis. Ekonominės krizės padariniai veikiausiai neaplenks ir ĮSA principų ar priemonių diegimo įmonėse, nes jos glaudžiai susijusios ne tik su mikro, bet ir su makro veiksniais. Tačiau darytina prielaida, kad ekonominė krizė ĮSA smulkiose ir vidutinėse įmonėse įtakos per mikro ir makro veiksmus nevienodu lygiu.

Siekiant preliminarai nustatyti galimas ekonominės krizės poveikio kryptis Lietuvos SVĮ, 2009 m. sausio mėn. atsitiktinės atrankos būdu buvo atlikta anketinė SVV įmonių apklausa. Anketoje buvo pateikti svarbiausi klausimai, leidžiantys įvertinti ekonominės krizės poveikio kryptį Lietuvos verslo subjektams, jos įtaką ĮSA principų ir priemonių diegimui SVV makro ir mikro aspektu, bei nustatyti galimus SVV elgesio scenarijus krizės laikotarpiu ĮSA principų ir priemonių diegimo atžvilgiu.

Iš atsakiusių į anketos klausimus 91 tyrime dalyvavusių įmonių 29,8 proc. sudarė prekybos, 9,6 proc. statybos, 8,7 proc. transporto ir sandėliavimo, po 6,7 proc. finansinio tarpininkavimo ir nekilnojamojo turto nuomos bei kitos nekilnojamojo turto verslo veiklos, 4,8 proc. viešbučių ir restoranų, 3,8 proc. tiekimo, po 2,9 proc. pašto ir komunikacijų bei žemės ūkio, miškininkystės, žuvininkystės, 1,9 proc. apdirbamosios gamybos ir 16,3 proc. kitų veiklos rūšių įmonių. 3,9 proc. respondentų nenurodė, kokiai ekonominės veiklos sričiai jų įmonė priskiriama. Pagal darbuotojų skaičių apklausoje dalyvavo 21 respondentas iš mikroįmonių (iki 10 darbuotojų), 29 iš smulkių įmonių (10-49 darbuotojai) ir 41 iš vidutinių įmonių (iki 250 darbuotojų). Pagal lytį ir amžių 76,9 proc. respondentų sudarė moterys nuo 20 iki 50 ir daugiau metų imtinai ir 23,1 proc. vyrai nuo 20 iki 40 metų amžiaus.

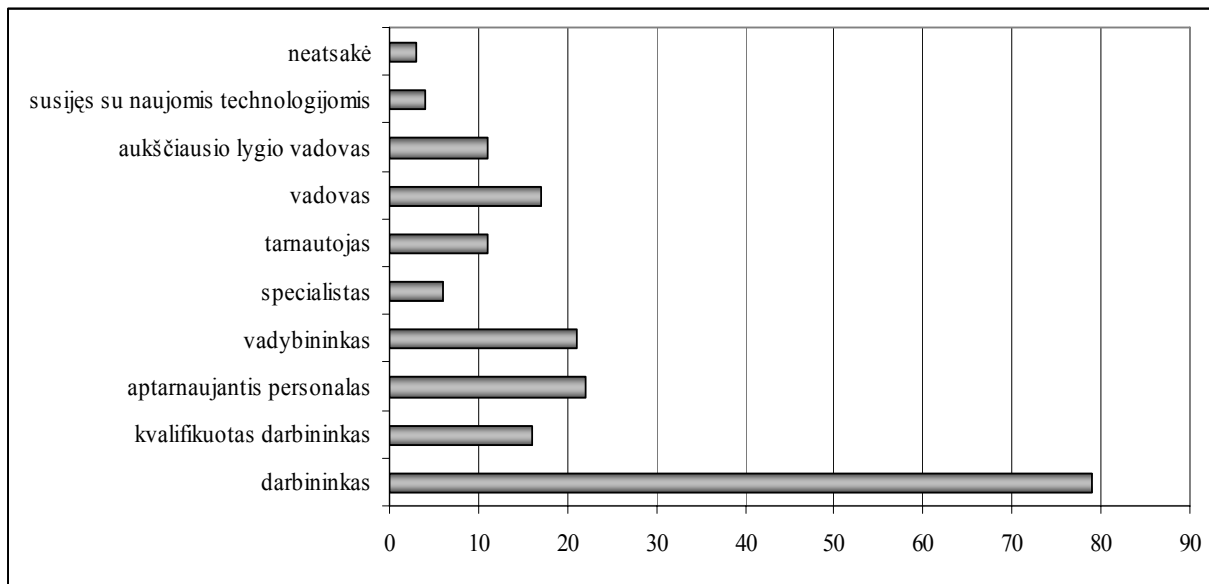
Apklausos rezultatai rodo, kad respondentai ekonominės krizės pasekmes SVĮ dažniausiai vertina neigiamai (71,4 proc.) arba labiau neigiamai nei teigiamai (23,1 proc.), 3,3 proc. respondentų nuomonė šiuo klausimu buvo neutrali, tačiau labiau teigiamai nei neigiamai ekonominės krizės pasekmes įvertino tik vienas (1,1 proc.) respondentas. Moterys ekonominės krizės padarinius neigiamai vertino beveik keturis kartus dažniau nei vyrai (žr. 1 paveikslą), atitinkamai 56,0 proc. ir 14,3 proc. atsakymų).



Šaltinis: sudaryta autorių, remiantis tyrimo duomenimis

1 pav. Ekonominės krizės pasekmių SVV subjektams vertinimas, proc.

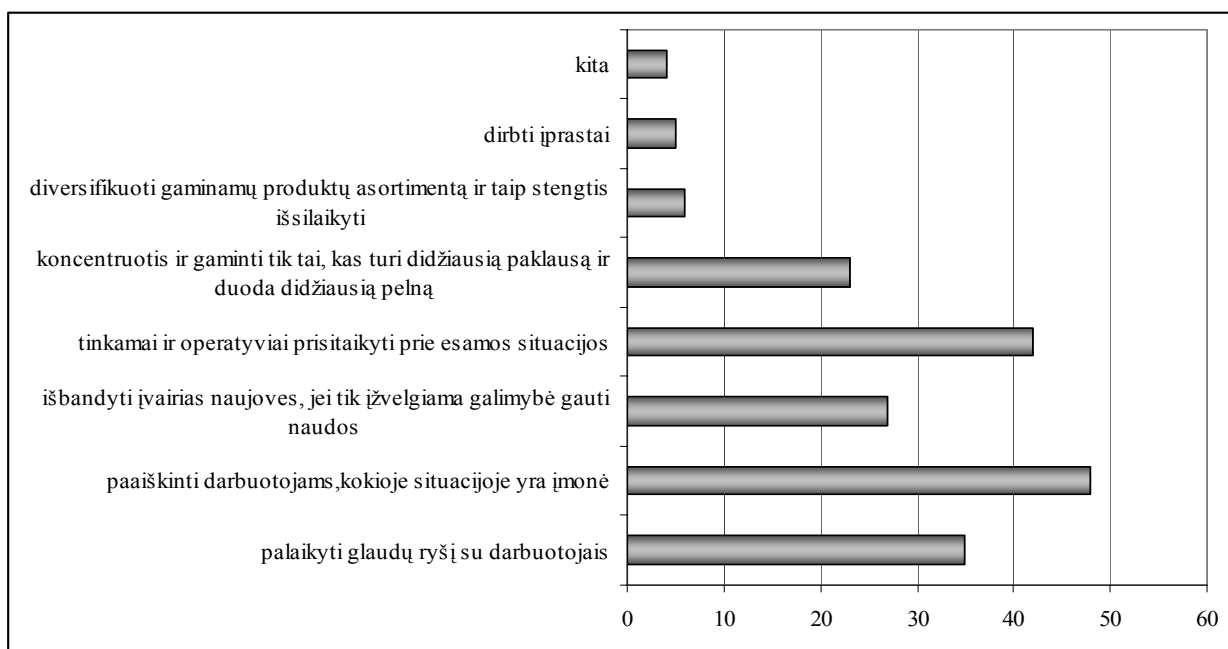
Vertindami ekonominės krizės įtaką ĮSA diegimui ir įgyvendinimui SVV, dauguma respondentų nurodė, jog ekonominės krizės poveikis bus neigiamas (96,4 proc.), argumentuodami, jog pirmiausia bus skiriamas didesnis dėmesys išlikimui, nuostolių mažinimui, o ne ĮSA; ir tik 3,6 proc. nurodė, jog įtakos visai neturės. Susisteminus įvairias respondentų nurodytas neigiamo ekonominės krizės poveikio ĮSA diegimui SVĮ matyti, kad 14,3 proc. apklaustųjų mano jog ĮSA Lietuvos smulkiuose ir vidutinėse įmonėse nediegiama, juo labiau nebus diegiama ištikus krizei. Daugiau nei pusė apklaustųjų (59,6 proc.) pagrindinėmis neigiamos įtakos ĮSA diegimui SVĮ priežastimis nurodo įvairiai apibūdinamus ĮSA įtakojančius mikro veiksnius, susijusius žmoniškųjų išteklių valdymu įmonėje, darbuotojų darbo sąlygomis ir socialinėmis garantijomis, dažniausiai pabrėžiant, kad krizės atveju bus mažiau atsižvelgiama į darbuotojų interesus.



Šaltinis: sudaryta autorių, remiantis tyrimo duomenimis

2 pav. Darbuotojai, ekonominės krizės metu patiriantys didžiausią neigiamą įtaką

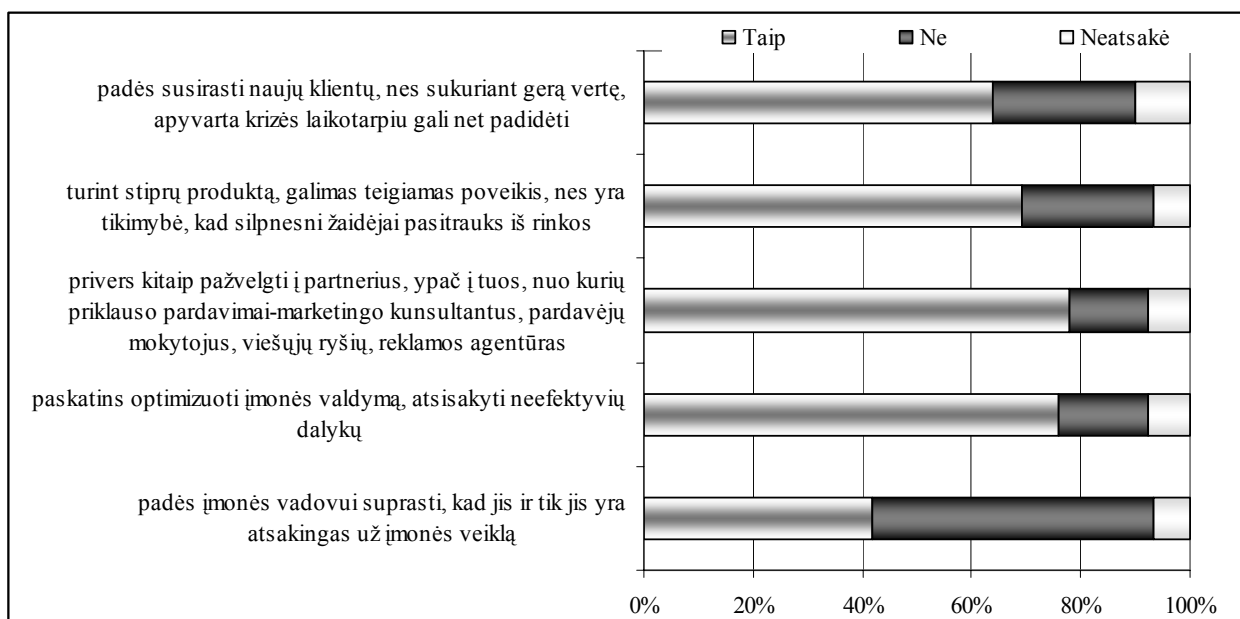
Vertindami, kokio lygmens darbuotojai ekonominės krizės metu įmonėje patirs didžiausią neigiamą įtaką, dažniausiai (79 kartus) respondentai nurodė, jog tai bus eiliniai nekvalifikuoti darbuotojai (žr. 2 pav.). Atkreiptinas dėmesys į tai, kad mažiausiai kartų respondentai nurodė su naujausiomis technologijomis susijusio darbuotojo ir srities specialisto variantą (atitink. 4 ir 6 kartus). Dažniausiai neigiamu poveikiu nurodyta darbo vietų mažinimo problema (67,3 proc.) bei atlyginimų mažinimas (14,7 proc.).



Šaltinis: sudaryta autorių, remiantis tyrimo duomenimis

3 pav. SVV įmonių veiklos scenarijai ekonominės krizės sąlygomis

Keletas galimų SVĮ veiklos scenarijų ekonominės krizės laikotarpiu parodyti 3 paveiksle. Tyrimo rezultatai rodo, jog paprašyti nurodyti, kaip turėtų elgtis SVV ekonominės krizės metu, respondentai dažniausiai nurodė, jog pirmiausia turi būti paaiškinta darbuotojams, kokioje situacijoje yra įmonė (48 ats.), tinkamai ir operatyviai prisitaikyti prie susiklosčiusios situacijos (42 ats.) bei palaikyti glaudų ryšį su darbuotojais (35 ats.). Respondentai nemano, jog diversifikuoti gaminamų produktų asortimentą ir taip stengtis išsilaikyti yra pakankamai veiksmingas įmonės veiklos scenarijus (6 ats.). Tuo tarpu geros praktikos pavyzdžiai įrodo, kaip pasinaudoję diversifikacija, užklupus 1873-ųjų metų krizei, jaunos alaus daryklos vadai nusprendė, kad vienintelis būdas išsilaikyti yra diversifikuoti pasiūlą. Jie rinkai pasiūlė visiškai skirtingo profilio nei alus prekes - pieno kokteilius bei keramikos dirbinius. Būtent toks pajėgumų perskirstymas padėjo įmonei išgyventi krizę, o jai praslinkus, vėl koncentruotis į pagrindinę veiklos sferą (Mačernis, 2009).



Šaltinis: sudaryta autoriaus, remiantis tyrimo duomenimis

4 pav. Krizės, kaip palankaus meto ĮSA diegimui SVĮ, vertinimas

Kiti respondentai nurodė, jog įmonei nereikia nieko keisti, ji gali dirbti įprastai (5 ats.). Į naujovių išbandymą, jei tik išvelgiama galimybė gauti naudos, kaip ir į koncentraciją bei gamybą to, kas turi didžiausią paklausą ir duoda didžiausią pelną, respondentai krizės laikotarpiu žvelgia panašiai (atitinkamai 27 ir 23 atsakymai).

Tyrimo metu respondentų klausta, kaip jie vertina kai kuriuos krizės palankumo ĮSA diegimui SVĮ atžvilgiu aspektus (žr. 4 paveikslą). Daugiau nei 64 proc. respondentų vertina ekonominės krizės situaciją SVĮ kaip galimybę susirasti naujų klientų dėl kuriamos geros vertės. 69 proc. respondentų tiki konkurencingo produkto galimybėmis bei teigiamu poveikiu. Net 78 proc. respondentų sutinka su tuo, jog ekonominė krizė privers juos pažvelgti kitaip į santykius su partneriais, bei paskatins optimizuoti įmonės valdymą, atsisakant neefektyvių dalykų (76 proc.). Tuo net pusė respondentų mano, kad krizė vargiai gali įtakoti SVĮ įmonėse nusistovėjusią valdymo strategiją bei santykius su darbuotojais, kas greičiausiai rodo, jog ĮSA principų ar priemonių įgyvendinimas mikro lygiu įmonėje neatlieka labai svarbaus vaidmens vadovų požiūriu.

Išvados

Įmonių socialinės atsakomybės koncepcijos, išplėtos antrojoje XX a. pusėje, pagrindai siekia verslo socialinio vaidmens diskusijas anglų klasikinės politinės ekonomijos laikus, kai dar A.Smito ir D.Rikardo veikaluose iš esmės buvo suformuluoti laisvosios konkurencijos sąlygomis veikiančio verslo socialinės atsakomybės koncepcijos pradmenys. Tačiau iki šių laikų dar nesutarta dėl vieno visuotinai pripažįstamo ĮSA apibrėžimo, kiekviename jų akcentuojant kiek skirtingus socialiai atsakingo verslo aspektus.

Nors dažnai teigiama, kad ĮSA koncepcija yra stambiųjų įmonių varomoji jėga, socialinės atsakomybės praktika egzistuoja ir SVV praktikoje. Nuolat didėjantis investuotojų ir verslo lyderių paramos SVĮ iniciatyvų skaičius signalizuoja apie savotišką SVV vaidmens darnaus vystymosi procesuose pripažinimą.

Verslo bendruomenės ir artimos bei nutolusios aplinkos sąveika ĮSA srityje iš esmės sąlygoja tris mikro, mezo ir makro sisteminius sąveikos lygius, tačiau dažniausiai ĮSA įtakojantys veiksniai analizuojami mikro ir makro lygiais. Pagrindiniai makro veiksniai, įtakojantys SVĮ socialinę atsakomybę apima teisinį reguliavimą ir valstybės paskatas diegti ĮSA, viešųjų diskusijų mastą, ekonomikos plėtrą; svarbiausiems mikro veiksniams priskirtini žmogiškieji ir finansiniai ištekliai, žinios ir ĮSA naudos suvokimas, ĮSA panaudojimas rinkodaros tikslams.

Empirinio tyrimo rezultatai parodė prielaidas, kad ekonominė krizė SVĮ socialinę atsakomybę įtakoja tiek per makro, tiek per mikro veiksnus, tik nevienodu lygiu, pasitvirtinimą. Daugiau nei pusė apklaustųjų (59,6 proc.) pagrindinėmis neigiamos įtakos ĮSA diegimui SVĮ priežastimis nurodo įvairiai apibūdinamus ĮSA įtakojančius mikro veiksnus, dažniausiai pabrėžiant, kad krizės atveju bus mažiau atsižvelgiama į darbuotojų interesus. Tai rodo, kad ekonominės krizės poveikis ĮSA diegimui Lietuvos SVĮ labiau pasireiškia per mikro veiksnus.

Tyrimo rezultatai rodo, kad respondentai ekonominės krizės pasekmes tiek SVĮ, tiek ĮSA dažniausiai vertina neigiamai. Labiausiai ekonominė krizė sąlygoja nekvalifikuotų darbininkų darbo vietų išsaugojimo problemą, kadangi smulkusis verslas pirmiausiai privalės rūpintis išlikimu. Tai leidžia daryti apibendrinančią išvadą, kad ekonominė krizė ĮSA diegimą Lietuvos SVĮ įtakos neigiamai.

Literatūra

1. A Constitution for Europe (2004).- http://europa.eu/scadplus/constitution/index_en.htm.
2. Bernatonytė D., Simanavičienė Ž. (2008). Cases study of corporate social responsibility in Lithuania's business society // 5th international scientific conference "Business and management' 2008". 16-17 May 2008 Vilnius, Lithuania. p.501-505.
3. Condon L. (2004). Sustainability and Small to Medium Sized Enterprises - How to engage them. Concurrent Paper Session – Thursday, 19th February, 2004.- <http://www.smallbusinessjourney.com/files/pdf/condon.pdf>.
4. CSR and Competitiveness European SME's Good Practice (2007).- <http://www.kmuforschung.ac.at/de/Projekte/CSR/European%20Report.pdf>.
5. Europos Parlamento rezoliucija dėl įmonių socialinės atsakomybės: naujosios partnerystės (2006/2133(INI)).- <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2007-0062+0+DOC+XML+V0//LT>.

6. Ginevičius, R. and V. Petraškevičius (2008). 'Įmonių veiklos diversifikacijos matavimo problematika', *Verslas: teorija ir praktika*, t. 9(3), pp. 169-179.
7. Jenkins H. (2008). Small and Medium Sized Enterprises (SMEs) and Corporate Social Responsibility (CSR) <http://www.brass.cf.ac.uk/uploads/casmescsrHJ0703.pdf>.
8. Juščius V. (2007). Verslo socialinės atsakomybės teorijų raida // *Ekonomika* 2007 p. 48-64.- <http://www.leidykla.eu/fileadmin/Ekonomika/78/str4.pdf>.
9. Juscus, V. and V. Snieska (2008). 'Influence of Corporate Social Responsibility on Competitive Abilities of Corporations', *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*(3), pp. 34-44.
10. Karatas-Özkan M., Nicolopoulou K., Özbilgin M. (2008). Corporate Social Responsibility (CSR) and Global Diversity Management (GDM): Mainstreaming Diversity through Effective CSR Programmes in Global Organisations.- http://www.euram2008.org/Dokumenti/tracks/Karatas-Ozkan_TP55.pdf.
11. Kas kuria Lietuvos ateitį? Įmonių socialinė atsakomybė (2007). Jungtinių tautų vystymo programos leidinys (JTVP). Vilnius: Friskas, 2007.
12. Krisciunas, K. and J. Greblikaite (2007). 'Entrepreneurship in Sustainable Development: SMEs Innovativeness in Lithuania', *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*(4), pp. 20-26.
13. Mačernis R. (2008). Kokias galimybes atveria ekonominės krizės?.- <http://www.visasverslas.lt/portal/categories/25/1/437/1/article/3243>.
14. McElroy R., Orozco I., Simard R. (2008). Applying Strategic Sustainability: For Small and Medium Sized Enterprises.- [http://www.bth.se/fou/cuppsats.nsf/all/86e6ab34cb6ee6eec125751a0009cc64/\\$file/Itzel_Rachelle_Renee0808.pdf](http://www.bth.se/fou/cuppsats.nsf/all/86e6ab34cb6ee6eec125751a0009cc64/$file/Itzel_Rachelle_Renee0808.pdf).
15. Melnikas, B. (2007). 'New challenges for the Cultural and Economic Development in the European Union: the Long Term Transformations', *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*(2), pp. 34-43.
16. Nicolopoulou K., Lamming R., Karatas-Ozkan M. (2007). Towards a convergent approach to CSR and social entrepreneurship: corporate community involvement through a corporate venturing perspective. In, 3rd International Social Entrepreneurship Research Conference (SERC), Frederiksberg, Denmark, 18-19 Jun 2007. Copenhagen Business School.
17. Ruževičius J., Navickaitė V. (2006). Socially responsible business' peculiarities and its development // *Vadyba =Management/ Vilniaus universitetas*, nr. 3-4, p. 79-84.
18. Ruzevicius, J. and D. Serafinas (2007). 'The Development of Socially Responsible Business in Lithuania', *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*(1), pp. 36-43.
19. Vasiljeviene, N., Vasiljevas, A. (2005). The roadmap: from confrontation to consensus. Corporate social responsibility across Europe. Berlin–Heidelberg–New York: Springer, p. 183–193.
20. Vasiljeviene, N., Vasiljevas, A. (2006). Management Models in Organizations and Problems of CSR Promotion: Lithuanian Case // *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, Vol. 11, No. 2, p. 34–41.

ECONOMIC CRISIS IMPACT DIRECTIONS CONCERNING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN LITHUANIAN SMES

Dalia Bernatonyte, Rita Vilke, Egle Keizeriene

Summary

The antithesis between economic and social firm's objectives existed for a long time. Current social model features of the world refuted this concept in economic terms, have highlighted the social, ethical and environmental values, had anticipate a business model to a socially responsible approach. Therefore, the earlier typical large business problems become relevant for small and medium enterprises (SMEs). The article aims to reveal the impact of economic crisis direction on small and medium-sized business' corporate social responsibility (CSR). Micro and macro factors influencing SMEs' CSR were analyzed, in order to determine the possible directions of economic crisis impact on CSR policies. The research of economic crisis impact on Lithuanian SMEs' CSR indicates that the economic crisis effect on CSR in SMEs most often is evaluated negatively, still for various reasons, with the leading one, that firstly small business should address the issue of survival, so this is hampering the deployment of CSR in Lithuanian SMEs.

Keywords: small and medium enterprises (SMEs), corporate social responsibility (CSR), the economic crisis.

