

## ĮMONIŲ SOCIALINĖS ATSAKOMYBĖS ATSKLEIDIMAS INTERNETE PATEIKIAMOJE FINANSINĖJE INFORMACIJOJE

**Vytautė Petraškaitė**

*Magistrantė*

*Vilniaus universiteto Kauno humanitarinio fakulteto*

*Finansų ir apskaitos katedra*

*El. paštas: [vpVytaute@gmail.com](mailto:vpVytaute@gmail.com)*

**Kristina Rudžionienė**

*Profesorė, daktarė*

*Vilniaus universiteto Kauno humanitarinio fakulteto*

*Finansų ir apskaitos katedra*

*El. paštas: [Kristina.Rudzioniene@khf.vu.lt](mailto:Kristina.Rudzioniene@khf.vu.lt)*

*Suinteresuotųjų spaudimas skatina įmones pateikti ne tik įprastą finansinę informaciją, bet ir papildomą informaciją apie įmonių socialinę atsakomybę (ISA). Atlikto empirinio tyrimo rezultatai parodė, kad daugiau ISA informacijos įmonių internetiniuose tinklalapiuose atskleidžia socialiai atsakingos įmonės palyginus su atsitiktinėmis įmonėmis, nepriklausančiomis Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklui. Taip pat išsiaiškinta, kad įmonės atskleidžia gana mažai informacijos apie socialinę atsakomybę ir pateikia nevienodą jos kiekį internetiniuose tinklalapiuose.*

**Reikšminiai žodžiai:** *įmonių socialinė atsakomybė, atskleidimo indeksas, informacijos atskleidimas, internetiniai tinklalapiai.*

### **Įvadas**

Sparčiai besikeičianti ekonominė ir socialinė aplinka, didėjanti konkurencija skatina įmones atsižvelgti į visuomenės lūkesčius ir poreikius bei savo veikloje taikyti įmonių socialinės atsakomybės (toliau ISA) principus. Vienas svarbiausių ISA atskleidimo tikslų yra sustiprinti įmonės suinteresuotųjų pasitikėjimą, viešai informuojant apie ISA veiklos rezultatus ir jų poveikį visuomenei. Plėtojantis ISA vis didesnis vaidmuo tenka jos atskleidimui metinėse, aplinkos apsaugos, socialinės atsakomybės, darnaus vystymosi ataskaitose, įmonių internetiniuose tinklalapiuose. ISA pateikimas Lietuvoje neprivalomas, tačiau kiekvienais metais daugėja įmonių, savanoriškai atskleidžiančių socialinę informaciją. Įmonės linkusios atskleisti tokią informaciją savo internetiniuose tinklalapiuose. Keičiantis informacijos atskleidimo tradicijoms aktualu ištirti ISA informacijos atskleidimo lygį įmonių internetiniuose tinklalapiuose.

Mokslininkai daug dėmesio skiria ĮSA, pateikia teorines nuomones, atlieka empirinius ĮSA tyrimus. ĮSA atskleidimą nagrinėjo L. Laidroo (2008), L. Dagilienė, R. Gokienė (2011). ĮSA informacijos atskleidimo lygį internete tyrė T. Tagesson, V. Blank, P. Broberg ir kt. (2009), K. Hussainey, M. Elsayed, M. A. Razik (2011), R. Perrigot, B. Oxibar; F. Dejean (2012), A. H. Khasharmeh, M. Desoky (2013) ir kt. Nors ĮSA atskleidimas mokslinėje literatūroje plačiai ir įvairiapusiškai nagrinėjamas, tačiau Lietuvoje pasigendama išsamių tyrimų apie ĮSA atskleidimą internete pateikiamoje finansinėje informacijoje.

**Tyrimo objektas** – ĮSA atskleidimas įmonių internetiniuose tinklalapiuose.

**Tyrimo tikslas** – ištirti ĮSA atskleidimo lygį finansinėje informacijoje, pateikiamoje įmonių internetiniuose tinklalapiuose.

**Tyrimo metodai** – naudoti mokslinės literatūros analizės, lyginimo, sisteminimo, detalizavimo ir apibendrinimo metodai. Gauti empirinio tyrimo duomenys apdoroti su Microsoft Excel, SPSS. Gautų rezultatų analizė ir vertinimas atliktas naudojant aprašomosios statistikos metodus: duomenų pjūvių analizė, duomenų pasikartojimo dažnių ir skaitinių charakteristikų skaičiavimas.

## **1. Teorinė įmonių socialinės atsakomybės atskleidimo analizė**

Mokslinėje literatūroje aptariami įvairūs socialinės atsakomybės klausimai, todėl galima rasti išsamių ir atskirus ĮSA aspektus įvardijančių apibrėžimų. Anot V. Juščiaus (2007), ĮSA yra įmonės pastangos laikytis ĮSA principų įmonės veikloje, o socialiai atsakingomis įvardijamos tos įmonės, kurios laikosi aukštesnių aplinkosaugos reikalavimų, mažina aplinkos taršą, taiko pažangius žmogiškųjų išteklių valdymo metodus, bendradarbiauja su vietos gyventojų organizacijomis, įgyvendinant socialinius jų tikslus.

ĮSA terminui artimos sąvokos „socialinė apskaita“, „socialinės atsakomybės ataskaitos“ ir panašiai. Anot M. R. Mathews (1995), dabartiniai pokyčiai ĮSA susiję su reglamentavimu, informacijos atkleidimu bei daromu pačios rinkos poveikiu. Š. Leitonienės, A. Šapkauskienės (2012) teigimu, įmonė per ĮSA visuomenę supažindina su vykdoma ekonomine, aplinkosaugine ir socialine veikla, siekdama nukreipti dėmesį nuo daromos žalos. R. Gray (2006) papildo pabrėždamas, kad įmonė, atskleidžianti daugiau informacijos apie savo veiklą suinteresuotiesiems, išplečia savo atsakomybę, bet tuo pačiu parodo, kad įmonė turi daugiau pareigų nei tik uždirbti pelną akcininkams. N. Zulkifli (2011) pastebi, kad ĮSA yra tradicinės apskaitos plėtojimas, papildomai pateikiant informaciją apie įmonės produktus ir paslaugas, darbuotojus, aplinkosaugą. M. R. Mathews (1995) pabrėžia, kad paprastai įmonės atskleidžia finansinę informaciją, o pagal ĮSA principus įmonė savanoriškai gali pateikti papildomą informaciją, kuri yra ne mažiau svarbi suinteresuotiesiems. Kaip teigia L. Baranga (2013), ĮSA priemonės įmonė naudoja siekdama įsitraukti į visuomenės gyvenimą sprendžiant socialines ir aplinkos problemas, taip įgyjant suinteresuotųjų palaikymą. Šiame kontekste, svarbu pastebėti, kad ĮSA apima visas apskaitos sritis; įmonė, laikydamosi ĮSA principų, pateikia finansinę ir nefinansinę informaciją, kuri atspindi įmonių požiūrį į socialines ir aplinkosaugos problemas.

Kiti autoriai (Deegan, 2002; Juščius, 2007) kaip socialinės informacijos atskleidimo priežastį įvardijo suinteresuotųjų grupių spaudimą. Jų spaudimas įmonėms pripažinti neigiamus veiklos padarinius ir dalyvauti švelninant ar net šalinant neigiamą veiklos poveikį matyti ne tik iš įmonių vadovų praktinių sprendimų, bet ir kuriant naujus įmonės elgsenos teorinius modelius (Juščius, 2007). Š. Leitonienė, A. Šapkaukienė (2012) teigia, kad informacijos atskleidimas yra kaip priemonė, siekiant sumažinti informacijos asimetriją tarp įmonės vadovų ir suinteresuotųjų.

C. Deegan (2005) kaip priežastį išskiria legitimumo aspektą, t.y. įmonės stengiasi atitikti visuomenės, kurioje veikia, socialines vertybes arba bent tariamai elgiasi taip, kad atitiktų priimtinas veiklos normas, nes visuomenė įmonei leidžia vykdyti veiklą tol, kol ji gali pateisinti jai keliamus lūkesčius. L. Baranga (2013) pritaria C. Deegan (2005) teigdamas, kad socialinė informacija atskleidžiama suinteresuotiesiems siekiant juos informuoti arba paveikti jų požiūrį į įmonę.

Anksčiau išskirtos ĮSA atskleidimo priežastys yra kildinamos iš socialinės informacijos atskleidimą aiškinančių teorijų: legitimumo bei suinteresuotųjų grupių. Remiantis legitimumo teorija, tarp įmonės ir visuomenės yra „socialinis kontraktas“, kurio esmė – rasti pusiausvyrą tarp įmonės ir jos suinteresuotųjų interesų (Donaldson, Dunfee, 1994). Noras įteisinti savo veiklą paaikškina savanorišką socialinės informacijos atskleidimą (Deegan, 2002).

Kita teorija, pagal kurią gali būti paaikškintas ĮSA atskleidimas, yra suinteresuotųjų teorija. Pagal šią teoriją socialinė informacija atskleidžiama, norint patenkinti įmonės veikla suinteresuotų šalių interesus ir lūkesčius (Deegan, 2002; Rudžionienė, 2012). Šis teorinis požiūris pabrėžia įmonių atsakomybę visiems suinteresuotiesiems, tačiau yra mokslininkų, teigiančių, kad įmonei svarbūs yra tik didelę galią turintys suinteresuotieji, ypač tie, kurie įmonei yra gyvybiškai svarbūs, valdantys išteklius, būtinus įmonės sėkmingai veiklai (Woodward, Edwards, Birkin, 1996; Gray, 2006). Įmonė, siekdama palaikyti gerus santykius su minėtais suinteresuotaisiais, atskleidžia daugiau informacijos apie savo veiklą (Gray, 2006). Anot A. K. Chatterji, D. I. Levine, M. W. Toffel (2009), suinteresuotieji neturi visos informacijos apie įmonę, kurios reikia nuomonei apie ją susidaryti, o suinteresuotųjų požiūris į įmonę gali būti labai svarbus įmonės tęstinumo aspektas, todėl įmonės turi būti suinteresuotos savo veiklos vertinimu įvairiais aspektais ir informacijos viešinimu.

Pasaulyje atliekama daug tyrimų įvairiais ĮSA aspektais. Autoriai daug dėmesio skiria ĮSA, pateikia teorines išsamias mokslines diskusijas, atlieka empirinius ĮSA tyrimus. R. H. Hogner (1982) atlikto tyrimo rezultatai parodė, kad socialinio atskleidimo lygis kasmet skiriasi ir autorius padarė prielaidą, kad šis pokytis susijęs su įmonės atsaku į kintančius visuomenės lūkesčius į įmonės elgesį (Rudžionienė, 2012, – cit. pagal.: Hogner, 1982).

L. Laidroo (2008) atliko empirinį tyrimą apie informacijos atskleidimą ir nustatė, kad daugiau informacijos pateikia įmonės, kurios yra listinguojamos, atlieka daugiau globalių operacijų, vykdo tarptautinę veiklą. Taip pat išsiaiškino, kad daugiau informacijos atskleidžia tos įmonės, kurios nori sumažinti

informacijos asimetriją tarp suinteresuotųjų, taip sprendžiant atstovavimo problemą įmonės valdyme.

ĮSA atskleidimo lygį įmonių atskirai rengiamose socialinės atsakomybės ataskaitose tyrė L. Dagilienė, R. Gokienė (2011). Atlikto empirinio tyrimo rezultatai atskleidė, kad įmonių, rengiančių socialines ataskaitas Lietuvoje, yra mažai. L. Dagilienės, R. Gokienės (2011) teigimu, Lietuvos įmonių atskleidžiama informacija yra aprašomojo pobūdžio, akcentuojanti žmogiškųjų išteklių ir aplinkosaugos rezultatus.

Vienas iš informacijos apie ĮSĄ atskleidimo būdų – internetas. W. L. Tate, M. L. Ellram, J. F. Kirchoff (2010) tyrė socialinės atsakomybės ataskaitas įmonių internetiniuose tinklalapiuose ir nustatė, kad iš 200 stambiausių pasaulio bendrovių apie 60% socialinės atsakomybės ataskaitas skelbia savo įmonių internetiniuose tinklalapiuose. Autorių nuomone, įmonės vis dažniau publikuoja lengvai prieinamas socialinės atsakomybės ataskaitas tam, kad suinteresuotieji žinotų apie įmonės strategiją bei vykdomą socialinę ir aplinkosaugos veiklą.

T. Tagesson ir kt. (2009) atliko empirinį tyrimą, nagrinėdami ĮSA informacijos atskleidimo lygį įmonių internetiniuose tinklalapiuose ir, remdamiesi gautais rezultatais akcentavo, kad stambios įmonės atskleidžia daugiau informacijos, nes turi daugiau darbuotojų, kurie gali skirti laiko informacijai rinkti ir kaupti bei jai pateikti internete. Stambios įmonės taip pat turi didesnes suinteresuotųjų grupes, kurios daro įtaką joms. Be to, tyrėjai nustatė, kad įmonės daug informacijos atskleidžia apie produktus ir paslaugas, kokybės sertifikatus.

K. Hussainey, M. Elsayed, M. A. Razik (2011) tyrė ĮSA atskleidimo lygį ĮSA ataskaitose, pateiktose internete. Autoriai tyrė 2005–2010 m. laikotarpio Egipto listinguojamų įmonių pateiktas ataskaitas ir nustatė, kad 66% visų 111 įmonių pateikia vidutiniškai 10–15 socialinės atsakomybės ataskaitų. Taip pat išsiaiškino, kad daugiausia informacijos atskleidžia apie produktus ir klientus.

Taip pat ĮSA atskleidimo lygio tyrimą atliko R. Perrigot, B. Oxibar; F. Dejean (2012), nagrinėdami ĮSA ataskaitas, pateiktas įmonių internetiniuose tinklalapiuose. Iš 136 Prancūzijos įmonių 86% teikia ataskaitas internete. Daugiausia jose atskleidžiama informacijos apie produktus, aplinkosaugą ir žmogiškuosius išteklius.

Kiti autoriai, atlikę ĮSA informacijos atskleidimo lygio įmonių internetiniuose tinklalapiuose tyrimą, yra A. H. Khasharmeh, M. Desoky (2013). ĮSA lygiui nustatyti įmonių internetiniuose tinklalapiuose, autoriai sudarė atskleidimo indeksą iš 47 elementų, apimančių ĮSA sritis. Atlikto tyrimo rezultatai parodė, kad vidutiniškai bendrovės atskleidžia 17,4% visų 47 elementų, įtrauktų į indeksą. Tik 24,5% iš 163 atrinktų bendrovių atskleidimo indeksas siekė 50,0% ir daugiau. Vidutiniškai pramonės įmonės atskleidė apie 37,0% visų 47 elementų, įtrauktų į indeksą, o ne pramonės įmonės – 29,4%.

Tyrimų, kurie nagrinėtų ĮSA atskleidimo lygį internete pateikiamoje finansinėje informacijoje, Lietuvoje trūksta, todėl reikalingi tolimesni tyrimai ĮSA informacijos atskleidimo lygiui internete nustatyti.

## 2. Įmonių socialinės atsakomybės atskleidimo internete pateikiamoje finansinėje informacijoje tyrimo metodika

Įmonių ĮSA atskleidimas priklauso nuo daugelio skirtingų veiksnių. Vienas iš svarbiausių išorinių veiksnių, lemiančių socialinės informacijos atskleidimą, yra reglamentavimas. Lietuvoje kol kas nėra įstatyminės bazės, aiškiai apibrėžiančios įmonių socialinę apskaitą, ĮSA informacijos pateikimą internete ar rengiant atskiras ataskaitas. Lietuvoje savanorišką socialinės atsakomybės (pažangos) ataskaitų pateikimą skatina nuo 2005 metų veikiantis Lietuvos nacionalinis atsakingo verslo tinklas kaip JT Pasaulinio susitarimo dalis. Dalis bendrovių socialinės atsakomybės ataskaitas rengia ir viešina, nes tai daryti jas įpareigoja dalyvavimas Jungtinių Tautų Pasaulinio susitarimo tinkle.

Listinguojamų įmonių informacijos atskleidimą Lietuvoje kontroliuoja NASDAQ OMX Vilnius listinguojamų bendrovių valdymo kodekso nuostatos. Įmonės turi laikytis bendrovių valdymo kodekso, pagal kurį jos privalo tinkamai atskleisti informaciją rinkai, tačiau informacijos, susijusios su ĮSA atskleidimas yra savanoriškas (Jungtinių Tautų vystymo programa, 2012).

Remiantis Lietuvos Respublikos įmonių finansinės atskaitomybės (2001a) ir Lietuvos Respublikos įmonių grupių konsoliduotosios finansinės atskaitomybės (2001b) įstatymais „metiniame pranešime turi būti pateikiama įmonės arba įmonių grupės finansinių ir nefinansinių veiklos rezultatų analizė, su aplinkosaugos ir personalo klausimais susijusi informacija“ (Lietuvos Respublikos Seimas, 2001), tačiau metinį pranešimą privalo rengti tik pilnas finansines ataskaitas sudarančios įmonės. Taigi mažas ĮSA atskleidimo reglamentavimas lemia tai, kad ĮSA atskleidimas nėra privalomas, tėra rekomendacinio pobūdžio.

ĮSA atskleidimo lygiui Lietuvos įmonių internetiniuose tinklalapiuose įvertinti naudojamas kokybinės duomenų analizės metodas: turinio (*angl. Content*) analizė, pagal kurią atrankos elementai gali būti žodžiai, frazės, sąvokos, kiti prasminiai vienetai: sakiniai, skyriai, puslapiai ir kt. (Tidikis, 2003). Renkantis metodą įmonės pateikiamai informacijai (jos turiniui, formai ir kitoms charakteristikoms) vertinti, pasirinkta naudoti indekso metodą. Tyrimui atlikti yra sudarytas naujas nesvertinis atskleidimo indeksas – ĮSA atskleidimo vertinimui įmonių internetiniuose tinklalapiuose. Rengiant atskleidimo indekso vertinimo sritis, buvo laikomasi tokio nuoseklumo: išnagrinėti kitų tyrėjų naudoti indeksai (Hussainey, Elsayed, Razik, 2011; Perrigot, Oxibar; Dejean, 2012; Khasharmeh, Desoky, 2013) ir atrinktos juose besikartojančios ĮSA informacijos vertinimo sritys. Į galutinę indekso sudėtį įtraukti 45 elementai, apimantys ĮSA vertinimo sritis. Į indekso sudėtį įtrauktas tik tas elementas, kuris turėjo būti atskleistas bent vienos iš atrinktų įmonių internetiniame tinklalapyje.

Koduojant atsakymus, pasirinkta tokia vertinimo skalė: jei įmonės internetiniame tinklalapyje randama klausime įvardyta informacija, vertinama 1 balu; kai įmonės nepateikia klausime įvardytos informacijos, vertinamas 0 balų, tai reiškia, kad visi vertinimo elementai yra lygiai svarbūs. Didžiausia galima atskleidimo indekso vertė yra 45 balai (100%), o mažiausia vertė 0 balų (0%). ĮSA informacijos vertinimas suskirstytas į keturias pagrindines kategorijas:

aplinkosauga (15 balų), žmogiškieji išteklių (11 balų), visuomeninė veikla (10 balų), produktai ir paslaugos (9 balai). Bendras įmonės nesvertinis atskleidimo indeksas apskaičiuojamas įmonės ĮSA balus padalinus iš maksimalaus balų skaičiaus.

Tyrimo imtis sudaryta iš Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo bendrovių (priklausymas šiam tinklui įmones charakterizuoja kaip socialiai atsakingas ir besilaikančias ĮSA principų savo veikloje) ir įmonių, kurios per 2012 m. uždirbo daugiausia pardavimo pajamų; taip siekiama palyginti atskleidžiamos ĮSA informacijos lygio skirtumus tarp atsitiktinai atrinktų įmonių ir socialiai atsakingų įmonių. Šiuo metu Lietuvos nacionaliniam atsakingo verslo tinklui priklauso 126 bendrovės, iš jų tyrimui pasirinktos visos akcinės bendrovės (AB) ir uždarnosios akcinės bendrovės (UAB), turinčios savo internetinius tinklalapius. Verslo organizacijos, akademinės institucijos ir profesinės sąjungos į tyrimo imtį neįtrauktos, nes šiame tyrime nagrinėjamas tik verslo įmonių ĮSA atskleidimas. Iš viso išnagrinėti 39 Lietuvos nacionalinio tinklo narių internetiniai tinklalapiai. Imtis iš įmonių, kurios per 2012 m. uždirbo daugiausia pardavimo pajamų, sudaryta atsižvelgiant į finansinių duomenų prieinamumą. Taigi atskleidimo indeksas apskaičiuotas ir įvertintas 69 įmonių.

### 3. Įmonių socialinės atsakomybės atskleidimo lygis internete pateikiamoje finansinėje informacijoje

Įmonės internetiniuose tinklapiuose pateikia gana mažai ĮSA informacijos, palyginus su didžiausia galima indekso reikšme lygia 1, t.y. iš galimų 45 balų surinkti 45 balus (1-oji lentelė).

**1 lentelė. Atskleidimo indekso įvertinimo reikšmės**

	<b>Imtis</b>	<b>Vidurkis</b>	<b>Minimumas</b>	<b>Maksimumas</b>
Socialiai atsakingos įmonės	39	0,28	0,02	0,73
Atsitiktinės įmonės	30	0,15	0,02	0,67

Šaltinis: sudaryta autorių

Didžiausia tyrimo metu nustatyta atskleidimo indekso reikšmė yra socialiai atsakingos įmonės gautas 0,73 balų įvertinimas, o mažiausia surinkta indekso vertė tesiekia 0,02 balo. Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo įmonių vidutinė atskleidimo indekso reikšmė 0,28, o atsitiktinių įmonių – 0,15.

Įmonės atskleidžia nevienodą ĮSA informacijos kiekį. 2-oje lentelėje įmonės sugrupuotos pagal atskleidimo indekso reikšmes. Mažiausių indekso reikšmių grupei galima skirti 23 socialiai atsakingas įmones ir 28 atsitiktines įmones, surinkusias nuo 0 iki 0,3 indekso reikšmes, o didžiausios – 3 įmones, kurių atskleidimo indekso reikšmės svyruoja nuo 0,6 ir didesnėse ribose. Į indekso reikšmių intervalą nuo 0,3 iki 0,6 patenka 1 atsitiktinė įmonė ir net 14 socialiai atsakingų įmonių. Apibendrinus duomenis, galima teigti, kad daugiau ĮSA informacijos įmonių internetiniuose tinklapiuose atskleidžia socialiai atsakingos

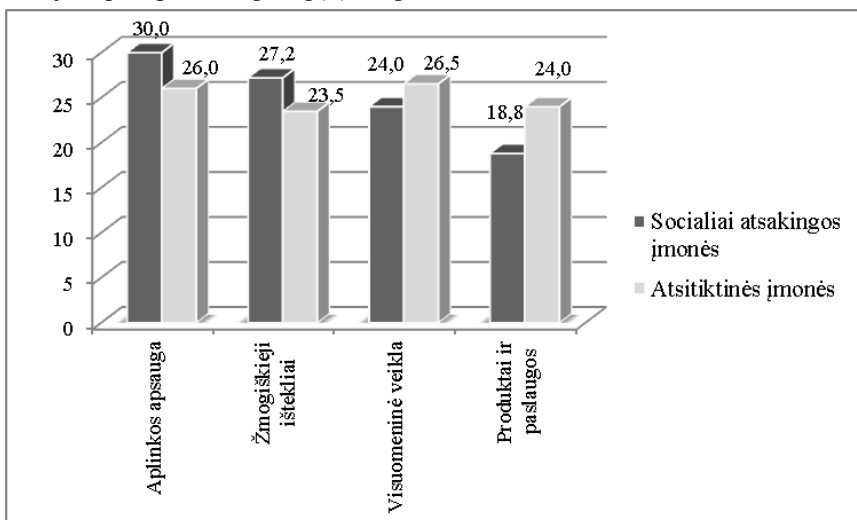
įmonės palyginus su atsitiktinėmis įmonėmis, nepriklausančiomis Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklui.

**2 lentelė. Atskleidimo indekso įvertinimo reikšmės pagal grupes**

Grupė	Atskleidimo indekso reikšmė			Iš viso
	<= 0,3	>0,3 <= 0,6	> 0,6	
Socialiai atsakingos įmonės	23 59,0%	14 35,9%	2 5,1%	39 100,0%
Atsitiktinės įmonės	28 93,3%	1 3,3%	1 3,3%	30 100,0%
Iš viso:	51 73,9%	15 21,7%	3 4,3%	69 100,0%

Šaltinis: sudaryta autorių

Vertinant, kiek ir kokios ĮSA informacijos įmonės pateikia savo internetiniuose tinklalapiuose, nustatyta, kad daugiausia įmonės atskleidžia informacijos apie aplinkos apsaugą (1-as pav.).



**1 pav. Įmonių socialinės atsakomybės atskleidimas internete pateikiamoje finansinėje informacijoje, %**

Šaltinis: sudaryta autorių

Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo įmonių internetiniuose tinklalapiuose pateikiama didesnė ĮSA dalis susijusi su aplinkosauga (30,0%), kiek mažiau atskleidžiama informacijos apie žmogiškuosius išteklius (27,2%), informacija apie visuomeninę veiklą sudaro 24,0%. Tuo tarpu atsitiktinių įmonių internetiniuose tinklalapiuose pateikiama didesnė ĮSA dalis susijusi su visuomenine veikla (26,5%). Atsitiktinės įmonės nemažai informacijos pateikia

apie produktus ir paslaugas (24,0%), o socialiai atsakingų įmonių atskleidžiamos ĮSA informacijos dalyje produktai ir paslaugos sudaro tik 18,8%. Atsitiktinių įmonių informacija apie aplinkosaugą sudaro 26,0%, o mažiausiai atskleidžiama apie žmogiškuosius išteklius (23,5%).

ĮSA informacijos atskleidimo įmonių internetiniuose tinklalapiuose empirinio tyrimo rezultatai pateikti 3-oje lentelėje.

**3 lentelė. ĮSA informacijos atskleidimo kriterijų analizė**

<b>Grupė</b>	<b>Reikšmė</b>	<b>Aplinkos apsauga (15)</b>	<b>Žmogiškieji ištekliai (11)</b>	<b>Visuomeninė veikla (10)</b>	<b>Produktai ir paslaugos (9)</b>
Socialiai atsakingos įmonės	Imtis	39	39	39	39
	Vidurkis	3,85	3,49	3,08	2,41
	St. nuokrypis	3,79	3,10	2,86	1,76
	Minimumas	0	0	0	0
	Maksimumas	13	8	9	8
Atsitiktinės įmonės	Imtis	30	30	30	30
	Vidurkis	1,70	1,53	1,73	1,57
	St. nuokrypis	2,55	2,05	2,43	1,36
	Minimumas	0	0	0	0
	Maksimumas	8	8	8	6
Bendrai	Imtis	69	69	69	69
	Vidurkis	2,91	2,64	2,49	2,04
	St. nuokrypis	3,46	2,85	2,75	1,64
	Minimumas	0	0	0	0
	Maksimumas	13	8	9	8

Šaltinis: sudaryta autorių

Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo įmonių internetiniuose tinklalapiuose pateikiama didesnė ĮSA informacijos dalis susijusi su aplinkos apsauga (vidutiniškai skiria 3,85 balus iš 15 galimų), o mažiausia informacijos dalis atskleidžiama apie produktus ir paslaugas (vidutiniškai 2,41 iš 9 galimų). Tuo tarpu atsitiktinės įmonės daugiausiai informacijos atskleidžia apie visuomeninę veiklą (vidutiniškai 1,73 iš 10 galimų), o mažiausiai informacijos pateikia apie žmogiškuosius išteklius (vidutiniškai 1,53 iš 11 galimų). Didžiausia galima aplinkosaugos informacijos atskleidimo vertė yra 15 balų, iš jų daugiausiai – 13 balų atskleidžia socialiai atsakingos įmonės ir tik 8 atsitiktinės įmonės. Iš 11



galimų balų apie žmogiškuosius išteklius, abiejų grupių įmonės daugiausiai surenka po 8 balus. Informaciją apie visuomeninę veiklą iš 10 galimų balų, socialiai atsakingos įmonės daugiausiai surenka 9 balus, o atsitiktinės įmonės – 8. Apie produktus ir paslaugas įmonės atskleidžia iš galimų 9 balų: socialiai atsakingos įmonės – 8, o atsitiktinės įmonės – 6. Įvertinus įmonių atskleidimo indekso ir atskirų jo dalių reikšmes nustatyta, kad socialiai atsakingos įmonės daugiausia atskleidžia informacijos apie aplinkosaugą, o atsitiktinės – apie visuomeninę veiklą, taip pat atsitiktinės įmonės nemažai informacijos atskleidžia apie produktus ir paslaugas, tuo tarpu socialiai atsakingų įmonių ĮSA atskleidžiamos informacijos dalyje produktai ir paslaugos sudaro mažiausią dalį.

4-oje lentelėje pateikiama įmonių atskleidžiama ĮSA informacija, išskiriant 5 populiariausias ĮSA sritis.

**4 lentelė. Socialinės atsakomybės atskleidimas internete**

	<b>Socialiai atsakingos įmonės, 39 (100%)</b>	<b>Atsitiktinės įmonės, 30 (100%)</b>	<b>Bendrai įmonės, 69 (100%)</b>
<b>Top 5</b>	Aplinkosaugos politika, 23 (59,0%)	Produkto kokybė ir saugumas, 16 (53,3%)	Produkto kokybė ir saugumas, 35 (50,7%)
	Santykiai su visuomene, 22 (56,4%)	Įdiegtos kokybės sistemos (sertifikatai), 12 (40,0%)	Aplinkosaugos politika, 33 (47,8%)
	Klientų aptarnavimo programos, 21 (53,9%)	Aplinkosaugos politika, 10 (33,3%)	Santykiai su visuomene, 30 (43,5%)
	Produkto kokybė ir saugumas, darbuotojų kvalifikacijos ir motyvacijos kėlimo sistemos, 19 (48,7%)	Dalyvavimas soc. rėmimo projektuose, darbuotojų kvalifikacijos ir motyvacijos kėlimo sistemos, 9 (30,0%).	Darbuotojų kvalifikacijos ir motyvacijos kėlimo sistemos, santykiai su darbuotojais, 28 (40,6%)
	Aplinkosauginės atsakomybės, dalyvavimas soc. rėmimo projektuose, 18 (46,2%)	Darbo sąlygos, atmosfera, 7 (23,3%).	Dalyvavimas soc. rėmimo projektuose, 27 (39,1%).

Šaltinis: sudaryta autorių

Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo įmonių internetiniuose tinklalapiuose atskleidžiama didesnė socialinė informacijos dalis, susijusi su aplinkosaugos politika, t.y. tokią informaciją atskleidžia 23 iš 39 socialiai atsakingų įmonių (59,0%). 56,4% visų socialiai atsakingų įmonių savo internetiniuose tinklalapiuose pateikia informaciją apie santykius su visuomene, 53,9% apie taikomas klientų aptarnavimo programas. Šiek tiek mažiau nei pusė socialiai atsakingų įmonių atskleidžia informaciją apie produktų kokybę ir saugumą bei darbuotojų kvalifikacijos ir motyvacijos kėlimo sistemas. 18 socialiai atsakingų įmonių pateikia informaciją apie aplinkosaugines atsakomybes ir dalyvavimą socialiniuose projektuose.

Nagrinėjant atsitiktinai atrinktų įmonių ĮSA atskleidimo lygį internetiniuose tinklalapiuose, išsiaiškinta, kad šios įmonės daugiausiai informacijos atskleidžia apie produkto kokybę ir saugumą, įdiegtas kokybes sistemas. Net 53,3% įmonių, t.y. 16 iš 30, atskleidžia informaciją apie produktus ir paslaugas. Apie taikomą aplinkos apsaugos politiką atskleidžia 10 iš 30 įmonių (33,3%). Taip pat nemažai dėmesio įmonės skiria informacijos atskleidimui apie žmogiškuosius išteklius.

Iš 4-os lentelės rezultatų matyti, kad 50,72% (35 įmonės iš 69) iš atrinktų įmonių atskleidžia informaciją apie produkto kokybę ir saugumą. 47,83% iš atrinktų įmonių savo internetiniuose tinklalapiuose pateikia informaciją apie aplinkosaugos politiką. Mažiausiai atskleidžia informacijos apie dalyvavimą soc. rėmimo projektuose, t.y. 27 įmonės iš 69 įmonių.

Toliau nagrinėjamas ĮSA atskleidimo lygis pagal ūkio sektorius. Visos tiriamos įmonės buvo suskirstytos pagal veiklos sritis į 9 ūkio sektorius. ĮSA atskleidimo įmonių internetiniuose tinklalapiuose pagal ūkio sektorių empirinio tyrimo rezultatai pateikti 5-oje lentelėje.

**5 lentelė. Atskleidimo indekso įvertinimo reikšmės pagal ūkio sektorius**

Ūkio sektorius	Imtis	Vidurkis	Minimumas	Maksimumas
Gamyba	23	0,20	0,02	0,73
Prekyba	4	0,14	0,04	0,36
Finansinė ir draudimo veikla	8	0,18	0,02	0,47
IT ir telekomunikacijos	4	0,26	0,04	0,51
Konsultacijų paslaugos	2	0,26	0,24	0,27
Kitos paslaugos	13	0,15	0,02	0,60
Kuras ir nafta	3	0,29	0,02	0,64
Energetika	6	0,28	0,02	0,58
Bankų veikla	6	0,47	0,22	0,67

Šaltinis: sudaryta autorių.

Nagrinėjant atskleidimo indeksą pagal vidutines jo reikšmes matyti, kad daugiausiai ĮSA informacijos pateikia bankai, t.y. vidutinė atskleidimo indekso reikšmė yra 0,47. Nemažai ĮSA informacijos internetiniuose tinklalapiuose atskleidžia kuro ir naftos įmonės, t.y. vidutinė atskleidimo indekso reikšmė yra 0,29. Šiek tiek mažiau informacijos atskleidžia energetikos bendrovės – vidutiniškai atskleidimo indeksas siekia 0,28. Panašus ĮSA informacijos atskleidimo lygis yra įmonių, teikiančių IT ir telekomunikacijų bei konsultacijų ir mokymo paslaugas – jų vidutinė atskleidimo indekso reikšmė yra 0,26. Mažiausiai ĮSA informacijos atskleidžia prekybinės įmonės – vidutinė 0,14 indekso reikšmė.

ĮSA atskleidimo lygio analizė pagal ūkio sektorius parodė, kad bankai pateikia didžiausią ĮSA informacijos kiekį. Šį faktą galima paaiškinti noru sumažinti informacijos asimetriškumą tarp bendrovių ir jos suinteresuotųjų grupių. Tai lemia dvi pagrindinės priežastys: pirma, didžioji dalis šio ūkio sektoriaus įmonių yra listinguojamos vertybinių popierių biržoje ir antra, jos yra tarptautinių korporacijų

dukterinės bendrovės, kurios vadovaujasi informacijos atskleidimo strategijomis, perimtomis iš patronuojančių bendrovių (Leitoniėnės, Šapkauskienės, 2012). Kuro ir naftos įmonės taip pat pateikia nemažą ĮSA informacijos kiekį, o tai galima paaiškinti siekimu atitikti visuomenės, kurioje veikia, socialines vertybes arba bent tariamai elgtis taip, kad atitiktų priimtinas veiklos normas, nes visuomenė įmonei leidžia vykdyti veiklą tol, kol ji gali pateisinti jai keliamus lūkesčius (Deegan, 2005). Šios įmonės didžiausią dėmesį skiria aplinkosaugos informacijos atskleidimui, kurį būtų galima paaiškinti legitimumo teorija. Kuro ir naftos įmonės, t.y. aplinką teršiančios įmonės, siekdamos valdyti suinteresuotųjų grupių spaudimą ir pateisinti šią veiklą, pateikia daugiau su aplinkos apsauga susijusios informacijos.

## **Išvados**

Atlikus teorinę ĮSA atskleidimo analizę, išsiaiškinta, kad įmonių atskleidžiamos informacijos praktiką galima paaiškinti legitimumo ir suinteresuotųjų teorijomis.

Įvertinus įmonių, kurios per 2012 m. uždirbo daugiausiai pardavimo pajamų (išnagrinėti 30 įmonių internetiniai tinklalapiai) ir Lietuvos nacionalinio atsakingo verslo tinklo (39 įmonių internetiniai tinklalapiai) įmonių ĮSA atskleidimo lygį jų internetiniuose tinklalapiuose, padarytos tokios išvados apie Lietuvos įmonių atskleidžiamą ĮSA informaciją:

- 1) įmonės pateikia gana mažai ĮSA informacijos, lyginant su didžiausia galima indekso reikšme lygia 1;
- 2) įmonės pateikia nevienodą ĮSA informacijos kiekį;
- 3) socialiai atsakingos įmonės atskleidžia daugiau ĮSA informacijos nei atsitiktinės įmonės;
- 4) įvertinus įmonių atskleidimo indekso ir atskirų jo dalių reikšmes nustatyta, kad socialiai atsakingos įmonės daugiausia atskleidžia informacijos apie aplinkosaugą, žmogiškuosius išteklius, o atsitiktinės – apie visuomeninę veiklą;
- 5) išnagrinėjus ĮSA atskleidimo lygį pagal ūkio sektorius, išsiaiškinta, kad daugiausiai ĮSA informacijos pateikia bankai, kuro ir naftos įmonės, energetikos bendrovės, IT ir telekomunikacijų bei konsultacijų ir mokymo paslaugas teikiančios įmonės.

## **Literatūra**

- Baranga, L. (2013) The social commitment of the companies and the corporate social responsibility applied to the entities // *Metalurgia international*, Vol. 18, No. 5, p. 12-16.
- Chatterji A. K., Levine D. I., Toffel M. W. (2009) How well do social rating actually measure corporate social responsibility // *Journal of Economics & Management Strategy*, Vol. 18, Issue 1, p. 125-169.
- Dagilienė, L.; Gokienė, R. (2011) Valuation of corporate social responsibility reports // *Ekonomika ir vadyba*, Nr. 16, p. 21-27.
- Deegan, C. (2002) Introduction – The Legitimising Effect of Social and Environmental Disclosures – A Theoretical Foundation // *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 15, No. 3, p. 282-311.

- Deegan, C. (2005) *Financial Accounting Theory*. McGraw Hill Book: Company Waterloo. 438 p.
- Donaldson, T.; Dunfee, T. W. (1994) Toward a unified conception of business ethics: integrative social contracts theory // *Academy of Management Review*, Vol. 19, No. 2, p. 252-284.
- Gray, R. (2006). Social, environmental and sustainability reporting and organizational value creation? Whose value? Whose creation? // *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 19, No. 6, p. 793-819.
- Hussainey, K.; Elsayed, M.; Razik, M. A. (2011) Factors affecting corporate social responsibility disclosure in Egypt. [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <<http://alqashi.com/wp/wp-content/uploads/2012/02/Factors-affecting-corporate-social-responsibility-disclosure-in-Egypt.pdf>>.
- Jungtinių Tautų vystymo programa (2012) Įmonių socialinės atsakomybės gairės vertybinių popierių biržoje listinguojamoms įmonėms. [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <[http://www.undp.lt/uploads/Publications%20LT/Listinguojamu%20imoniu%20gairės\\_Final.pdf](http://www.undp.lt/uploads/Publications%20LT/Listinguojamu%20imoniu%20gairės_Final.pdf)>.
- Juščius, V. (2007) Verslo socialinės atsakomybės teorijų raida // *Ekonomika*, Nr. 78, p. 48-64.
- Khasharmeh, H. A.; Desoky A. M. (2013) On-line Corporate Social Responsibility Disclosures: The Case of the Gulf Cooperation Council (GCC) Countries // *Global Review of Accounting and Finance*, Vol. 4, No. 2, p. 39-64.
- Laidroo, L. (2008) Measuring Public Announcements' Disclosure Quality on Tallinn, Riga and Vilnius Stock Exchanges // *Economics School of Economics and Business Administration*, p. 5-27.
- Leitonienė, Š.; Šapkauskienė, A. (2012) Socialinės informacijos kaip Lietuvos įmonių etiškos elgsenos kriterijaus analizė // *Ekonomika ir vadyba*, Nr. 17 (3), p. 836-843.
- LR Seimas. (2001a) LR Įmonių finansinės atskaitomybės įstatymas Nr. IX-575. LR Seimo kanceliarija, Informacijos technologijų departamentas: Irs.lt. Aktuali redakcija nuo 2011 m. birželio 11 d.
- LR Seimas. (2001b) LR Įmonių grupių konsoliduotosios finansinės atskaitomybės įstatymas Nr. IX-576. LR Seimo kanceliarija, Informacijos technologijų departamentas: Irs.lt. Aktuali redakcija nuo 2013 m. balandžio 14 d.
- Mathews, M. R. (1995). Social and environmental accounting: A Practical Demonstration of Ethical Concern? // *Journal of business ethics*, Vol. 14, No. 8, p. 663-671.
- Perrigot, R.; Oxibar, B.; Dejean, F. (2012) Determinants of Corporate Social Disclosure in the Franchising Sector: Insights from French Franchisors' Websites. [interaktyvus] Prieiga per internetą: <[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2005702](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2005702)>.
- Rudžionienė, K. (2012) *Finansinės apskaitos teorijos*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla. 344 p.
- Tagesson, T.; Blank, V.; Broberg, P.; Collin, S. (2009) What explains the extent and content of social disclosures on corporate websites? [interaktyvus]. Prieiga per internetą: <<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:239448/FULLTEXT01.pdf>>.
- Tate, W. L.; Ellram, M. L.; Kirchoff, J. F. (2010) Corporate social responsibility reports: A thematic analysis related to supply chain management // *Journal of Supply Chain Management*, Vol. 46, Issue 1, p. 19-44.
- Tidikis, R. (2003) *Socialinių mokslų tyrimų metodologija*. Vilnius: Lietuvos teisės universitetas. 628 p.
- Zulkifli, N. (2011) Social and Environmental Accounting Education and Sustainability: Educators' Perspective // *Journal of Social Sciences*, Vol. 7, No. 1, p. 76-89.

## **THE DISCLOSURE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY WHICH IS PRESENTED IN THE FINANCIAL INFORMATION ON THE INTERNET**

**Vytautė Petraškaitė, Kristina Rudžionienė**

### **Summary**

Development of Corporate social responsibility (CSR) companies tend to disclose CSR information in annual, environmental protection, social responsibility reports and website. In Lithuania presentation of CSR is not necessary, but every year more companies disclose social information. One of CSR disclosure ways is the Internet.

Purpose of this article - to investigate the level of CSR disclosure which is presented in the financial information on the Internet.

Results show that firms in High-Profile environmentally sensitive industries tend to disclose more CSR information than those in Low-Profile environmentally sensitive industries. The results also indicated that the content, level disclosed on the internet are quite different. Only the little number of companies disclose their information of CSR on the internet.