

Spausdinti

<http://vz.lt>

## Tausoji aplinką, remi meną ar sportą – pasigirk pirkėjui

Rima Rutkauskaitė

2007.01.19 00:06

**Metų viduryje Lietuvoje bus išrinktos smulkios ir vidutinės įmonės, rodančios daugiausia dėmesio savo darbuotojams, aplinkai ir bendruomenei. Ekspertai tikina, kad toks požiūris – neabejotinas pranašumas prieš konkurentus, rašo "Verslo žinios".**

Nusipirkus užsienyje pagamintą daiktą neretai prie etiketės būna pritvirtintas raštelis su informacija, kad prekė pagaminta tausojant aplinką ar neišnaudojant vaikų darbo.

„Europos vartotojai vis labiau spaudžia įmones prisiimti socialinės atsakomybės įsipareigojimus. Lietuvoje kol kas tai suprantama tik kaip parama ir labdara, tačiau nesuvokiama, kad tai gali būti naudinga verslui“, – pabrėžia Vilija Gudonienė, Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto docentė.

Lietuvoje apie 40 įmonių yra prisijungusios prie Jungtinių Tautų pasaulinio susitarimo – socialiai atsakingo verslo tinklo. Daugiau kaip 10 iš jų – smulkios ir vidutinės.

„Socialinė atsakomybė nėra pasiaukojimas visuomenės labui ar vien parama bendruomenei. Tai – protingas savanaudiškumas. Jau elementarus popieriaus „pasiuntimas“ į šiukšlių dėžę rodo, kad elgiamasi socialiai neatsakingai“, – aiškina p. Gudonienė.

### Žemaičių virvės

Ekspertai atkreipia dėmesį, kad labai svarbu ne tik įprastas lemputes pakeisti energiją taupančiomis, rūšiuoti popierių ar kitas atliekas, bet ir apie tai kalbėti savo darbuotojams, pranešti partneriams, pirkėjams.

„Būtina mokėti pasigirti. Pasaulyje pilna keistuolių geraja to žodžio prasme, jiems tai yra svarbu. Tarkim, Jorkšyro grafystės jachtų statytojas ieško virvių ir renkasi tarp olandų, bulgarų ar žemaičių. Jei žemaičiai jas parduodami pabrėš, kad virvės suktos tausojant aplinką, tai jachtų statytojas irgi galės pasididžiuoti, kad jo jachtoje net virvės – ypatingos. Gal paskui kitas pirkėjas jau specialiai ieškos tokio gaminio. Laikraštis apie tai neparašys? Informuokit apie tai bendrovės tinklalapyje. Neturit? Tai šūkį pasikabinkit“, – viešųjų ryšių gudrybių moko Komunikacijos

fakulteto docentė.

### **Sustiprins įvaizdį**

Anksčiau prisiėmusios papildomą atsakomybę remti sporto ar kultūros renginius arba puoselėti aplinką, šiandien bendrovės jau sėkmingai tai naudoja savo įvaizdžiui, reputacijai stiprinti ir konkurenciniam pranašumui didinti.

„Socialiai atsakingam būti naudinga“, - kartoja p. Gudonienė.

Pasak jos, gerai reputacijai padeda net paprasčiausias sąnaudų mažinimas, o gera reputacija padeda pritraukti darbuotojų, palankesnėmis sąlygomis pasiimti paskolą, susirasti partnerį.

„Geros praktikos turi daugelis įmonių, tačiau ne kiekviena žino, kad tai galima įvardinti kaip socialiai atsakingą verslą“, - atkreipia dėmesį p. Gudonienė.

### **Išrinks geriausius**

Raimondas Paškevičius, projektą „Bendros socialinės atsakomybės tendencijos tarp mažų ir vidutinių įmonių Baltijos šalyse“ įgyvendinančios konsultacinės UAB „EKT grupė“ partneris, viliasi, kad pusmetį trunkantis projektas ne tik parodys, kiek įmonių laikosi socialinės atsakomybės principų, bet ir prisidės prie jos populiarinimo.

„Tai, kad smulkios įmonės sukuria darbo vietą, moka mokesčius ir gamina produkciją – nebeužtenka. Svarbu ir tai, kaip jos elgiasi su darbuotojais, ir kaip gamina“, - pažymi p. Paškevičius.

Projekto metu bus apklausta 500 mažų ir vidutinių Lietuvos įmonių, su 50 įmonių vadovų bus rengiami interviu. Geriausia praktika bus paskelbta elektroniniame žinyne, kad būtų prieinama ir kitiems verslininkams. Nugalėtojas bus apdovanotas prizu.

Kadangi Lietuvoje, Latvijoje ir Estijoje verslininkams bus užduodami vienodi klausimai, pasibaigus projektui duomenis bus galima palyginti.