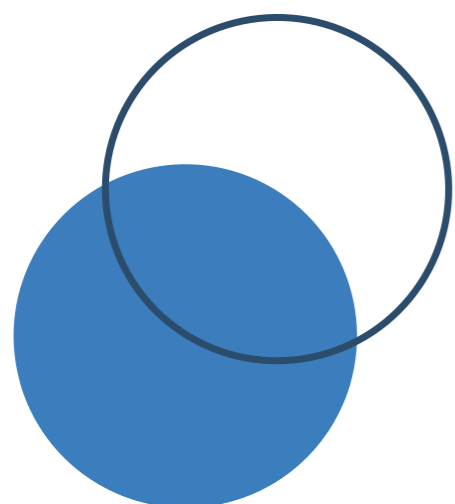


VERSLAS IR SOCIALINĖ ATSAKOMYBĖ:



NUO KONCEPCIJOS PRAKTIKOS LINK



LEIDINIO RENGĖJAS:

LIETUVOS VERSLO  KONFEDERACIJA

Leidinyi parengtas įgyvendinant projektą „Įmonių socialinės atsakomybės skatinimas“, Nr. 08.5.1-ESFA-V-423-02-0001, kuris finansuojamas Europos socialinio fondo lėšomis.



Kuriame Lietuvos ateitį
2014–2020 metų
Europos Sąjungos
fondų investicijų
veiksmų programa

TURINYS

Įmonių socialinė atsakomybė: koncepcija ir jos taikymas	4
Socialinė atsakomybė Lietuvoje.....	8
Probleminiai aspektai, susiję su įmonių socialinės atsakomybės įgyvendinimu, Lietuvos verslo sektoriuose.....	9
Bendrasis organizacijų suvokimo apie įmonių socialinę atsakomybę tyrimas	11
Lietuvos organizacijų socialinės atsakomybės gerieji pavyzdžiai	15
UAB „Kvapų namai“	16
AB „Lietuvos paštas“	18
UAB „Yukon Advanced Optics Worldwide“	20
UAB „Emplastrum“	22
UAB „Mezgimo akademija“	24
UAB „Joniškio grūdai“	26
AB „Smiltynės perkėla“	28
UAB „ARIMEX“	30
Valstybinė įmonė Klaipėdos valstybinio jūrų uosto direkcija	32
AAS „BTA Baltic Insurance Company“ filialas Lietuvoje	34
UAB „Visma Lietuva“	36
UAB „Tele2“	38
UAB „Scandagra“	40
UAB „KPMG Baltics“	42
Šaltiniai	44



ĮMONIŲ SOCIALINĖ ATSAKOMYBĖ: KONCEPCIJA IR JOS TAIKYMAS

„Tai atsakomybė už organizacijos sprendimų ir veiklos poveikį aplinkai ir visuomenei“

„Tai yra atsakomybė prieš kitus ir mus supančią aplinką. Tai siekis palaikyti organizacijos ir visos socialinės sistemos pusiausvyrą, vadinamą balansą.“

„Tai yra nauda visuomenei, kurią gali ir turi atnešti kiekviena organizacija.“

„Tai bendros iniciatyvos – pagrindas, kuris kuria visuomenės gėrį, ugdo pilietiškumą, mažina socialinę atskirtį ir prisideda prie kultūros puoselėjimo“

„Siekis prisidėti prie aplinkos ar žmonių gerovės bendruomenėse, kuriose veikia organizacija, nesiekiant iš to gaunamos tiesioginės naudos“

„Įmonės daroma teigiama įtaka socialinei sričiai (pvz., užtikrinimas tinkamų sąlygų žmonių su negalia įdarbinimui), aplinkos apsaugai (pvz., perdirbtų medžiagų naudojimas) bei ekonomikai (pvz., inovatyvių technologijų diegimas)“

„Tai pamatas darniai bendruomenei ir visuotinei gerovei kurti“

„Tai verslo „duoklės atidavimas“ visuomenei ir bendruomenei.“

„Tai siekis vykdyti įstaigos veiklą tvariai naudoti organizacinius resursus ir gamtos išteklius, kurti teigiamus pokyčius socialinėje, aplinkosaugos ir kitose srityse“

„Atvirumas ir priėmimas visiems visuomenės sluoksniams, tolerancija ir skaidrumas.“

„Atsakingas požiūris į poveikį vartotojams, gamintojams ir aplinkai“

„Tai veiklos įgyvendinimo siekis, pagal kurią įmonės savanoriškai įtraukia socialinius, aplinkosaugos bei skaidrios veiklos principus į savo vidaus procesus ir į įmonės santykius su suinteresuotosiomis šalimis“

„Organizacijos politika, tam tikra vizija, kaip organizacija gali vykdyti savo veiklą, ne tik tai nepakenkdamai aplinkai, bet ir tos aplinkos būvio gerinimui, per savo darbą, per savo darbuotojus, per jų darbo tobulinimą ir jų gerbūvio kūrimą“

„Tai, kaip tu esi šitame pasaulyje ir tavo santykis su visais kitais aplinkui – tiek su gamta, tiek su kitais žmonėmis, įvairiomis bendruomenėmis“

„Integruotas požiūris apie darnios veiklos organizavimą, tiek organizacijos viduje, tiek išorėje“

Kas vienija šiuos teiginius? Tai įmonių socialinės atsakomybės apibrėžimai, pateikti organizacijų atstovų, dalyvavusių Lietuvos verslo konfederacijos (2021) tyrime. Anot Navicko, Kontautienės, Stavinskienės ir Bilan (2021), iki šiol nėra vieno visuotinai priimto įmonių socialinės atsakomybės apibrėžimo. Įmonių socialinės atsakomybės koncepcija yra visuomenės kuriama. Įvairios institucijos ir organizacijos dažnai pateikia savo įmonių socialinės atsakomybės apibrėžimus. Lietuvos verslo konfederacijos (2021) tyrimo dalyviai taip pat pateikė savo sampratas, atspindinčias jų požiūrį į įmonių socialinę atsakomybę.

Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerijos puslapyje įmonių socialinė atsakomybė apibrėžiama, kaip „įmonės atsakomybė už jos poveikį aplinkai ir visuomenei. Įmonės kartu su visuomeniniais ir valstybinio sektoriaus partneriais ieško novatoriškų sisteminių socialinių, aplinkosaugos ir platesnių ekonominės gerovės problemų sprendimų.“ Europos Komisija (2011) apibūdino įmonių socialinę atsakomybę kaip įmonių atsakomybę už jų poveikį visuomenei. Įmonės, siekiančios įgyvendinti socialinę atsakomybę, anot Europos Komisijos (2011), privalo laikytis teisės aktų ir kolektyvinių sutarčių, įgyvendinti socialinio integravimo procesus, glaudžiai bendradarbiaudamos su suinteresuotosiomis šalimis, kurdamos joms maksimalią bendrą vertę, mažindamos arba visai eliminuodamos galimą neigiamą poveikį.

Remiantis socialinės atsakomybės gairių standartu ISO 26000, įmonių socialinė atsakomybė – tai organizacijos atsakomybė už jos sprendimų ir veiklos poveikį visuomenei ir aplinkai. Apibendrinant

pateiktas apibrėžtis, galima teigti, kad socialinė atsakomybė reiškia, kad priimant sprendimus organizacija atsako už kiekvieną veiksmą, kuris paveikia atskiras bendruomenes, visuomenę ir aplinką. Įmonių socialinės atsakomybės apibrėžimas dinamiškas ir susijęs su visuomenės normų bei nuostatų kaita. Nors tebeegzistuoja daugybė apibrėžimų, dažniausiai socialinė atsakomybė siejama su sąveika tarp verslo ir visuomenės, skatinančia derinti įmonių veiksmus taip, kad būtų išlaikyta pusiausvyrą siekiant ekonominės, aplinkosauginės ir socialinės veiklos rezultatų.

Anot Šneiderienės (2018), socialinės atsakomybės ar su ja susijusių modelių yra įvairių, tačiau jie skirstomi į dvi grupes:

- Ankstyvieji (nuo 1960 m. akcentuojamas savanoriškumas, filantropija. Freeman, Carroll. Nėra rekomendacijų kaip kurti priemones ir strategijas socialinių tikslams pasiekti)
- Vėlyvieji (nuo 1990 m. susiję su įmonių pilietiškumu, darniu vystymusi. Pasaulinis susitarimas, Pasaulinė atskaitingumo iniciatyva, SA 8000. Stokojama praktinių įrankių, leidžiančių efektyviai įgyvendinti socialinę atsakomybę įmonėse)

Leganovičiūtė (2021) išskyrė organizacijos atsakomybės raiškos pokyčius nuo pirminių iniciatyvų – aukojimo iki aukštesnio lygmens iniciatyvų (žr. 1 lentelę).

1 lentelė. Įmonių socialinės atsakomybės raidos etapai

Era	Laikotarpis	Organizacijos atsakomybės išraiška
Filantropinė	Iki 1950	Aukojimas labdarai.
Problemos suvokimo	1953 – 1967	Atsakomybės suvokimas.
Problemos sprendimo	1968 – 1973	Susirūpinimas aplinkos apsauga.
Socialinio jautrumo	Nuo 1974 iki šiol	Organizacijos etikos ir elgesio supratimas.

Šaltinis: Leganovičiūtė (2021)

Anot Kontautienės (2021), svarbu suprasti, kad socialiai atsakingos įmonės elgesys nėra uždirbto pelno dalies skyrimas labdarai, o tai kaip etiškai, atsakingai šis pelnas uždirbamas. Ar įmonės veikla prisideda prie visuomenės gerovės kūrimo, ar darbuotojams užtikrinamos saugios ir sveikos darbo sąlygos, ar mokamas orus darbo užmokestis, ar vartotojams siūlomos kokybiškos prekės, produktai ir paslaugos, ar bendruomenei kuriamos darbo vietos, mokami mokesčiai, rūpinamasi aplinkosauga ir taršos mažinimu.

Socialiai atsakingos organizacijos pagrindinis tikslas yra vykdyti ekonominę veiklą gauti pajamas, tačiau papildomai vykdomos dar trys strateginės veiklos: organizacijos teigiamo poveikio visuomenei didinimas, bendruomenės programų įgyvendinimas, socialinius klausimus ir suinteresuotų šalių reikalavimus apimančios politikos kūrimas (Mišura, Cerović, Buterin, 2018). Įmonių socialinė atsakomybė dažniausiai siejama su trimačiu veiklos minimumu, t. y. ekonomine, socialine ir aplinkosaugine atsakomybėmis. Ekonominės atsakomybės tikslas – visuomenės gerovės kūrimas ir ekonominės veiklos efektyvumo didinimas, socialinės atsakomybės tikslas yra nukreiptas į organizacijos poveikį socialinei sistemai, kurioje ji veikia, o aplinkosauginės atsakomybės tikslas suprantamas kaip išteklių apsauga ir atsakingas naudojimas, ypač atsakingai naudojant tuos, kurie yra neatsinaujinantys, bet gyvybės palaikymo požiūriu yra vertingi (Kontautienė, 2016).

Ekonominiai, socialiniai ir aplinkosauginiai įmonių socialinės atsakomybės aspektai išskirti 2 lentelėje (Leganovičiūtė, 2021).

2 lentelė. Socialinės atsakomybės aspektai

Ekonominiai	Socialiniai	Aplinkosauga
Mokesčiai, Mokslas ir švietimas Visuomenės darbo užimtumas Antikorupcija Kova prieš kyšininkavimą Finansinės rizikos valdymas	Mokymai, kursai Žmogaus laisvė Žmogaus teisė Socialinė lygybė Lyčių lygybė Saugi darbo aplinka Sveikatos draudimas Žmonių su negalia integracija į visuomenę	Oro taršos mažinimas CO2 kiekio mažinimas Poveikis aplinkai Atsinaujinantys ištekliai Aplinkai „draugiškos“ technologijos Atliekų tvarkymas Perdirbimas Popieriaus naudojimo mažinimas

Šaltinis: Sudaryta autorių, remiantis Leganovičiūte (2021)

Įmonių socialinės atsakomybės įgyvendinimas glaudžiai susijęs su įmonių socialinės atsakomybės standartų bei sistemų diegimu. Standartai – tai tarptautiniu mastu pripažinti socialinės atsakomybės diegimo instrumentai, įrodantys klientams, partneriams, investuotojams, darbuotojams bei visuomenei, kad organizacijos siekia užtikrinti darbuotojų teises, etišką ir aplinkai nežalingą produktų gamybą ir paslaugų tiekimą. Standartais, susijusiais su įmonių socialine atsakomybe, siekiama sukurti pridėtinę vertę, susisteminant ir pateikiant visuotinai pripažintus principus įmonių socialinės atsakomybės srityje. Pagrindiniai standartai bei iniciatyvos, siejamos su įmonių socialine atsakomybe pateiktos 3 lentelėje.

3 lentelė. Standartai ir iniciatyvos, susijusios su įmonių socialine atsakomybe

ISO 9000	Tarptautinės standartizacijos organizacijos ISO 9000 šeimos kokybės vadybos sistemų standartai (ISO 9001 – kokybės vadybos sistema, ISO 14001 – aplinkos vadybos standartas).
OHSAS 18001	Darbuotojų saugos ir sveikatos vadybos sistemos standartas. Tikslas – paremti ir skatinti gerą darbuotojų saugos ir sveikatos praktiką, išlaikant pusiausvyrą su socialiniais ir ekonominiais poreikiais. Įmonėje diegiama vadybos sistema pagal OHSAS 18001 yra skirta užtikrinti įmonės darbuotojų saugą ir sveikatą, mažinant nelaimingų atsitikimų darbe tikimybę ir darbuotojų sergamumą. Standarto reikalavimai įgalina organizaciją identifikuoti ir valdyti visas su kasdienine veikla ir neįprastomis situacijomis susijusias rizikas bei gerinti šio valdymo efektyvumą.
SA 8000	Socialinės atsakomybės standartas. Šio standarto esmė – visose darbo vietose turi būti remiamos pagrindinės žmogaus teisės, o vadovai yra pasiruošę prisiimti atsakomybę už tai. Ši sistema sudaryta pagal pripažintus kokybės ir aplinkos vadybos sistemų standartus ISO 9001 ir ISO 14001. Jo pagrindu yra žmogaus teisių deklaracija, vaiko teisių konvencija ir tarptautinė darbo organizavimo konvencija. Šiuo standartu užtikrinamas skaidrumas ir patikimumas veiklos srityse.
ISO 26000	Socialinės atsakomybės gairės. Jos yra tarptautinės teisės rekomendacijos, nustatančios socialinę atsakomybę užtikrinančius principus, pagrindines atsakomybės sritis, suinteresuotųjų šalių įsitraukimą, atsakingo elgesio integraciją organizacijoje. Šių gairių tikslas – skatinti organizacijas imtis atsakingos praktikos, aukštesnės už įstatymų reikalavimus bei kurti pridėtinę vertę, sistemingai pateikti visuotinai pripažintus principus įmonių socialinės atsakomybės srityje. Tai nėra vadybos sistemos standartas, nes nėra sertifikuojamas.

EMAS	Europos Sąjungos aplinkosaugos vadybos ir audito sistema. Tai savanorišku dalyvavimu grindžiama sistema, skirta įmonėms ir kitoms organizacijoms, kurios pageidauja įsipareigoti vertinti, valdyti ir gerinti savo aplinkosaugos veiksmingumą.
Pasaulinė atskaitingumo iniciatyva	Tai pažangiausias socialinės atsakomybės informacijos atskleidimo forma – tinkanti naudoti didelėms, vidutinio ir smulkaus verslo įmonėms. Iniciatyva taikoma įmonės daromam poveikiui aplinkai nustatyti. Esminis metodologijos išskirtinumas – rodiklių sistema, apimanti ekonominius, socialinius ir aplinkosauginius rodiklius. Šis standartas papildo ISO 26000, ES direktyvą dėl nefinansinės informacijos atskleidimo (Lietuvoje įsigalėjo nuo 2017 m.)
Jungtinių Tautų „Pasaulinis susitarimas“	Tikslas skatinti įmones veikti atsakingai: nedaryti žalos aplinkai, bendruomenei, kitiems verslams ir bendromis pastangomis su JT, nevyriausybinių sektoriaus organizacijomis, valdžios institucijomis dalyvauti socialinių ir aplinkosaugos problemų sprendime, prisidėti prie visuomenės raidos ir ekonomikos saugumo. Šio susitarimo laikosi beveik 13 000 narių 166 šalyse.

Šaltinis: sudaryta autorių, remiantis standartais ir iniciatyvomis.

Įmonių socialinės atsakomybės ir susijusių standartų bei sistemų diegimas padeda įmonėms sustiprinti savo įvaizdį visuomenėje, turi įtakos darbuotojų pasitikėjimui bei motyvacijai, o tai lemia aukštesnę darbo kokybę, pozityvius pojūčius organizacijose ir efektyvesnę valdymą. Socialinės atsakomybės standartų diegimas gali suteikti įmonėms konkurencinį pranašumą, nes jų laikymasis skatina vartotojus tapti atsakingais pirkėjais, norinčiais būti tikrais, kad produktai, kuriuos jie perka, buvo pagaminti laikantis socialinių ir aplinkosauginių reikalavimų. Vartotojai nori būti tikri, kad produktai yra saugūs ir kokybiški. Tai pat įmonių socialinės atsakomybės ir susijusių standartų diegimas prisideda prie įmonių santykių su nevyriausybėmis organizacijomis ir valstybės institucijomis gerinimo.

Socialinės atsakomybės standartų diegimas turi įtakos neigiamo poveikio aplinkai mažinimui, lėšų taupymui, organizacijų didesnės atsakomybės už poveikį aplinkai prisiėmimui, jų gebėjimui atrasti savo stipriąsias bei silpnąsias sritis ir numatyti verslo tobulėjimo galimybes. Socialinės atsakomybės principų laikymosi įteisinimas tarptautiniu mastu yra grindžiamas būtent socialinės atsakomybės standartų bei sistemų diegimu.

Didelę įtaką ĮSA plėtrai, susijusių standartų bei sistemų diegimui Lietuvoje, daro Lietuvos atsakingo verslo asociacija (LAVA). Lietuvos atsakingo verslo asociacijos ištakos – 2005 m. įkurtas Nacionalinio atsakingo verslo įmonių tinklas (NAVIT), kuris apjungė Lietuvos atsakingo verslo įmones ir organizacijas, daugiausia Jungtinių Tautų „Pasaulinio susitarimo“ nares. LAVA vienija įmones ir organizacijas, kurios remiasi atsakingos veiklos principais: gerbia darbuotojų žmogaus ir darbo teises, tausoja aplinką, rūpinasi klimato kaitos iššūkiais, kovoja su korupcija ir siekia pilietinės visuomenės sukūrimo. LAVA misija – skatinti darnaus verslo vystymąsi kaip atsakingos visuomenės ir tvarios ekonomikos augimo pagrindą. LAVA vizija – Lietuvos atsakingą verslą jungianti ir atstovaujanti organizacija, kuri skleidžia gerą patirtį ir skatina palankesnę darnaus verslo aplinką (Lietuvos atsakingo verslo asociacija, 2021).

Apibendrintai galima teigti, jos įmonių socialinės atsakomybės apibrėžimas ir jos suvokimas yra nuolat besikeičiantis procesas, kuriam įtaką daro visuomenė, jos lūkesčiai, vyraujančios nuostatos, diegiami standartai ar sistemos ir kiti veiksniai. Tačiau socialinės atsakomybės nauda ir teigiama įtaka nukreipta į įvairias ne tik visuomenės ar bendruomenės sritis, bet ir į pačios organizacijos vidų.

SOCIALINĖ ATSAKOMYBĖ LIETUVOJE

Globalūs šiuolaikinės rinkos pokyčiai tampa vis svarbesniu veiksmu, lemiančiu organizacijų galimybes ir perspektyvas. Lietuvos verslo organizacijos, norėdamos išlikti konkurencingomis rinkoje, turi sugebėti atlaikyti didėjančią konkurencijos spaudimą, atsirandantį dėl prekių ir paslaugų rinkų liberalizavimo, sugebėti patenkinti vis griežtesnias veiklos sąlygas, sugebėti pasinaudoti socialinių ir aplinkosauginių veiksmų sukuriamomis sąlygomis. Viena vertus, rinkos pokyčiai suteikia daugybę naujų galimybių: inovatyvios įmonės, pasikeitimų valdymas, naujo verslo kūrimas, rizika grindžiamos strategijos, socialiai atsakingo iniciatyvumo skatinimas. Kita vertus, pokyčiai sukelia iššūkius. Iššūkių, su kuriais susiduria Lietuvos verslas ir visuomenė, daro įtaką įmonių socialinės atsakomybės plėtrai Lietuvoje. Vienas jų tai pokyčiai Lietuvos darbo rinkoje. Turbūt nebėra nei vieno sektoriaus Lietuvoje, kuriame nejauciamas kvalifikuotų darbuotojų trūkumas. Didelė konkurencija rinkoje verčia organizacijas ieškoti naujos veiklos ir savęs pateikimo būdų. Kitas iššūkis, verčiantis verslą ir visuomenę reaguoti – išaugusi informacijos sklaida. Skaitmeninė revoliucija pakeitė ne tik pavienių žmonių elgseną, bet ir organizacijų veikimą. Dėl informacijos sklaidos tempų inertiški procesai tampa akimirksniu įgyvendinami. Plečiasi virtualių tinklų sistemos, daugėja virtualių bendruomenių. Būtent virtualios bendruomenės ir tampa viena svarbiausių socialinės atsakomybės suinteresuotųjų šalių. Ir nors virtualios bendruomenės yra suvokiamos kaip netiesiogiai suinteresuotos šalys, bet sparčiai augančių socialinių tinklų įtaka socialiai atsakingai organizacijų veiklai tampa ypač svarbi.

Šiuolaikinis verslas turi atsižvelgti į platesnius socialinius ir aplinkosauginius interesus, nes tai yra verslo sėkmės pamatai, be kurių verslas negali toliau vystytis. Įmonių socialinės atsakomybės principų ir praktikos sklaida – vienas iš iššūkių, su kuriais susiduria Lietuvos organizacijos, sprendimo būdų. Lietuvoje atsiranda vis daugiau įmonių, kurios ne tik garsiai deklaruoja apie vykdomą socialiai atsakingą verslą, bet ir praktiškai jį įgyvendina. Socialiniai ir aplinkosauginiai projektai jau tampa Lietuvos organizacijų strategijos dalimi. Reikėtų siekti palaipsniui perorientuoti verslo įmonių rėmimo strategijas į ilgalaikių socialinių kompleksų su visuomeninėmis organizacijomis ir bendruomenėmis kūrimo strategijas, o visuomeninėms organizacijoms siekti kurti interesų grupes, palengvinančias bendradarbiavimą su įmonėmis.

Nors socialinės atsakomybės principų ir praktikų sklaida didėja, Lietuvoje šis procesas nėra sklandus. Vieša informacija atskleidžia, jog dar nemažai organizacijų nesiremia tvariais principais, dalyvauja ir vykdo veiklą šešėlinėje ekonomikoje. Dar yra dalis organizacijų, kurios veiklą vykdo, apsiribodamos tik teisės aktuose apibrėžtomis normomis, savanoriškai nepriimdamos socialinės atsakomybės, aplinkosauginių ar tvarumo išpareigojimų. Tai atskleidžia atliekami suinteresuotų organizacijų, valstybės institucijų ar mokslininkų tyrimai – netolygus įmonių socialinės atsakomybės pasireiškimas fiksuojamas Lietuvoje.

Remiantis Lietuvos verslo konfederacijos (2021) atlikto tyrimo rezultatais, galima teigti, jog daliai organizacijų atstovų yra sunku apibūdinti, kas yra socialinė atsakomybė būtent jų organizacijos atveju. Svarbiausia – spręsti didžiausias problemas ir mažinti poveikį aplinkai, o aplinka gali būti suprantama kiekvienos organizacijos atskirai. Jei organizacijos viduje, darbuotojų atžvilgiu užtikrinamos visos privalomos sąlygos ir teikiamos papildomos vertės, organizacija savo socialinę atsakomybę gali nukreipti į aplinkosaugos arba bendruomenės sritį. Svarbu, jog socialinė atsakomybė būtų vykdoma ne tik išorėje, pirmiausia reikia sklandžiai ir tvarkingai vykdyti vidinę veiklą – teikiamas dėmesys darbuotojų sąlygoms ir organizacijos vykdomos veiklos poveikio gamtai vertinimas, ar naudojami tvarūs metodai, ar efektyviai naudojami gamtos išteklių ir kitos priemonės. Kaip verslo organizacijos vykdo socialinę veiklą savo organizacijų viduje galėsite skaityti dalyje „Lietuvos organizacijų socialinės atsakomybės gerieji pavyzdžiai“. Jei organizacijų viduje visi procesai ir veiklos vykdomos tinkamai, organizacija gali savo dėmesį skirti išorinei socialinei atsakomybei. Dažnai organizacijų atstovai mano, kad jų viduje visos veiklos vykdomos tvariai. Tačiau neretai pasitaiko, jog darbuotojų poreikiai ir lūkesčiai yra netinkamai atliepti, kas sąlygoja jų užslėptą nepasitenkinimą esama padėtimi. Organizacijos atstovams nusprendus vykdyti socialines iniciatyvas, pirmiau nukreiptas į išorę – visą visuomenę ar artimiausias bendruomenes, o ne į vidų – darbuotojus – galimas darbuotojų pasipriešinimas šioms iniciatyvoms.

PROBLEMINIAI ASPEKTAI, SUSIJĘ SU ĮMONIŲ SOCIALINĖS ATSAKOMYBĖS ĮGYVENDINIMU, LIETUVOS VERSLO SEKTORIUOSE

Aplinka, kurioje veikia verslas (bendruomeninė, ekonominė, gamtinė aplinka ir kitos susijusios šalys), ir pats verslas yra tarpiai susiję, o verslo ilgalaikė sėkmė priklauso nuo to, kaip įmonė sugeba darniai integruotis į aplinką ir jausti visuomenės socialines nuotaikas. Šiuolaikinis verslas turi atsižvelgti į platesnius socialinius interesus, nes tai yra verslo sėkmės pamatai, be kurių verslas negali toliau vystytis. Be darniai funkcionuojančios visuomenės verslas tiesiog neturi ateities. Verslo organizacijos pradeda pripažinti, kad įmonių socialinės atsakomybės principų diegimas ir socialinis aktyvumas atveria palankias jų veiklos perspektyvas, taigi galiausiai garantuoja ir didesnę prestižą bei pelną.

Remiantis VŠĮ „Versli Lietuva“ parengta apžvalga „Verslumo tendencijos Lietuvoje 2020 m.“ daugiausia įmonių 2021 m. pradžioje veikė paslaugų (76,0 proc.), pramonės (10,8 proc.), statybos (10,7 proc.) ir žemės ūkio (2,6 proc.) sektoriuose. Paslaugų sektoriuje didžiausia jų dalis buvo prekyboje (27,7 proc.), profesinėje, mokslinėje ir techninėje veikloje (12,3 proc.) bei transporte ir saugojime (9,7 proc.). Trumpuoju laikotarpiu, nuo 2020 m., labiausiai įmonių dalis padidėjo statyboje (nuo 10,3 proc. iki 10,7 proc.), labiausiai sumažėjo – prekyboje (nuo 28,3 proc. iki 27,7 proc.).

Lietuvos statistikos departamento duomenys (2021) atskleidžia, jog Lietuvos transporto ir saugojimo sektoriaus tiesioginės investicijos užsienyje kasmet didėja, 2020 metais jos buvo didžiausios, pasiekusios 128 mln. eurų. Transporto ir logistikos sektorius, sudarantis 13 proc. BVP, yra reikšmingas Lietuvos ekonomikai. 2020 m. apgyvendinimo ir maitinimo sektoriuje dirbo 156 303 darbuotojai, tai yra kiek mažiau nei praėjusiais metais (2019 m. – 166 241). 2020 m. Lietuvoje įregistruotos 3 352 apgyvendinimo (2019 m. – 3 754) ir 4 058 maitinimo įstaigos (2019 m. – 4 070). Tačiau dėl visuotinės pandemijos 2020 m. padaugėjo apgyvendinimo ir maitinimo sektoriuje bedarbių, registruotų Užimtumo tarnyboje prie Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerijos, skaičius. 2020 m. mažmeninės prekybos įmonių apyvarta (be PVM ir akcizų) sudarė 13,1 mlrd. Eur. Remiantis Lietuvos banko 2020 m. duomenimis prekybos, transporto, apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų sektoriai kartu sudaro 30,3 proc. bendrosios pridėtinės vertės, o statybų sektorius – 7,1 proc.

Šie sektoriai kartu ir atskirai turi didelę įtaką Lietuvos ekonomikai ir darbo rinkai, kas sąlygoja ir jų reikšmę, prasmę ir naudą plėtojant socialinę atsakomybę ir jos iniciatyvas Lietuvoje. Vis tik, atskiruose Lietuvos verslo sektoriuose yra dar nemažai problemų, siejamų su socialine atsakomybe ir atskiriomis jos sritimis. Žemiau pateikiami šiuose sektoriuose vyraujantys arba neretai pasitaikantys probleminiai aspektai.

Darbo santykių srities probleminiai aspektai:

Darbo užmokesčio vėlavimai fiksuojami transporto, statybos, mažmeninės ir didmeninės prekybos sektoriuose, maitinimo sektoriuje. Valstybinės darbo inspekcijos prie Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerijos duomenimis (2021) pagrindė dominuoja darbo ginčai dėl darbo užmokesčio. Transporto sektoriuje didelės dalies darbuotojų gaunamų pajamų sudaro dienpinigiai, kas sąlygoja mažesnes darbuotojų socialines garantijas ir draudimines išmokas, pavyzdžiui, ligos, nedarbo atveju. Nelaimingi atsitikimai, nesilaikant saugos ir sveikatos reikalavimų, dažniausiai fiksuojami statybos ir mažmeninės ir didmeninės prekybos sektoriuose. Tenka pažymėti, kad Lietuvoje vis dar darbuotojų sveikatos ir saugos darbe reikalavimų pažeidimų, kas sąlygoja nemažą sužalojimų ir mirčių darbe skaičių, ypač daug nelaimingų atsitikimų įvyksta pirmaisiais darbo metais. Daugiausiai atleistų darbuotojų COVID-19 pandemijos metu fiksuota apgyvendinimo ir maitinimo sektoriuje, kuriame dominuoja kiek didesnė nei minimali mėnesinė alga. Viena didžiausių problemų darbo rinkoje – kvalifikuotų darbuotojų trūkumas, kuris pasireiškia įvairiuose sektoriuose. Pažymėtina, kad pandemijos laiku pradeda stebėti net ir nekvalifikuotos darbo jėgos trūkumo tendencija.

Aplinkosaugos srities probleminiai aspektai:

Transporto sektorius – vienas labiausiai teršiančių, daugiausia teršalų išskiriančių sektorių Lietuvoje, ryškiausiai prisideda prie triukšmo taršos. Statybų sektorius –

naudojamos ypač netvarios medžiagos CO2 atžvilgiu: plienas, cementas ir stiklas, dėl šių medžiagų gaminiui reikalingos aukštos temperatūros, kurios metu išsiskiria labai didelis anglies dioksido kiekis. Mažmeninės ir didmeninės prekybos sektorius – dėl didelio elektros suvartojimo, gausių šaldytuvų ir šaldiklių naudojimo veikloje organizacijos stipriai prisideda prie didelių CO2 emisijų, o veikloje gausiai naudodami pakavimo priemones ir prie plastiko didelio suvartojimo šalyje. Maitinimo sektoriaus atveju pastebima atliekų tvarkymo ir rūšiavimo atsakomybės neprisirišimo problema, kai restoranai vykdydami veiklą ir naudodami didelius stiklo taros kiekius, ją išmeta į bendro naudojimo konteinerius arba prie jų, arba naudodami vienkartinius indus, kuriuos klientai vėliau išmeta įvairiose vietose, taip ne tik nerūšiuodami, bet ir teršdami aplinką. Statybų sektoriuje užfiksuojama statybinių atliekų netinkamas tvarkymas kartu su pavojingomis, užterštomis statybinėmis atliekomis, tačiau atkreiptinas dėmesys ir į tai, jog gyventojai, remontuodami savo namus, taip pat nevykdo rūšiavimo arba statybines atliekas išmeta kartu su buitinėmis, nors yra sudarytos sąlygos tokias atliekas vežti į atliekų surinkimo aikštes. *Sąžiningos ir skaidrios veiklos probleminiai aspektai:*

Pajamų slėpimas neišrašant sąskaitų už suteiktas paslaugas – pasireiškia įvairiuose sektoriuose. Statybų sektoriuje vyraujanti problema – pradėti statybas negavus visų reikiamų leidimų, kurie iššaukia vėliau statinių griovimą, o tai turi įtakos aplinkosaugos sričiai – išteklių naudojami neefektyviai, pertekliniai. Vertinant mažmeninės ir didmeninės prekybos sektorių pažeidimai dažniausiai nustatomi turgavietėse – neapskaitomi pinigai, nenaudojami kasos aparatai ir neišduodami kvitai už prekes, kas vėliau sąlygoja klientų teisių pažeidimus, tai pat gajus nelegalus ar nedeklaruotas darbas. Vertinant didžiųjų prekybos tinklus – fiksuojama egzistuojanti kartelinių susitarimų ir konkurencijos ribojimo smulkesnių prekybininkų atžvilgiu problema.

Bendruomeniškumo srities probleminiai aspektai:

Mažmeninė prekybos sektoriuje dažnai pastebimi atvejai – gavus laboratorinių tyrimų rezultatus dėl prekybos esančių produktų ar gaminių netinkamumo vartojimui ar naudojimui, jų kenksmingumo – šie gaminiai nėra laiku panaikinami iš prekybos. Taip pat vyrauja maisto produktų pardavimai su pasibaigusiu galiojimo terminu ir termino klaidojimo atvejai. Apgyvandinimo sektorius yra mažai pritaikytas asmenims turintiems judėjimo negalią. Kvapų ir riebalų kaupimasis ortakiuose – problemos su kuriomis susiduria vietos bendruomenės, jų aplinkoje veikiant maitinimo sektoriaus verslui. Trūksta bendruomeniško požiūrio į aplinkos tvarkymą ir visos bendruomenės įtraukimą į bendrą gerį kuriančias veiklas.

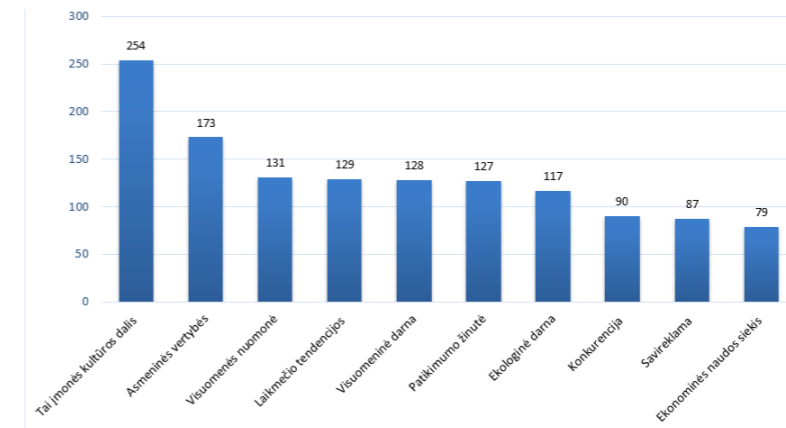
Vartotojų teisių srities probleminiai aspektai:

Mažmeninės ir didmeninės prekybos sektoriuje dažnai pastebimi klientų skundai dėl netinkamų kainų, kainų su nuolaida atvaizdavimo prekėms, kai tokios nuolaidos jau nebetaikomos, už reklamuojamas prekes internetinėse ir fizinėse parduotuvėse, kai tokių prekių likučių pardavėjai jau nebeturi, už prekių ir pinigų gražinimo problemas. Maisto saugos ir kokybės užtikrinimo problemos fiksuojamos maitinimo, maisto ir gėrimų gamybos sektoriuose, dėl fiksuojamų vartotojų skundų Valstybinei maisto ir veterinarijos tarnybai.



BENDRASIS ORGANIZACIJŲ SUVOKIMO APIE ĮMONIŲ SOCIALINĘ ATSAKOMYBĘ TYRIMAS

Lietuvos verslo konfederacijos (2021) atlikto tyrimo tikslas – nustatyti Lietuvos organizacijų bendrąjį supratimą apie įmonių socialinę atsakomybę, įmonių socialinės atsakomybės įgyvendinimo ypatumus ir galimas tobulėjimo sritis. Buvo nagrinėjami du tyrimo metodai – apklausa ir interviu. Apklausa buvo taikoma kaip instrumentas respondentų, įvairių organizacijų atstovų, įmonių socialinės atsakomybės suvokimui nustatyti. Interviu buvo atliktas su organizacijų atstovais, užimančiais vadovaujančias pareigas arba pareigas, susijusias su įmonių socialinės atsakomybės realizavimu, savo srities ekspertais, siekiant atrasti gilesnius įmonių socialinės atsakomybės suvokimo, įgyvendinimo ir svarbos organizacijai aspektus.



1 pav. Motyvaciniai veiksniai, skatinantys organizacijos socialinę atsakomybę. Šaltinis: Lietuvos verslo konfederacija (2021)

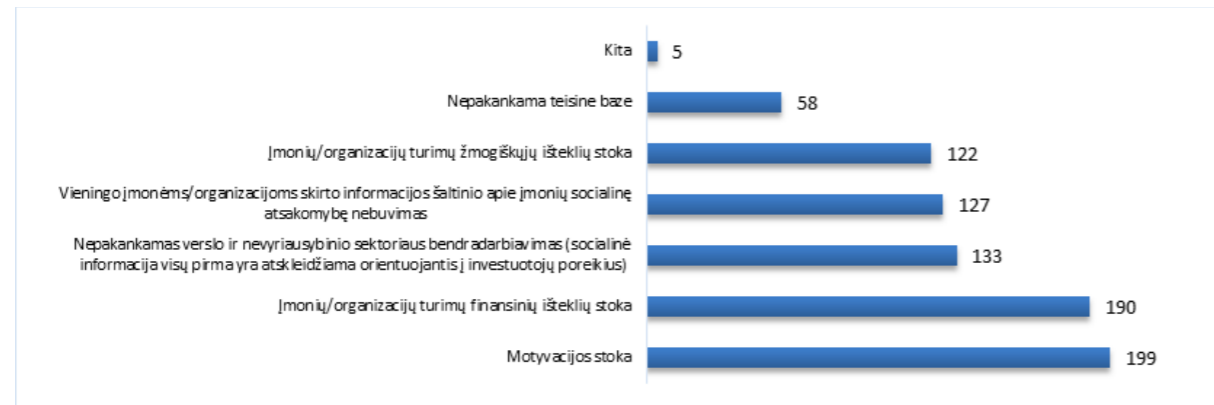
Apklausoje dalyvavo 364 respondentai, o interviu – 25 ekspertai. 254 iš 364 respondentų teigė, kad organizacijos apsisprendimą tapti socialiai atsakinga labiausiai lemia motyvacija, kad ĮSA taptų įmonės kultūros dalimis. Remiantis tyrimo rezultatais, kiti motyvaciniai veiksniai yra asmeninės vertybės, visuomenės nuomonė, laikmečio tendencijos, visuomeninė darna, patikimumo žinutė ir ekologinė darna, o konkurencija, savireklama ir ekonominės naudos siekis yra mažiau reikšmingi motyvaciniai veiksniai (1 pav).

KELI APKLAUSOS TYRIMO FAKTAI PROCENTINE IŠRAIŠKA:

- 52,6 %** Daugiau nei pusė visų respondentų mano, jog Lietuvos verslo organizacijos skiria nepakankamai dėmesio socialiai atsakingų veiklų įgyvendinimui.
- 81 %** Respondentų nurodė, jog jų organizacijos skiria dėmesį socialiai atsakingų veiklų įgyvendinimui (50,1 proc. skiria pakankamai, o 30,9 proc. įgyvendina tam tikras iniciatyvas).
- 39,84 %** Respondentų organizacijos turi paskelbtą ir kryptingai vykdomą įmonių socialinės atsakomybės politiką/strategiją.
- 13,7 %** Tik tiek respondentų žino, jog jų organizacijos turi parengusias mokymo programas, padedančias darbuotojams įgyvendinti ĮSA politiką ir veiksmų planą. Daugiau nei pusė tokios informacijos nežino.
- 50,3 %** Respondentų organizacijų turi veiksmingą skundų administracijos nagrinėjimo procedūrą, dar 6 proc. nurodė, jog procedūra nėra veiksminga, 10 proc. organizacija neturi procedūros, o trečdalis respondentų tokios informacijos nežino.
- 41,5 %** Respondentai nurodė, jog jų organizacijose tiekėjai bent iš dalies yra vertinami (vertinami visuomet, nes tai organizacijos politika arba dėl kitų priežasčių, arba vertinama esant galimybei).
- 53,2 %** Respondentų organizacijos savanoriškai skiria laiko vietinės bendruomenės iniciatyvoms, investuoja į jas arba jas palaiko, trečdalis tokios informacijos neturi, o 13,5 proc. neskiria dėmesio.
- 60,4 %** Respondentų organizacijos turi veiksmų planą ir programas skirtas savo poveikio aplinkai mažinimui.
- 62,9 % + 5,2%** Respondentų organizacijos diegia pažangias, išteklius tausojančias ir aplinkos taršą bei klimato kaitą mažinančias technologijas ir gaminius. Dar 5,2 proc. nurodė, jog ateityje yra numatytos investicijos šiai sričiai.

Tyrimo buvo nagrinėjami ir pagrindiniai veiksniai, galimai darantys įtaką lėtai įmonių socialinės atsakomybės plėtrai Lietuvoje. Du veiksniai, respondentų nuomone, daro reikšmingą neigiamą poveikį įmonių socialinės atsakomybės plėtrai, galimi keli atsakymai. Didelė dalis respondentų nurodė motyvacijos stoką (199 iš 364 arba 55 proc. respondentų) ir įmonių/organizacijų turimų finansinių išteklių stoką (190 iš 364 arba 52 proc.). Keli respondentai nurodė ir papildomus veiksnius, tokius kaip:

- „socialinis vystymasis šalyje yra susijęs su valstybės socialine ir mokestinė moralės politika“;
- „nes niekas nežino kas yra ĮSA konkrečios įmonės ar jos veiklos atveju“;
- „žmonių tarybinio mąstymo palikimas“;
- „socialinės atsakomybės kultūros trūkumas, pernelyg stiprus polinkis į oportunistą“.



2 pav. Veiksniai, galimai darantys įtaką lėtam organizacijų socialinės atsakomybės vystymuisi.
Šaltinis: Lietuvos verslo konfederacija (2021)

Ekspertų nuomone, organizacijų socialinės atsakomybės suvokimas siejamas su atsakomybe, nauda, atsakomybės ir naudos/poveikio sąjunga ir organizacijos mąstymu.

Ekspertai taip pat išskyrė įmonių socialinės atsakomybės atsiskaitymo būdus: pirmas – yra arba buvo rengiamos atskiros socialinės atsakomybės ataskaitos, kitas būdas – atsiskaitymas socialiniais ar kitais kanalais, paskutinis atsiskaitymo būdas, kai rengiamos ataskaitos arba jos dalis (pavyzdžiui: veiklos ataskaitos ar metinio pranešimo dalis) ir atsiskaitoma papildomai socialiniuose tinkluose ar renginiuose. Dalis ekspertų taip pat paminėjo, jog šiuo metu atskiros socialinės atsakomybės ataskaitos nerengia, bet planuojama artimoje ateityje. Atsiskaitymo visuomenei nauda fiksuojama per organizacijos tapimo atviresne visuomenei ir pokyčius darbuotojų srityje: didesnės naudos darbuotojams fiksuojama arba pasikeičiantį pačių darbuotojų požiūrį į įmonės socialinę atsakomybę.

Remiantis ekspertų nuomone, pagrindiniai iššūkiai, su kuriais susiduria organizacijos, įgyvendindamos socialiniai atsakingas iniciatyvas, yra: augantys visuomenės lūkesčiai ir jų patenkinimas, darbuotojų trūkumas arba atsakingo požiūrio stoka, nepakankamas mokestinis skatinimas ir valstybinis požiūris, organizacijos vidinis požiūris, pokyčiai arba infrastruktūriniai apribojimai ir finansiniai bei informaciniai apribojimai.

Vertinant socialinių iniciatyvų viešinimą dauguma ekspertų teigė ir pripažino jo reikalingumą, tačiau svarbu atkreipti dėmesį koks šių iniciatyvų viešinimo pagrindinis tikslas.



TYRIMO IŠVADOS:

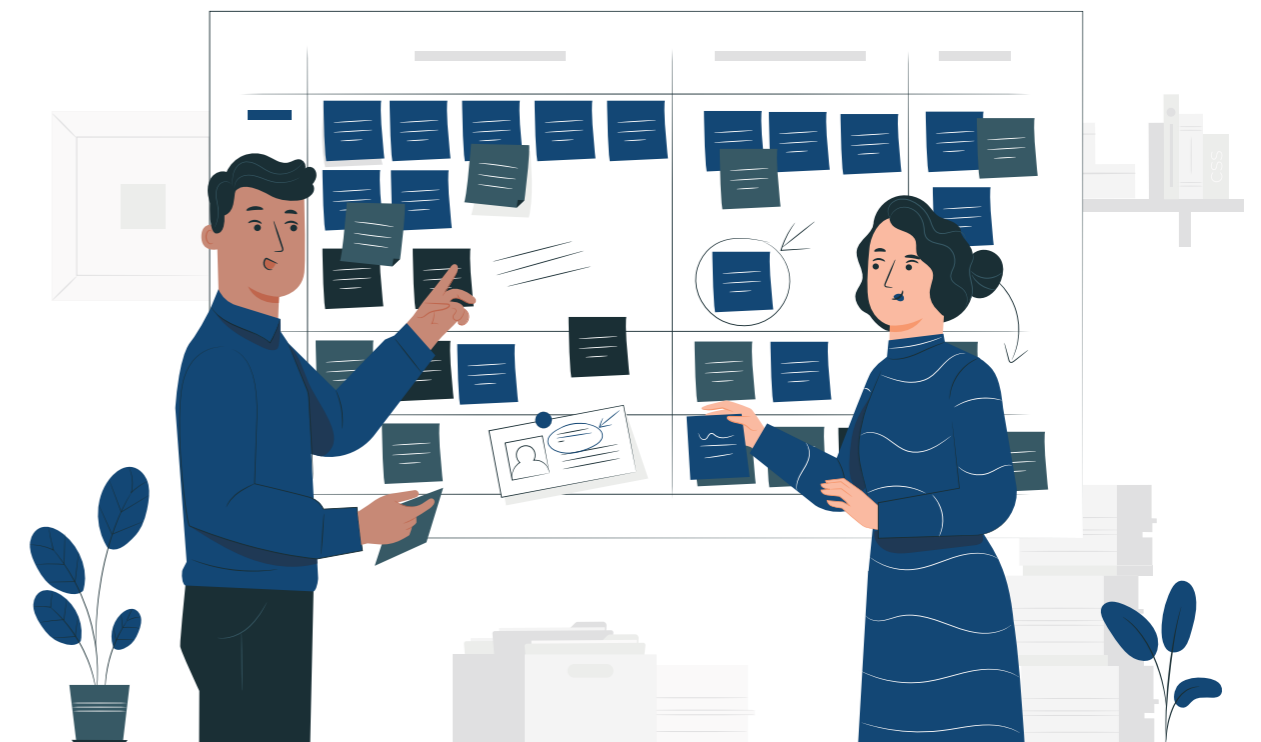
Nors ekspertinio tyrimo metu nustatytas dažnas socialinės atsakomybės pasireiškimas įvairiose srityse: darbo santykių (stiprus pasireiškimas), aplinkosaugos (stiprus), sąžiningos ir skaidrios veiklos (stiprus), bendruomeniškumo (stiprus), vartotojų teisių (mažas), socialinių investicijų (vidutiniškas pasireiškimas), tačiau nustatytas atotrūkis tarp anketinio tyrimo rezultatų: gana didelė dalis respondentų neturėjo nuomonės į klausimus susijusius su darbo santykių, bendruomeniškumo ar aplinkosaugos sritimis.

Remiantis apklausos rezultatais, galima daryti išvadą, jog organizacijose vyrauja vidinės informacijos sklaidos problema, neteikiamas arba teikiamas nepakankamas dėmesys vidinei komunikacijai, organizacijos darbuotojams pristatomos informacijos svarbai. Nors dalis respondentų yra įsitikinę, jog įmonių socialinė atsakomybė yra įmonės kultūros dalis.

Remiantis kokybinio tyrimo, interviu, rezultatais, galima akcentuoti, kad įmonių socialinės atsakomybės iniciatyvų viešinimas yra naudingas ir būtinas organizacijai ir suinteresuotosioms šalims. Remiantis apklausos rezultatais, daugiau nei pusė respondentų nežino, ar jų organizacijos atsiskaito už socialinę atsakomybę. Tai parodo dviejų tyrimo dalių atotrūkį. Galima daryti prielaidą, jog organizacijos, kurios vykdo socialinę atsakomybę, atsiskaito darbuotojams ir kitoms suinteresuotoms šalims, labiau supranta viešinimo (vidinio ir išorinio) svarbą.

Taip pat pastebėta, jog nepaisant šalyje vykdomų socialinės atsakomybės projektų ir viešos informacijos didelio prieinamumo, aptinkamas didesnis informavimo poreikis (remiantis kiekybinio ir kokybinio tyrimo duomenimis) – tai galėtų būti suprantama kaip mokymų arba vieningo šaltinio, „vieno langelio“ principu veikiančio informacinio šaltinio poreikis.

Apibendrinant ir įvertinant ekspertų pateiktas įmonių socialinės atsakomybės apibrėžtis, organizacijos socialinė atsakomybė – tai organizacijos mąstymo būdas, kuriuo vadovaudamasi organizacija prisiima atsakomybę už savo vykdomą veiklą, jos teigiamą ir neigiamą poveikį aplinkai (visų formų) ir vykdydama veiklą kuria teigiamą naudą/vertę visoms suinteresuotoms šalims.



ĮMONIŲ SOCIALINĖ ATSAKOMYBĖ



LIETUVOS ORGANIZACIJŲ SOCIALINĖS ATSAKOMYBĖS GERIEJI PAVYZDŽIAI



THE KNOTTY ONES



UAB „Kvapų namai“

Aromaterapijos ir natūralios kosmetikos gamyba
Maža organizacija
ĮSA > 13 m.



Socialinės atsakomybės pradžia organizacijoje

Tai prasidėjo nuo pat įmonės įkūrimo 2008 m. Mūsų tikslas buvo parodyti žmonėms sintetinės kosmetikos vartojimo beprasmybę, jos pavojus sveikatai ir našta aplinkai, bei atskleisti žalesnių ir sveikesnių alternatyvų galimybes. Mūsų darbuotojai puoselėja ir atstovauja tas pačias vertybes, tad Kvapų namuose palaikoma stipri žalios politikos kultūra.



Geroji socialinės atsakomybės patirtis ir inovacijų taikymas

Nuo pat įkūrimo pradžios iki šandienos mes turime socialinės atsakomybės aplinkosaugos ir tvarumo politikos nuostatas. Gamyboje nenaudojame jokių sintetinių ingredientų, tik natūralias gamtiškas medžiagas. Naudojame tik stiklines, aliuminines bei popierines pakuotes (stiklinės pakuotės lengvai išplaunamos, todėl yra galimas surinkimas pakartotiniam naudojimui), o siuntų pakavimo medžiagas naudojame pakartotinai. Visuose gamybos etapuose taikome aplinką tausojančius gamybos principus, pagal ekologinės gamybos ir ekologiškos kosmetikos sertifikavimo principus. Renkantis žaliavas pirmenybę teikiame ekologiškai sertifikuotoms arba taip pagamintoms žaliavoms, mažų ūkių ir kooperatyvų produkcijai, geografiškai arčiau esantiems tiekėjams.

Visas veiklas organizuojame laikantis tvarumo ir minimalios žalos aplinkai principais, pavyzdžiui, negaminame kosmetikos mėginėlių vienkartinėse pakuotėse, nes jos sukuria daug atliekų. Naudojame tik iš natūralių medžiagų pagamintus baldus, daiktus bei biuro reikmenis, prekes ir paslaugas perkame iš vietinių lietuviškų įmonių, jei paslaugų kokybė yra tinkama. Gaminant kosmetiką nenaudojame palmių aliejaus ir jo išvestinių ingredientų, taip pat žaliavų iš nykstančių laukinių augalų ekstraktų. Esame

vienintelė tokia gamybos įmonė Lietuvoje, turinti specialią įrangą ir kvalifikuotus specialistus teršalų (ftalatų ir pesticidų) monitoringui. Dėl šių nuostatų laikymosi užtikrinimo, teko atsisakyti nemažos dalies tiekėjų, ir jų siūlomos produkcijos, kadangi ji neatitiko mūsų keliamų reikalavimų. Patikrintų, patikimų tiekėjų žaliavas įsigyjame brangesnėmis kainomis, dėl to negalime konkuruoti su pigesnėmis kainomis siūlančia rinką, netenkame dalies pajamų. Taip pat, kokybei užtikrinti ir tiekėjų atrankai vykdyti, turėjome ir vis dar turime daug investicijų į tyrimų laboratoriją ir jos specialistus.

Tyrimai reikalauja daug finansinių ir žmogiškųjų bei laiko resursų – tai daro įmonės veiklos procesus sudėtingesniais ir galima būtų laikyti „blogąja“ socialinės atsakomybės puse, tačiau mūsų šūkis – pagarba Augalui, Žemei ir Tradicijoms, gimė iš holistinio požiūrio į grožį bei sveikatą, taip pat noro kurti žmogui sveikesnius ir aplinkai draugiškesnius produktus, todėl tokiu griežtu procesu ir požiūriu į jį kaip tik džiaugiamės.

Socialinių iniciatyvų vystymas

Poveikio aplinkai mažinimo programa – tai nuolatinis žmonių švietimas: viešų edukacinių paskaitų ir seminarų ciklai, kurių metu supažindiname su gamtinės natūralios kosmetikos ir buitinių produktų ingredientais bei mokome, kaip tokių produktų pasigaminti namie, kaip pasigaminti šviežią maistą, kaip atpažinti ir vengti



teršiančių medžiagų kosmetikoje, pvz. konservantų, ftalatų. Taip kiekvienas prisidedame prie mažesnio vartojimo, atliekų mažinimo, mažesnio aplinkos teršimo, gamtos ir tradicijų išsaugojimo.

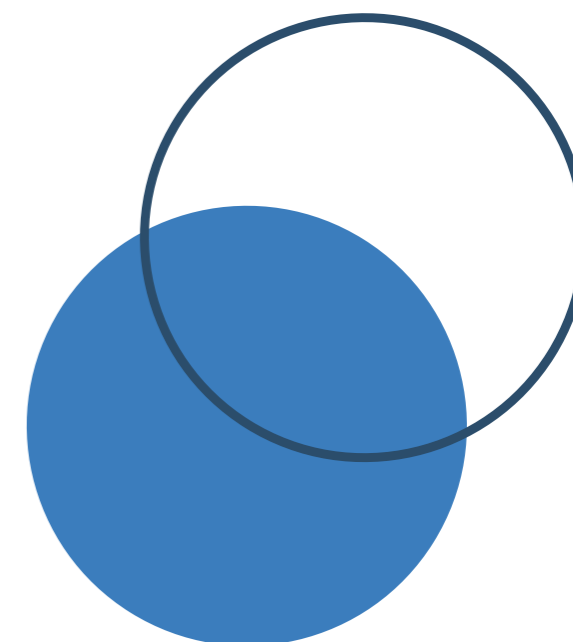
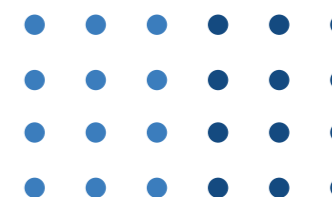
Taip pat per savo prekybos taškus ir socialinius tinklus telkiame bendruomenę ir palaikome nuolatinį ryšį su sąmoningais ir pažangaus mąstymo žmonių bendruomenėmis ir NVO, Zero waste, Fridays for future, Baltijos aplinkos forumu, Darom, Valdorfo pedagogikos ir kitomis atsakingo elgesio bendruomenėmis. Vyksta nuolatinis dialogas, poreikių ir galimybių analizė, ir priimami sprendimai. Pavyzdžiui, 2020 m. visuose prekybos vietose sudarėme galimybes įsigyti pilstomų šampūnų ir prausiklių, taip sumažindami plastikinių neperdirbamų pakuočių atliekų susidarymą. Kai milžinišku tempu plinta patalpų ir visa ko kvėpinimo moda, norime atkreipti visuomenės dėmesį į kvapiųjų produktų saugą ir pavojus sveikatai. Net ir natūralių kvapų naudojimas eterinių aliejų pavidalu nevisada yra saugus, žmonėms trūksta žinių ir informacijos apie pavojus, o verslai per mažai dėmesio skiria eterinių aliejų kokybės patikrai. 2021 m. atlikome Lietuvos rinkoje esančių tikrųjų levandų eterinio aliejaus tyrimą, kurio metu paaiškėjo, kad net 51% levandų eterinių aliejų yra suklastoti (maišyti su kitos rūšies aliejumi arba su sintetiniais priedais) ir nėra saugūs vartojimui pagal paskirtį (sveikatinimui). Tokie kvapiųjų produktų tyrimai Lietuvoje dar niekada nebuvo atliekami.



Inovacijos socialinės atsakomybės srityje

2010 m. įkūrėme savo gamybos ir tyrimų laboratoriją, pradėjome gaminti paprastos, bet vertingos sudėties, tik 100% natūralią kosmetiką ir aromaterapijos produktus, kuriuose naudojami tik žmogui ir aplinkai nepavojingi bioskaidūs ingredientai. Kiekvieną žaliavą ir pagamintą produkciją galime patikrinti ir užtikrinti, kad ji yra saugi – be taršalų ar kitų sintetinių medžiagų. Nuolat kuriame aplinkai ir žmogui draugiškus naujus produktus, kurie gerina žmonių fizinę ir emocinę būseną. Kasmet sukuriame keliasdešimt tokių produktų ir jais džiuginame savo vartotojus. 2020 m. įmonėje įsteigėme naują pareigybę – tvaraus vystymosi specialistas. Su jo pagalba tikimės pritaikyti daugiau inovacijų, skirtų įmonės socialinės atsakomybės vystymui.

UAB „Kvapų namai“ socialinės atsakomybės patirtimi pasidalino Rūta Daunoravičienė, įmonės įkūrėja





Socialinės atsakomybės pradžia organizacijoje

Pirmosios socialinės iniciatyvos įmonėje atsirado jau prieš kelis dešimtmečius, paramą ir paramos ataskaitas teikia nuo 2012 metų, o socialinės atsakomybės ataskaitas – nuo 2009 metų. Visgi, šiai sričiai daugiau dėmesio skiriame paskutinis kelis metus. Šiomet – įsteigėme pareigybę atsa-



kingą už įmonės darnų vystymąsi, prisijungėme prie Jungtinių Tautų Pasaulinio susitarimo ir nusistatėme Lietuvos paštui svarbiausias darnaus vystymosi kryptis. Savo veikla norime rodyti pavyzdį kitoms Lietuvos įmonėms, taip pat siekiame atsižvelgti į mūsų suinteresuotų šalių (darbuotojų, klientų, partnerių, akcininkų ir kt.) lūkesčius. Mes šią sritį įvardijame kaip darnų vystymąsi, kuris apima socialinę, aplinkos apsaugos ir ekonominę atsakomybę. Būdami itin didele įmone, ir kasdien aptarnaudami tūkstančius žmonių, suprantame, savo atsakomybę mažinti neigiamą savo poveikį, o taip pat turime daug galimybių daryti teigiamą įtaką, tad siekiame veikti atsakingai.

Geroji ir blogoji socialinės atsakomybės patirtis

Blogosios patirties, susijusios su socialinės atsakomybės sritimi, negalėtume išskirti, tačiau tikrai susiduriame su iššūkiais. Visų pirma, siekiant, kad įmonė veiktų darniai

AB „Lietuvos paštas“

Pašto paslaugų teikimas
Labai didelė organizacija
ĮSA > 10 m.

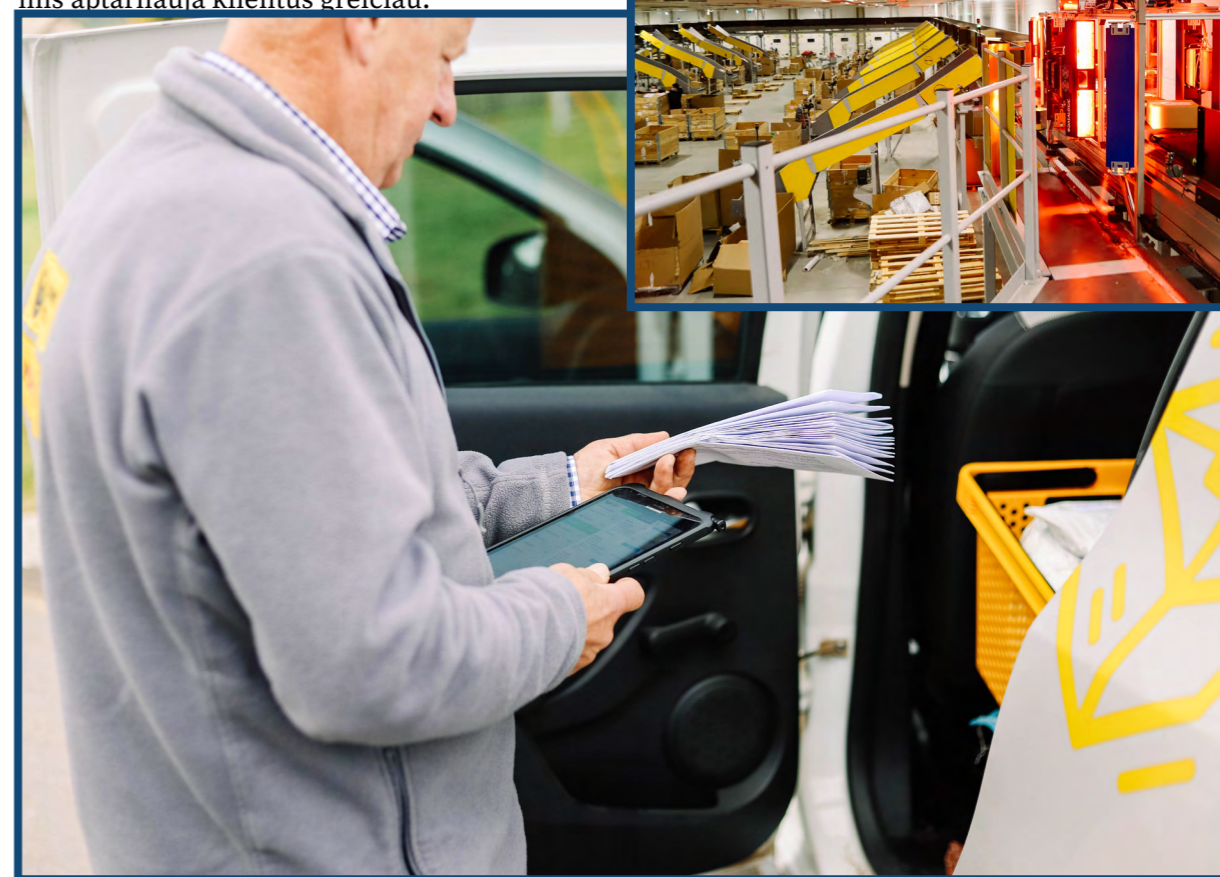
ir būtų socialiai atsakinga, už skirtingas sritis atsakingi vadovai turi būti įsitraukę į šios srities planavimą. Jiems bendradarbiaujant turi būti ne tik užtikrintas įmonės socialinės atsakomybės strategijos integravimas į įmonės verslo strategiją, bet ir numatyti konkretūs veiksmai strategijos tikslams įgyvendinti. Pavyzdžiui, vienas iš mūsų darnaus vystymosi srities tikslų yra būti atviriems darbuotojams, turintiems negalią. Siekiant šio tikslo neužtenka vieną kartą per metus sudalyvauti atvirų durų dienoje – turime užtikrinti reikiamą infrastruktūrą bei formuoti vidinę kultūrą.

Antra, esame didelė organizacija, kurioje didelė įvairovė (pagal darbuotojų amžių, gyvenamąją vietą, išsilavinimą ir kt.), tad nemažai iššūkiu tampa siekis į socialiai atsakingas veiklas įtraukti visus darbuotojus bei perteikti jiems darnaus vystymosi svarbą. Tai ypač svarbu įgyvendinant ne pavienes iniciatyvas, o realius, ilgalaikius ir vertę kuriančius darnaus vystymosi pokyčius. Veiklą, susijusią su korupcijos prevencija ir skaidrumu galime įvardinti kaip vieną sėkmingiausių mūsų įmonės socialinės atsakomybės pavyzdžių. Per pastaruosius kelis metus šiose srityse buvo nuveikta nemažai svarbių darbų – parengėme ne vieną tvarką ir aktyviai taikome jų įgyvendinimą užtikrinančias priemones. Taip pat mūsų antikorporacinę veiklą teigiamai įvertino „Transparency International“, pradėjome dalyvauti „Skaidrumo akademijoje“, kurioje kaip skaidrumo srities ekspertai kitiems iniciatyvos dalyviams teikiame konsultacijas, mokymus, patarimus bei metodinę pagalbą ir taip prisidedame prie korupcijai atsparios aplinkos kūrimo. Be to organizacijoje veikia pasitikėjimo linija, kasmet atliekame darbuotojų tolerancijos korupcijai apklausą, o darbuotojai dalyvauja antikorporacinio sąmoningumo ugdymo programoje. Formuojame vidinę kultūrą, kur kiekvienas darbuotojas suprastų svarbą dirbti įmonėje, kuri vadovaujasi aukščiausiais veiklos standartais.

Kita mūsų įmonei svarbi ekonominės atsakomybės sritis – skaitmenizavimas ir efektyvumo didinimas. Siekiame, kad įmonė būtų moderni, veiklų efektyviai – taip galime užtikrinti kokybiškas paslaugas klientams ir tinkamas darbo sąlygas darbuotojais. Skaitmenizacijos projektus pradėjome prieš kelis metus ir jau matome teigiamus rezultatus, tačiau tai yra tęstinis procesas.

Inovacijų taikymas socialinėje atsakomybėje

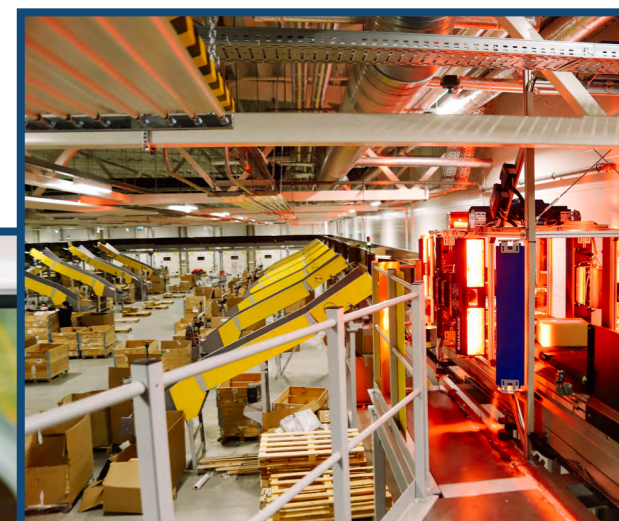
Viena iš inovacijų, kurias taikome siekdami būti socialiai atsakingi, yra paštomatai – jų atsiradimas sukūrė naują siuntų pristatymo būdą, o sparti jų plėtra Lietuvoje prasidėjo prieš kelis metus. Tai aplinkai draugiškas pristatymo būdas – pristatant siuntas į paštomatus nuvažiuojamas trumpesnis atstumas nei įteikiant siuntas į rankas kiekvieno kliento namuose, tad į aplinką patenka mažiau CO2. Jei lygintume su atsiėmimu iš pašto skyriaus – paštomatai yra kur kas patogesnis ir greitesnis būdas atsiimti siuntą, nes klientai gali pasirinkti sau tinkamiausią vietą, o siuntą atsiimti bet kuriuo paros metu. Kitas inovatyvus veiklos pakeitimas buvo mobilus laiškininko projektas, užbaigtas 2020 metais. Mobilus laiškininkas visas pašto paslaugas patogiai gali suteikti kaimiškų vietovių gyventojų namuose, jo iškvietimas į namus – nemokamas, dirbdamas su šiuolaikiškais darbo priemonėmis aptarnauja klientus greičiau.



Iniciatyvų kūrimas organizacijoje

Iniciatyvas Lietuvos pašte gali siūlyti visi darbuotojai – įmonėje turime „Idėjų banką“, taip pat nuolat įgyvendiname darnaus vystymosi srities iniciatyvas bendradarbiaudami su kitomis organizacijomis. Neseniai kartu su Sveikatos ap-

saugos ministerija pradėjome iniciatyvą, kurios metu kartu su mūsų laiškininkais po nutolusias vietas keliauja ir slaugytojai – jie atsako į klausimus apie vakciną bei suteikia galimybę senjorams pasiskiepyti nuo Covid-19. Kartu su Lietuvos policija bendradarbiaujame siekdami prisidėti prie senjorų informavimo apie tai, kaip išvengti sukčiavimo. Taip pat mūsų pašto skyriuose galima terminalus, kuriais pasinaudoję galėsite paaukoti organizacijai „Raudonos nosys“. Tai keli pavyzdžiai – mūsų įmonė kasdien pasiekia tūkstančius žmonių, tad tikime, kad inicijuodami ir prisidedami prie tokių projektų, galime nuveikti labai daug.



AB „Lietuvos paštas“ gerąją socialinės atsakomybės patirtimi pasidalino Indrė Kulikauskaitė, darnaus vystymosi projektų vadovė.

UAB „Yukon Advanced Optics Worldwide“

Technologiškai pažangių optinių prietaisų kūrimas - gamyba
Vidutinė organizacija
5 m. < ĮSA < 10 m.



Socialinės atsakomybės pradžia organizacijoje

Yukon Advanced Optics Worldwide yra aukštųjų technologijų įmonių grupė, kuri savo veiklą vykdo jau 30 metų, o prieš 15 metų motininę įmonę įsteigė Lietuvoje. Pirmosios Socialinės atsakomybės veiklos buvo pradėtos vykdyti įmonėje veikiančioje dar Baltarusijoje, vėliau jos pradėtos taikyti ir kitose grupės įmonėse. Ši veikla yra skirta dviem svarbiausioms kryptims: socialiniams partneriams arba visuomeninėms organizacijoms, prisidedant prie socialiai jautrių grupių integravimo ir pilietiškumo ugdymo, ir įmonės darbuotojams, šviečiant juos, kodėl vykdomos tokios veiklos, kokią naudą jos atneša, bei gerinant jų gerovę. Grupė aktyviai remia socialines organizacijas, gydymo ir mokymosi įstaigas bei mokyklas, kurios yra pritaikytos vaikams turintiems negalia. Baltarusijoje yra remiama lietuviška mokykla, analogiškai buvo remiama ir baltarusiška mokykla Lietuvoje. 2019 m. Lydos mieste vietos įmonės lėšomis buvo pastatytas paminklas Lietuvos didžiajam kunigaikščiui Gediminui, manome, kad būtina stiprinti ir tarpkultūrinį ryšį tarp šalių. Nemažas dėmesys skiriamas ir darbuotojų gerovės ir darbo sąlygų gerinimui, tai padėjo pasiekti labai mažo darbuotojų kaitos rodiklio – per visas 7 šalyse veikiančias grupės įmones, darbuotojų kaita nesiekia ir 3 procentų.

Geroji ir blogoji socialinės atsakomybės patirtis

Kalbant apie gerąją patirtį socialinėje atsakomybėje yra svarbu paminėti, jog šiais metais nusprendėme praplėsti socialinių partnerių draugystę Lietuvoje. Užmezgėme kontaktus su „RAUDONOS NOSYS Gydytojai klounai“, su „SOS vaikų kaimai Lietuvoje“, su „Jaunimo linija“, taip pat į mus kreipėsi Lietuvos Raudonasis Kryžius su pasiūlymu prisidėti prie imigracijos bangos suvaldymo. Pirminės imigrantų bangos metu jiems reikėjo sudaryti tinkamas sąlygas gyvenimui, todėl skyrėme finansinę paramą. Nenorėjome likti nuošalyje ir ištiesėme pagalbos ranką valstybei, kuri tuo metu susidūrė su sunkumais. Mes remiame ne tik socialinius partnerius, bet ir kultūrines organizacijas. Prisidėjome prie Lietuvos partizanų paminklo Naujasodės kaime statybos, taip pat parėmėme katalikų bažnyčios Vilniuje ir stačiatikių Druskininkuose remonto darbus. Remiame kultūrinius projektus ir šiais metais tapome tarptautinio teatro festivalio „Sirenos“ mecenatais, remiame tarptautinį Druskininkų teatro festivalį. Tokiu būdu plečiame partnerystės suvokimą, kad paramą reikia skirti ne tik socialiai jautrioms grupėms, bet parama gali būti ir kultūrinė, ir edukacinė, ir technologinė. Mūsų ilgalaikis tikslas, kad darbuotojai jaustų ir suprastų, jog net ir šios iniciatyvos yra jų darbo rezultatas, nes jie netiesiogiai ir tiesiogiai prisideda prie to, kad grupė gali vykdyti tokias socialinės atsakomybės veiklas.

Tačiau reikia pastebėti, kad nemaža dalis visuomenės, tame tarpe ir darbuotojai, ne iki galo supranta paramos esmę. Parama nėra duotybė, ji neatsiranda iš niekur, tai ilgalaikio rezultato pasekmė, savotiškas grupės veiklos rodiklis, kuomet organizacija pasiekia tokį lygį, kai dalį pelno gali skirti ne tik reinvestavimui, bet ir į bendros visuomenės gerovės sukūrimą. Tai ir savotiška ilgalaikė investicija į bendros gerovės kūrimą, kai gerinamos darbo sąlygos, viešų erdvių aplinka, investuojama į mokymo įstaigų atnaujinimą, pvz., kur mokosi grupės darbuotojų vaikai, taip sukuriama papildoma nauda ir darbuotojams, nes jų atžalos gali mokintis atnaujintoje mokykloje, o kartu tai indelis į bendruomenės gerovę. Tačiau šių investicijų graža pasimatys tik ilgalaikėje perspektyvoje. Visuomenė neretai klausinėja, kodėl parama skiriama vienoms veikloms, kodėl ne kitoms, tokius pačius klausimus užduoda ir darbuotojai, todėl būtina šviesti, kas yra socialinė atsakomybė, koks jos ilgalaikis tikslas. Nes nemažai yra įmonių, kurios skelbiasi, kad vykdo socialiai atsakingas veiklas, bet sunkiai galėtų įvardinti kokio tikslo jos siekia, kokia ilgalaikė strategija šių veiklų? Tiesiog dalinti paramą, nes tai madinga, ar siekti kažkokio pokyčio visuomenėje?

Socialinė atsakomybė orientuota į darbuotojus

Grupės viduje veikia nemažai programų, veiklų, kurios orientuotos į darbuotojus. Tiek Baltarusijoje, tiek Lietuvoje, tiek kitose šalyse, kur grupė turi savo padalinius, veikia mūsų, vadinamos darbo tarybos, kurios yra atsakingos už įvairių kultūrinių, pramoginių renginių organizavimą. Skiriamos lėšos įvairiems renginiams, pramoginėms, kultūrinėms ir švietėjiškoms veikloms, kurios yra skirtos grupės darbuotojams. Dalis lėšų taip pat skiriama ir darbuotojų poilsiui, išvykoms prie jūros ar į kitas užsienio šalis. Taip pat yra ir kitų programų, kuomet grupė investuoja į darbuotojų mokymąsi. Jeigu darbuotojas įsipareigoja mokytis, įmonė padengia dalį lėšų už studijas. Tokiu būdu atsidėkojama darbuotojams, kurie visą laiką skyrė bendrovei, taip pat už inovacijas, už technologinius patobulinimus yra mokama finansinė paskata. Mūsų grupėje yra labai maža darbuotojų kaita, kuri iš esmės neviršijo trijų procentų. Reta įmonė Lietuvoje gali pasigirti tokiais rodikliais, nes paprastai yra sakoma, jog 10% jau yra geras rodiklis.

Iniciatyvų kūrimas organizacijoje

Turime socialinės rėmimo atsakomybės politiką, anksčiau tokio dokumento grupėje nebuvo,

šios veiklos buvo išskaidytos, išmėtytos dalimis, tačiau šiais metais mes jį apjungėme į vientisą, struktūrizuotą dokumentą. Dokumente yra aptariama: kodėl inicijuojame, dalyvaujame, remiame tam tikras veiklas, koks yra mūsų požiūris į mūsų darbuotojus, koks yra požiūris į mūsų verslo partnerius, kaip mes patys save turėtume matyti ir kaip norėtume save pozicionuoti bendraujant su visuomene ir kitais socialiniais partneriais. Todėl esame sutarę, kad 5 veiklos kryptims kasmet skirsime iki 1 proc. mūsų pelno. Siekiame, kad tos kryptys nebūtų vienkartinės, bet – turėtų ilgalaikį bendradarbiavimo aspektą.

Iniciatyvų planavimas, vykdymas ir reagavimas į situaciją

Lietuvoje mūsų socialinės veiklos ypač suaktyvėjo praėjusiais metais, dėl pandemijos situacijos šalyje. Supratome, jog negalime likti nuošalyje ir turime prisidėti prie šios visiems bendros krizės įveikimo, todėl aktyviai parėmėme įvairias iniciatyvas susijusias su COVID-19, skirdami tam apie 1 mln. eurų. Verslas neturi būti tik pelną generuojanti įstaiga, kuri orientuota tik į save, pasiekus tam tikrą stadiją reikia prisidėti prie bendros gerovės, prie valstybės gerovės sukūrimo. Skyrėme lėšas Andriaus Tapino fondui, Vilniaus ir Kauno savivaldybėms taip pat padėjome Kauno savivaldybei įsigyti neseniai pristatytą automobilį ekstremalių situacijų valdymui, o Vilniaus savivaldybė mūsų skirtas lėšas išdalina gydymo įstaigoms. Taip pat remiame Druskininkų ligoninę, „Maisto banką“, jiems šis indelis buvo labai reikšmingas ir padėjo nenutraukti veiklos tuo sunkiu laikotarpiu. Kaip žinome, didžioji dalis panašių organizacijų, tiesiog turėjo pristabdyti veiklą, nes nebeturėdavo nei finansinių, nei žmogiškųjų resursų.

UAB „Yukon Advanced Optics Worldwide“ gerąją socialinės atsakomybės patirtimi pasidalino Germanas Kavalskis, komunikacijos vadovas



www.greitojipagalba.lt





Treat psoriasis comfortably

Socialinės atsakomybės pradžia organizacijoje

Veikiame dar tik porą metų, esame startuolis, kuris susikūrė matydamas rimtą dalies visuomenės medicininę problemą. Polinkis ir idėja kilo iš artimos aplinkos – vienas iš kolegų serga žvyneline, todėl tai buvo aktuali problema, aiškiai matėme su kuo sergantieji gali susidurti – visą mėnesį kas dvi dienas tenka eiti į ligoninę gydytis, o šuo metu, esant pandemijai – tai tapo beveik neįmanoma, patekti į ligoninę su šia problema. Esame jauni, mūsų socialinė atsakomybė pasireiškia per sukauptas žinias, norime parodyti, jog ir jauni žmonės gali kurti pridėtinę vertę ir inovacijas. Todėl atsirado noras padėti ir Lietuvoje esantiems, ir visame pasaulyje su tuo susiduriantiems žmonėms.

UAB „EmPlastrum“

Medicinos priemonių kūrimas – gamyba
Labai maža organizacija
ĮSA > 2 m. (nuo įkūrimo)

Startavome su studentų komanda, kadangi esame įmonė – startuolis ir pradžioje buvo dirbama be atlygio – daug studentų mūsų komandą paliko. Tačiau liko ir prisijungė žmonės, kurie mato šios idėjos vertę ir turi tam reikiamų kompetencijų. Taip organizacija vystėsi pritraukiant žmones, kurie turi panašų mąstymą ir siekia šias naujoves diegti. Laimėjus prizines vietas konkursuose pasauliniu lygiu, pamatėme, kad kuriame gerą pripažinimo vertą technologiją, ir taip prasidėjo jos vystymas. Šiuo metu organizacijos pagrindinis tikslas – produkto paleidimas į rinką, jog galėtume padėti žmonėms, žinant, kad kuriame medicininę priemonę, kurių paleidimas yra griežtai reglamentuojamas, todėl visos lėšos tikslingai nukreiptos į organizacijos technologinę plėtrą.



Mentoriavimas organizacijoje

Kadangi patys esame įmonė startuolis, suprantame, jog reikia kuo daugiau informacijos iš aplinkos, panašia veikla užsiimančių įmonių. Siekiame socialiai išitraukti į kitų įmonių veiklą. Mentorijame kitiems startuoliams, perduodame jiems žinias ir patirtį iš medicininės pusės. Taip sukuriama ir teikiama nauda, parama, nors niekas ir nėra aukojama finansiniu atžvilgiu, tačiau tam yra skiriama nemažai laiko. Taip pat svarbu paminėti, jog Kauno Technologijų Universiteto bei Lietuvos sveikatos mokslų universiteto studentams vedame paskaitas susijusias su medicina ir technologijomis bei suteikiame verslo kūrimo, strategijos formavimo žinių, dalyvaujame universitetų organizuojamuose renginiuose. Socialinė atsakomybė yra pridėtinės vertės žmonėms kūrimas, tiek išorės, tiek organizacijos viduje.

Situacija COVID-19 metu

Organizacijos produkto kūrimui ir išleidimui į rinką COVID situacija turėjo neigiamos ir teigiamos įtakos. Neigiama tuo, jog įvedus karantiną negalėjome eiti į darbo vietas, negalėjome naudotis įranga testuojant prietaisus, todėl visa produkto gamyba stojo. Taip pat – daugybė procesų užsitęsė, nes strigo tiekimas bei brango žaliavos, nebuvo galima atlikti klinikinių tyrimų. Vertinant teigiamą pandemijos pusę, galima paminėti perpildytas ligonines. Dėl jų buvo sunku gauti reikiamos pagalbos žmonėms sergantiems žvyneline, todėl visuomenė pamatė didelį poreikį gydymui namuose. Išaugo žmonių noras gauti prietaisą, o tas noras ir poreikis organizaciją dar labiau skatino kurti ir dirbti. Kitas inovatyvus veiklos pakeitimas buvo mobilus laiškinių projektas, užbaigtas 2020 metais. Mobilus laiškininkas visas pašto paslaugas patogiai gali suteikti kaimiškų vietovių gyventojų namuose, jo iškvietimas į namus – nemokamas, dirbdamas su šiuolaikiškais darbo priemonėmis aptarnauja klientus greičiau.

UAB „EmPlastrum“ socialinės atsakomybės patirtimi pasidalino, Aurimas Mazuras, direktorius ir įkūrėjas



UAB „Mezgimo akademija“

Drabužių kūryba ir pardavimas
Maža organizacija
ĮSA > 4 m. (nuo įkūrimo)

Socialinės atsakomybės pradžia organizacijoje

The Knotty Ones, tai trijų draugių įkurtas tvarios mados prekės ženklas, kuriantis darbo vietas moterims atokiose Lietuvos vietovėse bei siekiantis atgaivinti mūsų šalies amatus, suteikiant jiems modernumo prieskonio. 2014 metais The Knotty Ones įkūrėjos Sandra, Danutė ir Akvilė keliaudamos po Pietryčių Aziją, pamatė tamsiąją greitosios mados industrijos pusę. Žmonės, daugiausia moterys, dirba už labai mažą atlyginimą, darbo sąlygos yra netinkamos, netgi pavojingos sveikatai ir gyvybei. Siekiant neprisidėti prie greitosios mados skatinimo ir netgi pakeisti šį nusistovėjusį modelį, įkurtas The Knotty Ones prekės ženklas. Taigi organizacijos socialinė atsakomybė prasidėjo ne sprendžiant iškilusią problemą versle, bet kuriant pačią verslo idėją. Nuo pat įmonės gyvavimo pradžios, visa veikla paremta socialinės atsakomybės modeliu siekiant įtraukti regionuose gyvenančias moteris ir sukurti darbo vietas joms. Socialus verslo modelis suteikia galimybę dirbti iš bet kurios šalies vietos moterims įvairioms mezgimo

THE KNOTTY ONES

meną ir nedidelėms mezgikloms bei mažina atskirtį tarp galutinio produkto vartotojo ir tą produktą pagaminusio asmens.

Visuomenės požiūris į socialines iniciatyvas

Mes jaučiame labai didelį palaikymą iš vartotojų, ypatingai užsienio šalių. Jiems yra labai svarbu, jog produktas būtų pagamintas socialiai atsakingai, prisiliesta tikro žmogaus, kuriam suteiktos tinkamos darbo sąlygos. Labiausiai didžiuojamės, jog visa mūsų gamyba yra paremta socialine atsakomybe ir naujų darbo vietų kūrimu vietovėse, kur darbo vietų nėra daug. Taip pat, mūsų gaminami drabužiai yra kokybiški, kurie tarnaus daugelį sezonų, kadangi naudojame tik natūralius ir tvarius audinius. Svarbu paminėti, jog pastebime klientų susidomėjimą ir išitraukimą, jiems tikrai svarbu, jog mes teiktume kuo daugiau informacijos, dalintumėmės apie tvarumą bei socialines iniciatyvas. Rinkoje pastebime tendencijas, kad klientai tampa vis labiau edukuoti, žino kokios informacijos bei atsakomybės nori gauti iš savo pasirinkto gamin-

tojo. The Knotty Ones taip pat nėra išimtis - mes noriai bendraujame su klientais ir atsakome į visus kylančius klausimus, kurie labai dažnai yra susiję su tvarumu bei sąlygomis, kokiomis yra pagaminti produktai. Šiuos klausimus vertiname kaip puikų šaltinį, kuriuo remiantis ruošiamė informaciją ir proaktyviai dalinimuisi su The Knotty Ones bendruomene.



mėgaujasi. Mūsų organizacijoje daugiausiai dirba namuose gyvenančios mamos, visoje Lietuvoje. Dauguma jų gyvena kaimuose ir mažesniuose miesteliuose, ten, kur darbo vietų itin trūksta. Taip pat, kuriama galimybė dirbti iš namų bei turėti lankstų darbo grafiką. Be to, mes kviečiame kiekvieną pirkėją prisidėti prie drabužių numezgusios moters svajonės išpildymo - Mezgėjų Svajonių Fondo. Pirkėjai noriai renkasi aukoti šiai iniciatyvai, o fondo lėšomis yra įgyvendinamos gaminių numezgusios mezgėjos svajonės. Svajonės būna įvairiausios, kaip pavyzdžiui išmokti vairuoti automobilį ir įgyti teises ar įvaldyti kompiuterinį raštingumą. Organizacijoje socialinės iniciatyvos yra kuriamos atviri įsitraukiant visam kolektyvui. Visa komanda nuolat analizuoja Lietuvos ir užsienio įmonių, projektų gerąsias praktikas, bei kuria naujas idėjas, kurios galėtų būti pritaikomos The Knotty Ones. Mūsų komandos nariams labai svarbu dirbti įmonėje, kuri yra atsakinga ir siekia sukurti kuo mažesnę neigiamą ir netgi teigiamą poveikį aplinkai. Taip pat, plečiant komandą ir renkant naujus narius, visuomet gauname komentarų, kad įmonės aplinkosauginė atsakomybė yra labai didelis privalumas.

UAB „Mezgimo akademija“ socialinės atsakomybės gerą patirtimi pasidalino Emilija Kerpaitė, gamybos ir tvarumo vadovė

Darbuotojai ir socialinė atsakomybė

Visame pasaulyje yra milijonai drabužių siuvėjų, maždaug 85% iš jų yra moterys. Mes norime kurti tai, kas žmonėms leistų jaustis gerai dėvint produkciją. Ne tik tam, kad atrodytų puikiai, bet ir tam, kad žinotų, jog mūsų megztnius gaminusios moterys gauna sąžiningą atlyginimą, dirba saugioje darbo aplinkoje ir tuo darbu





Socialinės atsakomybės pradžia organizacijoje

Pastebėjome, jog egzistuoja itin opi beglobių gyvūnų problema, tą matome kiekvienas beveik kasdien viešumoje, matome kiek nuskriaustų gyvūnų yra ir kaip jiems ir jais besirūpinančioms organizacijoms reikalinga pagalba ir dėmesys. Kadangi mūsų organizacijos pagrindinė veikla – kokybiško ėdalo bei kraiko šunims ir katėms, pašarų ir papildų ūkiniams gyvūnams gamyba, todėl negalėjome neatkreipti dėmesio ir neprisidėti bent dalimi prie beglobių gyvūnų problemos sprendimo Lietuvoje, todėl pradėjome remti gyvūnų prieglaudas. Žinoma, vykdomė ir kitas socialinės atsakomybės veiklas, tačiau jos kilmę mūsų organizacijoje siejame su šia problema. Taip pat savo veikloje nuolatos stengiamės ugdyti žmonių sąmoningumą gyvūnų atžvilgiu. Mūsų organizacijos tikslas – būti socialiai atsakinga įmone, padedant beglobių gyvūnų organizacijoms.

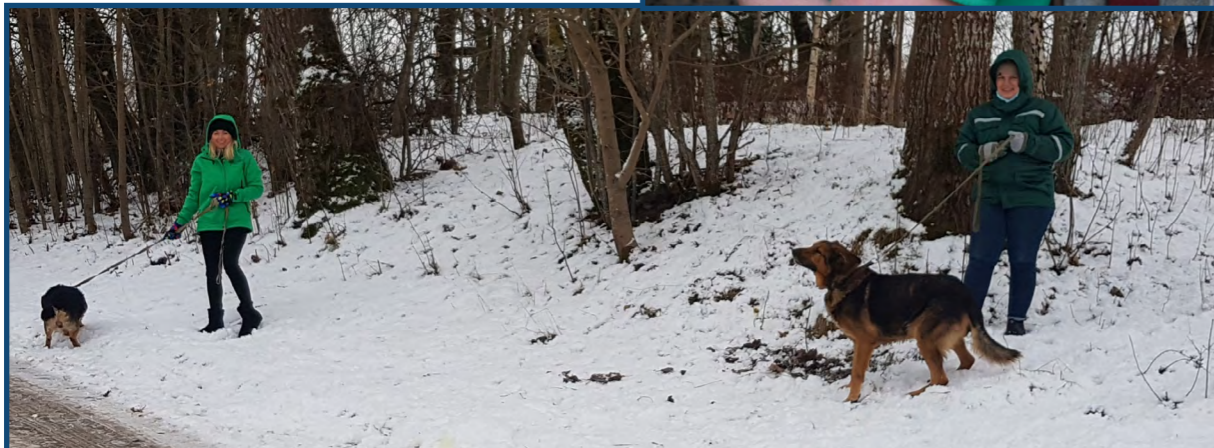
Organizacijos socialinės iniciatyvos

Vykdomė ne vieną socialinės atsakomybės iniciatyvą, jos kyla iš mūsų pagrindinio socialinės atsakomybės tikslo – padėti kuo didesniai skaičiui gyvūnų, kuriems reikia pagalbos. Viena iš iniciatyvų „Nuspalvink namelius beglobiams gyvūnams“. Šią iniciatyvą įgyvendino mūsų darbuotojai, savomis rankomis pagamindami būdas, kurias akcijos metu vaikai išpiešė įvairiais piešiniais, o vėliau būdos buvo padovanotos gyvūnų prieglaudoms „Nuaras“ ir „SOS gyvūnai“. Taip pat norėtume paminėti iniciatyvą „Atvežk dovanų draugystę“, kuria skatiname

UAB „Joniškio grūdai“

Pašarų ir papildų gamyba gyvūnams
Vidutinė organizacija
ISA > 7 m.

žmones nuvykti į prieglaudas ir padėti rūpintis gyvūnais, juos pavedžioti, parodyti dėmesį ne tik dovanomis, bet ir savo dėmesiu ir laiku, kadangi socialinės iniciatyvos nėra tik finansinės priemonės, svarbu ugdyti sąmoningumą, norą padėti ir rūpintis kitu. Mes kreipiame dėmesį ne tik naminių beglobių gyvūnų problemai, bet ir problemoms, su kuriomis susiduria laukininkai gyvūnai. Paprastas pavyzdys yra praėjusi mūsų Lietuviška žiema, kai staigiai atšalus orams ir pasirodžius dideliame kiekiui sniego laukiniams paukščiams, likusiems šalyje, buvo neįmanoma susirasti maisto. Laukinių paukščių lesinti įprastomis sąlygomis negalima ir griežtai draudžiama, tačiau užklupus tokiai situacijai – būtina žmonių pagalba. Ne tik patys tiekėme pašarą paukščiams, bet ir prisidėjome prie visuomenės informavimo.



Dėmesys vietos bendruomenei

Remiame savo regiono šventes, tokias kaip Žagarės vyšnių festivalis, kuris gerai žinomas savo socialinėmis iniciatyvomis. Bendraujame su mūsų rajone esančia šeimyna, kuri globoja 8 vaikus. Teikiame dėmesį ir jaunosios kartos ugdymui ir švietimui. Prisidedame prie Lietuvos plūdinės žūklės organizuojamų vaikų žvejybos varžybų, kurių tikslas auginti atsakingus jaunuosius žvejus. Siekiame teikti kokybišką produkciją, todėl teikiame didelį dėmesį žaliavoms. Stengiamės palaikyti vietos ūkius teikdami prioritetą būtent jų išaugintoms žaliavoms.

Darbuotojų iniciatyva ir įsitraukimas

Darbuotojai geranoriškai vertina mūsų veiklas, pagal galimybes prisideda ir patys. Jokių neigiamų atsiliepimų nesame gavę, kaip tik esame girdėję atsiliepimų, jog žmonės didžiuojasi, kad dirba tokioje įmonėje, kuri yra socialiai atsakinga. Dažnai darbuotojai įsitraukia ir patys, kaip pavyzdys – važiuojame pavedžioti šunelius prieglaudose arba gaminame savomis rankomis būdas. Mūsų organizacijoje socialinė atsakomybė nėra formalizuota ar dokumentuota, tai organizacijos dalis. Tačiau esame nusistatę paramos kryptis, numatomas preliminarus

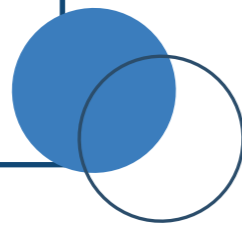
biudžetas, kuris nėra griežtas, nes visuomet atsižvelgiama į poreikius. Mūsų paramos kryptys – pagalba beglobiams gyvūnams, Joniškio rajono visuomeninių renginių rėmimas, žirgų sporto rėmimas ir žinoma dėmesys ir pagalba bendruomenei. Svarbu ir tai, jog iniciatyvos organizacijoje kyla savaime, jos nėra deleguojamos vienos šalies kitai, iniciatyvas kurti ir siūlyti gali vadovai ir darbuotojai arba sukurti iniciatyvą kartu, kurios net negalėsime priskirti vienai iš šalių. Visi esame vienos organizacijos, vienos bendruomenės dalis.

UAB „Joniškio grūdai“ socialinės atsakomybės patirtimi pasidalino Milda Šidlauskaitė, marketingo vadovė



AB „Smiltynės perkėla“

Perkėlimo keltais paslaugos
Vidutinė organizacija
ĮSA > 10 m.

**Socialinės atsakomybės pradžia organizacijoje – neabejotinai prasideda viduje**

Tikriausiai nesuklysiu sakydama, kad, nors ir vėliau nei verslo, socialinės atsakomybės banga ėmė stiprėti Vakarų pasaulyje, bet Lietuvoje ji irgi plėtojosi pagal tą patį klasikinį modelį. Pirmiausiai dėmesį organizacijos ėmė skirti savo darbuotojams ir tai liko kritiškai svarbia veiklos dalimi. Vėliau vadinamasis socialinis kontraktas su visuomene imtas suprasti gerokai plačiau, taip suteikiant galimybę plėtoti įvairiausias iniciatyvas už įmonės ribų, o pačiai organizacijai – tapti platforma įvairiausioms (ne)finansinės paramos bei bendrystės formoms, kurioms nauju katalizatoriumi tapo netgi COVID-19 pandemija.

Socialinė atsakomybės raida „Smiltynės perkėloje“ prasidėjo ir plėtėsi natūraliai. Pirmiausiai susikoncentravome į tai, kaip pas mus jaučiasi ir ar gera dirbti žmonėms, nuo kurių priklauso įmonės našumas bei rezultatai. Užtikrindami susisiekimą su Kuršių Nerija, mes kiekvieną dieną tiesiogine to žodžio prasme jungiame krantus. Ši ypač svarbi misija neatsiejama ne tik nuo mūsų darbuotojų komandos ar technikos, kuri negali atsilikti nuo šiuolaikinių reikalavimų ir privalo daryti kuo mažesnę poveikį aplinkai. Taip pat siekiame remti jautriausias socialines grupes, o pandemijos įkvėpti ėmėmės vadinamųjų emocinių projektų, kurie, tikimės, padėjo pakelti ūpą pandemijos išvargintai visuomenei.



Memorandumo pasirašymas dėl Transporto sektoriaus pritaikymo individualių poreikių turintiems žmonėms

Geroji socialinės atsakomybės patirtis**Darbuotojai**

Tai yra tai, nuo ko pradėjome, kas yra mūsų atskaitos taškas ir ypač svarbus ateities veiklos pamatas. Žvelgiant iš šios dienos perspektyvos, sąžiningas atlygis, mokymai bei socialinis dialogas su profesinėmis sąjungoms yra kasdienė

korporatyvinė higiena.

Mums reikia ypatingų, specifinių kompetencijų žmonių tam, kad krantai nuolat būtų sujungti. Smiltynės perkėlos stiprybė yra patyrę ir kompetentingi darbuotojai, kurie turi užtikrinti saugų ir nenutrūkstamą keleivių ir transporto priemonių perkėlimą. Mokymai ir periodinės atestacijos padeda užtikrinti naujausių praktiškų diegimą mūsų veikloje. Tą išlaikėme ir pande-

mijos keliamų iššūkių sąlygomis. Periodiškai vykstančiuose vidiniuose mokymuose įtraukiame įvairių grandžių darbuotojus – nuo kasininkų iki denio upeivių. Ir tikrai ne visi turi galimybes mokytis nuotoliniu būdu, todėl ribodami nebūtinus tarpusavio kontaktus tiesiog maksimaliai išnaudojome turimas erdves ir skatinome mokymuose dalyvauti iš atskirų biuro salių.

Ypatingą dėmesį skiriame darbuotojų saugos ir sveikatos gerinimui bei įvairioms prevencijos priemonėms, kas pandemijos kontekste yra itin aktualu.

Aplinkosauga

Kasdien kursuodami Klaipėdos jūrų uoste negalime užsimerkti į tai, kokį poveikį aplinkai darome. Bendrovė, vykdydama viešuosius pirkimus, taiko ir žaliųjų pirkimų praktiką, atsižvelgiame į aplinkos apsaugos kriterijų sąrašą pirkdami prekes, paslaugas, darbus.

Klimato krizė nėra tušti žodžiai, o sprendimais negali tapti tik žodinės deklaracijos. Nuosekliai ir tikslingai investuojame į tai, kad mūsų kelta būtų kuo žalesni. Ypač didžiuojamės tuo, kad po kelių variklių keitimo kuro sąnaudas pavyko sumažinti iki 30 proc., o kartu su kuro sąnaudomis mažėja ir aplinkos tarša.

Į aplinkosaugos projektus įtraukiame darbuotojus. Taip ne tik ugdome jų asmeninę atsakomybę už švarią aplinką, bet ir pasitikime jais kaip pačiais lojaliausiais savo ambasadoriais, be kurių tikėjimo, entuziazmo bei įsitraukimo pažangos aplinkosaugos srityje sektųsi siekti gerokai lėčiau.

Visuomenė

Socialinės atsakomybės iniciatyvas išplėtėme gerokai toliau, nei tai galėtų būti tiesiogiai susiję su mūsų veikla. Turime stiprią paramos politiką, kuri remiasi vertybėmis ir nuostata, kad teikiama parama privalo būti vieša ir nekelti visuomenei abejonių dėl savo tikslingumo ir skyrimo proceso skaidrumo.

Prioritetinę paramą skiriame negalią turintiems asmenims, neįgalų vaikų slaugančioms gausioms šeimoms. Taip pat galime pasidžiaugti mūsų bendradarbiavimu su švietimo įstaigomis: dalyvaujame mokinių švietime ir bendrose veiklose.

Galime pasigirti visiškai naujais emociniais projektais. Pandemi-

jos metu stengėmės prisidėti prie gerų emocijų suteikimo visuomenei, keltus paversdami atlikėjų scena. Kadangi kai kuriais pandemijos etapais buvo ypač stipriai suvaržytos koncertinės veiklos, mes padėjome atlikėjams rengti saugius pasirodymus. Keltas yra atvira erdvė, todėl jame organizavome veiklas ir koncertus.

Darbuotojų įsitraukimas į socialines iniciatyvas

Savo veiklą bendrovė grindžia profesionalumu, atsakomybe, išradingumu, pozityvumu ir tarpusavio pagarba.

Kiekvienais metais klausiamo darbuotojų nuomonės ir vertiname jų įsitraukimą į bendrovės gyvenimą bei įvairias iniciatyvas. Pirmąją tokią apklausą surengėme 2015 m., tada darėme dvejų metų pertrauką, o paskui jau kiekvienais metais, kad palaikytume glaudų ryšį su komandos nariais ir turėtume galimybę stebėti pokytį. Klausiamo ir prašome atvirai pasisakyti tokiais klausimais, kaip tai, kokius norėtų matyti pokyčius organizacijoje, kaip gerintų motyvacinę sistemą, ką jie darytų, jei būtų aukščiausieji vadovai, kokius pagrindinius tikslus keltų ir ką rinktųsi keisti. Mes atsižvelgiame į tyrimų rezultatus, keičiamės ir keičiame tam, kad visi judėtume į priekį kaip darni komanda.

AB „Smiltynės perkėla“ socialinės atsakomybės patirtimi pasidalino Lina Poderienė, personalo direktorė



UAB „ARIMEX“

Didmeninė prekyba ir eksportas
Vidutinė organizacija
ĮSA > 25 m.

**Socialinės atsakomybės pradžia organizacijoje**

„Arimex“ įmonė rinkoje veikia jau 25-erius metus – esame Baltijos ir Skandinavijos šalyse lyderiaujanti riešutų ir džiovintų vaisių tiekėja, atsakingos veiklos tradicijas vykdanči jau nuo pat įmonės gyvavimo pradžios. Sveiki mūsų įmonės tiekiami produktai lėmė didelį „Arimex“ dėmesį visuomenės sveikos gyvensenos skatinimui, be to šiomis vertybėmis gyvena ir jas įmonėje diegia ir jos įkūrėjas bei vadovas Arnas Jurskis. Įmonės vadovas yra didelis sveikos gyvensenos entuziastas ir geriausias pavyzdys, įrodantis, jog rūpinimasis savo fizine ir emocine sveikata padeda siekti tikslų tiek profesiniame, tiek asmeniniame gyvenime. A. Jurskis yra įkopęs į 100 šalių aukščiausias viršukalnes, prabėgęs 6 didžiuosius pasaulio maratonus ir įveikęs „Ironman“ triatlona. Tad nenuostabu, jog vadovui, gyvenančiam šiomis idėjomis, pavyko nuo pat įmonės veiklos pradžios formuoti ir diegti sveikos gyvensenos vertybes: sveika gyvensena yra viena prioritetinių mūsų vertybių, kuria gyvena ir puoselėja kiekvienas „Arimex“ darbuotojas – nuo aukščiausio lygmens vadovų iki specialistų, sandėlio ir gamybos darbuotojų. Šios vertybės turi lemiamos įtakos darbuotojus atrinkant į laisvas darbo pozicijas. Gimusi įmonės viduje ši vertybė neatsitiktinai tapo strategine socialinės atsakomybės kryptimi išorės veikloms, nukreiptoms į visuomenę.

Geroji socialinės atsakomybės patirtis ir inovacijų taikymas

Visos svarbiausios mūsų diegiamos inovacijos,



investicijos į strateginius projektus yra nukreiptos į atsakingos veiklos kryptį įgyvendinimą. Pavyzdžiui, suprasdami visuomenės interesą 2019 m. pradėjome taikyti priemones ir skyrėme papildomų investicijų, siekdami savo produkcijoje atsisakyti pridėtinio cukraus, kurio iki tol buvo galima rasti įmonės tiekiamuose džiovintuose vaisiuose. Tad jei anksčiau džiovinti vaisiai asocijuodavosi su dideliu cukraus kiekiu, šiandien įmonės siūlomoje produkcijoje jo nėra – šios alternatyvos tiesiogiai prisideda prie visuomenės sveikatingumo gerinimo. Pandemija atvėrė dvi labai aiškias tendencijas: pirmiausia, žmonių sąmoningumas sveikų užkandžių poreikiui išaugo – žmonės ėmė dar labiau rūpintis savo sveikata. Visgi išryškėjo ir kita pusė – praradus aiškų mitybos režimą, dauguma žmonių priaugo svorio, tam įtakos turėjo ir sumažėjęs fizinis aktyvumas. Tad mūsų sprendimas taikyti inovacijas, padedančias džiovintus vaisius pasaldinti sveikesniu būdu, nenaudojant pridėtinio cukraus, tapo bene svarbiausia investicija į konkretų pokytį. Prie to, žinoma, dar prisideda ir kasmet „Arimex“ įgyvendinamos sveikos gyvensenos skatinimo iniciatyvos: nuo 2015 m. kryptingai savo lėšomis prisidedame prie 7 Lietuvos sporto federacijų sėkmingo veiklos vystymo, per metus įgyvendinama daugiau nei pusšimtis visuomenei skirtų sveikos gyvensenos ir edukacinių renginių.

Taip pat „Arimex“ ypatingą dėmesį skiria tiek produkcijos kokybės užtikrinimui („Arimex“ žaliavos tiekėjų gamyklos turi tarptautinių organizacijų pripažįstamus maisto saugos sertifikatus), tiek ir žaliavos kilmės šalyse gyvenančių ir riešutų plantacijose dirbančių darbuotojų

gyvenimo sąlygų gerinimui. Tai paskatino plėsti partnerystių tinklą su tarptautinėmis paramos organizacijomis, ypatingą dėmesį skirti investicijų plėtrai atsakingo veikimo srityse ir sveiką gyvenseną skatinti tiek tarp darbuotojų, tiek diegti šias vertybes produkcijos vartotojams.

Socialinės iniciatyvos, kurios labiausiai džiugina

Džiaugiamės, jog mūsų įmonėje pavyko suformuoti sveikos gyvensenos kultūrą: biure visiškai nevartojamas cukrus ir jo turintys produktai, visos įmonės vasaros, žiemos šventės yra orientuotos į sveiką gyvenseną. Darbuotojams priimtina, jog visa ARIMEX teritorija yra paskelbta nerūkimo zona. Pastebėjome, jog tie darbuotojai, kurie anksčiau rūkydavo namuose, pradėję dirbti įmonėje greitai metė šį žalingą įprotį. 99% „Arimex“ darbuotojų neturi viršsvorio problemų, o susidūrus su sveikatos problemomis darbuotojai gali pasinaudoti sveikatos draudimo paslaugomis. Aktyvumas ir judėjimas – „Arimex“ kasdienybė: darbuotojai skatinami mažiausiai 1 kartą per mėnesį į darbą atvykti be automobilio, patiems judant (dviračiu, paspirtuku, einant, bėgant). Kasmet skelbiame „Dviračių iššūkis“, kur pagal nustatytą kilometrų skaičių sezono metu darbuotojai siekia bendro tikslo, pvz., numinti tiek kilometrų, kiek yra iki riešutų kilmės šalies. Šiomet mynėme iki Vietnamo (15 tūkst. km) – iššūkyje dalyvaujantieji motyvuojami finansiškai, o įmonė pasirūpina transporto priemonėmis, kurios reikalingos. 2019 m. vykdami į darbą dviračiais pasiekėme Lietuvos rekordą. Maždaug 5 % darbuotojų į darbą kasdien mina dviračiais, didžioji dalis – didesnę nei 40 km atstumą per dieną.

Taip pat labai svarbus mūsų įmonės atsakingos veiklos indėlis žaliavos kilmės šalyse: nuo 2018 m., siekdami gerinti vietos darbininkų ir jų šeimų gyvenimo sąlygas, Vietnamo riešutų plantacijose dirbantiems žmonėms „Arimex“ pastatė 15 namų – iš medinių lentų suręsti būstai, kuriuose neužtikrinamos net minimalios higienos sąlygos, įmonės lėšomis buvo pakeisti į 63 kvadratinį metrų ploto namus su svarbiausiais patogumais. Matydami nelengvas atogrąžų miškuose dirbančių San Chosė provincijos (Bolivija) žmonių gyvenimo sąlygas, įsteigėme paramos fondą ir drauge su organizacija „Sustainable Bolivia“ jau pastatėme geriamojo vandens bokštus, kurie užtikrina tekančio vandens tiekimą. Tai padeda kovoti su rimtomis miestelio gyventojų sveikatos problemomis ir pagerinti jų gyvenimo kokybę. Kartu tai įrodymas, jog įmonė, kuriai sekasi, savo sėkme dalinasi ir tai daro kiekvie-

name produkcijos tiekimo grandinės žingsnyje, pradedant nuo pat šaknų.

**Socialinė atsakomybė ir darbuotojai**

Įmonėje dirba darbuotojai, kurie kultūriškai ir vertybiškai atliepia ir savo pavyzdžiu palaiko įmonėje diegiamas socialinės atsakomybės iniciatyvas. Kadangi ši kultūra susiformavo dar įmonės veiklos pradžioje, socialinė atsakomybė darbuotojams šiandien yra kaip savaiame suprantamas ir natūralus procesas, kuriame jie dalyvauja, įsitraukia ir palaiko. Tyrimai rodo, jog galimybė prisidėti prie mūsų įmonės įgyvendinamo pokyčio yra vienas svarbiausių darbuotojus motyvuojančių faktorių rinktis darbą „Arimex“. Nors socialinė atsakomybė strategiškai yra formuojama įmonės vadovų lygmenyje, prisidėti prie socialinių iniciatyvų yra kiekvieno darbuotojo pareiga įmonėje, todėl idėjos kyla tiek iš vadovų, tiek ir iš specialistų. Kiekvieną savaitę įmonėje organizuojame savaitės veiklų aptarimus, kurių viena iš dalių – socialinės atsakomybės veiklos. Tokiu būdu gimsta naujų idėjų bei iniciatyvų iš pačių darbuotojų.

UAB „ARIMEX“ socialinės atsakomybės patirtimi pasidalino Gabija Vaičiūnaitė, komunikacijos vadovė



Valstybinė įmonė Klaipėdos valstybinio jūrų uosto direkcija

Uosto veiklos administravimas
Didelė organizacija
ĮSA > 10 m.

Socialinės atsakomybės pradžia organizacijoje

Prieš 30 metų įsikūrusi Uosto direkcija nuo pačios pirmos dienos privalėjo stebėti aplinką, reaguoti į ją ir vykdyti tam tikrus veiksmus, kurie šiandien suvokiami kaip socialinės atsakomybės apraiškos. Socialinė atsakomybė nepaprastai sustiprėjo pastaraisiais metais, kai mūsų žodyne atsirado ir tapo svarbūs tokie žodžiai kaip „tvarumas“. Tvarumas aprėpia keletą dedamųjų: įmonių socialinę atsakomybę, aplinkosauginę–gamtosauginę atsakomybę ir įmonių ekonominės veiklos vykdymą.

Socialinės atsakomybės kilmė ir nešama žinutė

Įmonės misija, vizija, svarbiausi projektai ir lėšos yra numatyti įmonės veiklos strateginiame plane. Noriu atkreipti dėmesį, kad nemažai socialinių iniciatyvų kyla iš mūsų darbuotojų. Daug bendraujame, esame atviri, todėl kiekvienas darbuotojas gali drąsiai išsakyti savo pasiūlymus dėl socialinių iniciatyvų kūrimo. Beje, organizacijos socialinė atsakomybė nėra nukreipta tik į išorę, didelį dėmesį skiriame ir vidui, turime platformą, kurioje visi darbuotojai gali išsakyti savo pageidavimus.



Periodiškai susitinkame su Klaipėdos uosto bendruomene ir kalbame apie tai, kaip mums būti socialiai atsakingais, kaip jiems padėti, kaip išspręsti jų problemas. Susitinkame ir bendradarbiaujame su gyventojų bendruomenėmis, ypač įsikūrusiomis šalia uosto. Mums svarbu, jog mūsų socialinės veiklos atlieptų savo tikrąjį tikslą.

Inovacijų taikymas siekiant būti socialiai atsakingais

Pandemijos iššūkius mums pavyko paversti naujomis galimybėmis. Tai nuotolinis laivų įvedimas – šį procesą visuomet turėjo atlikti žmogus (locmanas), tačiau dėl pandemijos buvome priversti dirbti nuotoliu, gavome progą būti inovatyviais ir, pasinaudoję šiuolaikinėmis technologijomis, sugebėjome laivus įvesti per nuotolį. Tokiu būdu buvo išvengta tiesioginio kontakto su laivų įgulomis ir laivyba nesustojo. Kalbant apie inovatyvius sprendimus, vienas iš mūsų įgyvendintų projektų yra audiogidas – programėlė, kurioje galima išgirsti populiariai pasakojamą Klaipėdos istoriją. Tai buvo Uosto direkcijos dovana miestui – taip prisidedame prie uostamiesčio populiarinimo ne tik tarp kruizinių turistų, šia programėle gali naudotis kiekvienas į Klaipėdą atvykstantis svečias. Šiuo metu COVID-19 pandemija pristabdė dar vieno socialinio mūsų projekto, skirto susipažinti su Klaipėda, uostu, įgyvendinimą.

Gerosios ir blogosios socialinės atsakomybės patirtys

Mūsų socialinė atsakomybė yra suskirstyta į keletą dalių, jos gali būti skirstomos į vidinę ir išorinę organizacijos socialinę atsakomybę arba abiejų dalių sąjungą. Dėl to, kalbant apie gerąsias ir blogąsias patirtis, svarbu jas atskirti. Vidinė daugiau apima darbuotojų gerovę, išorinė – bendruomenės gerovę, aplinkosaugą. Galbūt kaip blogąją patirtį įvardyčiau tai, jog mūsų įmonės statusas neleidžia rėmimo galimybės ir nebegalime įgyvendinti tų projektų, kuriais

galėtume prisidėti prie socialinių grupių, kurioms reikia dėmesio ir palaikymo. Tai neįgalieji, vaikai, seneliai ir visi kiti, kurie tiesiog neturi didelių galimybių. Vienas iš gerų dalykų, kas paskutiniu metu įvyko, tapome Klaipėdos universiteto ateities fondo globėjais. Visa tai yra daroma tam, kad būtų užtikrintos galimybės surinkti kuo daugiau lėšų, kurios leistų pasikviesti pasaulinio garso dėstytojų, pritraukti kuo daugiau studentų.

Bendradarbiaujame su Klaipėdos Baltijos gimnazija: mūsų IT darbuotojas su inžinerinių klasių gimnazistais kartu kūrė laivų atvykimo programėlę. Šis bendradarbiavimas leidžia moksleiviams parodyti uostą iš vidaus ir kartu „pasimatuoti“ uostines profesijas. Šiomet su darbuotojais pabandėme kartą per savaitę daryti mankštą, kadangi mūsų pastatas kubo formos, labai aukštas, žmonės kartais vieni kitų nepažįsta, dirba savo kabinetuose, tad ši iniciatyva prisideda prie to, kad galėtume sukviesti žmones bendrystei. Esame įrengę vaikų kambarį, nedidelę sporto salę darbuotojams – kol kas stebime, ar tai pasiteisins projektai. Kol kas viso to realiai įvertinti neleidžia pandeminė situacija. Mūsų pagrindiniai aplinkosauginiai darbai yra aplinkos monitoringas, atliekų surinkimas iš laivų, pavojingų krovinių priežiūra, incidentų, išsiliejimų likvidavimas akvatorijoje, tačiau tai siejasi su mūsų veikla. Tai yra viena iš mūsų įmonės funkcijų, susieta su socialine aplinka.

VĮ Klaipėdos valstybinio jūrų uosto direkcijos socialinės atsakomybės patirtimi dalijosi Algis Latakas, generalinis direktorius



AAS „BTA Baltic Insurance Company“ filialas Lietuvoje

Draudimo paslaugos
Didelė organizacija
ĮSA > 3m.



Socialinės atsakomybės pradžia organizacijoje

Kai prieš penkerius metus tapome Vienna Insurance group dalimi, tai buvo mūsų didžiųjų pokyčių pradžia. Vienna Insurance group – didžiausia draudimo grupė centrinėje ir rytų Europoje, prisijungę prie jos, suvokėme, kad pakilome į naują lygį. Jei iki tol intuityviai nujautėme, kokių vertybių vedini susitikome BTA draudime, tai tuomet pradėjome kur kas aiškiau ir garsiau kalbėti apie mus vienijančius vertybinius dalykus. Esame žmonės, turime savo vertybes, o kompanijos užduotis – jungti tuos, kurie išpažįsta tas pačias vertybes. Sėkmė versle tai dar ne viskas ir socialinė atsakomybė nėra dėl grožio, tai yra neatsiejama šiuolaikinės organizacijos dalis.

Mūsų socialinė atsakomybė turi tris pagrindines kryptis – visuomenės sveikata, aplinkosauga bei menas ir kultūra. Atsižvelgdami į žmonių emocinę sveikata, augantį streso lygį ir būtinybę jį mažinti, inicijavome projektą „Be streso“, kurio veiklos skirtos visuomenės emocinės bei fizinės sveikatos gerinimui. BTA biuruose rūšiuojame atliekas bei aktyviai mažiname popieriaus naudojimą, bendradarbiaujame su Lietuvos gamtos fondu, padedame valyti miškus bei pelkes. Remiame įvairias menines bei kultūrinės organizacijas, galerijoms ir muziejams padedame



atsivežti eksponatus bei juos draudžiame. Jau daugiau nei dešimtmetį esame Nacionalinio muziejaus Valdojų rūmų ir Lietuvos nacionalinio dailės muziejaus pagrindiniai rėmėjai. Kaupiame ir savo šiuolaikinio meno kolekciją BTA ART, į kurią renkame Baltijos šalių šiuolaikinio meno autorių kūrinius.

Geroji ir blogoji socialinės atsakomybės patirtis

Kalbant apie blogas praktikas ar bloguosius pavyzdžius sunku kažką išskirti, tokios patirties dar neturėjome. Socialinės atsakomybės veiksmai neturi nieko neigiamo – nėra to, kas nebūtų priimtina žmogaus asmeninėms vertybėms, todėl sunku išsivaizduoti situaciją, kurioje galėtų atsirasti neigiamų nuomonių, nepasitenkinimo apie mūsų vykdomas socialinės atsakomybės veiklas.

Gerosios socialinės atsakomybės pavyzdžių galima pateikti daug, didelių ir mažesnių. Pernai, ieškodami kalėdinių dovanų, visai atsitiktinai suradome socialinės atsakomybės įmonę – socialinį verslą, gaminantį puikius produktus, o visas jo pelnas keliauja į knygų neregiam vaikams leidybą. Bendradarbiavimo su šia įmone nepamiršime dar ilgai. Mūsų Žalų reguliavimo departamentas kasmet rengia kalėdinius labdaros pusryčius, kurių metu renkamos lėšos vaikų namams. Nuolat dalyvaujame kraujo donorystės akcijose. Vienas didesnių socialinės atsakomybės pavyzdžių – per daugiau nei dešimtmetį trunkantį didžiausių šalies muziejų rėmimą apdraudėme parodų ir eksponatų, kurių vertė viršija 300 milijonų eurų.

Taip pat galima būtų išskirti mūsų projektą „Be streso“, laikyčiau jį BTA flagmanu. Svarbu, jog mums pavyko pasiekti tai, jog jis gyvuoja jau trejus metus, yra sėkmingas ir mes nesiruošiamo jo apleisti, jis vėl sugrįš, sugrįš kitoks, su kitais akcentais ir atlieps tai, ko tuo metu labiausiai reikia visuomenei. Su menais, mes taip pat ir toliau plečiamės, neseniai papildėme kolekciją ir šiemet taip pat turėjome gražių projektų, tiek su Valdojų rūmais, tiek su Lietuvos dailės muziejumi, šiais metais pirmą kartą turėjome projektą su MO muziejumi, nekalbant apie mažesnius muziejus, kur tiesiog kartais reikia labai nedidelės pagalbos, kad gražus projektas išvystų dienos šviesą.

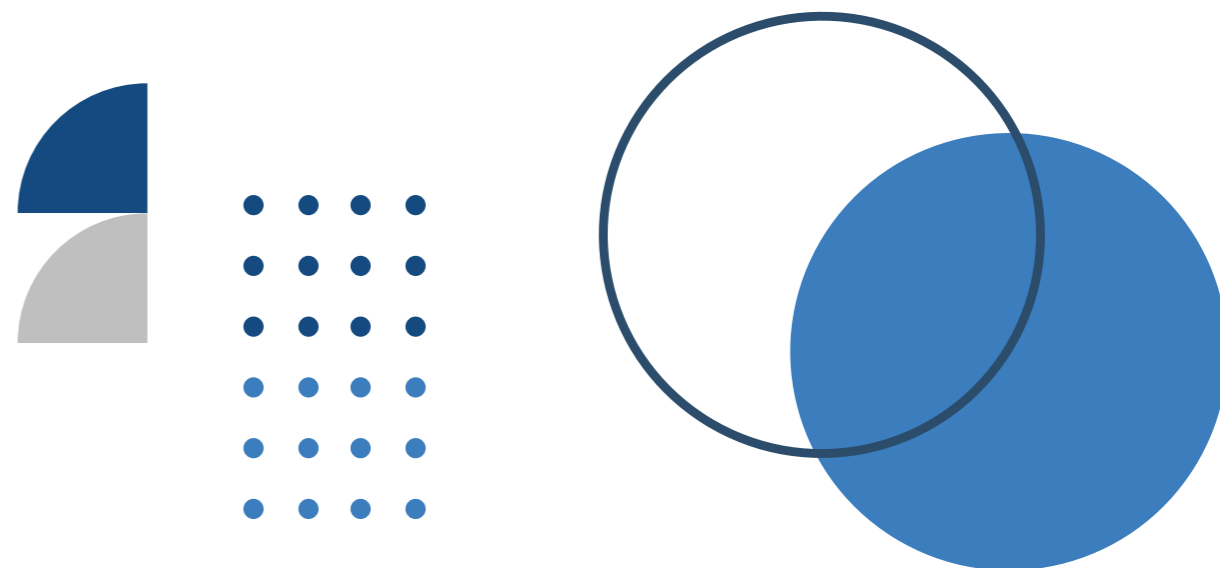
Socialinė atsakomybė ir darbuotojai

Dėl prasidėjusios pasaulinės pandemijos turėjome šiek tiek keisti darbo pobūdį, kaip ir visiems teko savo darbo vietas perkelti į namus. Pasidarbavę iš namų, pamatėme, kad mūsų komandai nėra nieko neįveikiamo – pasiekiami užsibrėžtus tikslus, nesvarbu kur bebūtume. Šis lankstus, hibridinis darbo modelis – didelis pasiekimas, sėkmingas jo veikimas rodo, kad išmokome pandemines pamokas ir sutvirtėjome kaip komanda.

Igyvendinti „Be streso“ pandemijos sąlygomis mums taip pat buvo didžiulis išbandymas. Projektus ruošiamo iš anksto, tad tuo metu, kai ruošėmės 2020 metų „Be streso“ projektui, dar niekas nežinojo apie pandemiją, tuomet staiga kovo mėnesį ne tik mus, bet ir visą projektą uždarė namuose. Turėjome žaibo greičiu perplanuoti visą projektą, perkelti jį į virtualią erdvę. Būtent tuo metu visos veiklos buvo permąstytos, jomis siekėme padėti žmonėms išbūti namie ir mums tai iš tikrųjų pavyko. Iš pačių darbuotojų susilaukiame daug klausimų, susijusių su „Be streso“ ateitimi. Tai yra laukiamas, įtraukiantis ir mus nesustoti įpareigojantis projektas.



AAS „BTA Baltic Insurance Company“ socialinės atsakomybės patirtimi pasidalino Boris Jonas Kuzmas, marketingo ir viešųjų ryšių skyriaus vadovas





UAB „Visma Lietuva“

Informacinės technologijos
Didelė organizacija
ĮSA > 10 m.

Socialinės atsakomybės pradžia organizacijoje - dėmesys moksleivių švietimui

Nuo pat pradžių, kai įsikūrė „Visma Lietuva“, skyrėme didelį dėmesį jaunosios kartos edukacijai. Tikime, kad verslas privalo investuoti į švietimą, todėl nuolat ieškome būdų kaip galėtume prisidėti. Toks didelis fokusas į edukaciją susiklostė savaime, kadangi būdami IT srities profesionalais norime šią sritį populiarinti ir ja sudominti jaunąją kartą.

Nemokamos savarankiško mokymosi platformos idėja mūsų komandoje gimė prieš kelerius metus, kai supratome, kad turėdami vieną informatikos būrelį Vilniaus Mykolo Biržiškos gimnazijoje visų vaikų nepasieksime ir neišmokysime. Be to, dėstant universitetuose, kalbėjome su studentais, supratome, kaip svarbu stiprinti programavimo žinias ir įgūdžius dar mokykloje ir kad tai padėtų būsimiems studentams ne tik susidomėti programavimu kaip profesija, bet ir ateiti į universitetą kur kas stipriau pasiruošus.

Greta žinojimo, kad negalime pasiekti visų, kuriuos norėtume, mus neramino ir metai iš metų nesikeičiančios ir liūdinčios tendencijos: lyčių nelygybė IT srityje, nusistovėję neigiami stereotipai apie IT specialistus ir profesiją, IT mokytojų ir mokomųjų resursų lietuvių kalba trūkumas. Visas šias neigiamas tendencijas pagrindė ir kalbinti moksleiviai mažesniuose Lietuvos miestuose: buvo vaikų, kuriems informacinės technologijos dėstė geografijos mokytoja. Žinoma, šiuo metu didžiuosiuose miestuose galima rasti informatikos būrelių, tačiau ne visi turi finansines galimybes leisti vaikus į mokamus būrelius, o kelis tūkstančius gyventojų turintys miesteliai tokios popamokinės veiklos net nesiuo. Apsvarstę visas šias problemas ir įvertinę, kad sukurtas sprendimas turėtų būti ilgalaikis, o ne vienkartinis, nusprendėme, kad internetinė platforma su video pamokomis bus geriausias būdas. Taip gimė „Angis“ (programavimo mokymosi platforma vaikams)



Geroji ir blogoji socialinės atsakomybės patirtis

Blogosios socialinės atsakomybės patirčių išskirti negalime, nes tokių nebuvo, tačiau susidūrėme su keliais sunkumais. „Angis“ skirta ne tik moksleiviams, bet ir pedagogams, jiems sukūrėme atskirą portalą, kuriame sudėjome visą metodinę medžiagą bei visų pamokų atsakymus. Kadangi ši informacija skirta tik mokytojams – reikėjo visus norinčius prisijungti identifikuoti, o tam reikėjo visų Lietuvos IT mokytojų kontaktų, tačiau tokio sąrašo niekas neturi, nei Švietimo, mokslo ir sporto ministerija, nei Nacionalinė švietimo agentūra, tad tai buvo toks techninis apsunkinimas. Reikėjo sugalvoti, kaip tuos mokytojus identifikuoti. Kita problema buvo Covid ir moksleivių mokymasis iš namų. Platformą skirtinguose etapuose nuolat testavome su tiksline auditorija, tai darėme gyvai kol nebuvo karantino ir vaikai galėjo ateiti pas mus į biurą arba mes važiuoti pas juos. Tačiau kai prasidėjo karantinas, testavimas persikėlė į internetinę erdvę ir kadangi tai buvo pati karantino ir nuotolinio mokymo pradžia, testavimas buvo pakankamai sudėtinga atlikti. Kita vertus, tikėtina, kad karantinas prisidėjo prie tokio didelio platformos populiarumo, kadangi labai trūko tokio tipo mokomųjų resursų.

Inovacijų iniciavimas organizacijoje

Mūsų organizacijoje taikoma gal kiek netradicinė plokščia valdymo sistema, kai įmonės valdymas yra darbuotojų rankose. Turime skirtingas

darbuotojų grupes (komitetus), atsakingas už skirtingas sritis, taip žmonės gali kurti ir dirbti tokioje įmonėje, kokia jiems būtų geriausia. Tiesa pasakius, tokia laisvė labai įkvepia ir įgalina kolegas, kurie sukuria neįtikėtinus dalykus. Visos iniciatyvos kyla iš žmonių, galbūt todėl ir yra visų palaikomos bei įgyvendinamos. Taip yra ir su įvairiausiomis akcijomis siekiant prisidėti prie bendradarbiavimo su ne pelno siekiančiomis organizacijomis ar kitais su socialine atsakomybe susijusiais darbais.



Socialinės atsakomybės plėtimas

Šiuo metu vyksta pokalbiai dėl Angies atsiradimo kitose šalyse, artimiausiuose planuose Danija, Norvegija ir galbūt Olandija, tai yra tik kelios šalys, kuriose Visma vykdo savo veiklą. Lietuvoje galbūt bus antras Angies sezonas. Mes išdėstėme tam tikras temas, tačiau per 14 vaizdo įrašų nėra įmanoma išdėstyti visos teorijos. Nedrąsiai, bet pradėdame galvoti apie antrą sezoną.

UAB „Visma Lietuva“ socialinės atsakomybės patirtimi dalinosi Sandra Rutkauskaitė, administracijos direktorė



UAB „Tele2“

Telekomunikacija
Vidutinė organizacija
ĮSA > 5 m.

Socialinės atsakomybės pradžia organizacijoje

Rūpintis bendruomene ir savo aplinka yra verslo atsakomybė. Toks požiūris atsirado pirmosiomis TELE2 dienomis ir yra tapęs įmonės DNR. Įmonės įkūrėjo Jano Stenbecko vizija buvo griauti monopolius ir teikti paslaugas už geriausią kainą ir mobilųjį ryšį padaryti prieinamą visoms bendruomenės grupėms, taip mažinti atskirtį ir užtikrinti, kad tai nebūtų prabangos produktas. Tokį tikslą sau keliame ir šiandien, o kartu – plečiame sritis, kuriose galime būti naudingi mus supančiai bendruomenei.

Geroji ir blogoji socialinės atsakomybės patirtis

Sričių, kurios mums rūpi ir kuriose norime padėti turime daug, tačiau visos jos išlaiko vieną kryptį – verslo tvarumas. Mūsų požiūriu tvarus verslas yra tas, kuris rūpinasi jį supančia aplinka, bendruomene ir darbuotojais.

Mums yra svarbus veiklos poveikis aplinkai. Todėl esame seniai priėmę sprendimą, kad mūsų ryšio bokštai, sunaudojantys daug elektros, naudos tik 100 proc. iš atsinaujinančių šaltinių pagamintą elektros energiją. 2016 m. atsisakėme popierinių sutarčių salonuose, o vėliau ir biure. Tad praėjusiais metais sutaupėme 9,2 mln. popierinių sutarčių lapų arba: 46 tonas popieriaus, 1104 medžius, 1150 kubinių metrų vandens ir 2369 MJ energijos. Esame pirmoji klimatui neutrali telekomunikacijų bendrovė Švedijoje ir Baltijos šalyse. Savo veikloje naudojame ne tik žaliąją energiją, bet ir kompensuojame likusias šiltnamio efektą sukeliančių dujų emisijas. Tai leidžia bendrą išmetamo anglies dvideginio kiekį sumažinti daugiau kaip 90 procentų.

Verslas turi rūpintis bendruomene, nes yra neatskiriama jos dalis. Pandemijos metu buvome ten, kur mūsų reikėjo labiausiai. Padėjome medikams, prisidėjome prie Nacionalinio visuomenės sveikatos centro savanorių bei savanorių padedančių vaikams mokytis nuotoliniu būdu rengimo, peržiūrėjome reklaminius biudžetus Lietuvos žiniasklaidos naudai ir darėme kitų projektų. Dalis šios krypties iniciatyvų taip pat ateina iš Švedijos. Pavyzdžiui, vaikų internete apsauga – vykdomė vaikų seksualinio išnaudojimo prevenciją ir blokuojame prisijungimus prie tokio turinio svetainių. Kartu su ilgamečiu partneriu „Reach for Change“ prisidėjome prie

TELE2

socialinio verslo Lietuvoje kūrimo skatinimo. Nuo 2009 m. remiame emocinės pagalbos organizaciją „Jaunimo linija“, kurių savanoriai atlieka išties prasmingą darbą – paramos ieškančiam žmogui teikia pagalbą telefonu.

Mūsų misija – kokybiškos, visiems prieinamos telekomunikacijų paslaugos. Pasiiekti verslo tikslai leidžia mums būti patraukliu darbdaviu, sąžiningu mokesčių mokėtoju ir toliau išlikti lyderiu rinkoje. 2019 m. „Transparency International“ Lietuvos skyrius antrą kartą iš eilės išrinko mus skaidriausia įmone. Gavome 100 balų iš 100. TELE2 požiūris į skaidrumą ir lemia aiškia kainodarą, darbo ir bendradarbiavimo principus bei nusako, kaip mes iš esmės priimame sprendimus.

Socialinė atsakomybė ir darbuotojai

Rūpestis darbuotojais ir darbo aplinka taip pat yra viena iš tvaraus verslo ir socialinės atsakomybės sričių. Darbuotojai turi jaustis gerai tiek dirbdami, tiek gaudami orų atlygį už darbą, taip pat galėdami atskleisti savo talentus ir nebijotų būti savimi. TELE2 turime plokščią organizacijos bendravimo kultūrą, nėra hierarchijos ir vykdoma priekabiavimo seksualiniu, religijos ar tapatybės pagrindu prevencija. Lygių galimybių kontrolieriaus tarnybai atlikus „Lygybės liniuotės“ tyrimą buvome įvertinti 9,2 taškais iš 10. Tai – aukščiausias įvertinimas šalyje.

Inovacijų taikymas socialinėje atsakomybėje

Vienas inovatyviausių socialinės atsakomybės projektų buvo bendradarbiavimas su „Reach for Change“ organizacija. Jo tikslas – Lietuvoje skatinti socialinio verslo įsikūrimą bei didinti tokio verslo žinomumą. Organizacijos rengiamas konkursas buvo atrinkti inovatyvūs, į visuomenės pokytį orientuoti verslo idėjas, kurioms finansavimą skyrė TELE2. Šio konkurso metu buvo atrinktas socialinis verslas „Mama2“, kuris teikia mokslu ir tyrimais grįstą informaciją tėvams, auginantiems vaikus iki 3 m. Su šiuo projektu tęsiame bendradarbiavimą, nors „Reach for Change“ skyriaus Lietuvoje ir nebeliko. Kita inovatyvi idėja, gimė iš įmonės kultūros ir vertybių – TELE2 darbuotojų iniciatyva „Geruliai“. Ji prasidėjo įmonės viduje, kai grupė darbuotojų sumanė prisidėti prie vaikų svajonių



išsipildymo ir supakuoti kelias kalėdines dovanėles. Kolegos patyrė, kad kai prie paramos prisidedi pats, savo rankomis – tai yra kur kas prasmingiau ir labai motyvuoja. Prie iniciatyvos prisidėjo daugiau žmonių, o geri darbai tapo ne vien Kalėdine tradicija. „Tele2“ skyrė metinį biudžetą, kurį „Geruliai“ gali patys valdyti – patys sugalvoja, ką nori paremti, ir patys prisideda tiek pinigais, tiek savo darbais, laiku ir dėmesiu.

Socialinės iniciatyvos, kuriomis labiausiai džiaugiamės

Džiaugiamės tuo, kad visi čia dirbantys žmonės, taip pat ir vadovų komanda, į socialinės atsakomybės veiklas žiūri atsakingai – tai daroma ne dėl „varnelės“. Prieš pradėdami kalbėti apie savo nuveiktus darbus, pirmiausiai savęs paklausiam „ar tikrai jau viską padarėme dėl šito, o gal galime dar kažką padaryti?“.

Socialinę verslo iniciatyvą priimame kaip kelionę ir suprantame, kad visada galima padaryti dar daugiau, geriau, tobuliau ir galbūt niekada taip ir nepasiekti to 100 proc.

UAB „Tele2“ socialinės atsakomybės gerą patirtimi dalinosi Asta Buitkutė, ryšių su visuomene atstovė





UAB „Scandagra“

Trąšos, sėklos, augalų apsauga,
grūdų supirkimas
Vidutinė organizacija
ĮSA < 5 m.

Socialinės atsakomybės pradžia organizacijoje ir prioritetai

Bendrovė „Scandagra“ yra rinkos lyderė augalų apsaugos produktų ir mikroelementinių trąšų pardavimo bei ekologiškų grūdų supirkimo sektoriuje. Vis dėlto gerai suprantame, kad sėkmė versle – tai ne vien geri finansiniai rodikliai. Socialinė atsakomybė turėtų būti vertinama kaip sudėtinė sėkmės dalis, o ne vien kaip neprivalomas grožio elementas. Socialinė atsakomybė,

dradarbiauti su organizacija „Gelbėkit vaikus“ ir nevyriausybine organizacija „Lietuvos Junior Achievement“, priklausančia tarptautiniam „Junior Achievement“ tinklui, kurio tikslas – įkvėpti ir paruošti jaunas žmones globaliai ekonomikai. Partnerystė su šiomis organizacijomis visiškai atitinka bendrovės vertybes bei strateginius tikslus. Esame įsitikinę, jog mūsų įmonės socialiai atsakinga veikla atvers naujas perspektyvas ne vienam mokiniui, paskatins inovacijas, o ilgainiui turės teigiamą poveikį visai šalies ekonomikai.



mūsų supratimu, yra neatsiejama šiuolaikinės sėkmingos organizacijos savybė.

Kaip vieną iš svarbiausių savo socialinės atsakomybės prioritetų vertiname švietimą. Esame įsitikinę, kad verslas privalo investuoti į švietimą, tai mums atrodo ypač prasminga, todėl nuolat ieškome būdų, kaip galėtume prisidėti, kuriant ir įgyvendinant įvairias švietimo programas ar projektus. Penkiolika metų dirbame Lietuvos rinkoje, stebime šalyje vykstančią pažangą įvairiose gyvenimo srityse, atkreipdami dėmesį į jautriausias visuomenės gyvenimo sritis. Jau nebe pirmus metus „Scandagra“ socialiniai prioritetai siejami su vaikais, jų vystymusi ir ugdymu, nes vaikai yra mūsų ateitis, kaip ir efektyvi švietimo sistema yra sėkmingos valstybės pagrindas.

Maždaug prieš penkerius metus mūsų dėmesys socialinei atsakomybei tapo konkrečiais darbais ir išsipareigojimais. Tuo metu pradėjome ben-

Darbuotojų iniciatyva ir įsitraukimas

Skatiname ir palaikome tiek savo darbuotojų, tiek klientų, verslo partnerių savanorišką įsitraukimą į socialinius projektus, siekiant visuomenei naudingų tikslų bei kuriant ilgalaikius bendradarbiavimo santykius. Bendradarbiaudami su „Lietuvos Junior Achievement“ aktyviai dalyvaujame mentoriaudami LJA organizuojamose iniciatyvose. Taip sukuriami ir teikiama nauda, parama, šiai veiklai yra skiriama nemažai laiko. Po visų LJA renginių neretai tenka pagloboti pasirinktas mokinių grupes, atsakyti į mokiniams rūpimus su verslu susijusius klausimus, patarti. Būti mentoriumi – vadinasi, dalintis savo patirtimi ir žiniomis su mokiniais ir mokytojais, padėti jiems geriau suvokti, kuo gyvena verslo žmonės sparčiai besikeičiančiame pasaulyje, kaip verslas atliepia žmonių ir jų bendruomenių

poreikius, kokių kompetencijų labiausiai reikia šių dienų verslininkui, nuo kurio priklauso ir kitų žmonių bei visos valstybės gerovė.

Socialinės iniciatyvos, kuriomis labiausiai džiugina

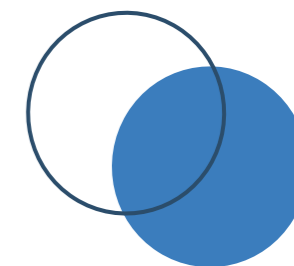
Viena iš mūsų socialinių iniciatyvų, kurią tikrai vertiname ir didžiuojamės, yra mūsų vienas didžiausių įmonės projektų, kurio metu buvo iškelta 100 istorinių valstybės vėliavų visoje Lietuvoje nepriklausomos Lietuvos valstybės atkūrimo šimtmečiui paminėti. Šio projekto metu kartu su mūsų partneriu Benediktu Vanagu aplankėme lojaliausius mūsų klientus, kiekvieno kieme iškėlėme Lietuvos istorinę Vyčio vėliavą. Tokios vėliavos ir jų iškėlimo akcija tapo dovana ne tik ūkininkams, bet ir buvusiam Aleksandro Stulginskio universitetui (dabar – Vytauto Didžiojo universitetas) bei keleto miestelių ir

kaimų bendruomenėms. Šis projektas padėjo sustiprinti mūsų santykius su klientais, įtraukė ir sutelkė bendruomenes.

Situacija COVID-19 metu

Dėl prasidėjusios pasaulinės pandemijos turėjome šiek tiek keisti darbo pobūdį: kaip ir visiems, teko savo darbo vietas perkelti į namus. Darbo iš namų praktika parodė, kad mūsų komandai nėra nieko neįveikiamo – pasiekiame užsibrėžtus tikslus, nesvarbu, kur būtume. Šis lankstus, hibridinis, sėkmingai įgyvendintas bei veikiantis darbo modelis – didelis „Scandagra“ laimėjimas, o šios praktikos veiksmingumas rodo, kad išmokome pandemijos pamokas ir sutvirtėjome kaip komanda.

UAB „Scandagra“ socialinės atsakomybės gerą patirtimi, pasidalino Sandra Paulauskienė, marketingo specialistė



UAB „KPMG Baltics“

Audito, mokesčių ir verslo konsultacijų paslaugos
Vidutinė organizacija
ĮSA > 25 m.

**Socialinės atsakomybės pradžia organizacijoje**

Mes esame pasaulinio KPMG tinklo dalis, kuriame jau daug metų socialinė atsakomybė vertinama kaip svarbi įmonės veiklos dalis, todėl ir Lietuvoje stengiamės laikytis šios krypties. Lietuvoje socialinės atsakomybės projektus pradėjome galvodami pirmiausia apie žmones – tiek savo darbuotojus, tiek bendruomenes, kurioms reikia paramos, taigi ieškojome veiklų, kurios galėtų būti visiems naudingos.

Darbuotojų įsitraukimas į socialines iniciatyvas

VPastebime, kad jauniems specialistams, kurie prisijungia prie KPMG pastaraisiais metais, svarbu yra ne tik atlikti darbą ir gauti atlyginimą, tačiau ir dalyvauti prasmingose veiklose. Tikime, kad KPMG socialinė atsakomybė jiems yra svarbi, kartais net girdime, kad ji būna darbdavio pasirinkimą nulėmiantis veiksnys, jeigu kitos aplinkybės panašios. Tuo pačiu socialinės atsakomybės projektai tampa ir komandos stiprinimo veiklomis – kadangi orientuojamės ne į pinigų surinkimą, o realios pagalbos suteikimą, darbuotojai turi progą pabendrauti už darbo ribų, geriau pažinti vieni kitus atlikdami gerus darbus. Vadovų įsitraukimas paskatina darbuotojus taip pat įsitraukti į socialines iniciatyvas, dalyvauti socialinės atsakomybės veiklose.

Socialinės iniciatyvos, kuriomis labiausiai džiaugiamės

Mūsų įmonės socialinės atsakomybės projektus dažniausiai galima priskirti vienai iš trijų krypčių: sveikatingumo, gamtosaugos ir socialinės pagalbos. Sveikatingumo projektai skirti pačių darbuotojų aktyvumo ir geros sveikatos stiprinimui – tai įvairios aktyvios veiklos, dalyvavimai bėgimuose, sveikos gyvensenos paskaitos ir praktinės pamokos. Gamtosaugos projektų metų prisidedame prie švaresnės ir gražesnės aplinkos, taip pagelbėdami žmones ir gyvūnams. Socialinės pagalbos projektuose remiame negalią turinčių asmenų bendruomenes ir įvairių sunkumų patiriančius žmones. Tikime, kad padėdami jiems, padedame ir sau – praplėsti akiratį, geriau pažinti skirtingus žmones ir vieni iš kitų pasimokyti. Vienas iš išskirtinių mūsų projektų – Kalėdinė rankdarbių mugė, kurioje didžiulis būrys neįgaliųjų turi progą parduoti savo gaminius, tuo pačiu tai graži proga susitikti ir pasidalinti šventine nuotaika.

Mūsų organizacijos vertybės kalba ne vien apie veiklos efektyvumą ir rezultatus – visame tinkle laikomės nuomonės, kad norime ne tik imti, bet ir duoti, ypač tiems, kam reikia pagalbos, todėl šios veiklos mums yra svarbios ir esame prie jų taip pripratę, kad sunkiai galėtume KPMG įsivaizduoti be socialinės atsakomybės.

**Iniciatyvų planavimas ir vykdymas**

Ypač džiaugiamės, kuomet socialinės atsakomybės iniciatyvos kyla iš pačių darbuotojų idėjų. Pernai dėl pandemijos negalėdami per Kalėdas įteikti klientams dovanų, joms skirtą biudžetą paskyrėme socialinei atsakomybei, tačiau pačių darbuotojų balsavimas nulėmė, kokioms organizacijoms jis buvo išdalintas – parėmėme su COVID kovojančius medikus, Sidabrinės linijos pagalbą senoliams ir Lietuvos žmonių su negalia sąjungą. Šiomet labai nudžiugino vienos kolegės iniciatyva savo gimtadienio proga suorganizuoti gyvūnų prieglaudos paramos akciją – iš kolegų buvo renkamos priemonės ir pinigai beglobių gyvūnų gyvenimo kokybės pagerinimui.

Mūsų organizacija vykdydama ir planuodama socialines iniciatyvas vadovaujasi KPMG tinklo politikomis ir gairėmis, kuriose nurodoma socialinės atsakomybės svarba ir remtinios sritys. Stengiamės būti nuoseklūs ir vieningi visame tinkle, nes turime bendras vertybes ir strategiją, todėl ir socialinės atsakomybės veiklų kryptys sutampa – tai naudinga ne tik dalinantis formaliais dokumentais, bet ir skirtingų šalių patirtimi kur nepaisant kultūrinių skirtumų randame panašių projektų arba net organizuojame bendrus.



UAB „KPMG Baltics“ socialinės atsakomybės gerą patirtimi pasidalino Kristina Mažeikaitė, rinkodaros ir komunikacijos vadovė



1. AAS „BTA Baltic Insurance Company“ filialas Lietuvoje. (2021). Lietuvos verslo konfederacijos organizuotas interviu
2. AB „Smiltynės perkėla“. (2021). Lietuvos verslo konfederacijos organizuotas interviu
3. AB „Lietuvos paštas“. (2021). Lietuvos verslo konfederacijos organizuotas interviu
4. Apie įmonių socialinę atsakomybę. Lietuvos Respublikos socialinės apsaugos ir darbo ministerija. Prieiga per internetą: <https://socmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/darbo-rinka-uzimtumumas/imoniu-socialine-atsakomybe-isa/apie-imoniu-socialine-atsakomybe>
5. Bendrasis vidaus produktas. Lietuvos bankas. (2020). Prieiga per internetą: <https://www.lb.lt/lt/bvp#ex-1-2>
6. Bendrojo organizacijų suvokimo apie įmonių socialinę atsakomybę tyrimas. Tyrimo ataskaita. (2021). Vilnius: Lietuvos verslo konfederacija. Prieiga per internetą: <https://lvk.lt/wp-content/uploads/2021/11/BENDROJO-ORGANIZACIJ%C5%B2-SUVOKIMO-APIE-%C4%AEMONI%C5%B2-SOCIALIN%C4%98-ATSAKOMYB%C4%98-TYRIMAS.pdf>
7. ISO 26000 - socialinės atsakomybės gairių standartas (angl. ISO 26000 Guidance on social responsibility).
8. Komisijos Komunikatas Europos parlamentui, tarybai, Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui ir Regionų komitetui. Atnaujinta 2011–2014 m. ES įmonių socialinės atsakomybės strategija. (2011). Briuselis: Europos Komisija. Prieiga per internetą: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0681&from=FR>
9. Kontautienė, R. (2016). Įmonių socialinė atsakomybė kaip konkurencingumo veiksnys ekonomikos nuosmukio laikotarpiu: disertacija. Kaunas: Kauno technologijos universitetas
10. Kontautienė, R. (2021). Lietuvos verslo konfederacijos organizuotas interviu.
11. Leganovičiūtė, J. (2021). Įmonių socialinės atsakomybės atskleidimo atitikimo EK direktyvai vertinimas Šiaurės Europos šalyse: magistro baigiamasis darbas. Vilnius: Mykolo Riomerio universitetas
12. Lietuvos atsakingo verslo asociacija. (2021). Prieiga per internetą: <https://asociacijalava.lt/misija-ir-vizija/>
13. Lietuvos statistikos departamentas. (2020). Prieiga per internetą: <https://www.stat.gov.lt/>
14. Mišura, M., Cerović, L., Vesna Buterin, V. (2018). Relationship between corporate social responsibility and business success: case of the global tobacco industry. Journal of Contemporary Management Issues. Vol. 23, No.1.
15. Navickas, V., Kontautienė, R., Stravinskiene, J., Bilan, Y. (2021). Paradigm shift in the concept of corporate social responsibility: COVID-19. Green Finance. Vol. 3, Issue 2: 138-152. doi: 10.3934/GF.2021008
16. Šneiderienė, A. (2018). Įmonių socialinės atsakomybės genezė ir raida : monografija. Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla.
17. UAB „ARIMEX“. (2021). Lietuvos verslo konfederacijos organizuotas interviu
18. UAB „Emplastrum“. (2021). Lietuvos verslo konfederacijos organizuotas interviu
19. UAB „Joniškio grūdai“. (2021). Lietuvos verslo konfederacijos organizuotas interviu
20. UAB „KPMG Baltics“. (2021). Lietuvos verslo konfederacijos organizuotas interviu
21. UAB „Kvapų namai“. (2021). Lietuvos verslo konfederacijos organizuotas interviu.
22. UAB „Mezgimo akademija“. (2021). Lietuvos verslo konfederacijos organizuotas interviu
23. UAB „Scandagra“. (2021). Lietuvos verslo konfederacijos organizuotas interviu
24. UAB „Tele2“. (2021). Lietuvos verslo konfederacijos organizuotas interviu
25. UAB „Visma Lietuva“. (2021). Lietuvos verslo konfederacijos organizuotas interviu
26. UAB „Yukon Advanced Optics Worldwide“. (2021). Lietuvos verslo konfederacijos organizuotas interviu
27. Valstybinė įmonė Klaipėdos valstybinio jūrų uosto direkcija. (2021). Lietuvos verslo konfederacijos organizuotas interviu
28. Verslumo tendencijos Lietuvoje 2020 m. apžvalga. (2020). Vilnius: VšĮ „Versli Lietuva“. Prieiga per internetą: https://www.verslilietuva.lt/wp-content/uploads/2020/11/2020.11.25_verslumo_apzvalga-final.pdf

