



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний вищий навчальний заклад
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА»

Європейські бізнес-практики корпоративної соціальної відповідальності: міжпредметний тренінг

Навчальний посібник

За редакцією проф. *Л. П. Петрашко*

Спільний проект фонду Моне
та ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

ТРЕНІНГ «Європейські бізнес-практики корпоративної соціальної відповідальності»
№ 553110-EPP-1-2014-1-UA-EPPJMO-MODULE
За програмою «Lifelong Learning»
грант № 2014-1786 / 001-001



Lifelong
Learning
Programme

1906
 **KNEU**
КИЇВ 2016

УДК 005.35(4)(075.8)
ББК 65.292.34-646я73
Є 24

Авторський колектив

д.е.н., проф. Людмила Петрашко (вступ, теми 10—14, висновки),
д.е.н., проф. Євген Панченко (теми 1—4),
к.е.н., проф. Петро Петрашко (теми 9),
к.е.н., доц. Олена Мартинюк (теми 5—8),
к.е.н., доц. Марина Кір'якова (теми 19—20),
асистент Єгор Киян (теми 15—18).

Рецензенти

Т. С. Оболенська, д-р екон., наук, проф.
(Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана)

Н. В. Стукало, д-р екон., наук, проф.
(Дніпропетровський національний університет ім. О. Гончара)

О. М. Сохацька, д-р екон., наук, проф.
(Тернопільський національний економічний університет)

*Рекомендовано до друку науково-методичною радою КНЕУ
Протокол № 5 від 11.02.2016*

Є 24 **Європейські** бізнес-практики корпоративної соціальної
відповідальності: міжпредметний тренінг : навч. посібник /
за ред. Л. П. Петрашко. — К. : КНЕУ, 2016. — 310, [2] с.
ISBN 978–966–926–091–8

Навчальний посібник являє собою дидактичну модель організації тренінгу «Європейські бізнес-практики корпоративної соціальної відповідальності». Складається із 20 тем, вивчення яких дозволяє сформувати комплекс компетенцій спеціаліста з КСВ у міжнародних і національних компаніях. Слайдовий метод компонування фактичного матеріалу дозволяє уникнути використання другорядного матеріалу, що робить його привабливим як для викладачів, так і для студентів. Водночас численні кейси орієнтовані на глибоке розуміння суті корпоративної соціальної відповідальності та тих переваг, які вона несе компаніям-користувачам таких практик.

Посібник рекомендований для студентів бакалаврських і магістерських програм з міжнародної міжнародного менеджменту, викладачів ВНЗ, державних службовців, представників вітчизняного бізнесу, котрі прагнуть опанувати сучасні крос-культурні інструменти для самостійного прийняття і реалізації рішень щодо вибору та імплементації європейського досвіду КСВ в умовах реального бізнес-середовища України.

УДК 005.35(4)(075.8)
ББК 65.292.34-646я73

*Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ забороняється*

ISBN 978–966–926–091–8

© Л. П. Петрашко та ін., 2016
© КНЕУ, 2016



Vadym Hetman Kyiv National Economic University

European Business-Practices of Corporate Social Responsibility: Interdisciplinary Training

TEXTBOOK

Editor: *Ludmila Petrashko*

Joint project of Jean Monnet Foundation
and Vadym Hetman Kyiv National Economic University

TRAINING «European Business-Practices of Corporate Social Responsibility»
№ 553110-EPP-1-2014-1-UA-EPPJMO-MODULE
Lifelong Learning Programme
Grant agreement № 2014-1786 / 001-001



Lifelong
Learning
Programme

This project has been funded with support from the European Commission.

This publication reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Trainers:

1. **Yevhen Panchenko**,
Ph. D., D.S., Professor, International Management
Department
 2. **Ludmila Petrashko**,
Ph. D., D.S., Professor, International Management
Department
 3. **Olena Martynyuk**,
Ph. D., Associate professor, International Management
Department
 4. **Maryna Kiriakova**,
Ph.D., Associate professor, International Management
Department
 5. **Yehor Kyian**,
Assistant professor, International Management Department
-

Цей проект фінансувався за підтримки Європейської Комісії.

Дана публікація відображає лише точку зору авторів, і Комісія не несе відповідальність за будь-яку інформацію, що міститься в ній.

Тренери:

1. **Панченко Євген Григорович**,
д.е.н., професор кафедри міжнародного менеджменту
2. **Петрашко Людмила Петрівна**,
д.е.н., професор кафедри міжнародного менеджменту
3. **Мартинюк Олена Віталіївна**,
к.е.н., доцент кафедри міжнародного менеджменту
4. **Кір'якова Марина Євгенівна**,
к.е.н., доцент кафедри міжнародного менеджменту
5. **Киян Єгор Михайлович**,
асистент кафедри міжнародного менеджменту

Вступ	9
ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МІЖПРЕДМЕТНОГО ТРЕНІНГУ	11
Методична структура тренінгу	12
Програма тренінгу «Європейські бізнес-практики КСВ»	13
Синопис тренінгу	15
Тема 1. «ГЛОБАЛЬНІ ІНІЦІАТИВИ КСВ»	24
Міні-лекція «Ретроспектива соціальної відповідальності бізнесу»	24
Тест «Гендерні комунікації в бізнесі»	27
Міні-лекція «Глобальні ініціативи КСВ»	28
Тема 2. «СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ»	35
Лекція «Сучасні концепції корпоративної соціальної відпові- дальності».	35
Тема 3. «РЕГІОНАЛЬНІ МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ»	45
Лекція «Регіональні моделі корпоративної соціальної відпові- дальності».	45
Кейс «Філософія бізнесу Коносоке Мацушита»	51
Тема 4. «КІЛЬКІСНІ ТА ЯКІСНІ ОЦІНКИ КСВ»	54
Лекція «Кількісні та якісні оцінки КСВ»	54
Кейс «Ново Нордіск»	60
ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ «ТАК І НІ КСВ».	63
Аргументи на користь і проти суспільної відповідальності.	63
Тема 5. «СТАНДАРТ КСВ ISO 26000»	66
Дискусійне відео: «Соціальна відповідальність реальна з ISO 26000»	66
Лекція «Стандарт КСВ ISO 26000»	66
Ділова гра «Оцінка КСВ підприємства за стандартами ISO 26000»	71
Тема 6. «СТАНДАРТИ ЯКОСТІ»	72
Лекція «Стандарти якості»	72
Дискусія «Сертифікація за стандартами як новий вид бізнесу»	74
Мозковий штурм «Визначення ідентифікаторів якості продук- ції в Україні»	76

Тема 7. «СТАНДАРТИ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ»	85
Лекція «Стандарти фінансового сектору»	85
Тема 8. «СТАНДАРТИ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ»	87
Лекція «Стандарти нефінансової звітності»	87
«ЛАБОРАТОРІЯ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ»	96
Заповнення форм за стандартами нефінансової звітності від- повідно до інформації, представленої в кейсі компанії і нада- ними керівництвами	96
Кейси: «Звітність КСВ компаній українського бізнес- середовища»	97
Дискусійні питання	103
Тема 9. «СИСТЕМА ЄВРОПЕЙСЬКИХ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ»	104
Лекція «Система європейських бізнес-практик КСВ»	104
Дискусійний відео ресурс «Планета-наш дім»	111
Тема 10. «ЄВРОПЕЙСЬКІ БЛАГОДІЙНІ ПРАКТИКИ КСВ»	112
Лекція «Європейські благодійні практики КСВ»	112
Інформаційний макет проекту «Корпоративний фонд: системний підхід до благодійності». Створення благодійного корпоративного фонду	127
Інформаційний макет проекту «Грантові програми: підтримка організацій громадянського суспільства».	
Розробка грантової програми	134
Інформаційний макет проекту «Корпоративне волонтерство»	141
Тема 11. «ЄВРОПЕЙСЬКІ ЕКОНОМІЧНІ ПРАКТИКИ КСВ»	146
Лекція «Європейські економічні практики КСВ»	146
Відеотестування та дискусія «Енергоефективність корпорати- вних офісів»	167
Тема 12. «ЄВРОПЕЙСЬКІ ЕКОЛОГІЧНІ ПРАКТИКИ КСВ»	169
Лекція «Європейські екологічні практики КСВ»	169
Кейс «Шведська революція утилізації»	179
Дискусійний відео ресурс «Екологічні практики»	185
Тема 13. «ЄВРОПЕЙСЬКІ СОЦІАЛЬНІ ПРАКТИКИ КСВ»	187
Лекція «Європейські соціальні практики КСВ»	187
Інформаційний макет проекту «Міжсекторне партнерство: соціальні дивіденди 78 у квадраті».	
Розробка соціального проекту	196
Дискусійний відео ресурс «Соціальні практики»	203

Тема 14. «ЄВРОПЕЙСЬКІ ЕТИЧНІ ПРАКТИКИ КСВ»	204
Лекція «Європейські етичні практики КСВ»	204
Етична розминка	209
Кейс «Конфліктні алмази»	210
Тема 15. «РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ЄВРОПЕЙСЬКИХ БІЗНЕС ПРАКТИК КСВ» .	213
Лекція «Результативність європейських бізнес практик КСВ» . .	213
Тест для самоперевірки	220
Загальний аналіз нефінансової звітності компаній «ArcelorMittal», «Coca-Cola», «Ernst & Young», «Ferrero», та «ТНК-ВР»	222
Тема 16. «ЕКОНОМІЧНА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ» .	224
Міні-лекція «економічна результативність бізнес-практик КСВ» . .	224
Аналіз економічної результативності практик компаній «ArcelorMittal», «Coca-Cola», «Ernst & Young», «Ferrero», та «ТНК-ВР»	226
Тема 17. «ЕКОЛОГІЧНА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ» . .	227
Міні-лекція «Екологічна результативність бізнес-практик КСВ» . .	227
Аналіз екологічної результативності практик компаній «ArcelorMittal», «Coca-Cola», «Ernst & Young», «Ferrero», та «ТНК-ВР»	231
Тема 18. «СОЦІАЛЬНА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ» . .	233
Міні-лекція «Соціальна результативність бізнес-практик КСВ» . .	233
Аналіз соціальної результативності практик компаній «ArcelorMittal», «Coca-Cola», «Ernst & Young», «Ferrero», та «ТНК-ВР»	244
«ЛАБОРАТОРІЯ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ»	246
Заповнення підсумкової таблиці «Основні акценти КСВ ком- паній «ArcelorMittal», «Coca-Cola», «Ernst & Young», «Ferrero» та «ТНК-ВР»	246
Дискусія на тему: «Перспективність поширення підходу GRI в українських реаліях»	247
Підготовка звіту, що задовольняє критеріям рівня С системи звітності GRI	247
Тема 19. «ПРАКТИКИ КСВ КОМПАНІЙ УКРАЇНИ»	250
Лекція «Імплементация європейських бізнес-практик КСВ в Україні»	250
Кейс: Nestlé створює спільні цінності	265

Тема 20. «ВІДПОВІДАЛЬНІ ПРАКТИКИ «ЗЕЛЕНОГО ОФІСУ»	278
Лекція «Європейські практики «Зеленого офісу»	278
Кейс: Давайте «Дбати про корисне»	290
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ	301
Тести.	301
ОЦІНКА ЯКОСТІ ТРЕНІНГУ	306
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ МІЖ ПРЕДМЕТНОГО ТРЕНІНГУ	307
ВИСНОВКИ	309

Глобальна конкуренція, яка ще вчора сприймалась як віддалена перспектива або ж яскравий лозунг, сьогодні стала реальністю для багатьох освітніх установ України. Наразі, світ знаходиться за крок до нової хвилі інновацій, яка може серйозно змінити сучасний «освітній ландшафт». Пріоритетним вибором наукової школи д.е.н., професора Лук'яненка Д.Г. є інтернаціоналізація, включення в глобальний освітній простір і прийняття міжнародних правил гри. Ключові драйвери таких трансформацій — це різке нарощування портфелів магістерських програм (українською та англійською мовами викладання), участь у міжнародних викладацьких і дослідницьких проектах.

Міжнародна диверсифікація наукових пріоритетів, спрямована на формування міжнародного потенціалу кафедри міжнародного менеджменту ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана» та поширення результатів її наукових досліджень за межами національного освітнього середовища, реалізована у проекті «*European corporate social responsibility (CSR) business practices*». Ідея названого проекту викристалізувалась з багаторічних наукових досліджень та обумовлена: ескалацією ризиків сталого цивілізаційного розвитку, стимулюванням інтеграційних процесів між Україною та ЄС, необхідністю кардинального перетворення сучасної системи освіти в напрямку організації процесу навчання та застосування інноваційних технологій.

Проект «*European corporate social responsibility (CSR) business practices*» виконується відповідно до умов Грантової Угоди між ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» та Виконавчою агенцією з освіти, аудіовізуальної політики та культури Європейської комісії (№ 2014-1786/001-001) за напрямом «Jean Monnet» у рамках програми ЕРАЗМУС+ 2014-2020. Напрямок «Jean Monnet» у рамках програми ЕРАЗМУС+ започатковано у 1989 році і названо на честь одного з «архітекторів» і батьків-засновників ЄС — французького політичного діяча Ж. Моне. Програма фінансується ЄС і спрямована на стимулювання викладацької та дослідницької діяльності, осмислення та полеміки щодо євроінтеграційних процесів. Новий

фокус напряму «Jean Monnet» програми ЕРАЗМУС+ 2014-2020 зосереджено на урізноманітненні досліджень за рахунок включення нових тематичних напрямів і формування генерації викладачів на основі партнерства задля інновацій та обміну кращими практиками. Креативний формат проектів — викладання та дослідження в області європейських студій.

Ключові цілі проекту «*European corporate social responsibility (CSR) business practices*»:

- узагальнення практики провідних корпорацій Європейського Союзу у сфері соціальної відповідальності.
- поширення знань про передовий європейський досвід КСВ у середовищі викладачів і слухачів програми МВА Інституту бізнес-освіти КНЕУ, викладачів афілійованих навчальних інститутів КНЕУ, громадянського суспільства України;
- підвищення якості освіти за рахунок модернізації пропонуваного Університетом курсів на всіх спеціальностях шляхом впровадження в їх програми питань піднятою в проекті тематики та диверсифікації зв'язків ЄС із навчальними програмами КНЕУ;
- вдосконалення сучасних методів навчання за рахунок впровадження інтерактивних форм навчання;
- залучення молодих учених і викладачів до дослідження даної тематики;
- стимулювання діалогу між ученими, бізнесменами та державними установами та поширення результатів наукових досліджень.

Поширення такого досвіду в перспективі дасть змогу покращити обізнаність слухачів щодо європейських бізнес-практик корпоративної соціальної відповідальності та вплинути на бізнес-середовище України в контексті адаптації до європейських цінностей.

Колектив авторів щиро вдячний Фонду Моне (ЄС) та Виконавчій агенції з освіти, аудіовізуальної та культурної політик Європейської комісії, котрі підтримали цей проект.

Висловлюю подяку за підтримку та реалізацію креативних ідей розвитку наукових досліджень колегам і студентам.

Координатор проекту — Людмила Петрашко, д.е.н., професор кафедри міжнародного менеджменту ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана».

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МІЖПРЕДМЕТНОГО ТРЕНІНГУ

Тренінг проводиться після освоєння в повному обсязі нормативних дисциплін і лекцій з дисциплін спеціальної підготовки із загальним обсягом 60 год (2 кредити).

Метою проведення комплексного (міжпредметного) тренінгу є узагальнення набутих слухачами в процесі навчання теоретичних знань, застосування наявного досвіду та навичок для формування цілісного уявлення про європейські бізнес-практики корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) і нарощування на цій основі конкурентоспроможності випускників на етапі обрання чи уточнення ними сфери майбутньої професійної міжнародної управлінської діяльності.

Об'єктами моделювання є: різноманітні організаційні форми ведення міжнародного бізнесу: підприємства (організації), що здійснюють окремі види міжнародної економічної діяльності; транснаціональні корпорації; професійні асоціації (союзи, спілки); регіональні, галузеві та міжгалузеві регулятивно-управлінські органи; органи державного управління (у частині регулювання міжнародної економічної діяльності суб'єктів бізнесу і розробки та реалізації національної зовнішньоекономічної політики); міжнародні економічні організації (урядові та неурядові).

Основні завдання тренінгу у контексті формування професійних компетенцій діяльності:

- опанування сучасних крос-культурних інструментів для самостійного прийняття і реалізації рішень щодо вибору та імплементації європейського досвіду КСВ в умовах реального бізнес-середовища України;
- вибудовування лінії поведінки молодих фахівців щодо формування цінностей сталого розвитку в українському бізнес-середовищі;
- опанування навичок діагностування та обґрунтування пропозицій щодо розвитку корпоративної соціальної відповідальності в умовах формування глобального менеджменту;

- формування сучасних крос-культурних підходів щодо вибору і використання ефективних практик КСВ у бізнес-стратегіях міжнародних компаній.

За характером і методичною структурою міжпредметний тренінг «Європейські бізнес-практики КСВ» належить до тренінгів проектування. Це визначає його методичну структуру.

На кожному етапі тренінгу викладач-тренер читає міні-лекції, які супроводжуються уточненням ключових моментів та основних аспектів матеріалу, що викладається. В якості інформаційного забезпечення тренінгу використовуються, з одного боку, матеріали особистих спостережень і досліджень слухачів, а з іншого боку, методичні розробки кафедри та літературні джерела, кейси, звіти про діяльність міжнародних компаній, матеріали електронних мереж.

МЕТОДИЧНА СТРУКТУРА ТРЕНІНГУ

Тренінг включає такі чотири етапи:

- організаційний;
- проблемний;
- змістовий;
- підсумковий.

Організаційний етап передбачає такі складові:

- презентація тренінгу та індивідуальних завдань для збирання матеріалу на базах переддипломної практики;
- ознайомлення із процесом роботи та системою оцінювання результатів роботи слухачів під час тренінгу;
- формування складів команд, власних очікувань, прийняття правил роботи на тренінгу. Учасникам пропонується обрати один із таких способів формування команд: за бажаннями учасників, за вибором викладача, випадковим вибором, залежно від баз практики тощо;
- міні-лекція (вступ до тренінгу);
- дискусії за окремими питаннями тематики та напрямками тренінгу;
- представлення на кафедрі результатів індивідуальних досліджень відповідно з додатками.

Проблемний етап включає наступні складові:

- ознайомлення кожної команди з матеріалами тренінгу (індивідуальними результатами досліджень під час переддипломної практики та розробками кафедри, основними літературними джерелами);
- формулювання основних проблем тренінгу та методів їх розв'язання;
- усвідомлення проблем командами в процесі командної дискусії.

Змістовний етап (56 год) тренінгу передбачає виконання групами чотирьох блоків тренінгових завдань, роботу з кейсами та проведення дослідження на базах практики.

Підсумковий етап (4 год) включає наступні складові:

- ознайомлення команд із загальними результатами міжпредметного тренінгу;
- представлення найкращих презентацій;
- формування тренером переваг і недоліків виконання кожною командою окремих тренінгових завдань;
- визначення основних напрямів удосконалення навичок щодо використання сучасних крос-культурних технологій менеджменту у своїй професійній діяльності;
- оголошення оцінок слухачів з міжпредметного тренінгу;
- вручення сертифікатів.

ПРОГРАМА ТРЕНІНГУ «ЄВРОПЕЙСЬКІ БІЗНЕС-ПРАКТИКИ КСВ»

ПРЕЗЕНТАЦІЯ ТРЕНІНГУ (2 год)

I. ЄВРОПЕЙСЬКА МОДЕЛЬ КСВ

- 1.1. Глобальні принципи КСВ (2 год)
- 1.2. Сучасні концепції КСВ (2 год)
- 1.3. Регіональні моделі КСВ (2 год)
- 1.4. Кількісні та якісні оцінки КСВ (2 год)
- 1.5. Дискусійний клуб «Так і Ні КСВ» (2 год)

II. СТАНДАРТИ КСВ

- 2.1. Стандарт КСВ ISO 26000 (2 год)
- 2.2. Стандарти якості (2 год)
- 2.3. Стандарти фінансового сектору (2 год)

- 2.4. Стандарти не фінансової звітності (2 год)
- 2.5. «Лабораторія не фінансової звітності»: СТАРТ (2 год)

III. ГЕНЕРАЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ

- 3.1. Система бізнес-практик КСВ (2 год)
- 3.2. Благодійні практики КСВ (2 год)
- 3.3. Економічні практики КСВ (2 год)
- 3.4. Екологічні практики КСВ (2 год)
- 3.5. Соціальні практики КСВ (2 год)
- 3.6. Етичні практики КСВ (2 год)

IV. РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ

- 4.1. Результативність бізнес-практик КСВ (2 год)
- 4.2. Економічна результативність практик КСВ (2 год)
- 4.3. Екологічна результативність практик КСВ (2 год)
- 4.4. Соціальна результативність практик КСВ (2 год)
- 4.5. «Лабораторія не фінансової звітності»: ОЦІНКА (2 год)

V. ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ В УКРАЇНІ

- 5.1. Практики КСВ в Україні (2 год)
- 5.2. Відповідальні практики «зеленого офісу» (2 год)
- 5.3. Кейс «Практики КСВ компанії «Nestle Ukraine» (2 год)
- 5.4. Кейс «Практики КСВ компанії «Tetra Pak Ukraine» (2 год)

VI. ПРЕЗЕНТАЦІЯ ГРУПОВИХ ТА ІНДИВІДУАЛЬНИХ ПРОЕКТІВ СТУДЕНТІВ

- 6.1. Найкращі практики КСВ компаній українського бізнес-середовища
- 6.2. Результати дослідження КСВ компаній: український та європейський досвід

**СИНОПСИС ТРЕНІНГУ
«ЄВРОПЕЙСЬКІ БІЗНЕС-ПРАКТИКИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ»**
Тривалість: 60 академічних годин

Розклад та інструктори	Модулі та сесії	Мета, завдання та форми навчання	Допоміжні матеріали
ДЕНЬ 1. ЄВРОПЕЙСЬКА МОДЕЛЬ КСВ			
Панченко Є.	ВСТУП. ЦІЛІ ТРЕНІНГУ. ПРЕЗЕНТАЦІЯ ТРЕНЕРІВ. ЗНАЙОМСТВО УЧАСНИКІВ	Ознайомлення з навчальним планом та майбутніми освітніми заходами (Презентація (30 хвилин) + обговорення (10 хвилин)) Знайомство учасників (Формування атмосфери довіри і злагоди, подолання психологічних бар'єрів між викладачами та учасниками (25 хвилин)) Оцінка вхідного рівня знань та потреб аудиторії (15 хвилин)	Комп'ютер, медіа-проектор, маркери, навчальні матеріали, тести, блокноти, ручки, папки, посібники
Панченко Є.	ГЛОБАЛЬНІ ІНІЦІАТИВИ КСВ	ПЕРЕРВА (25 хвилин) Надання інформації про теоретичні концепції КСВ, про еволюцію пріоритетів глобального управління, про Цілі розвитку тисячоліття, про найпопулярніші глобальні корпорації, про вилів ТНК, про кодекси глобальних стандартів ведення бізнесу, про ініціативи КСВ, про міжнародне інституційне забезпечення КСВ Міні-лекція «Ретроспектива соціальної відповідальності бізнесу» (25 хвилин) Тест «Гендерні комунікації в бізнесі» (30 хвилин) Міні-лекція «Глобальні ініціативи КСВ» (25 хвилин)	
Панченко Є.	СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ КСВ	ПЕРЕРВА (10 хвилин) Розкриття концепції КСВ згідно теорії стейкхолдерів, концепції «корпоративної свідомості», еволюція корпоративних стратегій відповідальності, КСВ за системою конкурентних сил М. Портера, межі корпоративної відповідальності, ресурсна концепція КСВ, форми корпоративної відповідальності, трансформативна концепція КСВ, форми корпоративної відповідальності глобальних компаній у XXI столітті Лекція (80 хвилин)	Той самий набір допоміжних матеріалів

Розклад та інструктори	Модулі та сесії	Мета, завдання та форми навчання	Допоміжні матеріали
ДЕНЬ 2. ЄВРОПЕЙСЬКА МОДЕЛЬ КСВ			
Панченко Є.	РЕГІОНАЛЬНІ МОДЕЛІ КСВ	Визначення основних національних моделей корпоративного управління, крос-культурних особливостей КСВ, бізнес-філософію Коносоке Мацushита Лекція (55 хвилин) Кейс «Філософія бізнесу Коносоке Мацushита» (25 хвилин)	Той самий набір допоміжних матеріалів
ПЕРЕРВА (25 хвилин)			
Панченко Є.	КЛІЯКІСНІ ТА ЯКІСНІ ОЦІНКИ КСВ	Ознайомлення із сучасними підходами до оцінок КСВ, критеріями та порядком оцінки КСВ за методологією DISI, рейтингом «Глобальні найстабільніші компанії», етичними рейтингами, репутаційними рейтингами, взаємозв'язком рейтингових позицій із глобальною конкурентоспроможністю компанії, рейтинговими порівняннями, антирейтингами. Лекція (55 хвилин) Кейс «Novo Nordisk» (25 хвилин)	Той самий набір допоміжних матеріалів
ПЕРЕРВА (10 хвилин)			
Панченко Є.	ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ «ТАК І НІ КСВ»	Групове завдання (80 хвилин) Обговорення порівняльної таблиці «за» і «проти» КСВ, особливостей КСВ галузей, соціальної відповідальності вищих навчальних закладів, КСВ у навчальному процесі вузів України Аргументи на користь і проти суспільної відповідальності	Той самий набір допоміжних матеріалів

Розклад та інструктори	Модулі та сесії	Мета, завдання та форми навчання	Допоміжні матеріали
ДЕНЬ 3. СТАНДАРТИ КСВ			
Мартинюк О.	СТАНДАРТ КСВ ISO 26000	Ознайомлення з еволюцією підходів до формування стандартів КСВ, змістом і структурою ISO 26000, аналіз бізнес-практик компаній щодо застосування ISO 26000 у формуванні нефінансових звітів, соціальна відповідальність відповідно до SA 8000 Дискусійне відео: «Соціальна відповідальність реальна з ISO 26000» (15 хвилин) Лекція (50 хвилин) Ділова гра «Оцінка КСВ підприємства за стандартами ISO 26000» (15 хвилин)	Той самий набір допоміжних матеріалів
ПЕРЕРВА (25 хвилин)			
Мартинюк О.	СТАНДАРТИ ЯКОСТІ	Виклад основ ISO 9001, етапів сертифікації, екологічного менеджменту згідно ISO 14000, професійне управління безпеки згідно OHSAS 18001 Лекція (35 хвилин) Дискусія «Сертифікація за стандартами як новий вид бізнесу» (15 хвилин) Мозковий штурм «Визначення ідентифікаторів якості продукції в Україні» (30 хвилин)	Той самий набір допоміжних матеріалів
ПЕРЕРВА (10 хвилин)			
Мартинюк О.	СТАНДАРТИ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ	Надання інформації про стандарти фінансового сектору згідно «Принципу Екватора» Лекція (80 хвилин)	Той самий набір допоміжних матеріалів

Розклад та інструктори	Модуль та сесії	Мета, завдання та форми навчання	Допоміжні матеріали
ДЕНЬ 4. СТАНДАРТИ КСВ			
Мартинюк О.	СТАНДАРТИ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ	Надання інформації про ISAE 3000, AA 1000, GRI .Лекція (80 хвилин)	Той самий набір допоміжних матеріалів
ПЕРЕРВА (25 хвилин)			
Мартинюк О.	«ЛАБОРАТОРІЯ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ»	Групове завдання (80 хвилин) Заповнення форм за стандартами нефінансової звітності відповідно до інформації, представленої в кейсі компанії і наданими керівництвами Кейси: «Звітність КСВ компанії українського бізнес-середовища»	Той самий набір допоміжних матеріалів
ПЕРЕРВА (10 хвилин)			
Мартинюк О.	«ЛАБОРАТОРІЯ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ»	Групове завдання (80 хвилин) Завершення та оцінка форм за стандартами нефінансової звітності відповідно до інформації, представленої в кейсі компанії і наданими керівництвами Дискусійні питання	Той самий набір допоміжних матеріалів

Розклад та інструменти	Модулі та сесії	Мета, завдання та форми навчання	Допоміжні матеріали
ДЕНЬ 5. ГЕНЕРАЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ			
Петрашко Л.	СИСТЕМА ЄВРОПЕЙСЬКИХ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ	Опис системи та сфер бізнес-практик КСВ, керівників і структури КСВ, порівняння основних показників КСВ Лекція (50 хвилин) Дискусійний відео ресурс «Планета — наш дім» (30 хвилин)	Той самий набір допоміжних матеріалів
ПЕРЕРВА (10 хвилин)			
Петрашко Л.	ЄВРОПЕЙСЬКІ БЛАГОДІЙНІ ПРАКТИКИ КСВ	Виклад визначень, причин, сфер, ресурсів, інструментів, типів, наслідків, перешкод, ризиків і прикладів благодійних практик Лекція (40 хвилин) Робота у групах (40 хвилин): групові проекти «Корпоративний фонд: системний підхід до благодійності», «Грантові програми: підтримка організації громадянського суспільства», «Корпоративне волонтерство»	Той самий набір допоміжних матеріалів
ПЕРЕРВА (10 хвилин)			
Петрашко Л.	ЄВРОПЕЙСЬКІ ЕКОНОМІЧНІ ПРАКТИКИ КСВ	Огляд європейських економічних практик КСВ, у тому числі конкурентних практик, практик присутності на ринку, відповідальних інвестицій, практик закупівель і практик боротьби з корупцією Лекція (40 хвилин) «Закупівельна політика ЄС» (20 хвилин) Відеотестування та дискусія: «Енергоефективність корпоративних офісів» (20 хвилин)	Той самий набір допоміжних матеріалів

Розклад та інструменти	Модулі та сесії	Мета, завдання та форми навчання	Допоміжні матеріали
ДЕНЬ 6. ГЕНЕРАЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ			
Петрашко Л.	ЄВРОПЕЙСЬКІ ЕКОЛОГІЧНІ ПРАКТИКИ КСВ	<p>Ознайомлення з екологічними практиками КСВ європейських компаній, у тому числі з прикладами, визначеннями, факторами, причинами, особливостями, ефектами, видами, рейтингами</p> <p>Лекція «Шведська революція утилізації» (20 хвилин)</p> <p>Кейс «Шведська революція утилізації» (20 хвилин)</p> <p>Дискусійний відео ресурс «Екологічні практики» (30 хвилин)</p>	Той самий набір допоміжних матеріалів
ПЕРЕРВА (25 хвилин)			
Петрашко Л.	ЄВРОПЕЙСЬКІ СОЦІАЛЬНІ ПРАКТИКИ КСВ	<p>Опис соціальних практик КСВ європейських компаній: співробітництво з суспільством, практики зайнятості, дотримання прав людини, практики відповідальності за продукцію, практики публічних звітів, введення прикладів</p> <p>Лекція (40 хвилин)</p> <p>Інформаційний макет проекту «Міжсекторне партнерство: соціальні дивіденди у кварталі». Розробка соціального проекту (30 хвилин)</p> <p>Дискусійний відео ресурс «Соціальні практики» (10 хвилин)</p>	Той самий набір допоміжних матеріалів
ПЕРЕРВА (10 хвилин)			
Петрашко Л.	ЄВРОПЕЙСЬКІ ЕТИЧНІ ПРАКТИКИ КСВ	<p>Розгляд етичних практик КСВ європейських компаній</p> <p>Лекція (45 хвилин)</p> <p>Етична розминка (15 хвилин)</p> <p>Кейс «КОНФЛІКТНІ АЛМАЗИ», визначення типу етичних проблем глобального бізнес-середовища (20 хвилин)</p>	Той самий набір допоміжних матеріалів

Розклад та інструктори	Модулі та сесії	Мета, завдання та форми навчання	Допоміжні матеріали
ДЕНЬ 7. РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ЄВРОПЕЙСЬКИХ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ			
Киян Є.	РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ.	Показано взаємозв'язок реалізації бізнес-практик КСВ і успіху компанії, представлені визначення та основні принципи результативності бізнес-практик КСВ, Глобальна ініціатива зі звітності (GRI), особливості звітності за стандартами GRI Лекція (30 хвилин) Тест для самоперевірки (10 хвилин) Загальний аналіз нефінансової звітності компанії «ArcelorMittal», «Coca-Cola», «Ernst & Young», «Fergero» та «ТНК-ВР» (40 хвилин)	Той самий набір допоміжних матеріалів
ПЕРЕРВА (25 хвилин)			
Киян Є.	ЕКОНОМІЧНА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ	Визначення економічної результативності практик КСВ, основних показників економічної результативності КСВ, оцінки економічної результативності практик КСВ на прикладі компанії Міні-лекція (30 хвилин) Аналіз економічної результативності практик компаній «ArcelorMittal», «Coca-Cola», «Ernst & Young», «Fergero», та «ТНК-ВР» (50 хвилин)	Той самий набір допоміжних матеріалів

Розклад та інструктори	Модулі та сесії	Мета, завдання та форми навчання	Допоміжні матеріали
ДЕНЬ 8. РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ЄВРОПЕЙСЬКИХ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ			
Киян Є.	ЕКОЛОГІЧНА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ	Визначення екологічної результативності практик КСВ, основних показників екологічної результативності КСВ, оцінки екологічної результативності практик КСВ на прикладі компаній Міні-лекція (30 хвилин) Аналіз екологічної результативності практик компанії «ArcelorMittal», «Coca-Cola», «Ernst & Young», «Ferrero» та «ГНК-ВР» (50 хвилин)	Той самий набір допоміжних матеріалів
ПЕРЕРВА (25 хвилин)			
Киян Є.	СОЦІАЛЬНА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ	Визначення соціальної результативності практик КСВ, основних показників соціальної результативності КСВ, оцінки соціальної результативності практик КСВ на прикладі компаній Міні-лекція (30 хвилин) Аналіз соціальної результативності практик компанії «ArcelorMittal», «Coca-Cola», «Ernst & Young», «Ferrero» та «ГНК-ВР» (50 хвилин)	Той самий набір допоміжних матеріалів
ПЕРЕРВА (10 хвилин)			
Киян Є.	«ЛАБОРАТОРІЯ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ»	Групові завдання (80 хвилин) Заповнення підсумкової таблиці «Основні акценти КСВ компаній (15 хвилин) Дискусія на тему: «Перспективність поширення підходу GRI в українських реаліях» (25 хвилин) Підготовка звіту, що задовольняє критеріям рівня С системи звітності GRI (40 хвилин)	Той самий набір допоміжних матеріалів

Розклад та інструктори	Модулі та сесії	Мета, завдання та форми навчання	Допоміжні матеріали
ДЕНЬ 9 ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ В УКРАЇНІ			
Кір'якова М.	ЄВРОПЕЙСЬКІ БІЗНЕС-ПРАКТИКИ КСВ У ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНІЙ, МЕТАЛУРГІЙНІЙ, ФІНАНСОВІЙ ГАЛУЗІ ТА У ГАЛУЗІ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА	Визначення європейських бізнес-практик КСВ у різних галузях і сферах діяльності компанії, включаючи європейські та українські практики, рейтинг, види діяльності, результати, перспективи, бар'єри, ідеї, фактори Лекція (80 хвилин) Кейс: Nestlé «Створюємо спільні цінності» (80 хвилин)	Той самий набір допоміжних матеріалів
ПЕРЕРВА (25 хвилин)			
ДЕНЬ 10 ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ В УКРАЇНІ			
Кір'якова М.	ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ «ЗЕЛЕНОГО ОФІСУ»	Представлення європейських бізнес-практик КСВ щодо «Зеленого офісу», включаючи європейські і українські приклади, визначення, ініціативи, переваги, особливості імплементації Лекція (80 хвилин) Кейс: Tetra Pak «Давайте дбати про користь» (80 хвилин)	Той самий набір допоміжних матеріалів
ПЕРЕРВА (25 хвилин)			
ДЕНЬ 11 ЗАВЕРШЕННЯ ТРЕНІНГУ			
Панченко Є. Петрашко Л. Мартинюк О. Кір'якова М. Киян Є.	ЗАВЕРШЕННЯ ТРЕНІНГУ	Підбиття підсумків тренінгу (40 хвилин) Планування електронного підручника (20 хвилин) Презентації найкращих конкурсних кейсів (3 години) Вручення сертифікатів учасникам тренінгу (2 години)	Той самий набір допоміжних матеріалів
ЗАВЕРШЕННЯ ТРЕНІНГУ			

ТЕМА 1. «ГЛОБАЛЬНІ ІНІЦІАТИВИ КСВ»

Міні-лекція «Ретроспектива соціальної відповідальності бізнесу»: розглянуто теоретичні джерела концепції соціальної відповідальності бізнесу, еволюцію розвитку соціальної відповідальності бізнесу, «Залізний закон» корпоративної відповідальності К. Девіса.

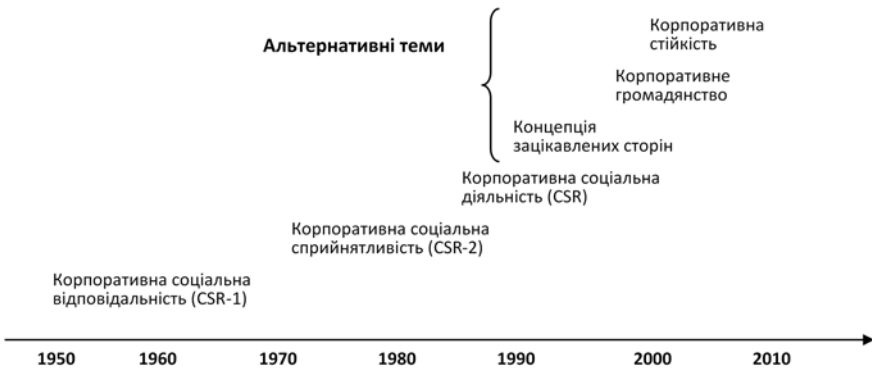


Рис. Еволюція концепції корпоративної соціальної відповідальності [1, с. 217]

Таблиця

Систематизація дослідницьких підходів до визначення поняття «корпоративна соціальна чуттєвість» (адаптовано [1, с. 62])

Поняття	Дослідники			
	Р. Акерман, Р. Бауер	С. Сети, Д. Вотава	А. Керолл	В. Фредерік
1	2	3	4	5
Корпоративна соціальна чуттєвість	Процес реалізації морального вибору топ-менеджменту	Багато рівневий процес реакції на суспільний тиск	Стратегія управлінського сприйняття	Здатність корпорації сприймати суспільний тиск
Концептуальне співвідношення з КСВ	Розширена альтернатива КСВ	Вищий рівень корпоративної поведінки	Різні концепції	Управлінська фаза розвитку концепції

Систематизація наукових підходів визначення координат корпоративної соціальної відповідальності (до 1970 рр.) [2, с.106]

Категорія	Автори					
	А. Сміт	Т. Левінгт	М. Фрідман	Дж. Гелбрейт	К. Девіс	
1	2	3	4	5	6	
Корпоративна соціальна відповідальність	Формується «невидимою рукою ринку» під впливом внутрішніх моральних норм	Матеріальна вигода та канони цивілізаційного спілкування	Прибуток у конкурентних умовах	Обов'язок дотримання норм зовнішнього регулювання	Формується в жорсткій системі очікувань суспільства, моральна категорія, стратегічний підхід	
	Корпоративна відповідальність — синонім зобов'язань корпорації та менеджерів, що формується зовнішніми по відношенню до корпорації силами та моральними характеристиками людини					
Суб'єкт відповідальності	Умовна відповідальність		Нормативна відповідальність			
• Корпорація	Реальна відповідальність					
• Акціонери	Реальна відповідальність					
• Топ-менеджери	Реальна відповідальність		Умовна відповідальність			Реальна відповідальність
Незалежні моральні агенти	Не розглядалась	Не розглядалась	Не розглядалась	Розглядалась	Розглядалась	Розглядалась
• Корпорація						
• Акціонери	Розглядалися	Розглядалися	Розглядалися	Розглядалися	Розглядалися	Розглядалися
• Топ-менеджери	Не розглядалась	Не розглядалась	Розглядалися	Розглядалися	Розглядалися	Розглядалися

Модель корпоративної соціальної діяльності

<p>Принципи корпоративної соціальної відповідальності</p> <ul style="list-style-type: none"> • Інституціональний принцип легітимності: Суспільство забезпечує бізнесу легітимність і наділяє його владою. У довгостроковій перспективі цю владу втрачають ті, хто, з точки зору суспільства, не використовує її відповідально. • Організаційний принцип публічно-правової відповідальності: Організація в бізнесі відповідальності за ті результати, які відносяться до сфер їх первинної та вторинної взаємодії з суспільством. • Індивідуальний принцип свободи управлінського вибору: Менеджери є моральними агентами. У кожній галузі корпоративної соціальної відповідальності вони зобов'язані використовувати наявні у них право вибору для досягнення соціально-відповідальних результатів
<p>Процеси корпоративної соціальної відповідальності</p> <ul style="list-style-type: none"> • Оцінка середовища ведення бізнесу (контекст) • Управління зацікавленими сторонами • Управління проблемами (інтереси)
<p>Результати корпоративної поведінки</p> <ul style="list-style-type: none"> • Вплив на суспільство • Соціальні програми • Соціальна політика

Джерело: Адаптовано [1, с. 71]

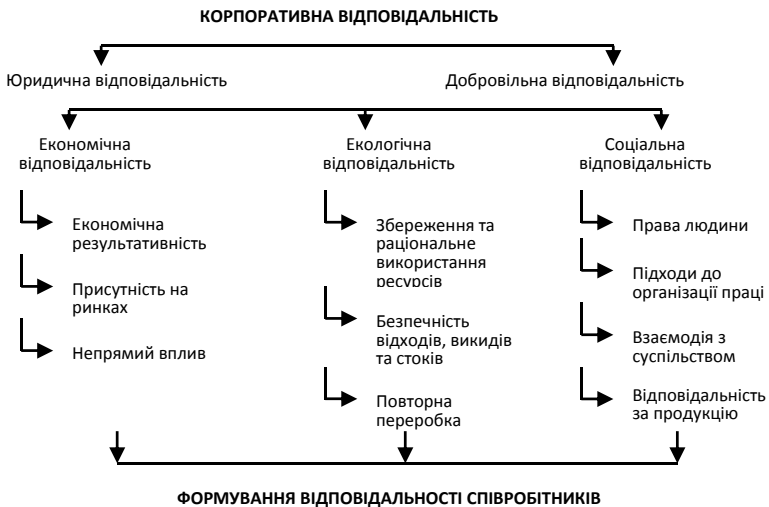


Рис. Поняття корпоративної відповідальності [2, с. 125]

Завдання. Тест «Гендерні комунікації в бізнесі»

Вступ. У міру збільшення кількості жінок, які працюють, комунікації між чоловіками та жінками в організаціях розширюватимуться. Дослідження свідчать, що чоловіки та жінки часто мають проблеми, спілкуючись одні з одними, з огляду на різні переконання про роль кожної статі.

Інструкція. Позначте кожне твердження як істинне або хибне. У деяких випадках цей вибір зробити важко.

	Істинне	Хибне
1. Жінки мають більшу інтуїцію, ніж чоловіки. Вони володіють шостим чуттям, яке називають «жіночою інтуїцією».	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. На ділових зустрічах співпрацівники більше слухають чоловіків, ніж жінок.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Жінки люблять поговорити. Вони говорять значно більше від чоловіків на колективних зустрічах.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Чоловіки говорять швидко. Вони розмовляють значно швидке від жінок.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Чоловіки відкритіші, ніж жінки. Вони більше виражають свої почуття очима і виявляють дружельюбність під час першої ж зустрічі.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Жінки привітніші та більше хвалять, ніж чоловіки.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Чоловіки більше перебивають, ніж жінки, і відповідають на запитання, навіть якщо вона адресовані не їм.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Жінки дають більше наказів і вимогливіші, ніж чоловіки.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Загалом, чоловіки та жінки сміються з одного й того ж.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Закохані чоловіки і жінки хочуть чути одне і те ж від партнера.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Чоловіки просять про допомогу не так часто, як жінки.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Чоловіки вимогливіші до себе і картають себе частіше, ніж жінки.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. За допомогою жестів жінки менш конфронтаційні порівняно з чоловіками.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Чоловіки мають звичку пояснювати все детальніше, обговорюючи якийсь випадок, ніж жінки.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Жінки мають звичку більше зачіпати інших людей у розмові, ніж чоловіки.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Чоловіки уважніші, слухаючи когось, ніж жінки.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Жінки та чоловіки однаково емоційні під час розмови.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Чоловіки, як звичайно, більше, ніж жінки, розмовляють про особисті справи.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Чоловіки можуть розмовляти на більше тем, ніж жінки.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Тепер ми однаково виховуємо своїх синів і дочок.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Жінки мають звичку загострювати проблеми і самі їх створюють.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Чоловіки приємніші співбесідники, більше користуються жестами, та у них усе написано на обличчі.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Чоловіки дають більше запитань, ніж жінки.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Загалом, чоловіки та жінки люблять говорити на подібні теми.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Жінки швидше від чоловіків запитають партнера, чи він пройшов тест на СНІД.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Література

1. *Благов Ю.Е.* Корпоративная социальная ответственность: Эволюция концепции / Ю.Е. Благов. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010. — 272 с.
2. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.
3. *Davis Keith, Blomstrom Robert.* Business and Its Environment. — New York: MacGraw-Hill, 1966. — P. 174–175.

Додаткова література

1. *Карнегі Э.* Автобіографія. Евангеліє багатства. — Минск: Попурі, 2014. — 480 с.
2. *Маусіта К.* Миссія бізнеса / Пер. с англ. — М.: Альфіна Паблішерз, 2010. — 193 с.
3. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін.; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. — К.: КНЕУ, 2012. — 501 с.

Міні-лекція «Глобальні ініціативи КСВ»: розглянуто еволюцію пріоритетів глобального управління та основні глобальні ініціативи в сфері КСВ.

Таблиця

Принципи Глобального Договору ООН [3]

Група принципів	Перелік принципів
<i>Права людини</i>	<i>Принцип 1.</i> Повага дотримання прав людини, що проголошені міжнародною спільнотою. <i>Принцип 2.</i> Виключення порушень прав людини зі сторони корпорацій.
<i>Трудові відносини</i>	<i>Принцип 3.</i> Забезпечення свободи асоціацій і визнання права на укладення колективних угод. <i>Принцип 4.</i> Знищення усіх форм примусової праці. <i>Принцип 5.</i> Повне викорінення дитячої праці. <i>Принцип 6.</i> Ліквідація дискримінації в трудовій сфері.
<i>Екологія</i>	<i>Принцип 7.</i> Попередження негативного впливу на оточуюче середовище. <i>Принцип 8.</i> Прийняття ініціатив з підвищення відповідальності за стан оточуючого середовища. <i>Принцип 9.</i> Співдія розвитку та поширенню екологічно чистих технологій.
<i>Протидія корупції</i>	<i>Принцип 10.</i> Протидія усім формам корупції

«Залізний закон» корпоративної відповідальності К. Девіса

Бізнес зобов'язаний бути активно соціально відповідальним з причини «залізного закону відповідальності», який стверджує, що «в довгочасній перспективі ті, хто не користується владою в такому напрямку, який суспільство вважає відповідальним, цю владу втрачає».

Еволюція пріоритетів глобального управління в концептуальній парадигмі сталого розвитку

Історичні періоди	Концептуальна парадигма сталого розвитку	Пріоритети глобального управління
1970 — 1980 рр.	Концепція енвіронменталізму	Фокус на біофізичних аспектах оточуючого середовища. Проблеми оточуючого середовища включені в число пріоритетних на регіональних і національних рівнях
1980 — 1990 рр.	Концепція екологічної ефективності	Інтеграція проблем оточуючого середовища та розвитку людини. Посилення ролі суспільного сектору: створення нових неурядових організацій (партія «зелених»). Перша спроба розробки кодексу поведінки для екологічно орієнтованого управління на підприємстві. Розширення кількості учасників дискусії глобального управління сталим розвитком.
1990 — 2000 рр.	Концепція сталого розвитку: принципи обережності	Інтеграція екологічних проблем у глобальну та національні економічні політик (впровадження системи «зелений облік» ООН, створення регіональних екологічних центрів). Використання принципу обережності в національних політиках — відповідальності за захист населення від пагубних дій політики.
2000 — 2008 рр.	Концепція сталого розвитку періоду росту	Нарощування міжнародного потенціалу в сфері розробки та реалізації політики протидії змінам клімату. Фокус на соціальних проблемах сталого розвитку: бідності, збереженні здоров'я, забезпеченню населення чистою питною водою. Акценти на проблемах втрати біорозмаїття, міжнародної торгівлі, глобалізації та фінансуванні сталого розвитку. Об'єднання проблем захисту людини, трудового законодавства та відповідальності людини за стан оточуючого середовища.
2008 — 2012 рр.	Концепція сталого розвитку в посткризовий період	Трансформація фінансової архітектури пост кризового світу. Перерозподіл сил глобального лідерства: перенесення центрів економічного розвитку на Схід. Актуалізація проблеми ефективності прийняття рішень на глобальних площадках (G20). Розробка нових форматів комунікації між розвинутими країнами та країнами, що розвиваються. Нова економічна демократія.
2012 — 2015 — 2020 рр. — коротка перспектива	Концепція «зеленої економіки»	Глобальне управління перспективного розвитку повинно включати об'єднання інвестиційної, промислової та технічної стратегії в трьох напрямках: швидкий перехід до «зелених» технологій, підвищення ролі національних урядів у прискоренні процесів технічних інновацій і поширення технологій; забезпечення активного міжнародного співробітництва по співдії «зелений» технічній революції і координації національних стратегій «зеленого» росту та дій по їх реалізації.
До 2050 рр. — середня перспектива	Партнерство відповідальності за глобальний розвиток	
Довгострокова перспектива	Концепція сталого розвитку зі зміною пріоритетів глобального розвитку Концепція глобального відповідального лідерства.	

Джерело: [1, с. 17]

Цілі розвитку тисячоліття (ЦРТ)

Цілі	Дати	Основний зміст
Ціль 1 <i>Ліквідація надзвичайної бідності та голоду</i>	За 1990 — 2015 рр.	Скорочення вдвоє долі населення з доходом менше 1 долару США
		Забезпечення повної виробничої зайнятості, достатньої роботи
		Скорочення в два рази долі населення, що потерпає від голоду
Ціль 2 <i>Забезпечення загальної початкової освіти</i>	До 2015 р.	Забезпечення отримання повної початкової освіти хлопчиками та дівчатками
Ціль 3 <i>Заохочення гендерної рівності та розширення прав і можливостей жінок</i>	До 2005 р.	Ліквідувати гендерну нерівність в отриманні початкової та середньої освіти, — на всіх рівнях освіти.
	До 2015 р.	
Ціль 4 <i>Скорочення дитячої смертності</i>	За 1990 — 2015 рр.	Скорочення смертності серед дітей до 5 років на 2/3
Ціль 5 <i>Покращення охорони материнства</i>	За 1990 — 2015 рр.	Зниження показників материнської смертності на 3/4
	До 2015 р.	Забезпечення загальний доступ до послуг зі збереження репродуктивного здоров'я
Ціль 6 <i>Боротьба з ВІЧ/СПІДом, малярією, іншими захворюваннями</i>	До 2015 р.	Зупинення поширення ВІЧ/СПІДу, малярії та інших захворювань і початок тенденції до скорочення захворювань
	До 2010 р.	Надання можливості лікування усім, хто цього потребує
Ціль 7 <i>Забезпечення екологічного сталого розвитку</i>	За 1990 — 2015 рр.	Включення принципи раціонально-екологічного розвитку в національні стратегії та програми. Повернення назад процес втрати природних ресурсів
	До 2010 р.	Зниження масштабів скорочення біорозмаїття
	До 2020 р.	Забезпечення істотного покращення рівню життя, як мінімум 100 млн найбіднішого населення
Ціль 8 <i>Формування глобального партнерства в цілях розвитку</i>	За 1990 — 2015 рр.	Допомога в особливих потребах слабо розвинутих країнам, які не мають виходу до моря та малих островних країн, що розвиваються
		Створення відкритої, регульованої, прогнозованої, недискримінаційної торгової та фінансової системи
		Комплексне вирішення проблеми заборгованості країн, що розвиваються
		Прийняття мір розширення меж загального користування перевагами нових технологій, особливо інформаційно-телекомунікаційних

Джерело: Побудовано на основі [2]

ГЛОБАЛЬНИЙ МОРАЛЬНИЙ ІМПЕРАТИВ → СУЧАСНІСТЬ → ЗА СТАЛЕ МАЙБУТНЄ

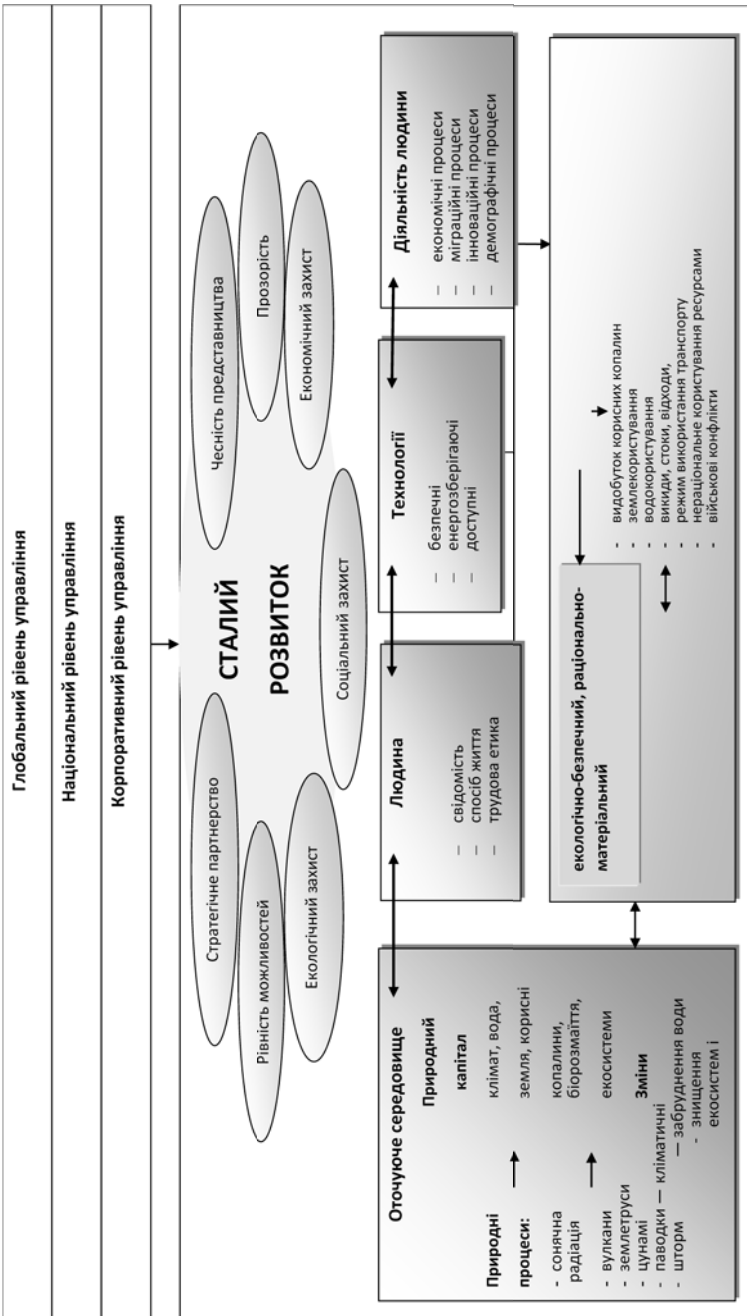


Рис. Формування трансцендентного простору сталого цивілізаційного розвитку [1, с. 31]

Структура Кодексу стандартів глобального бізнесу (КСГБ)

Принципи	Ключове поняття	Об'єкти стандартів
Принцип довіри	Діловитість	Компанія, інвестори
	Порядність	
Принцип власності	Дбайливе відношення	Компанія
	Розкрадання	Компанія, конкуренти
Принцип надійності	Контракти	Постачальники
	Обіцянки	Усі
	Зобов'язання	Усі
Принцип прозорості	Чесність	Усі, постачальники/партнери
	Обман	Споживачі, конкуренти
	Відкритість інформації	Усі, інвестори, споживачі, співробітники
	Довірливість	Співробітники, суспільство
	Об'єктивність	Усі
Принцип поваги	Повага	Усі, співробітники, партнери, постачальники, суспільство
	Здоров'я та безпека	Усі, споживачі, співробітники постачальники/партнери
	Конфіденційність	Споживачі, співробітники
	Примушення	Співробітники, громадськість
	Самовираження	Співробітники, постачальники споживачі, суспільство
	Навчання і зайнятість	Співробітники
Принцип справедливості	Добросовісність	Усі, інвестори, споживачі, співробітники, партнери
	Справедливе відношення	Співробітники, постачальники/партнери
	Конкуренція	Конкуренти, постачальники
	Правова процедура	Співробітники
Принцип громадянської відповідальності	Закон і порядок	Усі, інвестори, конкуренти, суспільство
	Суспільні блага	Усі, споживачі, постачальники суспільство
	Співробітництво	Споживачі, співробітники, конкуренти
	Політичне невтручання	Суспільство
	Суспільний вклад	Усі, суспільство
Принцип зворотного зв'язку	Уважність	Інвестори, споживачі, співробітники
	Суспільна діяльність	Суспільство

Джерело: Адаптовано [4, с. 98–108]

Таблиця

Добровільні ініціативи в сфері соціальної відповідальності (приклади)

Організація	Ініціатива	Зміст
<i>Міжурядові ініціативи</i>		
ОЕСР (OECD) Організація економічного співробітництва і розвитку	Розроблений інструмент підвищення обізнаності про ризики ТНК, які працюють в зонах слабого управління	Контрольний перелік для використання компаніями при аналізі ризиків та етичних дилем, що виникають у країнах зі слабким управлінням
ЮНКТАД (UNCTAD) Конференція ООН з торгівлі та розвитку	Міжурядова робоча група експертів з міжнародних стандартів обліку та звітності (ISAR)	Питання прозорості корпоративного обліку та звітності
Програма ООН з оточуючого середовища (ЮНЕП)	Мережа організацій, що не впливають на клімат планети (Climate Neutral Network)	Спів дія обміну інформації щодо викидів парникових газів
Програма ООН з оточуючого середовища (ЮНЕП)	Ініціатива «Життєвий цикл» (Life Cycle Initiative)	Відкрита для експертів у сфері управління життєвими циклами
Глобальний договір ООН Global Compact UNGC	10 принципів організації бізнесу	Імплементация 10 принципів у стратегії компаній
ООН з промислового розвитку (ЮНІДО)	Програма досягнення рівню відповідальних підприємців	Спів дія малому та середньому бізнесу в сфері КСВ
<i>Ініціативи багатьох стейкхолдерів</i>		
Інститут соціальної і етичної підзвітності (AccountAbility)	Стандарт серії AA1000	Перевірка звітів про сталий розвиток, соціальну відповідальність і взаємодію зі стейкхолдерами
Ініціатива соціальної відповідальності бізнесу (Business Social Compliance Initiative, BSCI)	Галузева ініціатива щодо трудових практик у ланцюгах поставок	Домовленість про аудит постачальників
Центр ділової етики (ZfW)	Система управління цінностями	Промування ділової етики в Німеччині та Європі
Ceres (Коаліція створення екологічно відповідальної економіки)	Принципи аудиту та підготовки публічної звітності	Технічна підтримка з питань оточуючого середовища та управління
Глобальна ініціатива зі звітності (Global Reporting Initiative, GRI)	Керівництво зі звітності в сфері сталого розвитку	Інструментарій для ведення звітності в сфері сталого розвитку
Міжнародна соціальна підзвітність (Social Accountability International, SAI)	Стандарт SA8000	Ініціатива багатьох стейкхолдерів щодо трудових практик
Міжнародна прозорість (Transparency International, TI)	Різноманітні інструменти	Інструментарій у сфері боротьби з корупцією

Продовження табл.

Організація	Ініціатива	Зміст
<i>Ініціативи одного стейкхолдера</i>		
Круглий стіл Ко (Caux Round Table)	Принципи ведення бізнесу	Мережа поширення принципів етичного ведення бізнесу
Глобальні принципи Саллівана (The Global Sullivan Principles of Social Responsibility)	Принципи в сфері соціальної відповідальності	Глобальний добровільний кодекс ведення соціальної, економічної і екологічної діяльності
Міжнародний форум лідерів бізнесу International Business Leadership, IBLF)	Керівництво з оцінки впливу на права людини.	Різноманітні інструменти
Міжнародні споживачі (Consumers International)	Хартія глобального бізнесу	Визначення передових бізнес-практик і прав споживачів

Джерело: Адаптовано [5]

Література

1. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.
2. Саммит тысячелетия; 2000г.: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.un.org/russian/conferen/millennium/summit.htm>
3. The Global Compact: What It Is and Isn't. United Nations UN (1999): [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.unglobalcompact.org/gc/unweb.nsf/content/thenine.htm>
4. *Пейн Лин и др.* Вперед! Наверх! А там... Соответствует ли ваша компания мировым стандартам / Пейн Лин, Деспанде Рохит, Марголис Джошуа, Бетчер Ким Эрик // Harvard Business Review Россия. — №6 (май). — 2006. — С. 98–108.
5. ISO — Management and Leadership Standards — ISO 26000 — Social Responsibility [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.iso.org/sr>

Додаткова література

1. *Панченко Є.Г.* Міжнародний менеджмент: навч. метод. посібник для самост. вивч. дисц. / Є.Г. Панченко. — К.: КНЕУ, 2004. — 468 с.
2. *Панченко Є.Г., Петрашко Л.П.* Технології крос-культурного менеджменту: адаптація до умов реального середовища. Міжпредметний тренінг магістерської програми «Управління міжнародним бізнесом» [навчальний посібник] / Є.Г. Панченко, Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2010. — 191 с.
3. *Фридман М.* Капіталізм и свобода / Фридман М. — М.: Новое издательство, 2006. — 240 с.

ТЕМА 2. «СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ»

Лекція «Сучасні концепції КСВ»: розглянути сучасні концепції корпоративної соціальної відповідальності

Таблиця

Принципи формування стратегії корпоративної відповідальності в теорії «стейкхолдерів»

Принципи	Корпоративна відповідальність (при відсутності стратегії)	Стратегічна корпоративна відповідальність (при наявності стратегії)
Поняття	Зобов'язання компанії знати проблеми зацікавлених сторін для прийняття обґрунтованих рішень і дій	Зобов'язання компанії знати проблеми зацікавлених сторін для прийняття обґрунтованих рішень і дій. Права зацікавлених сторін на озвучення своїх проблем та участі в прийнятті рішень
Значимість	Вивчення зацікавлених сторін та їх істотних проблем	Принципи підзвітності за стандартом AA 1000 SES реалізуються в компанії
	Ведення діалогу зі стейкхолдерами Критерії значимості встановлюються компанією	Пошуковий діалог зі стейкхолдерами Критерії значимості проблем розробляються спільно зі стейкхолдерами
Повнота охопту	Вивчення зацікавлених сторін, їх істотних проблем та очікувань	Принципи підзвітності за стандартом AA 1000 SES реалізуються в компанії та вбудовуються широкую суспільну дискусію
	Планування та реалізація процесу взаємодії здійснюється компанією Критерії виміру та показники якості взаємодії із зацікавленими сторонами встановлюються компанією	Планування та реалізація процесу взаємодії зі стейкхолдерами здійснюється у співробітництві з ними. Критерії виміру та показники якості взаємодії з зацікавленими сторонами розробляються у співробітництві зі стейкхолдерами
Здатність реагування	Одностороннє спілкування з зацікавленими сторонами. Односторонній відгук на проблеми стейкхолдерів.	Двосторонній діалог компанії та стейкхолдера вбудований у громадські та суспільні дискусії.
	Відгук і визначення механізмів реалізації проблем здійснюється компанією.	Відгук та визначення механізмів реалізації проблем здійснюється у партнерстві зі стейкхолдерами.

Джерело: [1, с. 149]

Таблиця

Концепція «корпоративної совісті»

Тип відносин	Ключовий зміст відносин компанії та її стейкхолдерів	Фактори розвитку корпоративної совісті
Тип 1	Досягнення прибутку компанії	<u>Система корпоративних цінностей:</u> <ul style="list-style-type: none"> • раціональність • повага • баланс цілей корпорації та менеджерів <u>Управлінський імператив:</u> <ul style="list-style-type: none"> • формування цінностей • інституціоналізація цінностей • підтримка стійкості цінностей
Тип 2а	Персоніфікація ринкових сил	
Тип 2б	Персоніфікація соціально-політичних сил, обмежуючих силу ринку	
Тип 3	Реалізація морального імперативу відповідальності	

Адаптовано на основі [2, с. 86–113]

Таблиця

Рівні розвитку корпоративної відповідальності перед стейкхолдерами

Рівні	Зміст	Ключові характеристики
Найвищий рівень відповідальності	Формування системи корпоративних цінностей «корпоративної совісті» в контексті реалізації очікувань усіх стейкхолдерів в стратегічній діяльності компанії	Гармонізація цінностей зацікавлених сторін і корпорації в процесі реалізації стратегії компанії
Сталий рівень відповідальності	Ідентифікація та розуміння глобальних викликів в системі корпоративних цінностей	Принципи сталого співробітництва
Базовий рівень відповідальності	Етичне та нормативне лідерство	Загальнолюдські цінності, корпоративна етика, законодавчі норми

Джерело: [1, с. 151]

Таблиця

Класифікація КСВ

<i>Позиціонування компанії</i>		
<i>Соціальний вплив загального характеру</i>	<i>Соціальний вплив на всіх етапах створення цінності</i>	<i>Соціальний вимір конкурентного середовища</i>
Корпоративне громадянство	Пом'якшення шкоди, що виникає в процесі створення цінності	Стратегічна філантропія
Реагуюча КСВ ⇒	Трансформація ланцюга створення цінності з метою конвергенції вигоди компанії та суспільства	⇒ Стратегічна КСВ

Джерело: Адаптовано [5, с.89]

**Варіативність наукових підходів формування стратегій
відповідальності компаній**

Стратегії відповідальності	Дослідники	Основні підходи	Недоліки/значення
Стратегія відповідальності компаній в контексті концепції позиціонування	Е. Фрімен	Класифікація стратегій за критерієм ідентифікації груп стейкхолдерів та їх очікувань	Відсутність трактування цінностей, вигід і шляхів їх досягнення
	Е. Фрімен Д. Гилберт		
	М. Мезнар Дж. Крисман А. Керолл	Елементи стратегії: стейкхолдери та вигоди (економічні, неекономічні, соціальні та їх комбінування)	Відсутність акценту на досягненні конкурентних переваг
	М. Портер	Трактування КСВ, як філантропічної діяльності	Вузьке трактування КСВ
	М. Портер М. Креймер	Вибір видів філантропічної діяльності з вигодою для суспільства та компанії	Відсутність завершеності <i>Значення: конвергенція інтересів держави та суспільства</i>
	Б. Ван де Вен Р. Джерриссен	Зв'язок стратегій з специфікою галузевої конкуренції	Обмеженість використання (ризики іміджу та правові)
	М. Портер М. Креймер	Широке трактування КСВ на основі пошуку унікального позиціонування	<i>Значення: інтеграція КСВ у базову стратегію компанії в умовах унікального позиціонування</i>
Стратегія відповідальності компаній в контексті ресурсної концепції	С. Харт М. Руссо П. Фоутс	Об'єднання в єдині концептуальні рамки: екологічних стимулів, стратегічних можливостей, ключових ресурсів і відповідних їм конкурентних переваг	Відсутність завершеності
	Л. Бурк Дж. Логздон	Виміри стратегічної КСВ і їх зв'язок функцією планування	Широкий контекст вимірів
	Б. Хастед Д. Аллен	Виміри стратегічної КСВ	Звуження кількості вимірів
	Дж. Петрик Дж. Куїнн	Уточнення організаційних можливостей для досягнення конкурентних переваг	Структурна обмеженість

Закінчення табл.

Стратегії відповідальності	Дослідники	Основні підходи	Недоліки/значення
Стратегія відповідальності компанії в контексті ресурсної концепції	М. Бранко Л. Родрігес	Поділ вигоди від реалізації КСВ на зовнішні та внутрішні	Структурна обмеженість
	С. Задек	Виділення стадій організаційного навчання КСВ: оборонна, нормативна, управлінська, стратегічна, громадянська)	<i>Значення: відповідність інституціональній реакції компанії на глобальні виклики, врахування очікувань стейкхолдерів у стратегії бізнесу (збільшення цінності в довгостроковій перспективі), інтегрування корпоративної відповідальності в систему стратегічного управління компанії.</i>
Стратегія відповідальності компанії в контексті концепції динамічних можливостей	Дж. Пост Л. Престон С. Сакс	Об'єднання концепцій стейкхолдерів, позиціонування, ресурсної та розподіл стейкхолдерів на групи відповідно ресурсної бази, галузевої структури та соціально-політичної сфери	Некоректність розподілу стейкхолдерів на групи в силу впливу кожного з них на конкурентні позиції компанії. <i>Значення: об'єднання структурних компонентів різних концепцій позиціонування та ресурсної</i>
	Ленсен	Акцент на перетворенні менеджменту зацікавлених сторін на повноцінну концепцію стратегічного управління	Спірність зміни концепцій
	М. Халме Ю. Лаурила	Нова типологія КСД: філантропія, КВ-інтеграція, КВ-інновація	<i>Значення: співвіднесення КСВ і інноваційних процесів</i>

Джерело [1, с. 153]

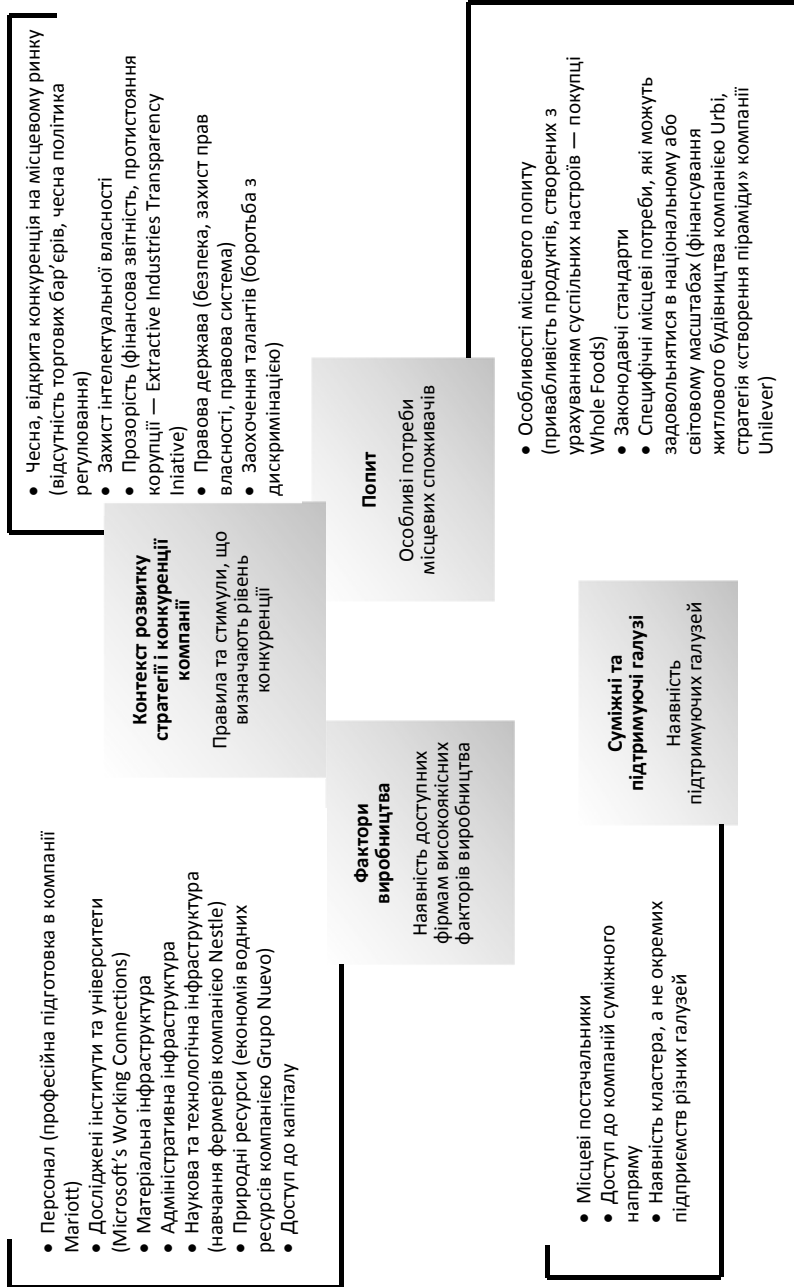


Рис. Погляд зовні: вплив соціальних умов на конкурентоздатність компаній [3, с. 81]

Таблиця

Стратегії КСВ в контексті п'яти сил галузевої конкуренції

Стратегії	Рівень інтенсивності конкуренції (дія «п'яти сил конкуренції»)		
	Жорстка (сильна дія усіх сили конкуренції)	Сильна (слабка дія 1 чи 2 сил конкуренції)	Слабка (слабка дія усіх сил конкуренції)
Домінуюча конкурентна стратегія	Лідерство по витратах	Диференціація	Лідерство по витратах чи диференціація
Специфічні стратегії КСВ	Нормативні стратегії	Відповідність законодавчим нормам	Можливі усі стратегії КСВ
	Стратегії «етичного зсуву»	Вирішення етичних дилем на рівні бізнес асоціацій	
	Захисні іміджеві стратегії	Управління іміджем бренду Прозорість не фінансової звітності	
		Етична диференціація продукту	

Джерело: Адаптовано [4, с. 305–313]

Таблиця

Концептуальні рамки корпоративної сталості: ресурсний підхід

Стратегічні можливості (напрямки КВ)	Екологічні стимули	Стратегічні ресурси	Конкурентні переваги
Збереження оточуючого середовища	Мінімізація викидів та відходів	Постійні покращання	Зниження витрат
Управління використанням продукції	Мінімізація затрат усіх фаз життєвого циклу продукту	Інтеграція зацікавлених сторін	Упередження конкурентів
Сталий розвиток	Мінімізація екологічного навантаження з ростом і розвитком компанії	Спільні моральні цінності	Закріплення майбутньої конкурентної позиції

Джерело: Адаптовано [7, с. 992–993]

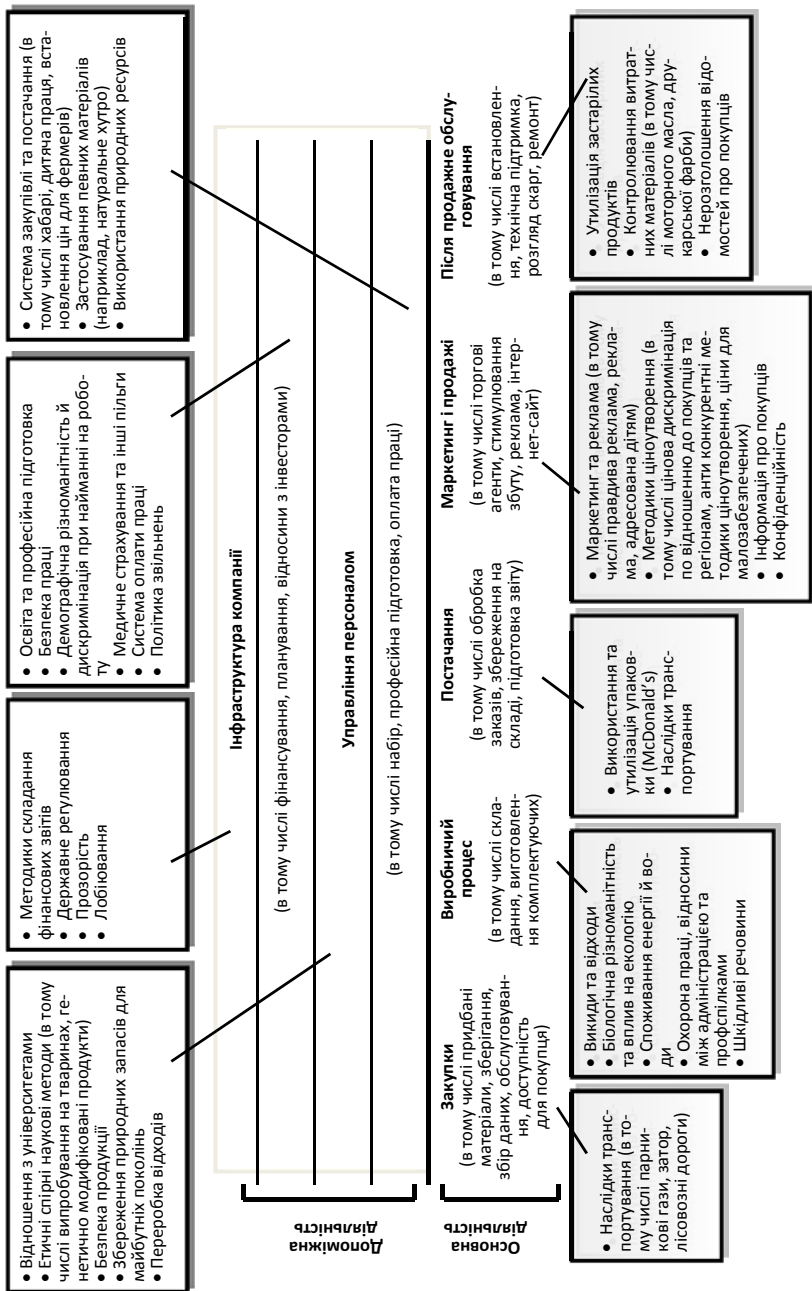


Рис. Погляд з середини: ланцюг створення вартості та його вплив на суспільство [3, с. 80]

Межі корпоративної відповідальності

Елементи	Ступінь розробки проблеми			
	Приховані проблеми	Нові проблеми	Назріваючі проблеми	Консолідовані проблеми
Дослідження	Рання обізнаність Пошукові дослідження	Детальність	Детальність Формування взаєморозуміння	Головний напрямок
Ознаки	Слабке осмислення Відсутність наукових доказів	Мало даних Висновки відсутні	Поява очевидних ознак	Сприйняття ознак
Взаємодія з зацікавленими сторонами	Інтерес впливових осіб та активних політичних і громадських діячів	Лобіювання НДО Розуміння ЗМІ Політичне осмислення	Між секторні партнерства (GRI, UNGC) Бізнес-асоціації	Політичні та юридичні дії
Очікування зацікавлених сторін	Обмежені	Ріст	Чіткі	Сильні
Нормативно-правова реакція	Відсутність регулювання	Громадсько-суспільне регулювання	Само регулювання Дво- та багатостороннє регулювання	Державне і міждержавне регулювання
Межі КВ	Невизначені Обмежена суспільна дискусія	Суспільні дискусії	Формування взаємного розуміння	Чітко визначені

Джерело: Побудовано на основі [6]

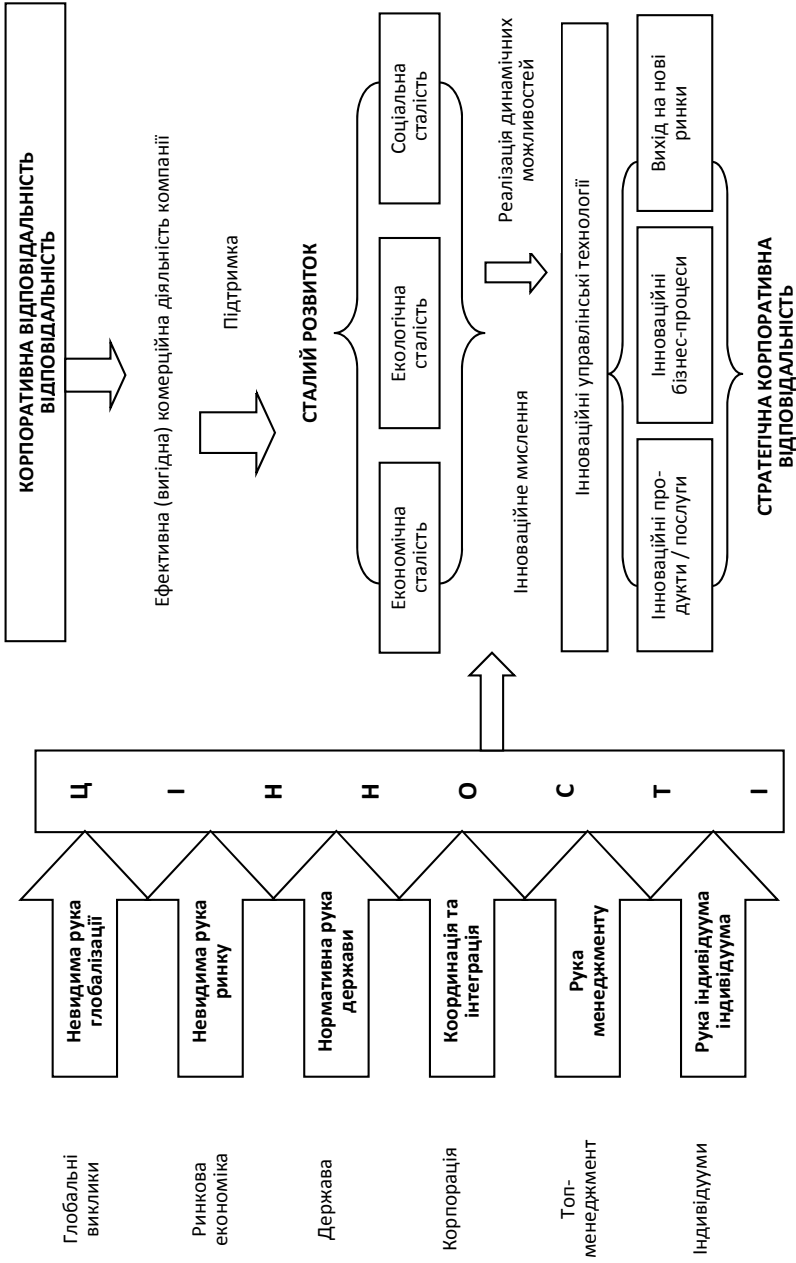


Рис. Модель трансформації корпоративної відповідальності глобальної компанії [1, с. 173]

Виміри стратегічної КСВ

Виміри	Авторське значення	
	Л. Бурк, Дж. Логздон	Б. Хастед, Д. Аллен
Пріоритетність	Відповідність місії та цілям	Гармонічне формування портфелю ресурсів та активів
Специфічність	Інтерналізація вигод	Присвоєння додаткової створеної цінності
Проактивність	Ступінь упередження суспільних і кризових викликів	Випередження конкурентів щодо придбання стратегічних ресурсів
Добровільність	Ступінь добровільності дотримання відповідних стандартів	Відсутній
Наочність	Зовнішня та внутрішня оцінка зацікавленими сторонами	Іміджеві переваги за рахунок інформування споживачів

Джерело [1, с. 169]

Література

1. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.
2. *Grayson D., Hodges A.* Corporate social opportunity! Seven steps to make corporate social responsibility work for your business. — Greenleaf Publishing: Sheffield, 2004.
3. *Портер М., Креймер М.* Бизнес и общество / Портер М., Креймер М. // Harvard Business Review (Россия). — 2007. — №3. — С. 74–86.
4. *Van de Ven B., Jeurissen R.* Competing responsibly // Business Ethics Quarterly. — 2005. — N 15 (2). — P. 299–317.
5. *Porter M., Kramer M.* Strategy and society: link between competitive advantage and corporate social responsibility // Harvard Business Review. — 2006. — N 84 (12). — P. 78–92.
6. Стандарт взаимодействия с заинтересованными сторонами. AA 1000 SES: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.accountability.org/standards>
7. *Hart S.* A natural-resource-based view of the firm // Academy of Management Review. — 1995. — N 20(4). — P. 986–1014.

Додаткова література

1. *Мацусита К.* Миссия бизнеса / Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишерз, 2010. — 193 с.
2. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін.; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. — К.: КНЕУ, 2012. — 501 с.

ТЕМА 3. «РЕГІОНАЛЬНІ МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ»

Лекція «Регіональні моделі КСВ»: розглянути регіональні моделі корпоративної соціальної відповідальності.

Таблиця

Моделі корпоративного управління

Модель корпоративного управління	Поняття	Країни	Формування меж відповідальності
Аутсайдерська модель	Компанія власників. Більшість власників — інституціональні інвестори, персонал — наймана робоча сила	Великобританія, США, Канада, Австралія, Нова Зеландія	Відповідальність перед власниками. Утримання від соціальних програм. Актуальна теза — відповідальність компанії перед співробітниками у формі їх заробітної плати
Інсайдерська модель	Компанія учасників (стейкхолдерів). Власність сконцентрована в руках обмеженої кількості юридичних і фізичних осіб	Європейські країни, Японія	Відповідальність перед різними групами стейкхолдерів

Джерело: Побудовано на основі [2, с. 98]

Таблиця

Крос-культурні особливості КСВ

Країна	Характерні особливості КСВ
США, Канада	Акцент на корпоративній філантропії, соціальному маркетингу
Країни Латинської Америки	Корпоративне фінансування під тиском соціально активних груп населення
Камбоджа	Партнерство бізнесу з Міжнародною організацією праці (МОП) з метою покращення умов праці
Китай	Корпоративна відповідальність з акцентом на здоров'ї та безпеці співробітників
Індія	Благодійність і мінімізація наслідків поганої суспільної інфраструктури
Австралія	Корпоративна відповідальність під тиском влади (екологічні та правозахисні організації)

Країна	Характерні особливості КСВ
Великобританія	Створення організаційної структури КСВ та встановлення стандартів відповідальних ділових практик у сферах збереження оточуючого середовища, охорони здоров'я, безпеки та прав у сфері зайнятості
Країни ЄС	Багатогранність КСВ: об'єднання соціальної, економічної та екологічної відповідальності
Данія	Урядова програма з КСВ, високий рівень корпоративної відповідальності середнього та малого бізнесу
Норвегія	Партерство держави та приватного бізнесу в сфері КСВ, особлива роль держави в імплементації принципів КСВ у діяльність бізнес-структур. Пріоритетні сфери: права людини, боротьба з корупцією, етичні інвестиції та допомога в розвитку
Німеччина	Наявність національної стратегії КСВ. Ключові агенти КСВ: національні та транснаціональні корпорації

Джерело: Адаптовано [3–7]

Таблиця

**КСВ в групі країн з інноваційною економікою
(за класифікацією Всесвітнього економічного форуму) [8, с. 4]**

№	Країна	Статус КСВ
1	Австралія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах (заходи, програми тощо)
2	Австрія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
3	Бахрейн	Нема даних
4	Бельгія	Є національний план дій з КСВ, є Міністерство сталого розвитку, підготовлено фінансовий звіт
5	Великобританія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
6	Гонконг	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
7	Греція	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
8	Данія	Є окремий департамент з КСВ, є окремий закон про звітність великих компаній з КСВ,
9	Ізраїль	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
10	Ісландія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах, окрема політика МЗС для просування КСВ ісландських компаній у світі
11	Іспанія	Визнається на національному рівні, є окрема урядова Рада з КСВ
12	Італія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
13	Канада	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах, окрема політика МЗС для просування КСВ канадських компаній у світі

Закінчення табл.

№	Країна	Статус КСВ
14	Кіпр	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
15	Люксембург	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
16	Мальта	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
17	Нідерланди	Визнається на національному рівні, є окрема політика з КСВ
18	Німеччина	Визнається на національному рівні, є Національна стратегія з КСВ
19	Нова Зеландія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
20	Норвегія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах, є окрема політика МЗС для просування КСВ норвезьких компаній у світі
21	ОАЕ	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
22	Південна Корея	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
23	Португалія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
24	Пуерто Ріко	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
25	Сінгапур	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
26	Словенія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
27	США	Визнається на національному рівні як політика корпоративного громадянства
28	Тайвань, Китай	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
29	Фінляндія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
30	Франція	Активно просувається державою, є політики в різних міністерствах, була однією з перших країн і впровадження обов'язкової екологічної звітності
31	Чехія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
32	Швейцарія	Визнається на національному рівні, є політики в різних міністерствах
33	Швеція	Визнається на національному рівні, є окрема політика з КСВ
34	Японія	Активно просувається державою, є політики в різних міністерствах

Оцінка крос-культурних особливостей розвитку моделей корпоративної відповідальності

Країни/ Критерії оцінки КСВ	ВБ	США	Китай	Індія	Япо- нія	Лати- ська Аме- рика	Авст- раля	Данія	Нор- вегія	Німеч- чина	Фран- ція	Поль- ща	Литва	Шве- ція
КСВ (соціальна + економічна + екологічна)	+							+	+	+	+			+
Охорона оточуючого середовища	+	+			+		+	+	+	+	+	+	+	+
Корпоративна філантропія		+		+		+								
Соціальний маркетинг	+	+						+	+	+	+	+	+	+
Охорона здоров'я	+	+	+				+	+	+	+	+			+
Безпека та умови праці	+	+	+		+		+	+	+	+	+			+
Права людини	+	+					+	+	+	+	+			+
Боротьба з корупцією	+	+					+	+	+	+	+	+		+
Соціально-відповідальні (етичні) інвестиції	+	+			+	+		+	+	+	+	+		+
Навчання професійним навикам у сфері КСВ	+							+		+				+

Країни/ Критерії оцінки КСВ	ВБ	США	Китай	Індія	Япо- нія	Латин- ська Аме- рика	Авст- раля	Данія	Нор- вегія	Німеч- чина	Фран- ція	Поль- ща	Литва	Шве- ція
ТНК	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Національні корпо- рації				+	+					+			+	+
Компанії сфери се- реднього та малого бізнесу								+						
Держава	+	+			+	+		+	+	+	+	+	+	+
Спосіб реалізації корпоративної відповідальності														
Наявність національ- ної стратегії/стан- дартів КСВ	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Добровільний								+	+	+				+
Під тиском держа- ви	+				+	+	+				+	+	+	+
Під тиском міжна- родних організацій	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Під тиском соціаль- но-активних груп населення	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+
Партнерство дер- жави та бізнесу	+							+	+	+		+	+	+

Джерело: [1, с. 187–188]

Таблиця

Найбільші відомі центри популяризації КСВ в ісламських країнах

Назва	Країна, регіон
1	2
КСВ-Азія (CSR Asia)	Азія
КСВ- Малайзія (CSR Malaysia)	Малайзія
Дубайський центр корпоративних цінностей (The Dubai Centre for Corporate Values)	Дубай, ОАЕ
Центр розвитку КСВ (CSR Development Centre)	Іран
Асоціація КСВ (CSR Association of Turkey)	Туреччина

Таблиця

Типові крос-культурні моделі корпоративної відповідальності

Моделі корпоративної відповідальності	Країни	Особливості формування
1	2	3
Північноєвропейська	Бельгія, Данія, Нідерланди, Фінляндія, Швеція	Активна участь держави в регулюванні соціально-трудоких відносин на рівні країни, галузі, компанії
Американська	США, Канада, країни Латинської Америки, англомовні країни Африки	Активна законотворча та політична діяльність держави. Податкова мотивація корпоративної відповідальності. Філантропічні акценти меж корпоративної відповідальності
Європейська (континентальна)	Австрія, Німеччина, Франція, Великобританія	Змішана модель (американська + північноєвропейська)
Азійська	Ісламські країни	Значний вплив релігійних традицій
	Китай	Ключова роль держави. Обслуговування державних стратегій
Японська	Японія, Південна Корея	Значний вплив культурних традицій. Акцент на екологічній відповідальності та підготовці корпоративної соціальної звітності
Російська (пост-радянський простір)	Росія, Україна, Білорусія, Казахстан, Азербайджан, Молдова	Акцент на державному регулюванні. Орієнтація на очікування та ініціативи держави, а не суспільства. Слабкість ринкових механізмів формування, корупція

Джерело: [1, с. 189]

Завдання. Кейс «Філософія бізнесу Коносоке Мацушита»

Японський підприємець Коносоке Мацушита став одним із трьох найвидатніших ділових людей світу ХХ століття поряд із американцем Г. Фордом і французом А. Файоном. Коли цей великий мудрець і філософ помер в 1989 році всі президенти провідних країн світу висловили свої співчуття його дружині, а Дж. Буш зателефонував їй особисто. Чому ця людина викликала таку повагу? Відповідей може бути багато. Однак найпереконливішою є нове розуміння К. Мацушита місії бізнесу та його відповідальності на прикладі створення і керівництва протягом понад 50 років компанією «Мацушита Електрик».

«Місія виробника, — зазначав він на зборах працівників компанії 5 травня 1932 року під час презентації 250-річного стратегічного плану, — полягає у подоланні бідності, у звільненні суспільства в цілому від проблем, пов'язаних із бідністю, в підвищенні загального добробуту. Бізнес і виробництво повинні збагачувати не лише магазини, фабрики, чи підприємства, але й усе суспільство. А суспільству для процвітання необхідні динамізм і життєздатність бізнесу. тільки за таких умов компанії і фабрики зможуть бути по-справжньому успішними. Справжня місія «Мацушита Електрик» полягає у забезпеченні невичерпного потоку товарів, що покликані принести мир і процвітання всій країні».

У липні 1933 року К. Мацушита розробив корпоративний кодекс, що діє і нині, і складається із семи принципів:

- 1) дух сервісу;
- 2) дух справедливості;
- 3) дух гармонії і співробітництва;
- 4) дух прагнення до прогресу;
- 5) дух чемності і смиренності;
- 6) дух дотримання законів природи;
- 7) дух вдячності.

Серед численних позакорпоративних суспільних напрямів діяльності К. Мацушита варто звернути увагу лише на такі:

1) створення в 1946 році Інституту миру та щастя шляхом процвітання, що дослідження у багатьох напрямках і видає щомісячний журнал накладом понад мільйон примірників;

2) відкриття в 1980 році Школи управління Мацушита, діяльність якої спрямована на пошук ідей, що сприяють прогресу і розвитку не лише Японії. Але й усього світу в ХХІ столітті в сфері освіти економіки, політики, вирощування потенціальних лідерів світового рівня;

3) запуск в 1983 році унікального проекту — Кіотський коло-віум по глобальним змінам, який згодом запропонував світові Кіотський протокол і чимало інших відомих ініціатив.

Наведемо вірш, яким завершує К.Мацушита вступ до всесвіт-ньо відомої праці «Місія бізнесу»:

Молодость — в сердце.
Молодость вечна для тех,
Кто полон веры и надежды
И приветствует вызов,
Который ему бросает каждый новый день,
С мужеством и верой.

Джерело: *Мацусита К.* Миссия бизнеса: Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишерз, 2010. — С. 17–30.

Питання для обговорення:

1. Чому К. Мацушита, що не мав практично ніякої освіти, вдалось не лише створити успішну компанію, що і нині має високу конкурентоспроможність, а й запропонувати нову філософію бізнесу?
2. В якій мірі інші японські компанії дотримуються філософії бізнесу К. Мацушита?
3. Чому серед принципів бізнесу К. Мацушита наголос зробив на терміні «дух»?

Література

1. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.
2. *Лебедев И.В.* Модели социальной ответственности бизнеса: общее и особенное / История управленческой мысли и бизнеса — «Этика бизнеса и менеджмента: сравнительный анализ национальных моделей»: материалы XIII Международной конференции; Москва, МГУ имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, 27–29 июня 2012 г.: / Под ред. В.И. Маршева — М.: АПКИППРО, 2012. — С. 93–100.
3. *Воробей В.* Аналіз національних стратегій СВБ. Пропозиції для Національної стратегії розвитку СВБ., 8 листопада 2010 р.: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.svb.org.ua>
4. *Ключко В.Н.* Германская модель корпоративного управления: генезис, особенности и тенденции / Ключко В.Н. // Журнал «Менеджмент в России и за рубежом». — 2006. — № 6. — С. 1–6.
5. КСО в мире: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.csr-review.net>

6. *Петрашко Л.П.* Крос-культурні аспекти корпоративної соціальної відповідальності: китайський досвід / Л.П. Петрашко // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. — Выпуск 33. Экономические науки. — Симферополь: НИЦ КИПУ, 2012. — С. 108–114
7. *Петрашко Л.П.* Крос-культурні аспекти формування концепції соціальної відповідальності: досвід Данії / Л.П. Петрашко // Економічна політика країн ЄС: матер. міжнар. наук.-практ. конф., 17 жовт. 2011 р. м. Познань, Польща / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського, Акад. готел. менедж. та харчування ; редкол.: Шубін О.О. (голов. ред.) [та ін.]. — Донецьк: [ДонНУЕТ], 2011. — С. 133–135
8. Наслідки неприйняття національної політики з корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) для України / Аналітичний звіт центру «Розвиток КСВ»: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.csr-review.net/publ.html>

ТЕМА 4. «КІЛЬКІСНІ ТА ЯКІСНІ ОЦІНКИ КСВ»

Лекція «Кількісні та якісні оцінки КСВ»: розглянуто сучасні підходи до оцінок КСВ, критерії та процедура оцінки КСВ за методологією DJSI, Рейтинг «Глобальні 100 найстабільніші компанії», етичні та репутаційні рейтинги, взаємозв'язок рейтингових позицій із глобальною конкурентоспроможністю компаній, рейтингові порівняння та анти-рейтинги.

Таблиця

Компанії-лідери Глобального індексу стійкого розвитку Доу Джонса, 2012 (Dow Jones Sustainability World Index) [2]

Компанія	Країна походження	Сектор	Вага компанії в індексі, %
1. General Electric Co	США	Товари промислового призначення	2,72
2. International Business Machines Corp.	США	Комп'ютерне устаткування та програмне забезпечення	2,67
3. Nestle SA Reg	Швейцарія	Харчова	2,56
4. Johnson&Johnson	США	Послуги з медичного обслуговування	2,29
5. Novartis AG Reg	Швейцарія	Послуги з медичного обслуговування	1,99
6. HSBC Holding Plc	Великобританія	Банківський сектор	1,96
7. Vodafone Group	Великобританія	Телекомунікації	1,75
8. Roche Hids AG Ptg Genus	Швейцарія	Послуги з медичного обслуговування	1,59
9. Intel Corp.	США	Комп'ютерне устаткування та програмне забезпечення	1,55
10. Samsung Electronics Co	Південна Корея	Комп'ютерне устаткування та програмне забезпечення	1,46

Таблиця

Характеристика компанії-лідера Novo Nordisk в Global 100 Most Sustainable Corporations in the World 2012 р. [3, 4]

Індикатори оцінки Corporate Knights	Компанія Novo Nordisk (Данія, фармацевтична галузь)	У середньому по фармацевтичній галузі
Виручка (2010 рік) <ul style="list-style-type: none"> • мільярди датських крон • мільярди доларів США 	60.7 10.5	
Енергетична продуктивність (долари США/гігаджоуль)	4,851	3,603
Вуглецева продуктивність (долари США/ тонни викидів CO ₂)	68,585	56,414

Таблиця

Індикатори оцінки компаній в Corporate Knights в Global 100 Most Sustainable Corporations in the World 2012 р. [3, 4]

№	Індикатори оцінки Corporate Knights	Формула розрахунку
1	Енергетична продуктивність (долари США/гігаджоуль)	Продажі (долари США)/Загальне пряме та непряме енергетичне споживання (гігаджоулі)
2	Вуглецева продуктивність (долари США/тонну CO ₂)	Продажі (долари США)/Загальні CO ₂ та CO ₂ еквівалентні викиди (тон)
3	Продуктивність води (долари США/м ³)	Продажі (долари США)/Загальні об'єми використання води (м ³)
4	Продуктивність відходів (долари США/тонну)	Продажі (долари США)/Загальна кількість виробництва відходів(тон)
5	Диверсифікація лідерства (%)	% жінок у топ-менеджменті
6	Відносність оплати праці СЕО (виконавчого директора компанії) (рази)	Найвища оплата офісної компенсації / Виплачена середня робоча компенсація за 3 річний період
7	Податки (%)	% сплачених податків в готівці в середньому за 3 роки
8	Продуктивність безпеки	Продажі (долари США)/кількість інцидентів, що привели до втрати часу * 50 тис доларів США + кількість смертей * 1 мільйон доларів США
9	Критерій сталої оплати праці	Нааявність хоча б одного топ-менеджера, оплата праці якого залежить від сталого розвитку компанії
10	Інноваційна потужність	Витрати на дослідження та розвиток (долари США) / Середній об'єм продажу за 3 роки (долари США)/
11	Плинність кадрів (%)	Загальна кількість працівників, які звільнились за власним бажанням, пішли у відставку, вишли на пенсію, померли на виробництві/Загальна кількість працівників звітного періоду

Таблиця

Топ-25 компаній Global Corporate Reputation Index 2012 [6]

№ рейтингу	Компанія	№ рейтингу	Компанія
1	Adidas	14	McDonald's
2	Apple	15	Microsoft
3	Avon	16	Nestle
4	Bosch	17	Nike
5	Canon	18	Nokia
6	Coca-Cola	19	Philips
7	Danone	20	Puma
8	Electrolux	21	Sharp
9	Ford	22	Sony
10	Google	23	Toshiba
11	Heinz	24	Visa
12	Honda	25	Volkswagen
13	Lego		

Таблиця

Фрагмент Corporate Knights Global 100 Most Sustainable Corporations in the World (2012 p.) [5]

№	Компанія	Країна	Індустріальна група	CO ₂	Диверсифікація лідерства (%)	Тех (%)
1	Novo Nordisk A/s	Данія	Фармацевтика	68,585	17,65	80,45
2	Natura Cosmetics S.a.	Бразилія	Персона перс продукти	284,661	0,00	73,90
3	Statoil Asa	Норвегія	Енергетика	6,508	40,00	100,00
4	Novozymes A/s	Данія	Матеріали	4,229	18,75	91,87
5	ASML Holding Nv	Нідерланди	Напівпровідники	70,094	15,38	80,54
6	BG Group Plc	Великобританія	Енергетика	3,308	7,14	99,83
7	Westpac Banking Corporation	Франція	Телекомунікації	152,948	30,00	100,00
8	Vivendi S.a.	Бельгія	Матеріали	129,114	33,33	68,67
9	Umicore S.a./n.v.	Норвегія	Матеріали	24,360	20,00	74,67
10	Norsk Hydro Asa	Швеція	Товари	4,520	33,33	100,00
16	Credit Agricole Sa	Франція	Банки		23,81	100,00
17	Henkel AG & Co. KGaA	Німеччина	Персональні товари	27,795	31,25	79,19

Закінчення табл.

№	Компанія	Країна	Індустріальна група	CO ₂	Диверсифікація лідерства (%)	Тах (%)
18	Intel Corp.	США	Напівпровідники	20,577	30,00	91,33
19	Neste Oil Oyj	Фінляндія	Енергетика	4,178	37,50	66,19
21	Toyota Motor Corp.	Японія	Автомобілі	180,306	5,56	100,00
35	Mitsubishi Heavy Industries Ltd.	Японія	Товари	76,232	0,00	100,00
38	Adidas Ag	Німеччина	Споживчі товари	202,048	16,67	100,00
41	Siemens Ag	Німеччина	Товари	25,026	15,00	100,00
44	Yamaha Motor Co. Ltd.	Японія	Автомобілі	24,268	6,67	100,00
50	Renault Sa	Франція	Автомобілі	41,333	10,53	74,93
60	Danone Sa	Франція	Продукти харчування та тютюн	42,537	14,29	55,61
66	Procter & Gamble Co	США	Персональні товари	29,538	45,45	66,78
69	International Business Machines Corp.	США	Програмні продукти та сервіс	37,373	16,67	41,19
73	Samsung Electronics Co. Ltd.	Південна Корея	Напівпровідники	13,453	0,00	49,87
80	Nissan Motor Co. Ltd.	Японія	Автомобілі	22,550	0,00	77,58
81	Petrobras Petroleo Brasileiro	Бразилія	Енергетика	2,469	0,00	59,84
100	Reliance Industries Ltd.	Індія	Енергетика	4,229	25,00	38,61

Таблиця

**Фокус порівняння репутації «Зелених» брендів (Green Brands Survey)
2012 та Newsweek GREEN RANKINGS 2012**

№	Компанія	Країна	Галузь	Оцінка репутації «Зелені бренди» 2012	Оцінка рейтингу Newsweek GREEN RANKINGS 2012	Дисбаланс оцінок (+/-)
1	Whole Foods Market	США	Роздрібні товари	77,5	61,2	+ 16,3
2	Waste Management	США	Промислові вироби	69,4	47,1	+ 22,3
3	Johnson & Johnson	США	Здоров'я	67,5	68,9	-1,4
4	St. Jude Medical	США	Здоров'я	67,4	49,8	+17,6
5	Walt Disney	США	ЗМІ та видання	67,1	69,0	-1,9
6	Google	США	Інформаційні технології	66,8	71,2	-4,4
7	General Electric	США	Промислові вироби	65,9	63,4	+2,5
8	Kimberly-Clark	США	Споживчі товари	65,8	66,7	-0,9
9	Procter & Gamble	США	Споживчі товари	65,7	58,5	+7,2
10	Whirlpool	США	Споживчі товари	65,6	53,1	+12,5
11	ЗМ	США	Промислові вироби	65,6	61,1	+4,5
12	Nvidia	США	Технологія обладнання	65,4	76,3	-10,9
13	Honda	Японія	Транспортні засоби	65,3	59,6	+5,7
14	Microsoft	США	Інформаційні технології	64,9	73,5	-8,6
15	Kellogg	США	Продукти харчування, напої, тютюн	64,5	47,3	+17,2
16	PetSmart	США	Роздрібні товари	64,3	51,5	+12,8
17	Lowe's	США	Роздрібні товари	64,1	59,2	+4,9
18	Target	США	Роздрібні товари	64,1	63,2	+0,9
19	PG & E	США	Комунальні послуги	64,0	52,2	+11,8
20	Newell Rubbermaid	США	Споживчі товари	64,0	47,9	+16,1
21	Home Depot	США	Роздрібні товари	63,6	68,7	-5,1
22	General Mills	США	Продукти харчування, напої, тютюн	63,6	51,4	+12,2
23	Colgate-Palmolive	США	Споживчі товари	63,6	49,2	+14,4
24	Unilever	Нідерланди	Продукти харчування, напої, тютюн	63,5	61,3	+2,2
25	Weyerhaeuser	США	Нерухомість	63,4	53,8	+9,6

Джерело: Складено автором на основі [7, 8]

«Брудний» топ-20 ТНК(найбільш небезпечних для світу) [9]

№	Назва компанії	Сфера діяльності
1	BRITISH PETROLEUM	Нафтодобувна корпорація
2	SHELL OIL	Нафтодобувна корпорація
3	SIEMENS	Побутова техніка, авіа бізнес, виробництво комп'ютерів, відео- та медичної техніки
4	McDonald's	Ресторани швидкого харчування
5	EXXON MOBIL	Нафтохімічна промисловість
6	NESTLE	Продукція широкого вжитку (продукти харчування, косметична продукція)
7	PROCTER & GAMBLE	Побутова хімія, косметика, гігієнічні товари, продукти харчування
8	JOHNSON & JOHNSON	Побутова хімія, гігієнічні товари, лікарські засоби
9	PHILIP MORRIS	Тютюнові вироби
10	PHILIP MORRIS	Виробництво прохолодних напоїв
11	COCA-COLA	Виробництво прохолодних напоїв
12	HERSHEY'S	Виробництво безалкогольних напоїв, шоколаду
13	NIKE	Виробництво спортивних товарів та одягу
14	UNILEVER	Продукти харчування, медичні прибори
15	HEINZ FOODS	Продукти харчування
16	DANON	Продукти харчування
17	DU PONT	Хімічна та сільськогосподарська корпорація
18	AgrEvo	Виробництво хімікатів
19	MONSANTO	Хімічна та сільськогосподарська корпорація
20	NOVARTIS	Біотехнологічна корпорація

Завдання. Кейс «Ново Нордіск»

Компанія «Ново Нордіск» (НН) була створена в 1989 році шляхом злиття двох датських фармацевтичних компаній «Нордіск Гентоффри» та «Ново Індастрі», що гостро конкурували між собою. Вони були засновані в 1920-х роках і до момента злиття були серед світових лідерів по поставках інсуліну. Штаб-квартира НН розташована на півночі від Копенгагена. Сьогодні компанія — одна з найкрупніших у світовому фармацевтичному секторі і спеціалізується на чотирьох напрямках:

- виробництво інсуліну (друга позиція на ринку);
- біотехнології;
- виробництво ферментів для харчової промисловості;
- побутова хімія.

Фармацевтичний бізнес становить близько 75 % загального обсягу продаж. У компанії працює близько 15 тис. співробітників у 68 країнах, у яких розташовані виробничі потужності. П'ята частина персоналу зайнята науково-дослідницькою та дослідно-конструкторською діяльністю, а витрати на цю діяльність досягають 16 % доходів компанії від продажів.

Стратегічна платформа досягнення єдності об'єднаної корпорації були закріплені в документі «Перспектива ХХІ», що включає три наведених нижче розділи.

Наша ціль

- Ми займаємось розробкою і збутом виробів, що задовольняють нагальні потреби — поліпшення умов життя і роботи людей.
- Ми знаходимо шляхи боротьби з хворобами і забезпечуємо роботу промисловості з позицій біологічної науки.

Наша місія

- Ми намагаємось бути першими у своїй справі і робота в компанії вимагає повної віддачі.
- Ми будемо розвиватись як незалежна компанія і приймати всі відповідальні рішення (пов'язані із бізнесом, людьми і політикою) самостійно.
- Ми будемо прагнути до нового у всіх напрямках нашої роботи і лідерства на наших ринках.
- Ми зробимо НН найпривабливішим партнером для наших споживачів.
- В економічній конкуренції ми будемо прагнути перемоги.

Наш шлях

Відповідальність — Кожен з нас несе відповідальність — перед компанією, нашими колегами і самим собою — за якість наших зусиль, внесок у досягнення наших цілей, нашу культуру і систему цінностей.

Чеснолюбство — Ми маємо встановити найвищі стандарти у всьому, що ми робимо і досягати наміченого.

Відкритість і чесність — Наша ділова активність повинна бути відкритою і чесною, як на рівні компанії в цілому, так і на рівні кожного окремого працівника.

Близькість до споживача — Ми маємо зробити наш бізнес якнайзрозумілішим, поширювати інформацію про всі ініціативи максимально враховуючи нужди споживачів, сприяти особистій активності співробітників і постійно підвищувати якість роботи.

Готовність до змін — Ми повинні передбачити зміни і скористатись ними. Постійний діалог між менеджерами і співробітниками підтверджує, що навчання персоналу і розвиток напрямів роботи зміцнює нашу компанію і гарантує зайнятість її співробітників, переважно в НН,

Відповідальність перед сусідами по планеті — Ми розвиваємо свій бізнес по всьому світі, усвідомлюючи відповідальність перед суспільством і оточуючим середовищем прагнемо до поліпшення життя людства.

Для подолання невідповідності між величезним обсягом інформації, що вимагають менеджери, та отриманням зворотнього зв'язку від них в компанії було запроваджено нову концепцію менеджменту (Novo Nordisk Way of Management), що включає такі десять фундаментальних положень:

1. Кожний підрозділ компанії повинен використовувати кращі прийоми роботи.

2. Кожен підрозділ повинен ясно усвідомлювати обсяг своєї відповідальності і рівень рішень.

3. Кожен підрозділ повинен мати план роботи, що гарантує розвиток його бізнесу, поліпшення якості діяльності і робочого клімату.

4. Кожна робота група і кожний співробітник повинні мати перспективні цілі в бізнесі і зростанні компетентності і в процесі своєї роботи своєчасно отримувати зворотній зв'язок з приводу руху в наміченому напрямі.

5. Кожний підрозділ повинен мати план роботи, що гарантує розвиток робочих груп (команд і окремих співробітників, що враховує вимоги бізнесу і внесок кожного працівника.

6. Кожний менеджер у своєму підрозділі повинен використовувати і підтримувати прийоми роботи, що відповідають законам, адміністративним настановам і політиці НН, а також слідкувати за їх дотриманням.

7. Кожний підрозділ і кожен співробітник повинні знати, чому їх робота потрібна споживачам.

8. Вимагаючи звітів від співробітників, кожен менеджер повинен пояснити, як вони будуть використані і в чому полягає цінність інформації, що вимагається.

9. Кожен менеджер повинен постійно заохочувати активність співробітників у розв'язанні проблем споживачів.

10. Кожен менеджер і кожен підрозділ повинні підтримувати проекти, що потребують спільну роботу кількох підрозділів, а також робочі зв'язки, що сприяють спільній праці.

Зазначені принципи менеджменту регулюють 13 напрямів діяльності компанії, а саме: комунікація, техніка, оточуюче середовище, фінанси, здоров'я і безпека, людські ресурси, інформаційні технології, правові питання, патенти, постачання, якість, інструкції, управління ризиками.

Джерело: *Холден Найджел Дж.* Крос-культурний менеджмент. Концепція когнитивного менеджмента / Пер. с англ. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — С. 119–149.

Питання для обговорення

1. Які інструменти менеджменту в компанії НН забезпечили високий рейтинг найстабільнішої корпорації у світі?
2. Чому датська фармацевтична компанія обійшла в цьому рейтингу потужніші корпорації США?
3. Спробуйте побудувати матрицю корпоративної соціальної відповідальності НН у координатах «принципи менеджменту НН — напрями діяльності» та заповнити її клітини.

Література

1. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.
2. Dow Jones Sustainability World Index Fact Sheet: [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.sustainability-indexes.com/images/indexes-monthly-djsi-world_tcm1071-337267.pdf
3. Corporate Knights Inc.: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.corporateknights.com>

4. Media Release Corporate Knights Global 100 Most Sustainable Corporations Announced in Davos, Davos, Switzerland, January 25, 2012: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.global100.org>
5. Global 100 List.mht (2012): [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://static.corporateknights.ca/Global100.2012.CompleteResults.pdf>
6. Global Corporate Reputation Index 2012: [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://issuu.com/bursonmarsteller/docs/global_corporate_reputation_index_2012 с.8
7. Newsweek GREEN RANKINGS: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.thedailybeast.com/newsweek/2012/10/22/newsweek-green-rankings-2012-global-500-list.html>
8. Reputation and Reality: Losers 2012 Green Brands Survey: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.thedailybeast.com/content/newaweek/2012/10/22/newsweek-green-ranking-2012-results-of-the-green-brands-survey.html>
9. Companies dirty top: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://environment.livejournal.com/2006/06/02>

«ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ «ТАК І НІ КСВ»

Завдання. Аргументи на користь і проти суспільної відповідальності

Головні аргументи на користь відповідальності компанії перед суспільством є такими:

1. **Очікування громадськості.** З 1960-х років очікування громадськості щодо діяльності компанії істотно зросли. Сьогодні громадська думка на користь компанії, що досягає не лише економічних, а й соціальних цілей, міцно утвердилася.

2. **Довготривалі прибутки.** Компанії з почуттям відповідальності перед суспільством переважно одержують гарантовані довготривалі прибутки. Це природний результат кращих відносин з громадою та кращого іміджу компанії, сформованого завдяки добросовісній поведінці.

3. **Моральні обов'язки.** Керівники фірми можуть і повинні мати сумління. Компанія має бути відповідальною перед суспільством, оскільки відповідальні дії дають вигоду самій компанії.

4. **Громадський імідж.** Фірми прагнуть зміцнити свій громадський імідж через приваблення більшого числа покупців, кращих службовців, доступ до ринків грошей та інші вигоди. Оскільки громадськість вважає суспільні цілі важливими, компа-

нія, працюючи заради досягнення суспільних цілей, може сформувати сприятливий імідж в очах громадськості.

5. Краще оточення. Компанія може сприяти вирішенню складних суспільних проблем, підвищуючи таким чином якість життя і формуючи бажане середовище, в якому вона знаходить і наймає кваліфікованих працівників.

6. Відмова від подальшого державного регулювання. Регулювання з боку держави збільшує економічні витрати і обмежує гнучкість рішень менеджера. Діяльність компанії, що відчуває відповідальність перед суспільством, менше регулюватиметься державними органами.

7. Рівновага відповідальності та влади. Компанія має вагомий вплив у суспільстві. Для його зрівноваження необхідне велике почуття відповідальності. Якщо влада компанії значно перевищує почуття відповідальності, цей дисбаланс спричиняє безвідповідальну поведінку, що шкодить суспільному добробуту.

8. Інтереси акціонерів. Відповідальність перед суспільством у довготривалому періоді підвищуватиме цінність пакета акцій компанії. На ринку акцій суспільно відповідальну компанію вважають мало ризикованою та відкритою для громадської критики. Отже, її пакет акцій матиме вище співвідношення «ціна-дохід».

9. Володіння ресурсами. Фінансові ресурси, технічна компетенція та здібності менеджерів компанії достатні, щоб забезпечити підтримку державним і благодійним проектам, які потребують допомоги.

10. Перевага профілактики над лікуванням. Соціальні проблеми час від часу необхідно вирішувати. Компанія має робити це доти, доки коригування не стало надто серйозним і дорогим заняттям, яке відвертатиме енергію менеджерів від досягнення головних цілей — виробництва товарів і послуг.

Головними аргументами проти суспільної відповідальності компанії є:

1. Порушення принципу максимізації прибутку. Це суть класичного погляду. Компанія відчуває найбільшу суспільну відповідальність, коли вона чітко дотримується своїх економічних інтересів і доручає інші види діяльності іншим організаціям.

2. Розмитість мети. Гонитва за суспільними цілями розмиває першочергову мету компанії — економічну продуктивність. Суспільство може постраждати від неадекватного виконання економічних і соціальних завдань.

3. **Витрати.** Відповідальна перед суспільством компаній не досягає соціальних цілей задарма. Комусь треба оплачувати ці витрати. Компанія мусить взяти їх на себе або перекласти на споживачів у формі вищих цін.

4. **Надмірний ступінь влади.** Компанія є однією з найвпливовіших інституцій у нашому суспільстві. Виконуючи соціальні замовлення, вона матиме ще більш влади. Наданої їй суспільством влади цілком досить.

5. **Брак майстерності.** Світогляд і здібності керівників компанії орієнтовані насамперед на економічні інтереси. Працівники компанії не мають достатньої кваліфікації, щоб вирішувати соціальні проблеми.

6. **Брак відповідальності.** Політичні діячі досягають суспільних цілей і повинні відповідати за свої дії. Лідери ділового світу — інша річ. Суспільна відповідальність не може безпосередньо переноситися з комерційного сектора на громадський.

7. **Брак широкої підтримки з боку громадськості.** Суспільство не може повною мірою уповноважувати компанію перейматися соціальними питаннями. Погляди громадськості на цю проблему неоднозначні. Фактично це тема, яка загалом породжує запеклі дискусії. Спроби, до яких вдаються в умовах, коли думки розходяться, найпевніше, закінчаться невдало.

Джерело: Робінс, Стефан П., Де Ченцо, Девід А. Основи менеджменту / Пер. з англ. А. Олійник та ін. — К.: Видавництво Соломії Павличко «Основи», 2002. — С. 100–101.

ТЕМА 5. «СТАНДАРТ КСВ ISO 26000»

Завдання. Дискусійне відео: «Соціальна відповідальність реальна з ISO 26000» [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=u62jam8XTlw>

Лекція «Стандарт КСВ ISO 26000»: розглянути еволюцію підходів до формування стандартів КСВ, зміст і структуру ISO 26000

Функції стандарту ISO 26000

- є керівництвом з соціальної відповідальності для всіх типів організацій;
- є стандартом-керівництвом з менеджменту (рамковий стандарт),
- задає загальне розуміння соціальної відповідальності, базових принципів і практик;
- містить рекомендації, а не вимоги;
- не призначений для цілей сертифікації

Зміст ISO 26000

1. Сфера застосування
2. Терміни, визначення та скорочені терміни
3. Розуміння соціальної відповідальності
4. Принципи соціальної відповідальності
5. Визнання соціальної відповідальності та взаємодія із зацікавленими сторонами
6. Керівництво по основних аспектах соціальної відповідальності
7. Керівництво по інтеграції практик соціальної відповідальності повсюдно в організації

ОСНОВНІ ТЕМИ І ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Права людини

- Проблема 1 : Належна передбачливість
- Проблема 2 : Ситуації, пов'язані з ризиком для прав людини
- Проблема 3 : Уникнення співучасті
- Проблема 4 : Задоволення скарг
- Проблема 5 : Дискримінація та вразливі групи
- Проблема 6 : Громадянські й політичні права
- Проблема 7 : Економічні, соціальні та культурні права
- Проблема 8 : Основні права у сфері праці

ОСНОВНІ ТЕМИ І ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Трудові практики

- Проблема 1 : Найм і трудові відносини
- Проблема 2 : Умови праці та соціальний захист
- Проблема 3 : Соціальний діалог
- Проблема 4 : Охорона праці та безпека на робочому місці
- Проблема 5 : Розвиток людського потенціалу і навчання на робочому місці

ОСНОВНІ ТЕМИ І ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Сумлінні/чесні ділові практики

Проблема 1 : Протидія корупції

Проблема 2 : Відповідальне залучення в політику

Проблема 3 : Чесна конкуренція

Проблема 4 : Пропаганда соціальної відповідальності в
рамках сфери впливу

Проблема 5 : Повага до прав власності

ОСНОВНІ ТЕМИ І ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Участь у житті громад та їх розвиток

Проблема 1 : Участь у [житті] спільнот

Проблема 2 : Освіта і культура

Проблема 3 : Створення зайнятості та розвиток навичок

Проблема 4 : Розвиток технологій

Проблема 5 : Створення добробуту і доходу

Проблема 6 : Здоров'я

Проблема 7 : Соціальні інвестиції

ОСНОВНІ ТЕМИ І ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Проблеми, пов'язані із споживачами

Проблема 1 : Чесні практики маркетингу

Проблема 2 : Захист здоров'я та безпеки споживачів

Проблема 3 : Стійке споживання

Проблема 4 : Обслуговування та підтримка користувачів

Проблема 5 : Захист даних

Проблема 6 : Доступ до послуг першої необхідності

Проблема 7 : Освіта та підвищення обізнаності

ОСНОВНІ ТЕМИ І ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Навколишнє середовище

Проблема 1 : Запобігання забрудненню

Проблема 2 : Стійке ресурсокористування

Проблема 3 : Пом'якшення зміни клімату

Проблема 4 : Захист та відновлення природного
середовища

Організаційне управління

ISO 26000 у комплексі норм і стандартів у сфері соціальної відповідальності



Основні теми (аспекти) соціальної відповідальності (розділ 6)

Щоб визначити область охоплення своєї соціальної відповідальності, встановити свої пріоритети, організації слід розглянути сім основних тем — розділ 6

- 1) організаційне управління;
- 2) права людини;
- 3) трудові практики;
- 4) навколишнє середовище;
- 5) сумлінні ділові практики;
- 6) проблеми, пов'язані з споживачами;
- 7) участь у житті співтовариств та їх розвиток

У протоколі ISO 26000 перераховано характеристики інформації, яка повинна бути надана по відношенню до СВ (ПМС (DIS) ISO 26000, сторінка 73). Інформація з КСВ має бути:

- **повною:** інформація повинна охоплювати всі важливі заходи і наслідки, пов'язані із соціальною відповідальністю;
- **зрозумілою:** інформація повинна бути надана з урахуванням знань і культурного, соціального, освітнього та економічного досвіду тих, хто бере участь у комунікації. Як мова, що використовується, так і спосіб подачі матеріалу, включаючи його організацію, повинні бути доступні зацікавленим особам, яким інформація призначається;
- **відповідною:** інформація повинна відповідати інтересам зацікавлених осіб;
- **точною:** інформація повинна містити коректні факти, а також містити достатні подробиці для того, щоб бути корисною і відповідати своєму призначенню;
- **виваженою:** інформація повинна бути виваженою і чесною, і не повинна упускати важливу негативну інформацію щодо впливу діяльності організації;
- **свочасною:** застаріла інформація може вводити в оману. Розуміння розглянутого періоду часу дасть можливість зацікавленим особам порівняти показники організації з її більш ранніми показниками, а також з показниками інших організацій;
- **доступною:** інформація з конкретних питань повинна бути доступна зацікавленим особам, яких вона потенційно може стосуватися

Завдання. Ділова гра «Оцінка КСВ підприємства за стандартами ISO 26000» (20 хвилин)

Роздатковий матеріал: стандарт ISO 26000.

Завдання (робота в малих групах):

1. Розглянути зміст і структуру стандарту
2. Визначити, які вимоги стандарту застосовуються/не застосовуються в організації, в яких працюють учасники тренінгу (10 хвилин)
3. Презентація аналізу застосування стандарту в організаціях (10 хвилин)

Література

1. ISO — Management and Leadership Standards — ISO 26000 — Social Responsibility [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.iso.org/sr>

Додаткова література

1. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.
2. Европейский парламент принял директиву о нефинансовой отчетности для крупных компаний. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.csr-review.net/index/evropeyskiy--prinyal----.html>.
3. *Грановська І.В.* Міжнародні стандарти звітності соціальної відповідальності бізнесу [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/evu/2012_19_1/Granovsk.pdf.

ТЕМА 6. «СТАНДАРТИ ЯКОСТІ»

Лекція «Стандарти якості»: основи ISO 9001, етапи сертифікації екологічного менеджменту згідно ISO 14000, професійне управління безпеки згідно OHSAS 18001

Система менеджменту якості

Міжнародний стандарт ISO 9001

Стандарти ISO 9001 були розроблені Міжнародною організацією зі стандартизації (ISO — International Organization for Standardization, Женева) і узагальнили в собі міжнародний досвід у галузі забезпечення високого рівня якості продукції

Даний стандарт належить до цілого сімейства стандартів ISO. Стандарти серії ISO 9001 прийняті більш ніж 90 країнами світу і застосовуються в якості національних нормативів до підприємств, незалежно від чисельності персоналу, роду діяльності компанії, обсягу випуску продукції і т.і.

Стандарт передбачає сертифікацію.

Система екологічного менеджменту



- Міжнародний стандарт системи екологічного менеджменту ISO 14000 «Системи екологічного менеджменту — вимоги і керівництво по застосуванню»
- Стандарт передбачає сертифікацію
- Міжнародний стандарт ISO 14001 є визнаним у світі інструментом підвищення ефективності екологічної діяльності компаній. Стандарт може бути застосований для практично будь-якої компанії, незалежно від її розміру та складності виробничого процесу виробництва, а також від форми власності та галузі, в якій працює компанія

Переваги від впровадження системи екологічного менеджменту

- **Внутрішні переваги:**
зниження ризиків і пов'язаних з ними можливих втрат, у т.ч. екологічних платежів і штрафних санкцій;
оптимізація внутрішніх ресурсів, контроль їх використання, а також забезпечення відповідності вимогам законодавства;
більш чіткий розподіл повноважень і відповідальності всередині компанії;
скорочення числа аварій і, як наслідок, фінансових і трудовитрат на ліквідацію наслідків.
- **Зовнішні переваги:**
підвищення ймовірності отримання кредиту чи страхування на вигідніших умовах;
отримання додаткової переваги при участі в тендерах, а також при укладенні договорів на субпідряд;
спрощення процедури отримання різних дозволів і ліцензій;
робота на репутацію компанії в очах клієнтів і партнерів та інших зацікавлених сторін;
збільшення капіталізації компанії

Система менеджменту професійної безпеки



- OHSAS 18001 представляє міжнародний стандарт з розробки систем управління охороною професійної безпеки і здоров'я персоналу (Occupational Health and Safety Management Systems)
- В Україні розроблено аналогічний стандарт, відповідний в більшості своїй нормам міжнародного.
- Сертифікат OHSAS 18000 видається на 3 роки, кожен рік проводиться інспекційний контроль з метою підтвердження відповідності системи менеджменту встановленим вимогам стандарту. Стандарт OHSAS 18001 застосовний для компаній будь-якого розміру, але особливо актуальний для підприємств з великою кількістю працівників, присутністю ручних і важких видів робіт та / або небезпечним для людини робочим середовищем, здатним завдати шкоди

Переваги від впровадження в компанії системи менеджменту професійної безпеки відповідно до стандартів OHSAS 18001

Внутрішні переваги:

- зменшення кількості травм персоналу, завдяки здійсненню контролю і запобіганню небезпек;
- скорочення числа аварій і витрат на ліквідацію можливих наслідків;
- зниження вартості страхування, а також витрат, викликаних відсутністю (хворобою) співробітників;
- спрощення отримання різної дозвільної документації (наприклад, ліцензій);
- зміцнення репутації компанії в очах споживачів, партнерів, акціонерів, інвесторів та інших сторін.

Зовнішні переваги:

- вигідніші умови кредитування та страхування;
- переваги при участі в тендерах, укладенні субпідрядних договорів;
- більш просте отримання різних ліцензій і дозволів;
- поліпшення репутації компанії в очах споживачів, партнерів, акціонерів, інвесторів та інших зацікавлених сторін;
- збільшення капіталізації компанії

Завдання. Дискусія «Сертифікація за стандартами як новий вид бізнесу». Прочитайте інформацію та спробуйте відповісти на питання в кінці тексту (15 хвилин)

Інформаційний ресурс до дискусії:

Широке впровадження практик, правил і принципів КСВ призвело до появи цілого напрямку нових бізнесів, які виробляють як товари, так і послуги.

До них, у першу чергу, відноситься стандартизація на засадах КСО і подальша сертифікація та аудитування на відповідність. Це, наприклад, сертифікація компаній по відношенню до збереження навколишнього середовища, дотримання міжнародних стандартів з трудових відносин (умови роботи, рівень оплати, дискримінація, охорона праці, сексуальні домагання, використання дитячої праці, тривалість робочого дня і тижня, захист материнства, використання примусової праці, затримки зарплати, відпустки і так далі, і по відношенню до прав людини. У цій категорії виділяються кілька великих законодавців моди, таких як Глобальна Ініціатива зі звітності (Global Reporting Initiative), AccountAbility,

SIGMA, Інтернаціонал з соціальної звітності (Social Accountability International) і Міжнародна організація по стандартах ISO.

До іншої групи відносяться організації, сертифікують товари та компанії, що виробляють товари. Тут головними гравцями є Міжнародна організація по маркуванню про чесну торгівлю (Fairtrade Labelling Organization International, FLO) яка видає марки / етикетки, (International Fairtrade Certification Mark) на товари в основному з країн, що розвиваються про те, що при їх виробництві дотримувався ряд спеціальних критеріїв і вимог КСВ. Інша структура, Всесвітня організація чесної торгівлі (World Fair Trade Organization, WFTO) сертифікує і маркує вже не товари, а компанії, що виробляють товари на базі сировини з країн, що розвиваються так само за стандартами КСВ.

Крім організацій, що встановлюють стандарти в екології, існують, поряд з профспілками, інші міжнародні структури, що стежать за КСВ у сфері трудових відносин: Асоціація чесної праці (Fair Labour Association, FLA — ініціатива Білла Клінтона), що випустила Кодекс поведінки на робочому місці, Спільна ініціатива з корпоративної звітності і прав працюючих (Joint Initiative on Corporate Accountability & Workers Rights).

За правилами в області боротьби з корупцією стежить Transparency International і Волфсбергська група по принципам проти відмивання грошей (Wolfsberg Group: Wolfsberg Anti-money Laundering Principles).

У фінансовій / інвестиційній сфері соціальні та екологічні інтереси охороняють НГО «Принципи Екватора» (Equator Principles) і «Керівництво по екологічним і соціальним аспектам та їх інтеграції у фінансовий аналіз» (Guideline for ESG Reporting and Integration into Financial Analysis), а також ООНівські ініціативи «Принципи відповідального інвестування» та «Фінансова ініціатива Програми ООН з навколишнього середовища». КСВ у сфері гірничодобувної промисловості перебуває під наглядом «Ініціативи по прозорості гірськдобування» (Extractive Industries Transparency Initiative, EITI) і Міжнародної Ради з гірничого видобування та металам (International Council on Mining and Metals, ICMM), екологією у нафтовій промисловості видає Міжнародна асоціація по збереженню природного середовища в нафтовій індустрії (International Petroleum Industry Environmental Conservation Association, ІПІЕСА). Правила КСВ у галузі текстилю та одягу встановлює «Фонд чистого одягу» (Fair Wear Foundation). У паперовій і деревообробній промисловості в числі інших жорсткі правила встановлює організація Стале лісове гос-

подарство (Sustainable Forestry) — ви сьогодні не зможете продати навіть гілки виробникам меблів типу Ікея, скандинавським, японським або північноамериканським виробникам паперу, якщо ваша компанія не сертифікована Sustainable Forestry за стандартом КСВ, скажімо, SmartWood. Не полишені уваги ні морське рибальство, ні гідроенергетика, ні будівництво, ні транспорт, ні інформаційні технології, ні навіть туризм і подорожі.

Природно, що всю стандартизацію, сертифікацію, моніторинг та аудіювання обслуговують університети, аудиторські та тренінгові компанії тощо...

Запитання для дискусії

1. Чи мають університети та інші ВНЗ займатися такого роду бізнесом? Чому?
2. Які актуальні напрямки/сфери діяльності в галузі сертифікації, пов'язаної з КСВ, є найважливішими в контексті поглиблення економічної інтеграції України та ЄС?

Завдання. Мозковий штурм «Визначення ідентифікаторів якості продукції в Україні» (30 хвилин)

Завдання (робота в малих групах):

1. Розглянути систему позначок маркування стандартів якості продукції.
2. У наданих зразках продукції різних компаній визначити на основі маркування, яким стандартам відповідає дана продукція.
3. Презентація результатів аналізу.

Таблиця

Ідентифікатори якості продукції



Знак «Зелена точка» (від нім. Der Grüne Punkt) в чорно-білому, зелено-білому і зеленому виконаннях позначає, що пакувальний матеріал підлягає вторинній переробці в рамках «Дуальної системи» (DSD). Знак ставлять на товари фірм, які надають фінансову допомогу за німецькою програмою переробки відходів «Eco Emballage» («Екологічна упаковка», Німеччина). В Україні такий знак на упаковці вказує на можливість її переробки або повернення, застосовується в системі заходів щодо запобігання забрудненню навколишнього середовища відходами. Проте в Україні немає державної програми утилізації відходів, а частка вторинної переробки дуже мала, тому в нашій країні даний знак не має сили



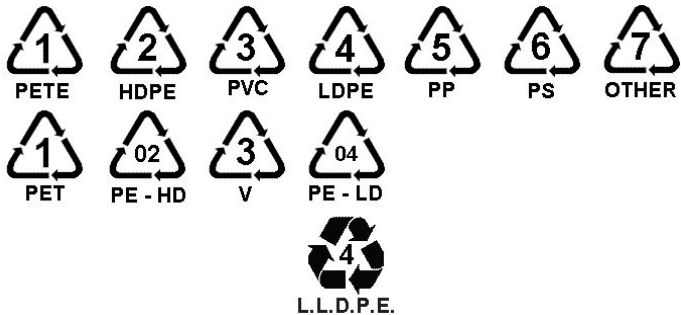
Знак «пластик, що переробляється», символізує замкнутий цикл: створення → застосування → утилізація. Знак ставиться на пластикових виробках, які можуть бути перероблені промисловим способом. При цьому в сам знак або поруч з ним ставлять або цифри 1–7, або букви — код речовини, з якої зроблені товар або його упаковка. На пластиковий посуд, наприклад, ставлять знак, який інформує про придатність даного пластикового виробу для контакту з харчовими продуктами



Знак вторинної переробки (стрілки утилізації) або знак Recycling, що символізує замкнутий цикл: створення → застосування → утилізація. Знак вказує на те, що даний продукт та / або його упаковка виготовлені з матеріалу, що переробляється (Recycled) та / або придатний для подальшої переробки (Recyclable)



Знак «Викидати у відро для сміття» або Keep your country tidy (від англ. — місти свою країну в чистоті). Знак означає, що дану упаковку слід викинути в урну. Розташовується звичайно на упаковках продуктів харчування і товарах, які можуть вживатися поза домом — фантики, банки, пакети та ін. Часто даний знак називається просто «Gracias» (від ісп. — дякую), що означає подяку тим, хто викидає сміття в сміттєві баки, а не собі під ноги. На сучасній упаковці часто наноситься цей знак — заклик не забруднювати природу. При цьому в різних країнах близько цього знаку можуть бути різні написи — від «Бережіть працю прибиральниць» до «Викидати у відро для сміття», але зміст цих написів один — не смітити! Останнім часом через прагнення виробників створювати враження турботи про екологію знак часто бездумно розміщується на упаковках товарів, споживаних і використовуваних будинку, наприклад прального порошку і косметики, де він не має сенсу.



Три стрілки лежать і в основі маркування пластика. Цифра всередині трикутника означає не кількість разів, скільки пластик був перероблений, а тип пластика, що необхідно для подальшого сортування.

1. Поліетилентерефталат (ПЕТ). Наприклад, пластикові пляшки від газованої води і пива.
2. Поліетилен високої щільності. Щільні глянцеві пакети з магазинів, кошики для сміття, труби тощо.

3. Полівінілхлорид (PVC). Бочки, труби.
 4. Поліетилен низької щільності. Пакети з магазинів, контейнери, пляшки тощо.
 5. Поліпропілен. Автомобільний пластик, харчові контейнери, посуд тощо.
 6. Полістирол. Міцний і часто крихкий пластик. Підноси, відеокасети, корпуси для електроніки тощо.
 7. Все інше: акрил, нейлон, полікарбонат тощо.
- Альтернативний набір символів для пластику, який використовується поряд із уже вказаними.



Набір символів, що показує, що цей пластик був перероблений. Тобто до назви пластика додана буква R — Recycled.



В інших матеріалів, як папір, метали, скло знак однаковий з пластиком, змінюється лише цифра. Так, «20» заброньовано для картону, «40» для сталі, «51» для пробки, «60» для бавовни, «61» для джуту. Три літери внизу вказують на тип матеріалу (текстиль, скло) або його назву.



Алюминий



Сталь



Бумага

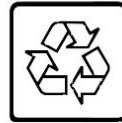


Пластик



PET

Тип пластика



Ni-Cd

Никель-кадмиевые аккумуляторы



Ni-MH

Никель-металл-гидридные аккумуляторы



Li-ion

Литий-ионные аккумуляторы



Pb

Свинцовые аккумуляторы

У Японії система для звичайних людей зручніша, оскільки дозволяє сортувати матеріали по смітєвих контейнерів не думаючи, просто за подібністю символів.



Свобода використання знаку породила сотні адаптацій символу для комерційних логотипів. Якщо компанія вивозить сміття або це асоціація збирачів банок, логотип зі стрілками їм те, що треба.



Відома в Європі німецька «Зелена Крапка» (Der Grüne Punkt) всупереч розхожій думці знаком переробки не є, це зареєстрована торгова марка. Суть її така. Всі компанії, які виготовляють продукцію в упаковці, зобов'язані платити особливий податок на кожну одиницю виробленого товару, який піде на вивезення та утилізацію їх сміття. Тим вище плата, чим більш обсяг і агресивніша шкода навколишньому середовищу. Таким чином, скорочення розміру упаковки заохочується зниженням податків. Користувач бачить участь в екологічних програмах компанії по логотипу на продукції.

	<p>Знак «Келих-вилка». Знак означає, що товар виготовлений з нетоксичного матеріалу і може стикатися з харчовими продуктами, тобто матеріал нешкідливий. Іноді його ставлять на побутову техніку або на упаковку для продуктів харчування. Знак «Келих-вилка» часто наноситься на пластик (наприклад, одноразовий посуд), інформуючи про придатність для контакту з харчовими продуктами</p>
	<p>Знак Miljömarkert або «Білий лебідь» (Скандинавські країни) або «Скандинавський лебідь». Знак «Білий лебідь» — позначає відповідність товару жорстким скандинавським екологічним нормативам. Побачивши на упаковці значок з голубом, ви можете бути впевнені, що отримали продукт, який не містить шкідливих для людини і природи речовин, легко утилізуються</p>
	<p>Знак «Зелена Печатка» (від англ. Green Seal). «Green Seal» — екологічний знак Європейського співтовариства</p>
	<p>Один із знаків ISO 14001. Такі знаки є способом демонстрації організації своєї прихильності до виконання екологічних вимог перед своїми клієнтами</p>
	<p>Знак «Екологічно безпечний продукт». Російський екологічний знак, у маркуванні використовується «Знак якості XXI століття», який сприяє формуванню ринку натуральної та екологічно безпечної продукції найвищої якості, а також впровадженню найкращих існуючих технологій для виробництва такої продукції. Розвиненої системи екомаркування в Росії немає, існує маса правових актів, які зачіпають це питання: в галузі охорони навколишнього середовища, захисту прав споживачів, стандартизації, сертифікації та ін. Так як безпека перевіряють шляхом добровільної сертифікації, кожна система сертифікації може ставити свій екологічний знак</p>
	<p>Знак «ЕКО». Екознак «ЕКО» — знак, який можна знайти на упаковках казахстанських і зарубіжних товарів, що поставляються до Республіки Казахстан. Екознак «ЕКО» свідчить про те, що при виробництві такого товару контролюються і по можливості мінімізуються всі види шкідливого впливу на навколишнє середовище, а також, що сам товар піддався мінімального шкідливого впливу. Екомаркування «ЕКО» присвоюється тієї продукції, яка пройшла 3-х ступеневу експертизу за спеціальною процедурою, на певний строк з обов'язковою систематичною перевіркою виконання поставлених експертизою умов. Така система присвоєння товарного знака «ЕКО» виключає як купівлю, так і підробку цього маркування</p>
	<p>Знак «Блакитний Ангел» (від нім. Der Blaue Engel, Німеччина). Продукція, маркована знаком «Блакитний ангел» відповідає встановленим вимогам, виконання яких гарантує повну екологічну безпеку</p>

	<p>Знак «Екологічний вибір» (Канада).</p>
	<p>Знак Ecogarantie. Бельгійський стандарт Ecogarantie призначений для екологічно чистих продуктів. Ecogarantie розробив суворі стандарти для засобів особистої гігієни, косметики, засобів миючих. Мета компанії Ecogarantie полягає в забезпеченні безпеки, якості та довговічності сертифікованої продукції. Критерії сертифікації: використання тільки органічних, мінеральних і рослинних компонентів; ретельний відбір мінеральної сировини; рослинна сировина ретельно контролюється щодо свого виробництва; у виробництві не використовується: ГМО та сировина на нафтохімічній основі; продукти здійснюють мінімальний вплив на навколишнє середовище; досліді над тваринами при створенні продуктів не проводяться; у процесі використовуються екологічно чисті процеси; крім того, проводиться постійний контроль з боку незалежних експертів</p>
	<p>Знак «Еко-знак» (Японія) — еко-знак японської асоціації з охорони навколишнього середовища</p>
	<p>ЕкоЛейбл Європейського Союзу (ЕС). Знак «Eco Label» — екологічний знак Європейського Співтовариства, знак єдиної екомаркіровки відповідно до вимог ЄС, говорить про екологічність продукту і ставиться на упаковці в двох кольорах: зелений і блакитний або чорний на білому тлі. Він не поширюється на харчові продукти і ліки, їм маркуються товари, які віднесені до небезпечних, але можуть використовуватися при дотриманні обмежувальних умов і в допустимих межах</p>
	<p>Знак QAI. Організація з незалежної сертифікації натуральних органічних продуктів QAI (Quality Assurance International) підтримує виробництво еко-продукції не тільки в США, але й по всьому світу. Компанія QAI займається проблемою глобального оздоровлення планети. З метою досягнення цього результату QAI і отримав ISO 14001. Організація QAI прагне ніяк не впливати на навколишнє середовище і приймає строгі та ефективні заходи для запобігання або обмеження його забруднень</p>
	<p>Знак «Листок Життя». Російська система екомаркіровки «Листок Життя» в 2007 році надійно увійшла в члени сертифікування. Розроблена фахівцями Санкт-Петербурзького Екологічного союзу, «Листок життя» визнаний міжнародним співтовариством добровільної екологічної сертифікації. Даний екологічний союз став першим і на даний момент єдиним органом в Росії, який має право на видачу сертифіката міжнародного рівня з екологічної сертифікації продукції (послуг і робіт)</p>
	<p>Знак Ozone Friendly CFC Free — вказує на відсутність у продукті шкідливих речовин, що спричиняють зменшення озонового шару. Переважна більшість знаків застосовується для маркування аерозолів, і їх центральний елемент — це зображення земної кулі</p>



Знак Panda WWF. Значок «Панда WWF» належить Всесвітньому фонду дикої природи (WWF) — однієї з найбільших незалежних міжнародних природоохоронних організацій, що об'єднує близько 5000000 постійних прихильників і що працює більш ніж у 100 країнах. Місія WWF — у запобіганні наростаючій деградації природного середовища планети і досягненні гармонії людини і природи. Головна мета — збереження біологічного розмаїття Землі. Більше половини світового бюджету складають пожертви приватних осіб, прихильників WWF. Знак «Панда WWF» очолила десятку лідерів серед «символів тисячоліття»



Знак Vegan (Веган, Великобританія). Товарний знак «Vegan» означає: тут відсутні компоненти тваринного походження. Сертифікат належить Vegan Society — веганському благодійному товариству, просувати і підтримувати вегетаріанський спосіб життя. Суспільство Vegan Society сформувалося в 1944 р з групи вегетаріанців, очолюваної Елсі Шриглі і Дональдом Уотсоном. З квітня 2007 р штаб Товариства став розташовуватися у Великобританії, Бірмінгемі. В даний час Vegan Society — одне з найшанованіших і найвпливовіших веганських товариств у світі і найповажніший сертифікат у Великобританії. Його головною ідеєю є виключення будь-якого насильства над тваринним світом, усі форми жорстокого поводження з тваринами та їх експлуатації, вживання будь-яких продуктів тваринного походження в їжу, побічних продуктів або їх похідних, використання тварин для всіляких дослідів у медичній і косметичній промисловості, застосування ГМО з генів тварин, не допускають випробування на тваринах як з ініціативи виробника, так і від його імені чи інших осіб, підконтрольних виробнику. До складу косметичних засобів не повинні входити навіть молоко і мед. Крім того, при подачі заявки на реєстрацію і отримання сертифікації продукту ті з них, що містять ГМО, повинні це позначати відповідним маркуванням. Знаків Vegan може бути кілька, їх відрізняє характерне зображення літери «V». Знак Vegan може бути використаний компаніями-виробниками по всьому світу для визначення своєї продукції як веганської. Такі компанії сплачують щорічний членський внесок Vegan Society. Членські внески йдуть на благодійні цілі



Знак «Не випробувано на тваринах» (від англ. Not tested for animals) або Animal friendly — стандарт етичною продукції, в т. ч. косметики, підтверджує відмову від дослідів над тваринами, що при виготовленні продукту не використовувалися тваринні компоненти, отримані ціною життя тварин (наприклад, побічні продукти бійні), що і окремі компоненти препарату не були тестовані на тваринах. Стандарт етичною косметики по забороні вівісекції (від 2-х латинських слів: «vivus» — живий і «sectio» — розсічення, буквально «різати по живому») був затверджений Британським Союзом (BUAV) в 1998 році за підтримки Королівського товариства по запобіганню жорстокого ставлення до тварин (RSPCA). Знак Not tested for animals може виглядати по різному, але завжди із зображенням кролика. Знак «Not tested for animals» означає — проти «вівісекції», тобто «жодна тварина при виготовленні цієї продукції не постраждала». Яка не містить тваринних компонентів косметика відзначається також знаком «V» (Веган). Уже в середині ХХ століття в багатьох країнах світу розгорнувся потужний рух під гаслом «Краса без жорстокості», в ре-

	<p>зультаті чого значне число підприємств, що виробляють косметичні та гігієнічні засоби, а також парфумерію, стали виготовляти їх з рослинних продуктів (без тваринних компонентів) і тестувати альтернативним шляхом, без використання тварин. Тим більше, що неефективність дослідів на тваринах була доведена з позицій науки, оскільки фізіологія людини і тварин різко відрізняються і обмінні процеси протікають в їх організмах по-різному. Першою заборонила тестування косметики на тваринах Великобританія в 1998 році. У 2002 р країни Євросоюзу прийняли заборону на тестування косметики, який набув чинності з 2009 року. Проти заборони досі активно виступає Франція, де традиційно сильно косметичний лобі. У 2003 році з'явився аналогічний Стандарт етичною побутової хімії</p>
	<p>Знак «Вільно від хлору». Вказується на продукції, при виробництві, переробці чи обробці якої не застосовувалися в якості вихідної сировини хлор, хлорвміщуючі окислювачі і хлорорганічні сполуки</p>
	<p>Знак Міжнародного екологічного фонду (ОС МЕФ)</p>
	<p>Знак «Сприятливий для довкілля вибір». Знак екомаркування Шведського товариства охорони природи (Swedish Society for Nature Conservation — SSNC). Шведське товариство охорони природи розробило систему екомаркування «Сприятливий для довкілля вибір», символом якої є яструб — логотип SSNC. Зараз SSNC бере участь у екомаркуванні товарів з 13 різних груп: миючі засоби, засоби для виведення плям і відбілювачі, туалетні очисники, засоби для посуду, пральні порошки, мила і шампуні, папір, серветки, а також текстиль, електрика, електрообладнання, пасажирський транспорт, товарні перевезення</p>
	<p>Знак ТСО. Знак належить Шведській конфедерації професійних колективів робочих (The Swedish Confederation of Professional Employees — TCO), членами якої є 1,3 мільйона шведських професіоналів, організаційно складається з 19 об'єднань. Знак Шведського національного законодавчого органу в області введення стандартів з електричними і магнітними перешкодам, в основному випромінюваних комп'ютерною технікою. Скандинави твердо переконані, що перераховані вище фактори згубно впливають на організм. Жителі західної Європи, як і інших країн, зазнали впливу цих переконань, у результаті стала неможлива торгівля виробами, що не задовольняють вимогам стандартів ТСО 95 і Blue Angel. Західноєвропейські країни (Німеччина та Голландія) і країни північної Європи (Швеція і Норвегія) були ініціаторами програм з контролю електромагнітних випромінювань (Low Emission), ергономіки для захисту зору, економії енергії (NUTEK) і, нарешті, охорони навколишнього середовища та утилізації відходів</p>



Знак АВ для екологічно чистих продуктів — логотип Agriculture Biologique (AB) введений вперше у Франції. Знак АВ є власністю французького Міністерства сільського господарства. Цей логотип ставитися на ті товари, які не тільки виконують усі вимоги, встановлені законодавством ЄС, але де виробники товарів підписують договір з власником знака про виконання екологічних вимог. Знак АВ може наноситися на біо-продукти виробників інших країн за умови виконання французьких законодавчих вимог до господарств, що застосовують екологічні методи виробництва. Однак самі продукти рослинного походження повинні бути створені в Євросоюзі, за винятком екзотичних

Література

1. Системи управління якістю. ДСТУ ISO 9001:2009 (ISO 9001:2008, IDT) [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://csr-eu-jm.com.ua/page7.html>
2. Системи екологічного керування. ДСТУ ISO 14001:2006 (ISO 14001:2004, IDT) [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://csr-eu-jm.com.ua/page7.html>

Додаткова література

1. Концепція соціального розвитку України на 2013–2023 роки [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://gurt.org.ua/uploads/news/2013/08/05/komment_kontseptsiyi_so_tsrozvitku_ukr_2013-2023.doc

ТЕМА 7. «СТАНДАРТИ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ»

Лекція «Стандарти фінансового сектору»: надати інформацію про стандарти фінансового сектору згідно «Принципів екватора».

- Принципи Екватора запроваджено (2003) десятима провідними приватними фінансовими інституціями: ABN AMRO Bank, N.V., Barclays plc, Citigroup, Credit Lyonnais, Credit Suisse First Boston, HVB Group, Rabobank Group, The Royal Bank of Scotland, West LB AG, and Westpac Banking Corporation

«Принципи екватора»

- оцінка екологічних і соціальних ризиків, наслідків та їх пом'якшення;
- трудові відносини та умови праці;
- ефективність використання ресурсів і запобігання забруднення навколишнього середовища;
- здоров'я та безпека населення;
- фізичне переміщення людей (вимушене переселення);
- збереження біорізноманіття та екологічно раціональне і збалансоване управління природними системами;
- корінні народи, культурна спадщина, фінансове посередництво та участь зацікавлених сторін.

До інших найбільш використовуваних міжнародних стандартів і індексів корпоративної соціальної відповідальності можна віднести такі:

- DJSI - індекс стійкості, найбільш відомий фондовий індекс КСО;
- Bench Marks - система принципів і стандартів оцінки і аналізу діяльності компаній, що слідують принципам глобальної корпоративної соціальної відповідальності;
- CPI - нефондовий індекс КСО (Corporate Philanthropy Index). Використовується для порівняльного позиціонування;
- CRA - методика інтегрованої системи аудиту корпоративної стабільності (Corporate Responsibility Audit);
- CRT - розгорнута міжнародна програма КСВ (The Caux Round Table Principles for Business). Прийнята The Caux Round Table (Круглий стіл бізнесменів у Ко);
- EII - індекс економетричного ефекту (Econometric Impact Index) відображає ефект, що здійснюється на компанію оточуючими її місцевими спільнотами;
- FTSE - індекс, що розраховується незалежною компанією експертів - FTSE для організацій, що дотримують глобальні принципи КСВ;
- EFQM - (Framework for Corporate Social Responsibility) оцінка КСВ за Моделлю досконалості Європейського фонду управління якістю;
- SI - нефондовий індекс, що дозволяє оцінити КСВ, особливу увагу приділяючи кадровій політиці, соціальним програмам, подоланню дискримінації

Література

1. Equator Principles [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.equator-principles.com>

Додаткова література

1. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.

2. *Левченко Г.М., Волк О.М.* Соціальна відповідальність у контексті тенденцій етичного інвестування [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Mre/2011_2/5_6.pdf.

3. *Одінцова Т.М.* Забезпечення прозорості корпоративної звітності як елемент модернізації світової фінансової архітектури [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/znpnudps/2010_2/pdf/10otmifa.pdf.

4. *Сапрыкина М.* КСО — практика: 12 шагов при подготовке нефинансового отчета. [Електронний ресурс]. — Режим доступу:// http://delo.ua/business/kso-praktika-12-shagov-pri-podgotovke-nefinansovogo-otcheta-185313/?supdated_new=1407152162

ТЕМА 8. «СТАНДАРТИ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ»

Лекція «Стандарти нефінансової звітності»: надати інформацію про ISAE 3000, AA 1000, GRI.

Джерела розбудови національної системи соціальної звітності

- Глобальний договір ООН (UN Global Compact, 2000);
- Глобальна ініціатива щодо звітності (Global Reporting Initiative, GRI, 2000);
- Зелена книга ЄС «Популяризація європейських засад корпоративної соціальної відповідальності» (EU Green Paper «Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility», 2001); Social Accountability International (SAI, 2001);
- Institute of Social and Ethical Accountability – «AccountAbility» (AA 1000, 2003);
- Total Quality Management; Конвенція ЄЕК ООН «Про доступ до інформації, участь громадськості в процесі прийняття рішень та доступ до правосуддя з екологічних питань (Орхуська конвенція);
- Конвенція МОП №44 «Про безробіття» (ст. 1, 2);
- Конвенція МОП №87 «Про свободу асоціації та захист права на організацію»;
- Конвенція МОП №98 «Про застосування принципів права на організацію і ведення колективних переговорів»;
- Конвенція МОП №154 «Про колективні переговори» (ст. 2, 5);
- Конвенція МОП №155 «Про безпеку та гігієну праці» (ст. 2, 3, 5);
- Конвенція МОП №157 «Про збереження прав у галузі соціального забезпечення» (ст. 2-6)

Принципи звітності

- Обсяг і масштаб і складність КСВ звіту повинні відповідати розміру і характеристикам компанії. Рівень деталізації може відображати досвід компанії у наданні КСО-звітів.
- Прагматичним є поетапний підхід, на початку він охоплює лише деякі основні теми в обмежених звітах. У цьому випадку наступні звіти повинні розширяться, покриваючи всі КСВ-питання, тим самим відображаючи накопичений досвід і наявність даних для доповіді.
- Регулярність подання звітності

У звіті відображаються такі питання

- інформація для клієнтів (вироблена продукція, послуги, що надаються);
- внесок компанії у розвиток економіки країни (податкові відрахування, вплив на зовнішнє середовище);
- етика ведення бізнесу (використання дитячої праці, порушення заборон ООН на торгівлю з ворожими країнами, отримання великих державних замовлень, судові позови і штрафи);
- участь у розвитку регіонів присутності, підтримка місцевих співтовариств (кількість створених робочих місць, інвестиції);
- політика по відношенню до власних співробітників (гарантії зайнятості, охорони здоров'я і підвищення кваліфікації);
- турбота про екологію (природоохоронні та рекреаційні заходи, використання сучасних технологій і т. п.);
- благодійність

Основні стандарти нефінансової звітності

- стандарт AccountAbility AA 1000 (спирається на оцінку успіху організації в економічному, екологічному та соціальному середовищі);
- стандарт GRI (описує економічний, соціальний та екологічний прогрес компанії);
- стандарт ISO 14000 (описує соціальну відповідальність корпорації в дотриманні екологічних вимог на виробництві);
- новий стандарт ISO 26000 «Соціальна відповідальність»;
- стандарт відповідальності SA 8000, розроблений Social Accountability International's (робить акцент на правах людини і здоров'я, встановлює вимоги до соціальних аспектів кадрової політики виробників і постачальників)

Звіт з КСВ повинен

- описувати, яким чином компанія приймає рішення з питань, які розглядаються в звіті;
- включати в себе інформацію про цілі і показники за основними видами діяльності, а також по важливим і значним питанням КСВ;
- показувати операційні показники, продукцію та послуги в розширеному контексті екологічної стійкості;
- показувати чесну і повну картину показників діяльності компанії з КСВ, включаючи досягнення та недоліки, а також способи ліквідації таких недоліків

Стандарт AA 1000

- Стандарт AA 1000 (1999 р.) був розроблений Інститутом соціальної та етичної підзвітності (Institute of Social and Ethical Account Ability). Це стандарт звітності, він передбачає інтеграцію соціальних аспектів в організацію бізнесу. Стандарт націлений на сприяння організаційній звітності для сталого розвитку шляхом забезпечення якості нефінансового обліку, аудиту та звітності

Основна ідея стандарту — підвищення соціальної звітності бізнесу суспільству за рахунок максимального залучення груп зацікавлених сторін

Версії стандарту AA 1000

Інститут Соціальної та етичної підзвітності
Accountability розробив три стандарти для
використання організаціями будь-якого типу:

AA 1000 APS (визначає загальні принципи
підзвітності)

AA 1000 AS (визначає вимоги до проведення
перевірки звітів про сталий розвиток)

AA 1000 SES (визначає стандарт взаємодії із
зацікавленими сторонами)

Динаміка сертифікації у світі, 2011–2014 рр.

Стандарт	Кількість сертифікатів у 2014	Кількість сертифікатів у 2011	Приріст, шт	Приріст, %
ISO 9001	1 101 272	1 079 647	21 625	2
ISO 14001	285 844	261 957	23 887	9
ISO 50001	1 981	459	1 522	332
ISO 27001	19 577	17 355	2 222	13
ISO 22000	23 231	19 351	3 880	20
ISO/TS 16949	50 071	47 512	2 559	5
ISO 13485	22 237	19 849	2 388	12
Всього	1 504 213	1 446 130	58 083	4

Міжнародні стандарти перевірки нефінансової звітності

ISAE 3000 — проведення аудиторських перевірок. (розроблений Радою з міжнародних стандартів аудиту та підтвердження достовірності інформації, діє з 2004 року)

AA1000AS — стандарт перевірки (розроблений британським інститутом AccountAbility)

AT101 — національний стандарт (прийнятий Американським інститутом дипломованих громадських бухгалтерів)

Найпоширеніші міжнародні стандарти, що регулюють питання завірення

Професійні
стандарти завірення

AA1000AS — Спеціалізований стандарт, створений спеціально для завірення якості підготовлених компанією звітів в галузі сталого розвитку, а також існуючих у компанії систем і процесів, які забезпечують ефективність її роботи.

Додаткові вимоги викладені в Керівництві з використання AA1000AS для провайдерів завірення, Керівництві для компаній, що проходять завірення і Керівництві для читачів висновків про завірення.

ISAE3000 — стандарт для проведення будь-якого виду завірення, відмінного від фінансового аудиту та оглядів історичної фінансової інформації. Входить в серію стандартів Міжнародної федерації бухгалтерів (IFAC).

Керівництво GRI — найпоширеніший у світі де-факто стандарт формування нефінансової звітності, містить у т.ч. вимоги до завірення.

У перспективі: Методика підготовки інтегрованого звіту IIRC. На даний момент підготовлений прототип методики, йде публічне обговорення

Вимоги

Назва	Організація-розробник	Наявність вимог до виконавця
ISAE3000	International Federation of Accountants	Містить широкий перелік вимог до завіряючої сторони (компетентність, незалежність, ін.) І процесу завірення (документування, планування та ін.) Цим стандартом зобов'язані керуватися компанії, які заявили про застосування стандартів IFAC та Кодексу етики професійних бухгалтерів (Code of Ethics for Professional Accountants)
AA1000AS	Accountability Institute	Вимоги, в основному, аналогічні вимогам ISAE 3000. В Керівництві для провайдерів завірення по AA1000AS міститься вимога ліцензування організацій-провайдерів та рекомендації щодо участі в програмі сертифікації аудиторів CSAP
Руководство GRI	Global Reporting Initiative	Вимоги до статусу перевіряючого (незалежність, компетентність) Вимоги до процесу завірення (систематичний процес, документування, перевірка достовірності інформації, оцінка ступеня, в якому організація застосувала систему звітності GRI (включаючи принципи звітності))
Прототип міжнародної методики формування інтегрованої звітності	International Integrated Reporting Council	Вимоги до статусу перевіряючого (незалежність, компетентність) Вимоги до процесу заповнення (систематичний процес, документування, перевірка збалансованості та обґрунтованості інформації, ін.)

Глобальна ініціатива зі звітності (Global Reporting Initiative, GRI)

Керівництво зі звітності в галузі сталого розвитку розроблена ЮНЕП і SERES. GRI містить набір критеріїв, на основі яких будується звітність по економічній, екологічній і соціальній результативності компаній. Передбачає модельні показники, керівництво та допоміжні інструменти для ведення звітності у сфері сталого розвитку.

Інструменти включають:

Керівництво по звітності в галузі сталого розвитку (показники і принципи)

Різні додаткові матеріали по секторах (будівництво, зв'язок, державні установи тощо)

Протокол про межі інформації, що розкривається (аналіз сфери впливу)

Джерело: www.globalreporting.org

Розвиток системи звітності GRI

- 1999 – Публікація для обговорення першої версії Керівництва по звітності в галузі сталого розвитку GRI G3
- 2000 – Офіційне опублікування першої робочої версії Керівництва по звітності в галузі сталого розвитку
- 2003–2005 – Отримання відгуків на Керівництво 2002
- 2006 – Видання керівництва G3
- 2010 – Оголошення рішення про роботу над G4
- 2011 – Видання G3.1, створення робочої групи по G4
- 2012—2013 – Представлення попередньою версією G4 в різних країнах, затвердження, видання керівництва G4
- До 2020 – На думку головного виконавчого директора GRI Ернста Лігтерінгена (Ernst Ligteringen), «повинен бути розроблений загальноприйнятий міжнародний стандарт звітності, об'єднуючий фінансову звітність зі звітністю по стійкому розвитку. Кроком у цьому напрямку має стати широке поширення нефінансової звітності в світі в найближчі 5 років»

Джерело: www.globalreporting.org

Порівняльний аналіз форм фінансової та нефінансової звітності

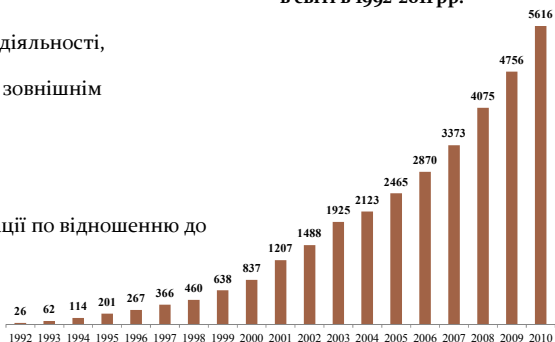
Критерій	Фінансовий звіт	Нефінансовий звіт
Форма представлення	Стандартні форми фінансової (бухгалтерської) звітності	У вільному вигляді або по прийнятим стандартам
Періодичність	Річна, піврічна, щоквартальна	Річна або дворічна
Користувачі	Зовнішні та внутрішні	Зовнішні і внутрішні
Відповідність стандартам	Обов'язкова відповідність прийнятим стандартам	Добровільна відповідність прийнятим стандартам
Охоплення періодів	Відображення минулих результатів і поточний стан організації	Відображення минулих результатів, поточний стан і може містити плани організації на майбутнє
Обов'язковість аудиту	Обов'язково в певних випадках	Добровільно
Законодавча база	Розвинена практично у всіх країнах	Наявна лише в деяких країнах

Розвиток практик звітності сфери стійкого розвитку

«Звітність в галузі сталого розвитку - це практика:

вимірювання результатів діяльності,
розкриття інформації,
підзвітності внутрішнім і зовнішнім
зацікавленим сторонам,
предметом якої є
- економічна,
- екологічна,
- соціальна
результативність організації по відношенню до
мети сталого розвитку.

Ріст кількості звітів з КСВ
в світі в 1992-2011 рр.



Синоніми та близькі поняття: нефінансова звітність, звітність в області корпоративної відповідальності, соціальна звітність, звітність по триединому підсумку і т.і.

Джерело: GRI G3, www.corporateregister.com

Еволюція розвитку інтегрованої звітності

У лютому 2013 року Європарламент прийняв дві резолюції, що стимулюють розвиток соціального обліку, а у квітні того самого року Єврокомісія прийняла пропозиції щодо збільшення прозорості в соціальних і екологічних питаннях (IP/13/330). Європарламент і Єврорада дійшли згоди щодо цих пропозицій у лютому 2014 року, і вже у квітні Європарламент прийняв відповідну Директиву.

29-го вересня 2014 року Єврорада затвердила *Директиву щодо розкриття нефінансової інформації та інформації про різноманітність великими компаніями та групами* (Directive on disclosure of non-financial and diversity information by large companies and groups). Ці дані повинні розкриватися у звітах менеджменту

Еволюція розвитку інтегрованої звітності

У 2009 році в Лондоні під патронатом принца Вільяма було прийнято фундаментальну декларацію, відому як проект "Бухоблік за стабільністю" (*Accounting for Sustainability Project*).

У 2013 році Рада з міжнародної інтегрованої звітності (*International Integrated Reporting Council – IIRC*) затвердила документ, який є логічним продовженням проекту принца Вільяма - "Концептуальна основа міжнародної інтегрованої звітності" (*international integrated reporting framework*).

Рада з міжнародної інтегрованої звітності – це міжнародна організація, яку характеризують як "глобальну коаліцію регуляторів, інвесторів, компаній, стандартизаторів, бухгалтерської професії та неурядових організацій".

У "Концептоснові" зафіксовано загальні підходи до складання інтегрованої звітності, яку визначено так: "короткий опис того, як саме стратегія організації, її управління, діяльність та плани в контексті зовнішнього середовища ведуть до створення вартості в короткостроковій, середньостроковій та довгостроковій перспективі"

Література

1. Глобальна ініціатива зі звітності (GRI): [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.globalreporting.org>
2. Стандарт взаємодіяння с заінтересованими сторонами. AA 1000 SES: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.accountability.org/standards>
3. AA 1000 AccountAbility Principles Standard 2008: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.accountability21.net>
4. Global Report Initiative Руководство по отчетности в области продолжительного развития: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.globalreporting.org>
5. Стандарт верификации отчетов AA1000 AS [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://csr-eu-jm.com.ua/page7.html>
6. Стандарт» основных принципов подотчетности AA1000APS [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://csr-eu-jm.com.ua/page7.html>

Додаткова література

1. Воробей В. Нефінансова звітність: інструмент соціально відповідального бізнесу / В. Воробей, І. Журовська. — К.: Представництво ООН в Україні, 2010. — 84 с.
2. Сапрыкина М. КСО — практика: 12 шагов при подготовке нефинансового отчета. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://delo.ua/business/kso-praktika-12-shagov-pri-podgotovke-nefinasovogo-otcheta-185313/?supdated_new=1407152162

«ЛАБОРАТОРІЯ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ»

Завдання. Групове завдання: заповнення форм за стандартами нефінансової звітності відповідно до інформації, представленої в кейсі компанії і наданими керівництвами. Розгляньте фрагменти звітів з КСО українських компаній і сформулюйте відповіді на питання, розміщені у кінці кейсу. (80 хвилин)

Інформаційний ресурс до завдання:

Зовнішня соціально відповідальна діяльність

- добросовісна ділова практика;
- інформаційна відкритість;
- сприяння малому та середньому бізнесу;
- посилена відповідальність перед клієнтами за надані продукти та послуги;
- розробка соціально значимих продуктів та послуг;
- просвітницька діяльність, розвиток громадянського суспільства, взаємодія з місцевою громадою та владою в розвитку територій;
- охорона довкілля;
- економне споживання природних та енергоресурсів;
- повторне використання та утилізація відходів;
- організація екологічно безпечних транспортних перевезень;
- акції по озелененню та прибиранню територій;
- відповідальність у рекламно-маркетинговому просуванні своїх продуктів та послуг;
- благодійність та довгострокові соціальні інвестиції

Внутрішня соціально відповідальна діяльність

- розвиток персоналу з метою залучення та затримання талановитих працівників;
- турбота про соціальну захищеність працівників;
- професійний розвиток та навчання працівників;
- безпека та гігієна праці;
- мотиваційні схеми оплати;
- створення умов відпочинку та дозвілля;
- підтримка внутрішніх комунікацій;
- участь працівників у прийнятті управлінських рішень;
- допомога працівникам у кризових ситуаціях, підтримка ветеранів праці

Кейси: «Звітність КСВ компаній українського бізнес-середовища»

Приклад 1.

Компанію було відзначено першою нагородою **Nestle Virtuous Circle Awards** у числі дев'яти найуспішніших ринків Nestle в Європі. Серед переможців — ринок України та Молдови.

Nestle Virtuous Circle Awards — відзнака за наполегливу та напружену роботу. Завдяки напруженій праці всіх співробітників компанія досягла блискучих показників, незважаючи на складні умови на ринку.

Щоб обрати власників цієї почесної нагороди, було враховано такі критерії, як інновації та реновації, ефективне інвестування у розвиток ключових брендів, збільшення частки ринку, зростання прибутковості.

При укладанні звіту було взято до уваги важливі результати та критичні питання, про які, на думку менеджерів організації, Nestle в Україні повинна доповідати у звіті про сталий розвиток. Бізнес-підрозділи та фабрики, включені у звіт, належать до групи Nestle S.A. (Швейцарія) в Україні. Усі дані стосуються Nestle в Україні, крім випадків, якщо зазначено інше.

Реалізація програми створення спільних цінностей, спрямованої на створення нових партнерських відносин з урядами, неурядовими організаціями та малими підприємствами, була розпочата Nestle у квітні 2009 року. Зокрема, програма включає реалізацію широкої освітньої програми, мета якої полягає у популяризації принципів правильного харчування та здорового способу життя серед дітей шкільного віку у різних країнах світу, відкриття науково-дослідного центру в Африці та започаткування спеціальної премії Nestle, якою нагороджують за інноваційний підхід у вирішенні проблем у сфері правильного харчування, водозбереження та розвитку сільського господарства.

Програма створення спільних цінностей є невід'ємною складовою частиною бізнес-стратегії Nestle у сфері правильного харчування та здорового способу життя. Створення спільних цінностей, спрямованих на покращення якості харчування, збереження водних ресурсів і виробництва продуктів харчування, — це запорука довготривалого розвитку бізнесу Nestle. Це також гарантує створення тісного зв'язку між цінностями акціонерів і суспільними цінностями.

Питання

1. Знайдіть 5 прикладів відповідності стандарту 26000 у компанії.
2. Які компанія бачить виклики власному бізнесу в контексті відповідності стандартам КСВ?
3. Які, на Вашу думку, мають бути напрямки удосконалення менеджменту якості відповідно до стандарту 9000?

Приклад 2.

Konica Minolta, Inc. (Konica Minolta) оприлюднила звіт з КСВ (корпоративно соціальної відповідальності) за 2013 рік, в якому розповіла про виконану роботу в галузі соціальної відповідальності бізнесу. У цьому звіті висвітлено діяльність компанії Konica Minolta, яка, для прикладу, допомогла скоротити викиди CO₂ за 2012 фінансовий рік на 50 % порівняно з 2005 фінансовим роком. Також у звіті представлено розрахунок загального обсягу викидів вуглекислого газу, пов'язаних з діяльністю компанії в рамках всього ланцюга постачань.

Звіт з КСВ за 2013 рік забезпечує прозорість даних у багатьох сферах. Наприклад, там представлений розрахунок загального обсягу викидів вуглекислого газу в рамках усієї діяльності Konica Minolta від початку і до кінця. Під час створення звіту враховувалися міжнародні стандарти Протоколу з парникових викидів. Викиди CO₂ під час роботи всього ланцюга постачань компанії у 2012 фінансовому році склали приблизно 1507 млн тонн. Зокрема, викиди від дій компанії, плюс непрямі викиди при споживанні придбаної електроенергії, тепла або пари в загальному склали приблизно 453 тонни, тобто близько 30 % від загального обсягу. Інші непрямі викиди, пов'язані з діяльністю компанії в рамках ланцюжка постачань, включаючи виробництво товарів і використання проданої продукції, склали приблизно 1055 млн тонн, тобто близько 70 % від загального обсягу.

Konica Minolta також робить свій внесок у зниження рівня негативного впливу на навколишнє середовище протягом життєвого циклу продукту. По всьому світу були введені в дію багатогранні програми із захисту екології. При цьому, враховувалася довгострокова програма компанії Konica Minolta, Eco Vision 2050, і середньостроковий план екологічного розвитку до 2015 року, в якому було поставлено основні та специфічні цілі на цей термін. Наряду з доповіддю про хід виконання середньострокового плану екологічного розвитку, в звіті з КСВ за 2013 рік, освітлена реалізація основних трьох проєктів. Це система сертифікації екологічних продуктів, система сертифікації екологічного виробництва і екологічна маркетингова діяльність.

У звіті з КСВ за 2013 рік не тільки наочно показано загальну ситуацію в компанії в області екологічності, а й також наведені докладні приклади інноваційної продукції, такої як серія bizhub C554e, де використовуються перероблені матеріали (близько 40 % зовнішнього корпусу). Один з таких матеріалів, перероблена суміш PC /PET, був спочатку створений шляхом рівномірного змішування продуктів переробки — емностей для охолодження води об'ємом в 1 галон і пластикових пляшок. Кінцевий результат має необхідну міцність і вогнезахисні властивості, які відповідають стандартам безпеки і допускають відливання деталей у форми.

У звіті також представлений проект Konica Minolta, пов'язаний з OPS (Optimized Print Services). OPS — це поєднання консалтингу, друкарського обладнання, програмних рішень і систем документообігу, яке дозволяє ефективно створювати документи і управляти їх потоками. Дані рішення допоможуть скоротити витрати, знизити шкідливий вплив на екологію і забезпечити максимальний контроль процесів друку. Це оптимальне рішення для транснаціональних корпорацій, стратегія яких заснована на глобальному підході.

У звіті Konica Minolta представлено унікальні запити і завдання користувачів, а також пропонуються інноваційні рішення.

Незалежний аудит звіту був проведений компанією KPMG AZSA Sustainability Co. Ltd. Особлива увага приділялася викидам CO₂ при постачанні, виробництві/дослідженні та розробці, а також дистрибуції, продажах, обслуговуванні та використанні продукції. Крім того, враховувалося використання енергії, утилізація відходів виробництва, викиди в атмосферу легких органічних сполук і споживання води.

Питання.

1. Які критерії розглядає компанія в якості критеріїв відповідності КСВ стандартам екологічного менеджменту?
2. Як, на Вашу думку, компанія планує дотримуватись стандартів 14000 з метою постійного покращення екологічного менеджменту на підприємствах?
3. Складіть два переліки значних і незначних факторів, що впливають на запровадження стандартів 14000 у діяльність компанії.

Приклад 3.

Platinum Bank представив свій черговий четвертий звіт про сталий розвиток. «Platinum Bank: орієнтація на клієнта» — це звіт банку про його діяльність у 2013 році.

Дотримуючись традиції нестандартного підходу до звіту, на цей раз банк вибрав формат «Питання-відповідь», у якому всі питання — це реальні питання клієнтів, а банк надає відповіді зі свого боку. Подібний формат допомагає побачити банк очима клієнтів і зрозуміти, що дійсно хвилює суспільство.

У звіті надані різні ініціативи та проекти банку як для клієнтів, так і для співробітників. Описані досягнення та плани подальшого розвитку. Простий і доступний стиль подання інформації допомагає краще зрозуміти внутрішню корпоративну культуру, цінності, якими живуть співробітники банку.

Platinum Bank використовував елементи нового керівництва стандарту GRI G4. Даний звіт складений у форматі «відповідь-питання». У кожного з нас є свої питання до фінансових установ. Пошукайте відповіді на ці питання в звіті Platinum Bank. Це новий цікавий формат прозорості та орієнтації на стейкхолдерів, продемонстрований банком.

Питання

1. Обговоріть у групі та запропонуйте заходи по моніторингу КСВ відповідно до стандарту 26000 на даному підприємстві.
2. Які стандарти використовує банк для формування нефінансової звітності? Які Ваші рекомендації щодо імплементації практики КСВ у діяльність банку?

Приклад 4.

Метою п'ятого нефінансового звіту «**Концерну Галнафтогаз**» є систематизація та висвітлення діяльності компанії згідно з принципами корпоративної соціальної відповідальності. Це перший звіт, який компанія підготувала відповідно до вимог Global Reporting Initiative.

Керуючись принципами Глобального договору ООН, компанія дбає про операційну ефективність і про довготривалий ефект і позитивні зміни від її діяльності для усіх зацікавлених сторін. Уважний аналіз впливів компанії на суспільні процеси допомагає віднаходити шляхи та методи якісної взаємодії зі стейкхолдерами.

Усвідомлення компанією своєї важливої ролі як корпоративного громадянина українського суспільства позитивно вплинуло на багато бізнес-процесів. 2012 рік був результативним для компанії у напрямі інтеграції принципів Глобального договору до стратегічних цілей і бізнес-процесів. Було зроблено кілька важливих кроків в освоєнні нових енергоощадних технологій у будівництві АЗК, що матимуть довготермінові результати та приве-

дуть компанію до нових якісних змін і підходів в оснащенні АЗК «ОККО».

Рейтинги КСВ демонструють виразні позитивні тренди в розвитку соціальної відповідальності українського бізнесу: це і впровадження міжнародних стандартів, і системний підхід до соціальних інвестицій, і сукупні зусилля бізнесу щодо розвитку людського капіталу, збереження довкілля та ін.

Хороший приклад — «вірусний», він має здатність швидко поширюватись. Що більше буде позитивних прикладів відповідальної поведінки, то більше вони будуть мультиплікуватися у нашому суспільстві. Реалізуючи соціальні проекти, компанія стимулює своїх стейкхолдерів робити те ж саме, або й ще краще. Так у суспільстві накопичується критична маса небайдужих людей, а це обов'язково призведе до якісних змін.

Питання.

1. Підготуйте перелік з 5 питань для інтерв'ю із співробітниками компанії стосовно дотримання стандартів SA 8000 та OHSAS 18001.

Приклад 5.

Протягом 22 років своєї діяльності на вітчизняному ринку ПАТ «Укрсоцбанк», UniCredit Bank™, здобув репутацію соціально відповідальної фінансової установи, яка щорічно підтримує велику кількість культурних, спортивних та інших меценатських проектів в Україні.

Будучи соціально відповідальною організацією, ПАТ «Укрсоцбанк», UniCredit Bank™, виступає активним учасником ініціативи Глобального Договору ООН і цілковито поділяє та дотримується 10 принципів Документу. Наразі, це вже третій Звіт з прогресу виконання принципів Глобального Договору ООН, який компанія презентує широкому загалу.

За плечима Банку значна кількість важливих проектів, котрі він традиційно підтримує кожен рік. Міжнародний конкурс молодих піаністів Володимира Горовиця — музичний конкурс широко відомий навіть за межами України. У 2012 році конкурс розпочався в той же день, що і ЄВРО 2012. 59 юних дарунів з 11 країн світу демонстрували свою майстерність киянам і гостям міста протягом 15 днів.

Також у 2012 році ПАТ «Укрсоцбанк», UniCredit Bank™, спільно з UniCredit Foundation і Фондом «Східна Європа», оголосили про запуск нового спільного соціального проекту на території

України. Програми цього проекту орієнтовані на допомогу незахищеним верствам населення та на розвиток українського суспільства в цілому. Головною подією року, в рамках нашого національного спонсорства, стало УЄФА ЄВРО 2012 в Україні.

Питання

1. Підготуйте 5 питань для співбесіди з керівництвом компанії стосовно практики впровадження стандартів КСВ, які не відображені в наданому звіті.

Приклад 6.

Національна страхова компанія «**Оранта**» була заснована 25 листопада 1921 р. як Укрдержстрах. У 2007 році «Оранта» стала приватною компанією та продовжила розвиватися як лідер українського страхового ринку. Сьогодні мережа агентів «Оранти» налічує понад 7000 страхових агентів. У цілому в компанії працює близько 9000 співробітників. З 1994 року «Оранта» є повним членом Моторного транспортного страхового бюро (МТСБУ), а з 2003 року — членом Ядерного страхового пулу. У 2008 році «Оранта» підписала Глобальний Договір ООН і публічно задекларувала свою відданість принципам соціально відповідального бізнесу.

У 2009 році акціонери «Оранти» затвердили рішення збільшити статутний капітал компанії на 600 млн грн. Загалом, за останні п'ять років статутний фонд «Оранти» збільшився у більш ніж 16 разів і сягнув 775 млн грн. Лідерську позицію «Оранти» підтверджують численні публічні нагороди та титули. У 2010 році незалежне рейтингове агентство «Кредит-Рейтинг» підтвердило довгостроковий рейтинг «Оранти» на рівні uaA, виходячи з повного аналізу фінансової звітності компанії. Згідно даних Reputation CapitalUkraine, «Оранта» була названа поміж 20-ти компаній, які викликають найбільшу довіру споживачів в Україні; також, компанія визнана найпрозорішою на страховому ринку країни згідно дослідження Експерт-Рейтинг. «Оранта» займає першу позицію в рейтингу страхових компаній згідно журналу «ТОР-100: найбільші компанії України», також вона визнана лідером страхового ринку 2009 згідно журналу «InsuranceTop».

«Оранта» має багато нагород від Міжнародного фестивалю-конкурсу «Вибір Року», в тому числі у номінаціях «Страхування майна» та «Моторне страхування». 20 травня 2010 р. під час урочистої церемонії в Кабміні України, «Оранта» отримала медаль «Лідери Бізнесу: 10 років розвитку» згідно результатів дослі-

дження однойменного рейтингу «ТОП-100». У грудні 2008 року компанія підписала Глобальний договір Організації Об'єднаних Націй і задекларувала свою прихильність принципам соціально відповідального бізнесу. НАСК «Оранта» співпрацює з професійними українськими й міжнародними організаціями у сфері КСВ, бере участь у роботі комітетів і робочих груп Американської торговельної палати та Європейської бізнес-асоціації.

Питання

1. Обґрунтуйте твердження стосовно готовності компанії укладати звіти з КСВ за стандартами GRI.

Завдання. Дискусійні питання

1. Ви оцінюєте відповідність компанії стандартам колективної соціальної відповідальності. Опишіть, якими критеріями Ви будете керуватися, оцінюючи, наскільки результативними є заходи колективної соціальної відповідальності.
2. Перерахуйте три питання, які б Ви хотіли задати фінансовій установі, щоб впевнитися, що вона впроваджує стандарти колективної соціальної відповідальності в практичну діяльність.

Література

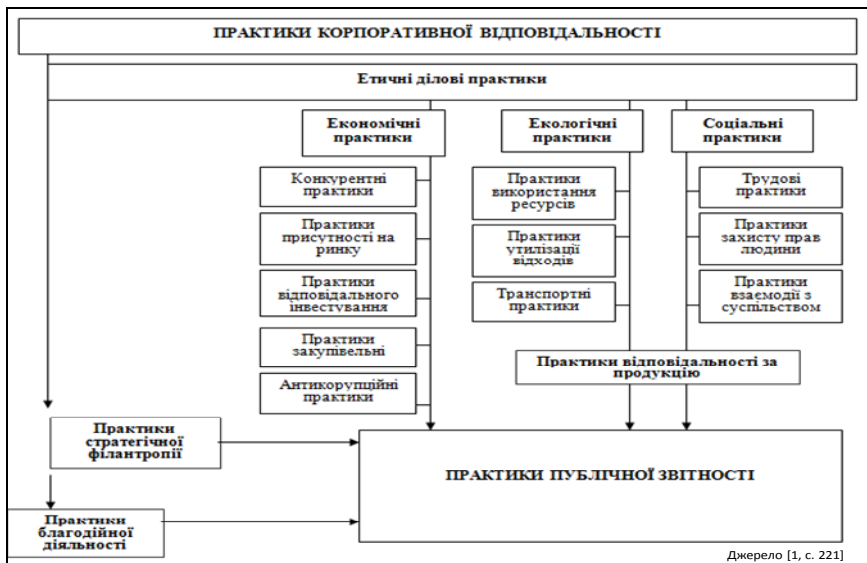
1. Офіційний сайт компанії Nestle [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.nestle.ua/csv>
2. Офіційний сайт компанії Konica Minolta [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.konicaminolta.com/about/csr/>
3. Офіційний сайт банку Platinum Bank [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.platinumbank.com.ua/view.management_standards/
4. Офіційний сайт компанії Концерн Галнафтогаз [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.okko.ua/ru/sustainability>
5. Офіційний сайт банку Укрсоцбанк [Електронний ресурс] — Режим доступу: https://ru.unicredit.ua/corporate_social/
6. Офіційний сайт компанії Оранта [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.oranta.ua/ukr/press_about_company.php

Додаткова література

1. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.

ТЕМА 9. «СИСТЕМА ЄВРОПЕЙСЬКИХ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ»

Лекція «Система практик КСВ»: розглянути систему європейських бізнес-практик КСВ; ознайомитися з їх основними оцінками



СИСТЕМА ПРАКТИК КСВ

Регіональна структура оцінки практик корпоративної відповідальності найбільших компаній світу

EIRIS Global Sustainability Ratings, 2012

Країни	Клас оцінки					Всього %
	A	B	C	D	E	
	Кількість компаній в % від загального числа досліджуваних					
1	2	3	4	5	6	7
Великобританія	20	35	30	5	9	100
США	2	7	42	38	11	100
Азія (Гонконг, Японія, Південна Корея включно)	1	11	42	25	21	100
Європа (без Великобританії)	12	25	35	18	10	100

Умовні позначки: A – найвищий клас оцінки, B, C, D – проміжні класи оцінки, E – найнижчий клас оцінки

Джерело [2, с. 2-4]

СИСТЕМА ПРАКТИК КСВ

Галузева структура оцінки практик корпоративної відповідальності
найбільших компаній світу,

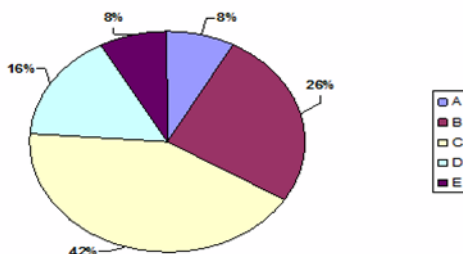
EIRIS Global Sustainability Ratings, 2012

Країни	Клас оцінки					Всього, %
	A	B	C	D	E	
	Кількість компаній в % від загального числа досліджуваних					
1	2	3	4	5	6	7
Продукти здоров'я	21	0	38	42	0	100
Альтернативна енергетика	20	0	20	60	0	100
Роздрібна торгівля продуктами харчування та ліками	14	8	44	31	3	100
Нафта та газ	0	21	13	0	65	100
Гірнична промисловість	0	27	10	0	63	100
Промислові товари	0	19	30	0	51	100

Умовні позначки: A – найвищий клас оцінки, B, C, D – проміжні класи оцінки, E – найнижчий клас оцінки

Джерело [2, с. 4]

СИСТЕМА ПРАКТИК КСВ

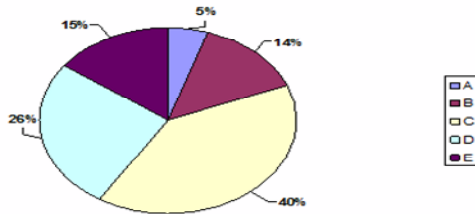


Умовні позначки: A – найвищий клас оцінки, B, C, D – проміжні класи оцінки, E – найнижчий клас оцінки

Рис. . Класи оцінок практик корпоративної відповідальності для 50 найбільших компаній світу, EIRIS Global Sustainability Ratings 2012

Джерело [2, с. 6]

СИСТЕМА ПРАКТИК КСВ



Умовні позначки: А – найвищий клас оцінки, В, С, D – проміжні класи оцінки, Е – найнижчий клас оцінки

Рис. Класи оцінок практик корпоративної відповідальності найбільших компаній світу з FTSE All World Developed (AWD) large-cap Index, EIRIS Global Sustainability Ratings 2012

Джерело [2, с. 6]

КІЛЬКІСНІ ТА ЯКІСНІ ОЦІНКИ КСВ

Найпоширенішими рейтингами сталих компаній в світі є індекси стійкого розвитку:

- Dow Jones Sustainability Index (DJSI);
- FTSE4Good Index;
- MSCI Index

КІЛЬКІСНІ ТА ЯКІСНІ ОЦІНКИ КСВ

Індекс сталого розвитку Доу-Джонса Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI)

- з'явився в 1999 році і став першим всесвітнім рейтингом оцінки економічної стабільності і соціальної відповідальності
- Індeksi DJSI публікуються у партнерстві компаніями Dow Jones Indexes і SAM.
- Щорічно названий рейтинг об'єднує близько 3 тисяч транснаціональних компаній з 58 секторів економіки з 52 країн світу.
- Станом на 2012 рік серія Індексів DJSI представлена 20 індексами, що відображають діяльність соціально-відповідальних компаній по всьому світу. В їх перелік входять: DJSI World (340 компаній), DJSI Europe (166 компаній), DJSI Asia Pacific (154 компаній), DJSI North America (140 компаній), DJSI Korea (52 компаній), DJSI Japan (40 компаній)

КІЛЬКІСНІ ТА ЯКІСНІ ОЦІНКИ КСВ



Рис. 1. Відбір компаній за версією Індeksu DJSI World

КІЛЬКІСНІ ТА ЯКІСНІ ОЦІНКИ КСВ

Критерії оцінки діяльності компанії в області стійкого розвитку

Критерії оцінки	Деталізація критерію
1	2
<i>Економічний вплив</i>	
Ефективність корпоративного управління	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особовий склад Правління; 2. Наявність незалежного голови Ради Директорів; 3. Наявність та аналіз політики у сфері корпоративного управління; 4. Проведення аудиту конфлікту інтересів "принципал-агент"; 5. Дотримання статевої рівності; 6. Оцінка ефективності роботи Правління; 7. Наявність заходів по захисту від недружнього поглинання; 8. Аналіз винагород топ-менеджменту; 9. Оцінка корпоративного управління на основі інформації, отриманої в стейкхолдерів та від ЗМІ
<i>Розвиненість системи ризик-менеджменту та антикризового менеджменту</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Оцінка ефективності управління ризиками; 2. Наявність заходів з оптимізації ризиків; 3. Наявність огляду існуючих ризиків; 4. Наявність карти ризиків; 5. Наявність та аналіз стратегій з управління ризиками; 6. Аналіз дій менеджменту з вирішення ризикових та кризових ситуацій і основі інформації, отриманої від стейкхолдерів та від ЗМІ

Джерело [4]

КІЛЬКІСНІ ТА ЯКІСНІ КСВ

Критерії оцінки діяльності компанії в області стійкого розвитку

Критерії оцінки	Деталізація критерію
1	2
<i>Дотримання кодексу ділової етики/протидії корупції</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Аналіз пріоритетності дотримання кодексу ділової етики; 2. Наявність системи та процедур по дотриманню кодексу ділової етики; 3. Аналіз повідомлень про порушення кодексу ділової етики; 4. Наявність та аналіз політики по протидії корупції; 5. Оцінка бізнес-співробітництва у рамках дотримання кодексу ділової етики та протидії корупції; 6. Аналіз дій менеджменту по дотриманню кодексу ділової етики та протидії корупції на основі інформації, отриманої від стейкхолдерів та від ЗМІ
<i>Галузевий критерій</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Аналіз якості управління брендом, управління взаємовідносинами з клієнтами, управління інноваціями, управління запасами енергоресурсів, досягнення паритету у вартості енергії від альтернативних та традиційних джерел енергії; 2. Оцінка за галузевим критерієм на основі інформації, отриманої від стейкхолдерів та від ЗМІ
<i>Вплив на навколишнє середовище</i>	
<i>Якість екологічної звітності та звітності у сфері стійкого розвитку</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Аналіз повноти розкриття інформації; 2. Кількісний та якісний аналіз інформації, представленої у звітах; 3. Наявність процедури завірення звітів
<i>Галузевий критерій</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Аналіз системи управління впливом на навколишнє середовище, наявність та аналіз кліматичної стратегії, аналіз заходів по збереженню біорозмаїття, аналіз управління якістю продукцією, аналіз заходів по забезпеченню еко-ефективності; 2. Оцінка за галузевим критерієм на основі інформації, отриманої від стейкхолдерів та від ЗМІ

КІЛЬКІСНІ ТА ЯКІСНІ ОЦІНКИ КСВ

Критерії оцінки діяльності компанії в області стійкого розвитку

Критерії оцінки	Деталізація критерію
1	2
<i>Соціальний вплив</i>	
<i>Розвиток людського капіталу</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Аналіз управління розвитком та підвищенням кваліфікації людського капіталу; 2. Наявність показників діяльності людського капіталу; 3. Аналіз якості навчання людського капіталу, в тому числі індивідуального
<i>Залучення та збереження талановитих співробітників</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Рівень покриття персоналу системою оцінки за результатами діяльності; 2. Частка персоналу, що залучений у програми заохочення за результатами, по категоріям працівників; 3. Аналіз системи бонусів в залежності від особистих досягнень співробітника та від результатів діяльності всієї компанії; 4. Наявність корпоративних індикаторів по програмам заохочення співробітників за результатами; 5. Типи індивідуальної оцінки діяльності співробітника; 6. Інформування керівництва про індивідуальні досягнення співробітників; 7. Типи виплат за результатами діяльності співробітників; 8. Рівень задоволеності співробітників компанії своєю діяльністю в компанії; 9. Оцінка діяльності по заохоченню та збереженню талановитих співробітників на основі інформації, отриманої від стейкхолдерів та від ЗМІ
<i>Трудові відносини</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Аналіз практики вирішення конфліктних ситуацій; 2. Наявність ключових показників ефективності; 3. Оцінка трудових відносин в компанії на основі інформації, отриманої від стейкхолдерів та від ЗМІ

КІЛЬКІСНІ ТА ЯКІСНІ ОЦІНКИ КСВ

Критерії оцінки діяльності компанії в області стійкого розвитку

Критерії оцінки	Деталізація критерію
1	2
<i>Трудові відносини</i>	
<i>Трудові відносини</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Аналіз практики вирішення конфліктних ситуацій; 2. Наявність ключових показників ефективності; 3. Оцінка трудових відносин в компанії на основі інформації, отриманої від стейкхолдерів та від ЗМІ
<i>Корпоративна соціальна відповідальність та філантропія</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Наявність та аналіз стратегій в області КСВ; 2. Обсяг інвестицій в КСВ; 3. Оцінка ефективності вкладень у сфері КСВ; 4. Аналіз філантропічної діяльності
<i>Соціальна звітність</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Оцінка повноти розкриття інформації; 2. Кількісний та якісний аналіз інформації, представленій у звітах; 3. Наявність та аналіз процедури завершення звітів
<i>Галузевий критерій</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Аналіз рівня соціальної інтеграції, рівня здоров'я та безпеки співробітників, дотримання здорового способу життя серед співробітників, дотримання біоетики, наявність стандартів закупок тощо; 2. Оцінка за галузевим критерієм на основі інформації, отриманої від стейкхолдерів та від ЗМІ

КІЛЬКІСНІ ТА ЯКІСНІ ОЦІНКИ КСВ

Схема визначення ваги компанії для включення в Індекс DJSI World

	Капіталізація (млн. євро)	Підсумковий показник по КСВ	Вага компанії в індексі
Компанія 1	10 000	100	100/3000=3,3%
Компанія 2		80	80/3000=2,7%
Компанія 3		60	60/3000=2,0%
...	
Компанія 49		50	50/3000=1,7%
Компанія 50		40	40/3000=1,3%
Всього		3000	

КІЛЬКІСНІ ТА ЯКІСНІ ОЦІНКИ КСВ

Індикатори оцінки компаній в Corporate Knights в Global 100 Most Sustainable Corporations in the World 2012 р.

№	Індикатори оцінки	Формула розрахунку
1	2	3
1	Енергетична продуктивність (долари США/гігаджоуль)	Продажі (долари США)/Загальне пряме та непряме енергетичне споживання (гігаджоулі)
2	Вуглецева продуктивність (долари США/тонну CO2)	Продажі (долари США)/Загальні CO2 та CO2 еквівалентні викиди (тон)
3	Продуктивність води (долари США/м3)	Продажі (долари США)/Загальні об'єми використання води (м3)
4	Продуктивність відходів(долари США/тонну)	Продажі (долари США)/Загальна кількість виробництва відходів(тон)
5	Диверсифікація лідерства (%)	% жінок в топ-менеджменті
6	Відносність оплати праці CEO (виконавчого директора компанії)(рази)	Найвища оплата офісної компенсації / Виплачена середня робоча компенсація за 3 річний період
7	Податки (%)	% сплачених податків в готівці в середньому за 3 роки
8	Продуктивність безпеки	Продажі (долари США)/кількість інцидентів, що привели до втрати часу* 50 тис доларів США + кількість смертей * 1 мільйон доларів США
9	Критерій сталої оплати праці	Наявність хоча б одного топ-менеджера, оплата праці якого залежить від сталого розвитку компанії
10	Інноваційна потужність	Витрати на дослідження та розвиток (долари США)/Середній об'єм продажу за 3 роки (долари США)/
11	Плинність кадрів (%)	Загальна кількість працівників, які звільнилися за власним бажанням, пішли у відставку, вишли на пенсію, померли на виробництві/Загальна кількість працівників звітного періоду

Джерело [5, 6]

Завдання. Дискусійний відео ресурс «Планета — наш дім»

Слухачам пропонується для перегляду відео ресурс (кліпи, фрагменти документальних чи художніх фільмів, презентації чи виступи експертів — 30 хвилин):

- Дім <https://www.youtube.com/watch?v=xw2OJLzKLRI>
- Сміттеве місто Агбогблоші <https://www.youtube.com/watch?v=Bush-yкН9ig>
- Сміттевий острів в Тихому океані https://www.youtube.com/watch?v=g_sEHtdjZPo
- Під владою сміття <https://www.youtube.com/watch?v=X9-MzKgQttQ>

По завершенню пропонується дискусія з наведенням прикладів безвідповідальних моделей поведінки, що ведуть до знищення нашої планети (10 хвилин).






Література

1. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.
2. On track for Rio+20 How are global companies responding to sustainability ERIIS Sustainability Report, April 2012: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.eris.org>
3. DJSI 2012 Review Results: [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.sustainability-indexes.com/images/review-presentation-2012_tcm1071-343085.pdf
4. Measuring Intangibles SAM's Corporate Sustainability Assessment Methodology: [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.sustainability-indexes.com/images/sam-csa-methodology-en_tcm1071-338252.pdf
5. Corporate Knights Inc.: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.corporateknights.com>
6. Media Release Corporate Knights Global 100 Most Sustainable Corporations Announced in Davos, Davos, Switzerland, January 25, 2012: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.global100.org>

ТЕМА 10. «ЄВРОПЕЙСЬКІ БЛАГОДІЙНІ ПРАКТИКИ КСВ»

Лекція «Європейські благодійні практики КСВ»: розглянути європейські благодійні практики КСВ; ознайомитися з їх видами та мотивами

ПОНЯТТЯ КОРПОРАТИВНОЇ БЛАГОДІЙНОСТІ

- ЧОМУ?  МОТИВИ
- КУДИ?  СФЕРИ
- ЩО?  РЕСУРСИ
- ЯКИМ ЧИНОМ?  ІНСТРУМЕНТИ
- ЯКІ БАР'ЄРИ?  РИЗИКИ

Поняття корпоративної благодійності

- Добровільна безкорислива діяльність бізнес-компаній, що не передбачає отримання прибутків від цієї діяльності
- Безоплатна або пільгова передача матеріальних і нематеріальних ресурсів компанії соціальним і культурним установам, соціально незахищеним верствам населення тощо

ЧОМУ?

Основні мотиви благодійності

- АЛЬТРУЇЗМ
- Особиста зацікавленість власників, акціонерів, топ-менеджменту
- Благодійне інвестування
- Сфокусована благодійність
- Партнерські вигоди
- Лідерство
- Соціальний тиск
- Іміджеві дивіденди

Основні мотиви корпоративної благодійності

Основні мотиви	Стратегія реалізація
АЛЬТРУЇЗМ	Стратегія безкорисливої допомоги без очікування визнання та преференцій
Особиста зацікавленість власників, акціонерів, топ-менеджменту	Стратегія росту капіталу та доходів від інвестування на основі зменшення оподаткування
Благодійне інвестування	Стратегія просування продукції з метою цілеспрямованої допомоги для розширення соціальних змін
Сфокусована благодійність	Стратегія покращення умов середовища компанії з метою отримання соціальних дивідендів
Партнерські вигоди	Стратегія допомоги громаді, регіону, території діяльності компанії для очікування іміджевих преференцій

КУДИ? Сфери благодійності

Сфери благодійності	Географічний регіон
Соціальний захист	Територія бізнес діяльності
Культура та мистецтво	Місце розташування головного офісу
Охорона здоров'я	Місце розташування філіалів
Освіта	Місце розташування представництв
Наука і технології	Майбутні регіони бізнес-присутності
Дозвілля	
Екологія	
Релігія	
Права людини	
Економічний розвиток	
Демократичні перетворення	

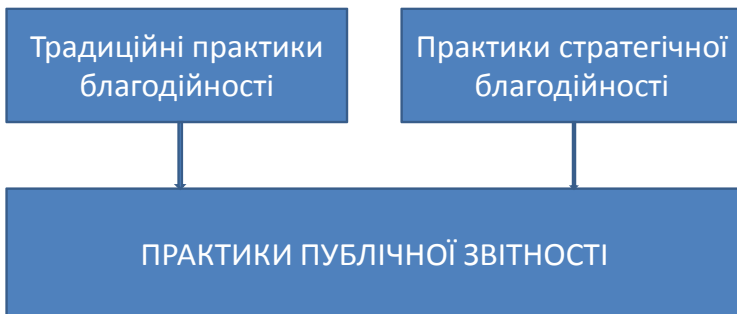
ЩО? РЕСУРСИ

Активи компанії	
	Фінансові ресурси
	Товари та майно
	Час
	Професійні навички співробітників
	Технології та ноу-хау

ЯКИМ ЧИНОМ? ІНСТРУМЕНТИ

Активи компанії	Інструменти благодійності
Фінанси	Благодійний рахунок Грантові програми Операційні програми Корпоративний фонд
Товари та майно	In-kind giving програми
Час	Корпоративне волонтерство
Професійні навички співробітників	Pro-bono послуги
Технології та ноу-хау	

Європейські благодійні практики КСВ



БЛАГОДІЙНІ ПРАКТИКИ КСВ

- Поки що не сформовані чіткі критерії та принципи, що відрізняють поняття корпоративна відповідальність та корпоративна благодійність (корпоративна філантропія). Досить часто ці поняття ототожнюють або розглядають їх паралельно

БЛАГОДІЙНІ ПРАКТИКИ КСВ

Приклади благодійних практик ТНК

Компанія 1	Благодійна практика 2	Регіон реалізації 3	Контекст реалізації 4
Coca-Cola	Підтримка благодійної організації StreetGames в популяризації активного способу життя та розвитку вуличного спорту серед молоді з неблагополучних верств населення.	Великобританія	Фінансування організації StreetGames з 2010 по 2013 рр.
	Благодійна програма «Галерея сердець» по встановленню контактів між потенційними усновлювачами, меценатами, органами опіки, дитячими будинками та дітьми.	Росія	Діє з 2010 р.
McDonald's	Міжнародний благодійний фонд «Дім Рональда Макдональда» по допомозі дітям з обмеженими можливостями здоров'я.	48 країн світу	Діє з 1984 р., зібрано більше 420 млн. доларів
Google	Програма Google Grants по підтримці благодійних організацій	26 країн світу	Діє з 2003 р., розмір гранту (для організацій) – 330 доларів США в день, або майже 10 000 доларів США в місяць
Microsoft Dell	Партнерський проект соціального маркетингу з боротьби з СНІДом в країнах Африки	Країни продажу ноутбуку XPS	Перерахування 50 доларів США з кожного проданого ноутбука XPS у спеціальний благодійний фонд

Традиційні практики благодійності

- Безоплатна або пільгова передача матеріальних та нематеріальних ресурсів компанії соціальним і культурним установам, соціально незахищеним верствам населення, тощо
- Адресна допомога
- Благодійні програми
- Грантові програми
- Корпоративні фонди

Адресна допомога

- Благодійна допомога, що надається на запит фізичних чи юридичних осіб і дає можливість сплатити чи надати саме той товар або послугу, яка потрібна набувачу допомоги.

Благодійні програми

- Послідовна благодійна діяльність компанії, об'єднана однією метою та спрямована на отримання конкретного результату і соціального ефекту

Грантові програми

- Цільові кошти, що надаються на безповоротній основі некомерційним установам або фізичним особам на реалізацію соціальних проєктів, благодійних програм, проведення досліджень, навчання, інші суспільно корисні цілі з наступним звітом про їх використання та результати зміни ситуації

Корпоративні фонди

- Благодійний фонд, який створює бізнес-корпорація або комерційна установа для систематичної благодійної діяльності, де більша частина фінансових надходжень фонду — це внески самої компанії засновника

Практики стратегічної благодійності

- Соціальне інвестування
- Соціальне підприємництво
- Корпоративне спонсорство
- Венчурна філантропія
- Корпоративне волонтерство
- Соціальний маркетинг
- Регіональне міжсекторне партнерство
- Pro-bono практики
- In-kind gifts

Соціальне інвестування

- Форми реалізації фінансової допомоги в довгострокові програми, які спрямовані на зниження соціального напруження в регіоні присутності компанії та підвищення рівня життя різних верств населення
- Готовність інвесторів визначати та сприймати «соціальний прибуток» в обмін на грошові кошти
- При реалізації таких практик в межах законодавства є прихованою формою КВ у рамках балансування інтересів і відповідальності компаній і суспільства

СОЦІАЛЬНЕ ІНВЕСТИВАННЯ

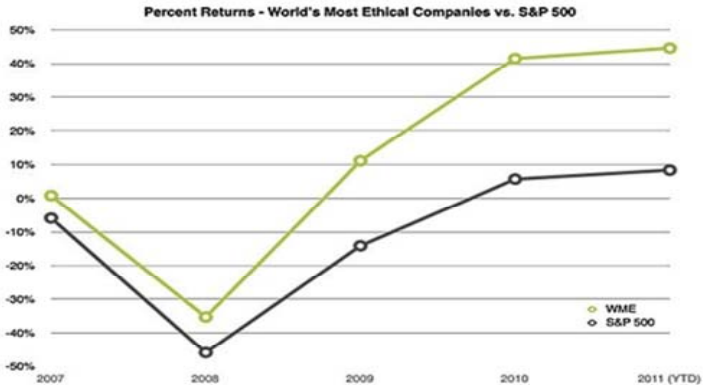


Рис. 1. Динаміка рейтингів WME Індексу та S&P 500, 2007–2011 рр.

Джерело [2]

Соціальне підприємництво

- Самостійна господарська діяльність неприбуткової організації з метою отримання доходу, який спрямовується на реалізацію місії та (або) статутних цілей організації

Корпоративне спонсорство

- Бізнес-відносини між двома сторонами, які обмінюються цінностями, враховуючи публічну підтримку

Венчурна філантропія

- прямі інвестиції в благодійність
- вид підтримки, за якої дарувальник вкладає не тільки кошти, але й час, інтелектуальні та інші ресурси в довгострокові партнерські взаємовідносини з соціальним ефектом
- система професійних благодійних фондів, які пропонують послуги з управління благодійними коштами по відслідковуванню ефективності та результативності їх

Корпоративне волонтерство

- політика компанії, що ґрунтується на гуманістичних цінностях, усвідомленні важливості ініціативи, солідарності та відповідальності і спрямована на залучення працівників компанії до благодійної діяльності суспільно-корисного характеру за межами їх робочого часу

Соціальний маркетинг

- маркетинг спрямований на зміну соціальної поведінки та отримання вигод певною цільовою групою та суспільством у цілому

Регіональне міжсекторне партнерство

- добровільне співробітництво на партнерських засадах представників різних секторів (бізнесу, держави та громадянського суспільства), з метою сталого розвитку на основі ефективного розподілу додаткових ресурсів

Pro-bono послуги

- професійна діяльність, що виконується добровільно на безоплатній основі, для соціально незахищених верств населення

In-kind gifts практики

- форма благодійної пожертви, яка надається не у формі коштів, необхідних для закупівлі потрібних послуг і товарів, а самими послугами та товарами

ЯКІ БАР`ЄРИ? РИЗИКИ

- стабільність і розмір фінансових ресурсів
- рівень контролю за використанням благодійних ресурсів
- повнота інформацію про сферу діяльності
- управління
- підходи до благодійництва

ПОЗИТИВНІ ЕФЕКТИ

Підвищення

- іміджу компанії
- продуктивності праці
- відповідальності за наслідки діяльності
- рівня задоволення співробітників
- економічного розвитку регіону
- рівня добробуту громади
- доступу до ресурсів
- відданості співробітників
- внутрішньо корпоративних комунікацій
- персональних навиків співробітників

Конфлікт інтересів у благодійності

- це ситуація, коли посадові обов'язки співробітників компанії нівелюються персональним інтересом, що не дає змоги виконувати зобов'язання на користь компанії

Коли виникає конфлікт інтересів

- отримувачами благодійної допомоги від компанії є відповідальні співробітники компанії-благодійниці
- отримувачі — члени їх сімей
- в організаціях, що отримують допомогу працюють члени сімей відповідальних співробітників
- при закупівлі товарів чи послуг
- при оформленні власності на нерухомість
- інші причини

Форми конфлікту інтересів

- прямі виплати
- непрямі фінансові вигоди
- конфлікт лояльності

Сценарій уникнення конфлікту інтересів

1. Розробка політики уникнення конфлікту інтересів:

- коло осіб
- визначення конфліктних ситуацій
- вимоги до кола осіб
- заборона конкретних дій
- вимоги щодо документування ситуацій конфлікту
- вимоги щодо юридичного консультування

Сценарій уникнення конфлікту інтересів

- 2. Заповнення відповідних форм**
- 3. Визначення способу повідомлення про
можливий конфлікт інтересів**
- 4. Перевірка виконання вимог щодо
конфлікту інтересів**
- 5. Проведення практичних занять навчання
відповідальних осіб щодо конфлікту інтересів**

Завдання. Інформаційний макет проекту «Корпоративний фонд: системний підхід до благодійності». Створення благодійного корпоративного фонду (40 хвилин)

Благодійний корпоративний фонд

- фонд, який створює бізнес-корпорація або комерційна установа для систематичної благодійної діяльності, де більша частина фінансових надходжень – це внески самої компанії засновника;
- структура управління благодійною діяльністю, що забезпечує відокремлення благодійного напрямку від основної бізнес-діяльності компанії

Цілі

- перерозподіл благ від більш забезпечених до менш забезпечених
- підвищення ефективності надання послуг і розподілу благодійних коштів
- започаткування та підтримка бажаних змін в суспільстві
- підтримка креативних підходів, концепцій і форм благодійної діяльності

Найпоширеніші сфери діяльності

- соціальний захист
- охорона здоров'я
- освіта
- культура
- захист прав людини
- соціально незахищені верстви населення

Традиційні технології

- надання грантів
- реалізація операційних програм
- підтримка та впровадження соціальних ініціатив

Ключові моменти

- мета та напрямки діяльності
- рівень незалежності (залежності) фонду від компанії-засновника
- підходи до фінансування
- структура управління
- система звітності
- типи програм (гранти, операційні, спонсорські)
- виміри ефективності діяльності
- система забезпечення життєдіяльності ініціатив

Місія

- філософія – цінності та принципи
- призначення – цілі
- короткий варіант – 1–2 речення (брендовий слоган для формування іміджу компанії)
- розширений варіант – докладне розкриття цілей, сфер, методів досягнення цілей і взаємодії з суспільством/групадою

Бачення

- образне уявлення позитивних перетворень, перспектив, які відбудуться в разі виконання фондом своєї місії
- конструкція
 - проста
 - лаконічна
 - динамічна
 - зручна до сприйняття
 - заслуговувати на довіру

Цінності

- ключові пріоритети в корпоративній культурі фонду та компанії
- приклади:
 - Почни з себе!
 - Звітуємо перед Вами!

Функції та склад органів управління

Назва органу управління	Функції	Склад	Регламент засідань
Рада засновників Загальні збори засновників	Розробка політики та визначення стратегії	Засновники фонду та компанії	1-2 рази на рік
Правління фонду	Керівництво між Загальними зборами	Засновник, топ-менеджмент та співробітники компанії	1 раз на місяць
Виконавча дирекція	Виконання рішень прийнятих Загальними зборами та Правлінням фонду	Найнятий персонал	Щодення робота
Контрольно-ревізійна комісія/ наглядова рада	Контроль за діяльністю дирекції та правління	Представники компанії та громади	

ПІДХОДИ ДО ФІНАНСУВАННЯ

№	Підходи	Зміст
1	Щорічні відрахування від прибутку компанії	100% фінансування діяльності фонду
2	Створення ендаументу	Створення недоторканого цільового капіталу фонду, що зберігається на депозитних рахунках або у цінних паперах, відсотки чи дивіденди від якого використовуються на реалізацію благодійних програм
3	Часткове фінансування	Фінансування витрат на адміністративні видатки фонду (з/пл., оренда офісу, витрати на комунікації, тощо), пріоритетних програм. Інші програми – самостійне залучення ресурсів

Операційний цикл діяльності фонду

- визначення базових засад діяльності
- визначення структури управління
- планування та здійснення діяльності
- моніторинг і оцінка діяльності
- звітування

Система оцінки

- уточнення цілей і завдань програми фонду
- визначення очікуваних наслідків реалізації програми
- визначення системи результативних індикаторів

Звітування

- звіти до податкових органів
- публічний річний звіт про благодійну діяльність

ПОЗИТИВНІ ЕФЕКТИ

- **ПОКРАЩУЄ** імідж компанії
- **СПРИЯЄ** професіоналізації та результативності компанії у сфері благодійності
- **ДЕМОНСТРУЄ** прозорість і підзвітність реалізації благодійних і соціальних ініціатив
- **ПІДВИЩУЄ** відповідальність компанії
- **ЗАБЕЗПЕЧУЄ** гнучкість планування та акумулювання засобів на благодійність
- **НАДАЄ МОЖЛИВІСТЬ** використання податкових пільг

CASE-STUDY: КОРПОРАТИВНИЙ ФОНД «...»

- Компанія «...»
- Стратегія КСВ компанії «...»
- Причини створення фонду
- Мета і завдання фонду
- Основні принципи діяльності
- Програми фонду
- Терміни реалізації програм фонду
- Взаємодія зі стейкхолдерами (державними органами, органами місцевого самоврядування, громадськими організаціями, експертним товариством, залучення волонтерів та інших компаній)
- РЕЗУЛЬТАТИ БЛАГОДІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Завдання. Інформаційний макет проекту «Грантові програми: підтримка організацій громадянського суспільства». Розробка грантової програми (40 хвилин)

ГРАНТОВІ ПРОГРАМИ

- ГРАНТИ – це цільові кошти, що надаються на безповоротній основі некомерційним організаціям, або фізичним особам на реалізацію соціальних проектів, благодійних програм, на проведення досліджень, навчання та інші суспільно корисні цілі з наступним звітом про їх використання та результати зміни ситуації

ГРАНТОВІ ПРОГРАМИ

УМОВИ надання грантів

- потреба чи розуміння наявної проблеми
- запропонований алгоритм вирішення проблеми
- очікуваний результат
- обґрунтована потреба в коштах

ГРАНТОВІ ПРОГРАМИ

ВИДИ ГРАНТІВ

- гранти на програми
- гранти на розвиток потенціалу
 - на навчання
 - дослідження
 - участь у заходах
 - підтримку діяльності організацій
 - старт новостворених організацій

ГРАНТОВІ ПРОГРАМИ

ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ГРАНТОВОЮ ПРОГРАМОЮ

1. Планування та підготовка
 - цілі та пріоритети
 - формування грантового комітету
 - розробка грантових процедур
2. Конкурс і відбір проектів
 - поширення інформації
 - реєстрація заявок
 - оцінка заявок
 - відбір проектів

ГРАНТОВІ ПРОГРАМИ

ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ГРАНТОВОЮ ПРОГРАМОЮ

3. Реалізація

- інформування переможців конкурсу
- підписання контрактів
- моніторинг виконання проектів
- аналіз звітів грантерів
- підтримка постійних комунікацій

4. Оцінювання результатів

- аналіз загальних результатів та їх впливу
- коригування грантових програм
- підготовка та поширення звітів

ГРАНТОВІ ПРОГРАМИ

ПЕРЕЛІК ПРОЦЕДУР ГРАНТУ

- умови проведення конкурсу
 - географія
 - обсяг одного гранту
 - строк реалізації проекту
 - учасники
 - строк подання заявки
- правила та критерії відбору
- процедура прийняття рішення
- процедура звітності
- процедура моніторингу
- процедура оцінювання результатів проекту

ГРАНТОВІ ПРОГРАМИ

АПЛІКАЦІЙНА ФОРМА (зміст)

- назва проекту
- інформація про організацію
- опис проблеми
- мета проекту
- завдання проекту
- заплановані види діяльності
- календар проекту
- цільова аудиторія проекту
- очікувані результати
- підходи до моніторингу та оцінки
- бюджет

ГРАНТОВІ ПРОГРАМИ

КРИТЕРІЇ ВІДБОРУ ПРОЕКТІВ

- кваліфікація та практичний досвід учасників
- відповідність ідеї проекту конкурсним мевам
- наявність актуальної проблеми
- користь проекту та очікувані соціальні зміни
- реалістичність проекту
- відповідність завдань проекту його цілям
- збалансованість витрат
- вклад організації виконавця
- потенціал сталості результатів

ГРАНТОВІ ПРОГРАМИ

ГРАНТОВІ СТРУКТУРИ (прийняття рішень)

- експерта рада/експерти
- грантовий комітет/конкурсна комісія
- керівний орган корпоративного фонду компанії (правління/збори засновників/підкувальна рада)
- відповідальна особа організації посередника
- відповідальний представник компанії

ГРАНТОВІ ПРОГРАМИ

МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ГРАНТОВИМИ ПРОГРАМАМИ

- корпоративна реалізація грантової програми
 - реалізація грантової програми через посередника
 - створення власного фонду

ГРАНТОВІ ПРОГРАМИ

Корпоративна реалізація грантової програми

Плюси	Мінуси
Не вимагає значних витрат на утримання окремої структури	Відволікає людські ресурси компанії
Зміцнення бренду	Складність оцінювання результатів
	Не систематичність
	Необхідність відбору та підготовки персоналу

ГРАНТОВІ ПРОГРАМИ

Реалізація грантової програми через посередника

Плюси	Мінуси
Професійний менеджмент	Не системність (разові грантові ініціативи)
Розподіл адміністративних витрат між компанію та посередником	Відсутність гнучкості при виконанні програм
Відсутність витрат на пошук та підготовку спеціалістів	Переважає брендінг посередника
	Різні уявлення про актуальність

ГРАНТОВІ ПРОГРАМИ

Створення власного фонду

Плюси	Мінуси
Професійний менеджмент, системність, вимірність результатів	Витрати на утримання окремої структури
Планування коштів на грантові програми	Необхідність пошуку та розвитку персоналу
Контроль витрат та оцінка результатів	Системність фінансування
Додатковий ресурс для брендінгу компанії	
Можливість залучення додаткових ресурсів	
Гнучкість у виборі напрямів	
Не відволікає людський ресурс компанії	

ПЕРЕЛІК

питань, що допоможуть ефективно спланувати грантову програму

- Чого компанія прагне досягти за допомогою грантової програми?
- Чи буде грант пов'язаний з діяльністю компанії?
- Чи готова компанія до змін своєї стратегії?
- Наскільки враховані потреби зацікавлених сторін щодо сфери розподілу грантів?
- Скільки грошей компанія планує виділяти?
- Який розмір грантів?
- Довго строковість грантової програми?
- Яка форма звітності для грантерів?
- Модель управління грантовою програмою?
- Зміст аплікаційної форми? Як і де її можна отримати?
- Чи потрібний пошук додаткових ресурсів?

**Завдання. Інформаційний макет проекту
«Корпоративне волонтерство» (40 хв.)**

КОРПОРАТИВНЕ ВОЛОНТЕРСТВО

- політика компанії спрямована на залучення працівників компанії для благодійної діяльності, що ґрунтується на гуманістичних цінностях, усвідомленні важливості ініціативи, солідарності і відповідальності.
- феномен КВ виникає на зламі інтересів трьох соціальних гравців: бізнесу, громади та безпосередньо волонтерів.

КОРПОРАТИВНЕ ВОЛОНТЕРСТВО

- волонтер — фізична особа, яка добровільно здійснює благодійну, неприбуткову та вмотивовану діяльність, що має суспільно-корисний характер.
- програми КВ – це неформальний канал поширення таких суспільних цінностей, як безкорисливість, взаємодопомога та піклування

КОРПОРАТИВНЕ ВОЛОНТЕРСТВО

Бізнес-навички для успішної реалізації КВ

- комунікативні
- організаційні
- тайм-навички (управління часом)
- навички побудови відносин (реляційні)
- навички проектного менеджменту
- навички виживання (боротьба зі стресом, вибір пріоритетів)

КОРПОРАТИВНЕ ВОЛОНТЕРСТВО

Підходи до розробки програм КВ

1. КВ, кероване компанією
2. КВ, кероване працівниками

КОРПОРАТИВНЕ ВОЛОНТЕРСТВО

КВ, кероване компанією

- враховує стратегію компанії
- враховує ризики розвитку
- пов'язана з основним бізнесом та професійними навиками

ПРИКЛАДИ:

- безкоштовні курси з елементарної фінансової грамотності для вразливих верств молоді
- розбудова навиків соціального маркетингу неприбуткової організації

КОРПОРАТИВНЕ ВОЛОНТЕРСТВО

КВ, кероване співробітниками

- здійснюється у вільний від роботи час
- обмеження ролі компанії (фінансова чи іделогічна)
- ініціатива співробітників

КОРПОРАТИВНЕ ВОЛОНТЕРСТВО

ЗАХІДНІ ПРАКТИКИ

- **Формат «гроші за вчинки»** — розмір пожертви компанії еквівалентний вартості робочого часу, витраченого працівниками
- **Схема «банк часу»** — узгоджується певний бюджет робочого часу, який співробітники можуть витратити на підтримку волонтерських програм
- **Формат «спеціаліст на прокат»** — занурення в реальне життя з використанням власних знань і досвіду

КОРПОРАТИВНЕ ВОЛОНТЕРСТВО

Розробка програми КВ

1. Визначте, на кого буде орієнтована програма
2. Наскільки програма КВ буде сприяти досягненню бізнес цілей?
3. Яким чином програма КВ узгоджується з іншими програмами?
4. Способи управління програмою КВ
5. Який вклад внесе компанія?
6. Чи можливе приєднання до інших програм КВ?
7. Показники успішності програми КВ

Література

1. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.
2. World's Most Ethical Company Ranking:[Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://libymax.ru/wp-content/uploads/2011/03/WME-v-SP-index.jpg>

Додаткова література

1. Благодійні інституції України: сучасний стан та перспективи розвитку (за результатами соціологічного дослідження) / [О.В. Безпалько, Ю.М. Галустян, А.В. Гулевська-Черниш, Г.М. Лактіонова, Л.Б. Магдюк, Д.В. Непочатова, Л.М. Паливода]; за заг. ред. А.В. Гулевської-Черниш. — К.: Книга плюс, 2008. — 120 с.
2. *Панченко Є.Г., Петрашко Л.П.* Регіональні між секторні партнерства: інструмент стратегічної корпоративної філантропії / Є.Г. Панченко, Л.П. Петрашко // Проблеми и перспективи развития сотрудничества между странами Юго-Восточной Европы в рамках Черноморского экономического сотрудничества и ГУАМ. — Сборник научных трудов. — Одесса-Севастополь-Донецк: ДонНУ, ЗФ НИСИ в г. Донецке, 2011. — С. 586–590.
3. *Петрашко Л.П.* Інноваційні інструменти корпоративної благодійності: міжнародний і вітчизняний досвід / Л.П. Петрашко // Вісник Чернівецького торгово-економічного інституту. — Вип. II (42) ч.2. Т.1. Економічні науки. — Чернівці-Луцьк: ЧТЕІ КНТЕУ, 2011. — С. 304–309.
4. Практика благодійної діяльності бізнес — компаній в Україні: сучасний досвід: звіт за результатами дослідження / [А. Гулевська-Черниш, Д. Непочатова, Л. Паливода, С. Шендеровський]; за заг. ред. А.Гулевської-Черниш. — К.: Салютіс, 2010. — 60 с.
5. Принципи ефективної благодійності. Практичні рекомендації для благодійників / Європейський центр фондаций. — К.: Український форум благодійників, 2008. — 54 с.
6. *Burlingame D.* Corporate Philanthropy at the Crossroads. — Conflict Management. — 1998. — №8. — P. 187–215.
7. Company Giving in Europe. A survey of different approaches to Community Involvement in Each of the Member States of the European Community with Case Studies of Good Practices. Brussels: European Foundation Centre, 1999: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.netlipse.eu/media/18750/NETLIPSE%20book.pdf>
8. *Porter M., Kramer M.* The competitive advantage of corporate philanthropy. — Harvard Business Review. — 2002. — N 80 (12). — P. 56–68.

ТЕМА 11. «ЄВРОПЕЙСЬКІ ЕКОНОМІЧНІ ПРАКТИКИ КСВ»

Лекція «Європейські економічні практики КСВ»: розглянути економічні практик КСВ; ознайомитися з їх основними принципами



ЕКОНОМІЧНІ ПРАКТИКИ КСВ

ПРАКТИКИ ПРИСУТНОСТІ НА РИНКУ

- співвідношення стандартної заробітної плати початкового рівня та встановленої мінімальної заробітної плати в регіоні діяльності
- практики місцевих закупок сировини
- процедури найму місцевого населення
- практики найму місцевого топ-менеджменту

ЕКОНОМІЧНІ ПРАКТИКИ КСВ

КОНКУРЕНТНІ ПРАКТИКИ

- перешкода конкуренції (кількість випадків правових дій до компанії щодо протидії конкуренції)
- завуальоване лобювання інтересів (грошовий вимір фінансових і матеріальних пожертв політикам та їх партіям)
- тощо

ПРИНЦИПИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Принципи	Основні компоненти
1	2
Принцип 1. Врахування екологічних та соціальних факторів, а також факторів корпоративного управління в рамках інвестиційного аналізу та прийняття інвестиційних рішень	а) декларація політики корпорації; б) управління внутрішніми інвестиціями; в) співробітники, досвід роботи та внутрішнє навчання; г) зовнішнє управління інвестиціями; д) стимулювання розвитку галузі
Принцип 2. Активна участь в управлінні корпорацією та включення екологічних, соціальних та управлінських факторів у практику управління інвестиціями	а) загальні підходи учасників до активного володіння активами; б) політика та практика голосування; в) проведення голосування за довіреністю; г) реєстрація документів акціонерів; д) практика участі акціонерів у проектах; е) визначення успішності проекту; є) самооцінка учасників
Принцип 3. Прагнення до розкриття екологічних, соціальних та управлінських факторів корпораціями – потенційними об'єктами інвестування	а) підготовка звітів за результатами вирішення питань в екологічній, соціальній сферах та сфері корпоративного управління

ПРИНЦИПИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

<p>Принцип 4. Підвищення обізнаності та участі бізнес-спільноти у реалізації Принципів</p>	<p>а) вплив на ланцюжок поставок; б) приведення інвестиційних процесів у відповідність з інтеграцією питань охорони навколишнього середовища, соціальної сфери та корпоративного управління; в) участь у політичних дебатах; г) розробка галузевих інструментів</p>
<p>Принцип 5. Спільна робота та співробітництво з метою підвищення ефективності реалізації Принципів</p>	<p>а) кліринговий центр Принципів відповідального інвестування; б) спільні ініціативи</p>
<p>Принцип 6. Звітність кожного учасника ініціативи про результати діяльності та досягнутий прогрес у межах дотримання Принципів</p>	<p>а) розкриття інформації учасниками ініціативи; б) надання інформації про реалізацію Принципів відповідального інвестування PRI; в) визначення ступеня впливу щодо інтеграції екологічних, соціальних та факторів корпоративного управління</p>

ПРИНЦИПИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

за період 2009—2014 рр. ріст майже в 2,5 разу

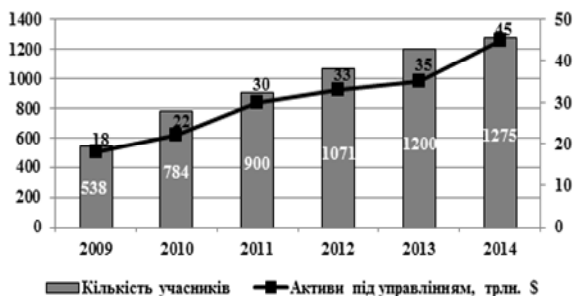


Рис. Динаміка кількості учасників ініціативи PRI та активів під їх управлінням, 2009–2014 рр.

ПРИНЦИПИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

**ЛІДЕРИ : США (195), Великобританія (186),
Австралія(127), Франція (127), Нідерланди (83)**

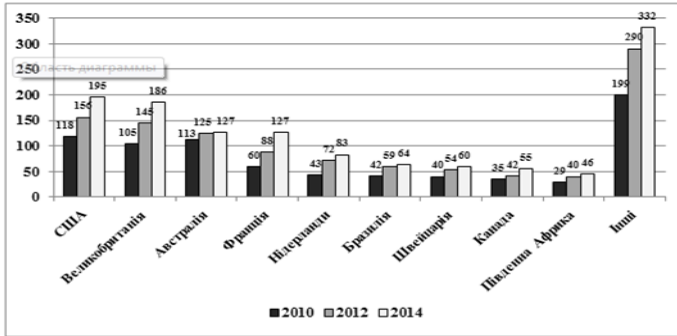


Рис. Кількість учасників ініціативи PRI за географічною ознакою, 2010-2014 рр

Джерело [10]

ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

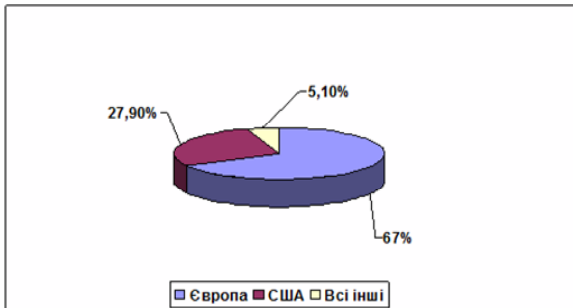


Рис. Географічна структура глобального ринку відповідального інвестування, 2012 р.

Джерело [9]

ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТИВАННЯ

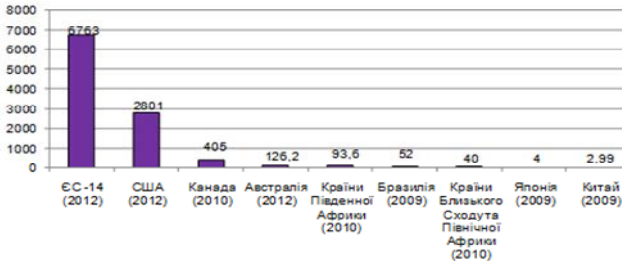


Рис. Об'єми відповідального інвестування в світі, млрд євро

Джерело [9,11,12,13]

ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТИВАННЯ

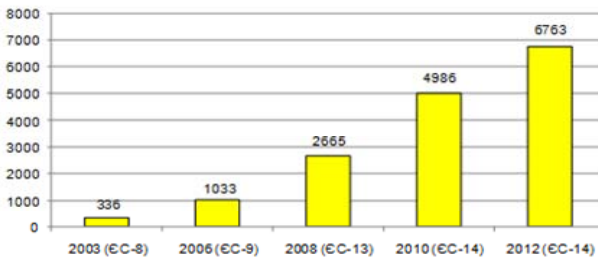


Рис. Динаміка відповідального інвестування в країнах Європи, 2003–2012 рр. (млрд євро)

Джерело [6,7,8,9]

ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Найпоширеніші практиками відповідального інвестування:

- тематичне інвестування (Sustainability Themed Investment);
- інвестиційний відбір на основі кращих компаній в своєму секторі (Best-in-Class Investment Selection);
- скрінінг, оснований на принципах/нормах (Norms-based Screening);
- інвестиційний вибір на основі виключення (Exclusion);
- активна участь акціонерів (Engagement/Voting);
- інтеграція ESG (екологічних, соціальних та управлінських) критеріїв у фінансовий аналіз (Integration).

ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Тематичне інвестування (Sustainability Themed Investment)

вибір об'єктів для інвестування, що мають безпосереднє відношення до сталого розвитку (здіянні у сфері джерел чистої енергії, зелених технологій або сталого розвитку сільського господарства)

ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Інвестиційний відбір на основі кращих компаній в своєму секторі (Best-in-Class Investment Selection)

- метод стратегії «переваг» (позитивний скрінінг) — до портфелю ВІ відбираються лише ті об'єкти бізнес-середовища, які демонструють найкращі показники у сфері охорони навколишнього середовища, мотивації та розвитку персоналу, забезпечення прав людини, корпоративної етики та інформаційної відкритості, а також систематично дотримуються принципів і стандартів, визначених глобальними ініціативами у сфері ВІ

ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Скрінінг, оснований на принципах/нормах (Norms-based Screening)

включення до портфелю ВІ корпорацій, показники діяльності яких у екологічній, соціальній, етичній та інформаційній сферах відповідають принципам і стандартам, визначеним глобальними ініціативами відповідального інвестування («Принципи відповідального інвестування», «Принципи Екватора», «Принципи Глобального договору ООН» (ГД ООН), Глобальна ініціатива зі звітності тощо)

ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Інвестиційний вибір на основі виключення (Exclusion)

(негативний скрінінг) — відмова від інвестування в корпорації, показники діяльності яких не відповідають критеріям і стандартам, що визначені інвестором (належність до галузей, що передбачають виробництво алкогольної, тютюнової та порнографічної продукції, військової промисловості, сфери азартних ігор)

ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Активна участь акціонерів (Engagement/Voting)

включення до портфелю ВІ корпорацій, володіння цінними паперами яких даватиме можливість на правах акціонера впливати на покращення їх практики у сфері корпоративної відповідальності

ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

ІНСТРУМЕНТИ ВПЛИВУ НА АКЦІОНЕРІВ

- *Індивідуальні*

обговорення питань корпоративної відповідальності на рядових та спеціальних зустрічах інвесторів з менеджментом корпорацій, листи менеджменту корпорацій, іншим акціонерам та інвесторам щодо питань корпоративної відповідальності, які викликають занепокоєння;

- *Публічні*

відвідування річних зборів акціонерів та ініціація позачергових, резолюції, голосування, взаємодія з засобами масової інформації

ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Критерії відповідального інвестування за класифікацією Люка Реннебуга

Група критеріїв	Перелік критеріїв
1	2
Гріховні	1. Тютюн (заборонена сфера використання) 2. Алкоголь (заборонена сфера використання) 3. Азартні ігри (заборонена сфера використання) 4. Виробництво зброї (заборонена сфера використання) 5. Порнографічна індустрія (заборонена сфера використання)
Етичні	6. Тестування на тваринах (заборона) 7. Аборти (заборона) 8. Генна інженерія (виробництво генетично-модифікованої продукції) 9. Охорона здоров'я 10. Забезпечення страховими компаніями не подружніх пар 11. Дотримання ісламських принципів
Соціальні	12. Ділова практика 13. Корпоративне управління 14. Взаємодія з місцевими громадами 15. Диверсифікація 16. Трудові відносини 17. Права людини 18. Операції за кордоном
Екологічні	19. Охорона навколишнього середовища 20. Використання відновлюваних джерел енергії 21. Ядерна енергетика

ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Класифікація критеріїв відповідального інвестування

(звіти інформаційно-аналітичних форумів США та країн Європи)

- 1) алкоголь (заборона)
- 2) тютюн (заборона)
- 3) тестування на тваринах (заборона)
- 4) взаємодія з місцевими громадами та суспільні ініціативи
- 5) озброєння/військова промисловість (заборона)
- 6) рівні можливості усіх категорій населення на працевлаштування
- 7) охорона навколишнього середовища
- 8) азартні ігри (заборона)
- 9) релігія
- 10) права людини
- 11) трудові відносини
- 12) порнографічна індустрія (заборона)

Джерело [2, с. 53]

ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

ДОДАТКОВІ КРИТЕРІЇ

(Європейського форуму стійкого інвестування)

дотримання принципів і стандартів, визначених глобальними ініціативами у сфері ВІ

- «Принципи відповідального інвестування»,
- «Принципи Екватора»,
- «Принципи Глобального договору ООН»,
- «Цілі розвитку тисячоліття»,
- «Директива ОЕСР щодо поведінки багатонаціональних корпорацій»)

Джерело [3, с. 3]

ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

- для прикладу, на основі Принципів Глобального договору ООН, яких станом на 2014 рік дотримуються 12 466 організацій зі 145 країн світу, було сформульовано ряд критеріїв, невідповідність яким обумовлює відмову інвестора включати той чи інший об'єкт інвестування у портфель VI

ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Критерії вилучення об'єктів інвестування на основі Принципів ГД ООН

Принципи ГД ООН		Критерії для вилучення об'єктів інвестування
Права людини	Принцип 1. Підтримка та повага проголошених на міжнародному рівні прав людини	- порушення прав споживачів; - недотримання стандартів з охорони праці та промислової безпеки; - порушення прав корінного населення
	Принцип 2. Протидія порушенню прав людини	- робота з урядами країн, в яких систематично порушуються права людини; - причетність до порушення прав людини третіми сторонами; - постачання зброї та іншої військової техніки у зони конфліктів
Трудові відносини	Принцип 3. Підтримка свободи об'єднань та реальне визнання права на укладення колективних договорів	- порушення прав на свободу асоціацій; - порушення прав на свободу укладання колективних договорів
	Принцип 4. Підтримка ліквідації усіх форм примусової та обов'язкової праці	- справляння платежів за прийняття на роботу/приписування заборгованості; - використання примусової праці
	Принцип 5. Підтримка повного викорінення дитячої праці	- використання праці осіб, чий вік не перевищує віку трудової дієздатності

ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Критерії вилучення об'єктів інвестування на основі Принципів гд ООН

Охорона навколишнього середовища	Принцип 7. Підтримка підходу до вирішення екологічних питань, в основі якого принцип «обережності»	- випадки серйозного забруднення навколишнього середовища
	Принцип 8. Вжиття заходів, що направлені на підвищення відповідальності за стан навколишнього середовища	- ігнорування думки громадськості щодо охорони навколишнього середовища; - випадки серйозного забруднення навколишнього середовища постачальниками та підрядниками
	Принцип 9. Сприяння розвитку та розповсюдженню екологічно безпечних технологій	- невикористання стандартних технологій для мінімізації екологічного впливу
Протидія корупції	Принцип 10. Протидія усім формам корупції, в тому числі вимаганню та хабарництву	- випадки хабарництва, здириництва, отримання незаконних вигід

ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Об'єми відповідального інвестування країн Європи в розрізі відповідних практик 2010-2012 рр., млн. євро

Практики відповідального інвестування	Початок 2010р.	Початок 2012р.	Темп росту, %
1	2	3	4
Тематичне інвестування	25 361	48 090	89,6
Інвестування на основі відбору кращих компаній в своєму секторі	132 956	283 206	113
Скрининг, оснований на принципах/нормах	988 756	2 346 308	137,3
Інвестиційний відбір на основі виключення	1 749 432	3 829 287	118,9
Активна участь акціонерів	1 668 473	1 950 406	16,9
Інтеграція ESG-критеріїв у фінансовий аналіз	2 810 506	3 204 107	14

Джерело [8, 9]

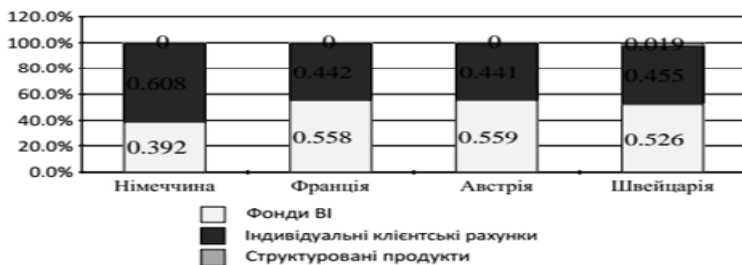
ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

- За даними Форуму сталого інвестування в країнах Європи (Eurosif), найчастіше використовуються практики виключення та інтеграції ESG-критеріїв у фінансовий аналіз. Об'єми інвестицій в розрізі визначених практик значно перевищують відповідні показники по іншим практикам відповідального інвестування. Див. табл. Темпи зростання за період 2010–2012 рр. є найвищими для практик: скрінінгу, ґснованого на принципах/нормах, інвестиційного відбору на основі виключення, інвестиційного відбору на основі відбору кращих компаній в своєму секторі. Об'єми відповідального інвестування з використанням названих практик вирости на 137,3 %, 118,9 % і 113 % відповідно.
- Різні практики не виключають, а доповнюють одна одну, що дозволяє враховувати питання корпоративної відповідальності на різних етапах інвестиційного циклу. Так, відбір об'єктів інвестування відбувається до купівлі цінних паперів, а вплив акціонерів здійснюється під час формування інвестиційного портфелю

Джерело [4]

ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Структура активів ринків ВІ європейських країн
2012 р. (доля)



Джерело [10]

ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТИВАННЯ

Обсяги активів ринків ВІ країн за механізмами розміщення активів, 2010–2012 рр., млрд євро

	Німеччина		Франція		Австрія		Швейцарія	
	2010	2012	2010	2012	2010	2012	2010	2012
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>
Фонди ВІ	5,8	10,2	28,9	64,3	1,88	2,87	16,5	20,9
Індивідуальні клієнтські рахунки	10,7	15,8	21,8	51	0,44	2,26	10,8	18,1
Структуровані продукти	0,4	-	-	-	0,11	-	0,9	0,76
Загальний обсяг активів ринку ВІ країни	16,9	26,0	50,7	115,3	2,43	5,13	28,2	39,76

ПРАКТИКИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТИВАННЯ

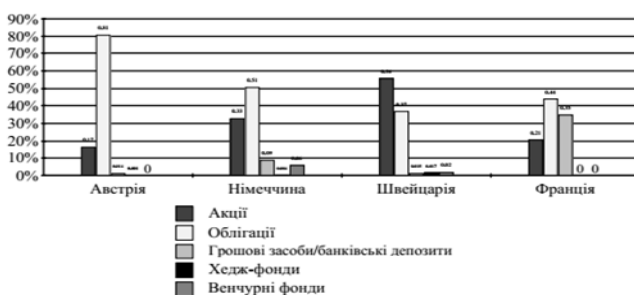


Рис. Структура активів ринків ВІ європейських країн за фінансовими інструментами 2012 р., %

ЗАКУПІВЕЛЬНІ ПРАКТИКИ

Сталі закупівлі (або «зелені закупівлі») — це закупівля дружніх до навколишнього середовища продуктів і послуг, вибір контрагентів на цих принципах і включення вимог щодо захисту навколишнього середовища в контракти

ЗАКУПІВЕЛЬНІ ПРАКТИКИ

Політика Європейського Союзу

Великі закупівлі регулюються Директивами ЄС із закупівель, які визначають детальну процедуру і основні вимоги щодо оголошення тендерів, уточнюють фундаментальні принципи стосовно екологічних і соціальних критеріїв у державних закупівлях:

- екологічні або соціальні критерії, що будуть використовуватись для оцінки пропозиції, мають бути опубліковані разом з оголошенням про проведення тендеру;
- для запобігання довільним рішенням, будь-які «відповідальні» вимоги мають відповідати можливостям компанії, котра претендує на отримання контракту;
- органи влади, що надають контракт, мають уточнити умови виконання контракту щодо завдань в сфері соціальної або екологічної політики;
- пояснення і умови щодо діяльності компанії-претендента на отримання контракту в сфері екології і соціальної політики мають відповідати наявним міжнародним стандартам, таким як еколейбли або стандарти умов праці

ЗАКУПІВЕЛЬНІ ПРАКТИКИ КСВ

Норвезький уряд має власний гайд для постачальників — «Етичні критерії в сфері закупівель в державному секторі»

Основні принципи закупівель (міжнародний аспект)

ПРОЗОРИСТЬ

Процедури надання контрактів для закупівель мають бути прозорими і використовувати об'єктивні та вимірювані критерії

РІВНЕ СТАВЛЕННЯ, НЕДИСКРИМІНАЦІЯ

Всі зацікавлені компанії повинні мати однакові шанси для отримання контракту; оголошення про проведення тендеру мають бути широко розповсюджені; місце розташування компанії-претендента на отримання контракту не має бути критерієм для оцінки

КРАЩЕ СПІВВІДНОШЕННЯ ЦІНИ І ЯКОСТІ

Рішення з надання контракту може бути прийняте на основі оцінки вартості, проте також має бути враховано такі критерії як вплив на навколишнє середовище і вигода для громади

ЗАКУПІВЕЛЬНІ ПРАКТИКИ КСВ

ЕТАПИ ЗАКУПІВЕЛЬ



Основними етапами закупівель є:

1. Визначення завдання і сфери, в якій проводиться закупка;
2. Опис процесу доставки;
3. Встановлення вимог до постачальників;
4. Визначення критеріїв розподілу;
5. Визначення умов договору.
6. Встановлення правил проведення конкурсу для отримання контракту;
7. Встановлення вимог до форми пропозиції від претендентів на отримання контракту;
8. Надання контактної інформації.

На думку представників Організації етичного торгівлі (Норвегія), найбільш доцільним є встановлення КСВ критеріїв на **першому і п'ятому** етапах процесу закупівель.]

ЗАКУПІВЕЛЬНІ ПРАКТИКИ **H&M**

Компанія H&M розробила власну Програму аудиту для існуючих та потенційних постачальників, яка складається з 5-рівневої системи оцінок:

1. **повністю відхилено** (за порушення етичних принципів, компанія не може співпрацювати із постачальниками);
2. **відхилено** (постачальник порушує декілька вимог, проте роботу з ним може бути відновлено в разі усунення порушень);
3. **тимчасово затверджено** (співпраця триває 6 місяців: в разі її успішності, постачальник переходить на наступний рівень);
4. **недостатньо** (постачальнику потрібні мінімальні покращення для дотримання вимог компанії);
5. **задовільно** (постачальник повністю відповідає критеріям, що прописані в Кодексі етики).

Джерело [14]

ЗАКУПІВЕЛЬНІ ПРАКТИКИ



Компанія має Кодекс для постачальників, перекладений 18-ма мовами, який встановлює мінімальні стандарти для постачальників, котрі є обов'язковими для виконання. Основними вимогами до постачальників є:

- добросовісність і чесність в комерційній діяльності: постачальник повинен дотримуватись законів і нормативних актів, що регулюють його сферу діяльності. Постачальник не повинен пропонувати особисту або неправомірну вигоду третій стороні для отримання комерційних або інших переваг і отримувати пропозиції неправомірної вигоди в обмін на пільгові умови для третьої сторони;

Джерело [15]

ЗАКУПІВЕЛЬНІ ПРАКТИКИ



- сталий розвиток: компанія підтримує і заохочує раціональні методи роботи і сільськогосподарські технології, що передбачають відновлення природних ресурсів. Компанія очікує від своїх постачальників постійного прагнення до підвищення ефективності і екологічного сталого розвитку в їх діяльності

Джерело [15]

ЗАКУПІВЕЛЬНІ ПРАКТИКИ



- стандарт праці: постачальник не має використовувати або якимось чином отримувати вигоду від примусової праці; забороняється використання фізичних покарань, обмеження свободи, погроз або насильства в якості методів дисципліни чи контролю. Забороняється використання роботи, що є соціально, морально небезпечною або шкідливою для дітей і негативно впливає на їх освіту. Робочий час і оплата праці мають проводитись у відповідності до законодавства

Джерело [15]

ЗАКУПІВЕЛЬНІ ПРАКТИКИ



- безпека і гігієна (стосовно продукції і робочого місця): постачальник має створити для своїх працівників безпечні і сприятливі для здоров'я умови праці. Вся продукція і послуги, що надаються постачальником, мають відповідати обов'язковим стандартам якості і безпеки згідно чинного законодавства. Окрім цього, постачальник має дотримуватись вимог якості, встановлених компанією

Джерело [15]

ЗАКУПІВЕЛЬНІ ПРАКТИКИ



- охорона навколишнього середовища: постачальник повинен вести свою діяльність, турбуючись про навколишнє середовище і забезпечувати дотримання всіх законів і норм країни, де виготовляється продукція або надаються послуги;
- виконання вимог Кодексу субпідрядниками (зокрема, виробниками сільськогосподарської продукції)

Джерело [15]

ЗАКУПІВЕЛЬНІ ПРАКТИКИ



Компанія залишає за собою право перевіряти виконання Кодексу постачальником.

У разі подальшого порушення кодексу, компанія залишає за собою право розірвати контракт з постачальником

Джерело [15]

АНТИКОРУПЦІЙНІ ПРАКТИКИ

- тільки **10 %** досліджуваних глобальних компаній проводять антикорупційні практики (з оцінкою «відмінно» чи «добре») — 2008 р.

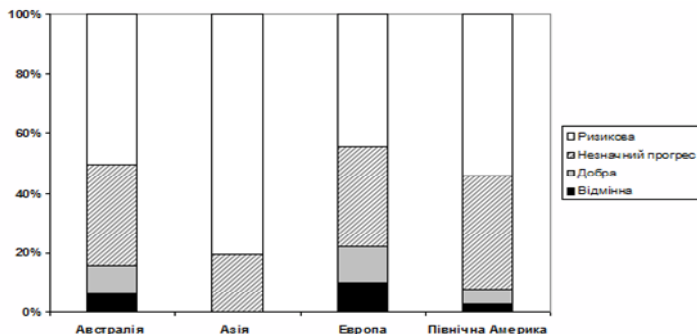


Рис. Регіональна оцінка антикорупційних практик, 2011 рік

Джерело [5]

ШВЕЦІЯ: антикорупційні практики

Швеція одна з найменш корумпованих країн світу (4 місце за Transparency International, індекс 2012)

- Transparency International оцінив 20 найбільших шведських компаній – лідери SEB, H&M і Tele2
- нове законодавство по боротьбі з підкупом вступило в силу з 1 липня 2012 року
- серед інших заходів – дача і отримання хабарів класифікується як тяжкий злочин
- шведське законодавство – це результат прийняття антикорупційних конвенцій в співробітництві з ЄС, Радою Європи, ООН и ОЕСР

Завдання. Відеотестування та дискусія «Енергоефективність корпоративних офісів»

Слухачі тренінгу отримують фотозображення корпоративних офісів різноманітних компаній.

Питання для обговорення (20 хвилин):

1. Які недоліки облаштування зображених на фото корпоративних офісів приводять до зниження їх енергоефективності?
2. Яким чином можна виправити цю ситуацію?

Література

1. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.
2. Report on Socially Responsible Investing Trends in the United States 2005. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ussif.org/files/Publications/05_Trends_Report.pdf
3. European SRI Study 2006. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.eurosif.org/images/stories/pdf/eurosif_sristudy_2006_complete.pdf (с.3)
4. Eurosif's 2012 High Net Worth Individuals and Sustainable Investment Study: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.eurosif.org>
5. Офіційний сайт EIRIS [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.iris.org>
6. Фондовые рынки в контексте устойчивого развития, Ernst & Young, 2011: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.svb.org.ua/sites/default/files/capital-markets-sustainability-ru.pdf>
7. European SRI Study 2008: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.eurosif.org/images/stories/pdf/eurosif_sristudy_2008_global_01.pdf
8. European SRI Study 2010: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.eurosif.org/images/stories/pdf/Research/Eurosif_2010_SRI_Study.pdf
9. European SRI Study 2012: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://eurosif.org/images/stories/pdf/1/eurosif%20sri%20study_low-res%20v1.1.pdf
10. *Петрашко Л.П., Романек Т.В.* Мировые тенденции ответственного инвестирования / Л.П. Петрашко, Т.В. Романек // Современный научный вестник: научно-теоретический и практический журнал. Экономические науки. — Белгород: ООО «Руснаучкнига», 2013. — № 02 (141). — С. 50–64.

11. Responsible Investment Annual Report 2011: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.responsibleinvestment.org/wp-content/uploads/2011/12/RI-Annual-2011-Report.pdf>
12. Sustainable and Responsible Investing Trends in the United States 2012: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://ussif.org/resources/pubs/documents/USSIFTrends2012ES.pdf>
13. Sustainable Investment in Sub-Saharan Africa 2011: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www1.ifc.org/wps/wcm/connect/65c3300048865905b7faf76a6515bb18/IFC_Sustainable_Investment_in_Sub-Saharan_Africa.pdf?MOD=AJPERES
14. Офіційний сайт H&M GROUP [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://about.hm.com/en/About/Sustainability.html>
15. Офіційний сайт Nestlé [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.nestle.com>

Додаткова література

1. Практики КСВ в Україні 2012: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.csr-ukraine.org>
2. CSR-Europe: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.csreurope.org>.
3. Kropp R. EIRIS Reports on Sustainability Practices of Largest Global Companies: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.socialfunds.com/newa/article.cgi/article3518.html>

ТЕМА 12. «ЄВРОПЕЙСЬКІ ЕКОЛОГІЧНІ ПРАКТИКИ КСВ»

Лекція «Європейські екологічні практики КСВ»: розглянути європейські екологічні практики КСВ; ознайомитися з їх результатами

НАЙБІЛЬШІ ТЕХНОГЕННІ КАТАСТРОФИ ХХІ ст.



Платформа компанії Петробрайс

Джерело [4]

НАЙБІЛЬШІ ТЕХНОГЕННІ КАТАСТРОФИ ХХІ ст.

- **2000 рік**
- **Петробрайс** — бразильська державна нафтова компанія (штаб-квартира компанії — Ріо-де-Жанейро, Бразилія)
- **ПРОБЛЕМА:** У результаті катастрофи на нафтопереробній платформі в ріку Ігуасу **витекло більше мільйона галонів нафти (близько 3 180 тонн)** - виникла загроза отруєння питної води для кількох міст.
- **ЗАХОДИ ПО ЛІКВІДАЦІЇ:** Ліквідатори аварії побудували декілька загороджувальних бар'єрів. Зупинити загрозу вдалося лише на п'ятому бар'єрі. Одну частину нафти збрали з поверхні води, іншу відвели по спеціально побудованим відвідним протокам.
- **НАСЛІДКИ ДЛЯ КОМПАНІЇ:** Компанія виплатила 56 млн доларів штрафу в державний бюджет і 30 млн — у бюджет штату

НАЙБІЛЬШІ ТЕХНОГЕННІ КАТАСТРОФИ ХХІ ст.



Хімічний комбінат компанії AZF (французьке місто Тулузе, 2001 р.)

Джерело [4]

НАЙБІЛЬШІ ТЕХНОГЕННІ КАТАСТРОФИ ХХІ ст.

- **2001 рік**
- **Хімічний комбінат компанії AZF (французьке місто Тулузе)**
- **ПРОБЛЕМА:** Вибух 300 тонн нітрату амонію (сіль азотної кислоти), які знаходилися на складі готової продукції.
- За офіційною версією - винне керівництво комбінату, яке не забезпечило безпечне зберігання вибухонебезпечної сировини.
- **НАСЛІДКИ:** загинуло 30 чоловік, загальна кількість поранених — більше 300, були зруйновані чи пошкоджені тисячі житлових будинків, у тому числі майже 80 шкіл, 2 університети, 185 дитячих садочків, без житла залишилось 40 000 чоловік, більше 130 підприємств фактично припинили свою діяльність.
- **Загальна сума втрат — 3 млрд євро**

НАЙБІЛЬШІ ТЕХНОГЕННІ КАТАСТРОФИ ХХІ ст.



Катастрофа нафтового танкеру Prestige

Джерело [4]

НАЙБІЛЬШІ ТЕХНОГЕННІ КАТАСТРОФИ ХХІ ст.



- Наслідки катастрофи нафтового танкеру Prestige

Джерело [4]

НАЙБІЛЬШІ ТЕХНОГЕННІ КАТАСТРОФИ ХХІ ст.

Катастрофа нафтового танкеру Prestige

- **2002 рік**
- **ПРОБЛЕМА:** біля берегів Іспанії танкер Prestige потрапив у сильний шторм, у трюмах якого знаходилось більше 77 000 тонн мазуту. Танкер розламався навпіл і затонув. У море вилилось 63 000 тонн мазуту
- **НАСЛІДКИ:** очищення моря та берегів від мазуту коштувало 12 млрд доларів.
- **ПОВНИЙ ОБ'ЄМ ЗБИТКІВ екосистемі оцінити неможливо**

НАЙБІЛЬШІ ТЕХНОГЕННІ КАТАСТРОФИ ХХІ ст.



- Катастрофа в мексиканській протоці — затонула бурова платформа Deepwater Horizon.

Джерело [4]

НАЙБІЛЬШІ ТЕХНОГЕННІ КАТАСТРОФИ ХХІ ст.

- 22 квітня 2010 р.
- Катастрофа в мексиканській протоці — затонула бурова платформа швейцарської компанії Deepwater Horizon керована компанією British Petroleum
- **ПРОБЛЕМА:** зупинити витікання нафти вдалося лише 4 серпня 2010 року. Вилилося близько 5 млн барелів нафти

ЕКОЛОГІЧНІ ПРАКТИКИ КСВ

– це динамічно поширюваний у світі феномен, який виник як відповідь на загрози сталого розвитку та на негативні оцінки глобальною спільнотою впливу наслідків діяльності транснаціонального бізнесу на природне середовище приймаючих країн

ЕКОЛОГІЧНІ ПРАКТИКИ КСВ

Ключові фактори прийняття рішень щодо реалізації екологічних практик

- міжнародне та державне регулювання визначеної сфери
- екологічна політика різних груп стейкхолдерів (конкурентів, партнерів, постачальників, споживачів, тощо)

ЕКОЛОГІЧНІ ПРАКТИКИ КСВ

Прийняття рішень на користь екологічних практик вимагає від топ-менеджменту:

- порівняння прямих та альтернативних затрат, необхідних для реалізації практичних кроків з позиції їх вигідності в короткій, середній чи довгостроковій перспективі

ЕКОЛОГІЧНІ ПРАКТИКИ КСВ

Причини крос-культурних відмінностей екологічних практик ТНК

- рівень розвитку приймаючих країн
(розвинуті країни — жорсткі норми екологічного регулювання; країни, що розвиваються, та країни з перехідною економікою — слабші)
- фаза розвитку життєвого циклу ТНК
- структури власності
- пакет технологій та устаткування

ЕКОЛОГІЧНІ ПРАКТИКИ КСВ

Систематизація екологічних практик ТНК

Етапи життєвого циклу ТНК	Тип менеджменту	Корпоративні практики *
Заснування	Менеджмент в рамках дотримання екологічного законодавства	<ul style="list-style-type: none">• Практики екологічного моніторингу• Практики зниження негативного впливу• Практики екологічного навчання персоналу• Практики екстремального реагування
Початковий етап зростання	Попереджувачий екологічний менеджмент	<ul style="list-style-type: none">• Практики попередження забруднення• Практики зменшення відходів• Практики енергоефективності• Практики «зеленої» звітності

ЕКОЛОГІЧНІ ПРАКТИКИ КСВ

Систематизація екологічних практик ТНК

Етап активного зростання	Стратегічний екологічний менеджмент	<ul style="list-style-type: none"> • Практики зовнішнього екологічного аудиту • Практики інтеграції в стратегію компанії • Практики повної прозорості екологічної інформації • Науково-дослідні практики • Практики екологічного супроводження продукції
Етап розквіту та стабілізації	Менеджмент сталого розвитку	<ul style="list-style-type: none"> • Практики міжнародного екологічного аудиту • Практики вибору технологій • Практики використання ресурсів • Практики впливу на оточуюче середовище • Практики етичних продажів • Практики повної прозорості екологічної інформації • Практики інформаційного обміну

ЕКОЛОГІЧНІ ПРАКТИКИ КСВ

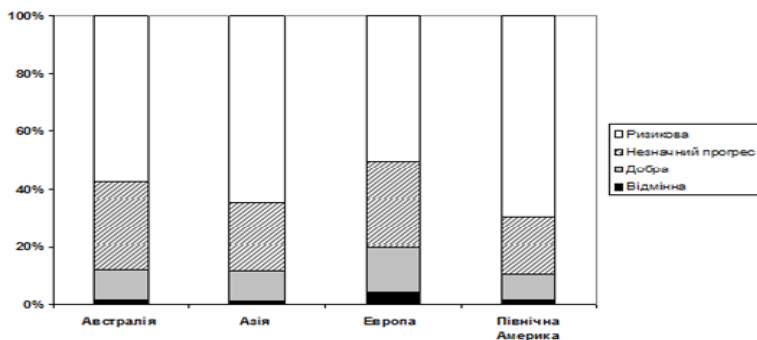


Рис. 1. Регіональна оцінка екологічних практик, 2011 рік

Джерело [3]

ЕКОЛОГІЧНІ ПРАКТИКИ КСВ

Наслідки діяльності ТНК(найбільш небезпечних для світу)

№	Назва компанії	Сфера діяльності	Основні проблеми
1	2	3	4
1	BRITISH PETROLEUM	Нафтодобувна корпорація	Нафто добича в екологічно чистих місцях планети (Арктика, Аляска). Екологічно шкідливе виробництво (Перу, Ангола). Діяльність проти профсоюзів. Порушення прав людини та експлуатація робітників. Порушення прав корінного населення (Індійці Південної Америки)
2	SHELL OIL	Нафтодобувна корпорація	Фактична окупація Нігерії. Експлуатація робітників. Діяльність проти профсоюзів. Підтримка репресивних режимів.
3	SIEMENS	Побутова техніка, авіа бізнес, виробництво комп'ютерів, відео та медичної техніки	Використання праці в'язнів концентраційних таборів. Ведення ядерного будівництва. Активна розробка МОКС – програми (паливо для реакторів)

Джерело [1, с.84-85]

ЕКОЛОГІЧНІ ПРАКТИКИ КСВ

Наслідки діяльності ТНК

4	McDonald's	Ресторани швидкого харчування	Використання шкідливих для здоров'я людини технологій приготування продуктів Активне забруднення оточуючого середовища і порушення еко-балансу, шляхом використання великої кількості одноразового пластикового та паперового посуду. Агресивна анти-профсоюзна політика. Порушення прав працівників Активне застосування транс генних компонентів у виробництві Негативна реклама
5	EXXON MOBIL	Нафтохімічна промисловість	Порушення екобалансу, негативний вплив на глобальний клімат, дезінформація громадськості про причини глобального потепління, протистояння глобальним ініціативам (не підписання США Кіотського протоколу), перешкоджання поширення альтернативної енергетики, підтримка репресивних режимів
6	NESTLE	Споживчі товари (продукти харчування, косметична продукція)	Створітництво з репресивними режимами, використання праці в'язнів концентраційних таборів, безвідповідальний маркетинг, виробництво неякісної продукції, заборона профсоюзної діяльності, проведення дослідів на тваринах, використання на виробництві шкідливих для здоров'я транс генних компонентів у виробництві продукції.

Джерело [1, с.84-85]

ЕКОЛОГІЧНІ ПРАКТИКИ КСВ

Приклади зміни меж корпоративної відповідальності

Екологічні катастрофи за участі ТНК	Втрати компанії	Глобальні наслідки	Зміна стандартів відповідальності
1	2	3	4
Витік газу в Бхопале компанія Union Carbide	Об'єм продажів компанії за 8 років скоротився майже в два рази (з 9,9 млрд. дол. США за рік до аварії до 4,8 млрд. дол. США після аварії)	Загибель 6000 чол.	Добровільна ініціатива підприємств хімічної промисловості «Відповідальна поведінка»
Аварія танкеру «Вальдес» на Алясці компанія Exxon Mobil	Витрати компанії на подолання наслідків склали майже 1 млрд. дол. США	Розлив 11 мільярдів барелів нафти	Зміна законодавства щодо перевезення нафти (до 2015 р. танкери повинні мати подвійний корпус)
Використання дитячої праці при виготовленні спортивного взуття компаній Nike та Reebok в азійських країнах	Зниження іміджу	Зниження іміджу	Нові корпоративні кодекси поведінки

ЕКОЛОГІЧНІ ПРАКТИКИ

Наслідки «захвату земель» для країн, що розвиваються

Позитивні наслідки	Негативні наслідки
1	2
Отримання довгострокових інвестицій для модернізації сільського господарства	Насильницьке переміщення місцевого населення
Доступ до сучасних технологій	Закриття доступу до місцевих природних ресурсів
Створення нових робочих місць	Збезліснення територій
Скорочення бідності в сільських районах	Втрата біорізноманітності
	Створення загроз дикій природі

Джерело [1, с.86]

Завдання. Кейс «Шведська революція утилізації»
(20 хвилин)

КСВ: ШВЕЦІЯ

У 2013 році країна була лідером рейтингу сталого розвитку the Robeco SAM Country Sustainability Ranking серед 59 країн на основі 17 екологічних, соціальних та управлінських показників

Шведська революція утилізації



Революція утилізації в Швеції

Менше 1% побутових відходів попадає на сміттєзвалища

99% побутових відходів використовується в різних сферах

Викиди важких металів скорочені (з 1985 р.)

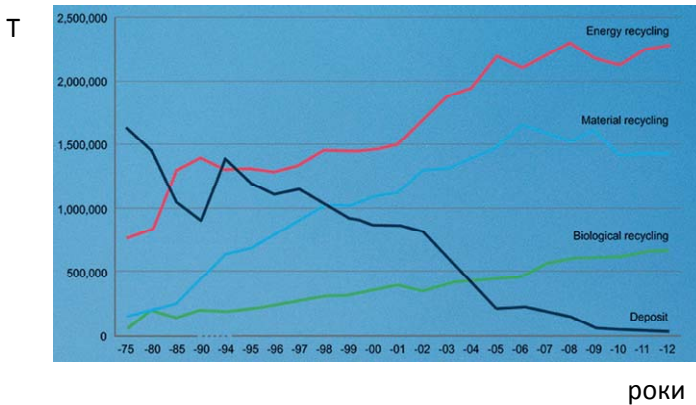
на 99% незважаючи на те, що країна має в три рази більше відходів на сьогодні

Джерело: [Avfall Sverige](#)

ПЕРЕДОВІ ПРАКТИКИ

- шведські домогосподарства розділяють сміття за категоріями
- державне стимулювання розподілу сміття
- транспорт з вивезення сміття працює на переробленій електроенергії /біогазі
- технічна вода очищується до можливості використання її для пиття
- спеціальний транспорт вивозить електронне приладдя та небезпечні відходи
- фармацевти приймають залишки ліків

Динаміка зростання переробки відходів у Швеції, 1975–2012 рр.



Практики компанії H&M

- ініціатива «Збір одягу» — 95 % купленого одягу може повторно використовуватись або переробляється (збір зношеного одягу в обмін на купони знижок)

Практики компанії Optibag

- розробка машини для автоматичного сортування кольорових мішків сміття

Джерело додаткова література [1, 2]

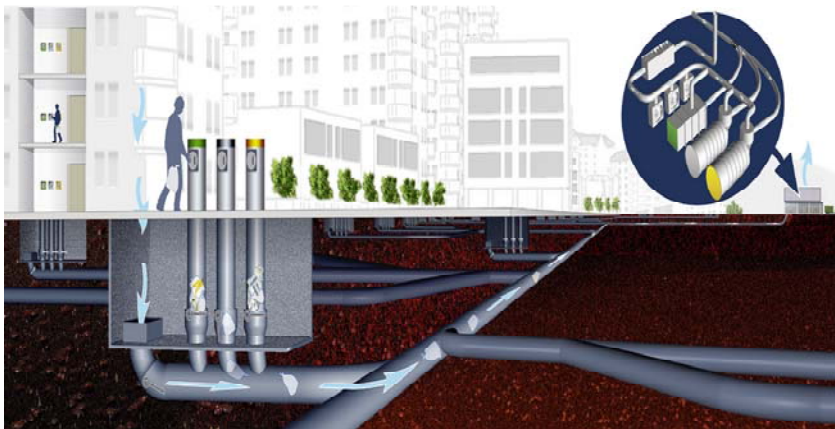
Екологічні практики

- південно-шведське місто Хельсінгборг: встановлені сміттєві відра для відходів з гучномовцями, з яких лунає приємна музика (все в ім'я утилізації)

ЕКОЛОГІЧНІ ПРАКТИКИ

Стационарна вакуумна установка

Споживачі викидають свої відходи, де вони тимчасово зберігаються. Повні вхідні отвори регулярно очищуються через мережу підземних труб

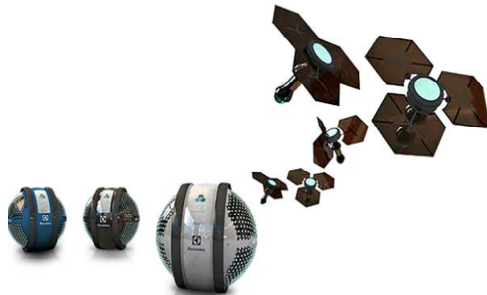


Енергія з відходів

- 50 % побутових відходів згорають на заводах зі згорання сміття
- 700 000 т відходів імпортується з інших країн
- 99,9 % диму зі сміттєвих заводів складається з нетоксичних відходів

Система автоматизованого прибирання

система літаючих міні роботів — програма сканує будинок, визначає напрямки для прибирання і відправляє туди роботів



Результативність компанії Electrolux

- *споживчі товари з покращеними екологічними характеристиками склали 12 % від загальної кількості проданих товарів і 24 % валового прибутку*

Джерело додаткова література [3]

ПРАКТИКИ КОМПАНІЇ [Solvatten](#)

Кожні 15 секунд у світі помирає дитина в результаті забруднення води

(за даними британської благодійної компанії WaterAid)

- Компанія Solvatten розробила новаторський портативний пристрій для очищення води, який дозволяє домогосподарствам очищувати забруднену воду за допомогою сонячної енергії.
- Блок Solvatten знаходиться в 11-літрових каністрах на сонці протягом 5:58 годин стерилізуючи воду, яка потім може використовуватись для пиття, приготування їжі тощо.

Джерело додаткова література [4]

Завдання. Дискусійний відео ресурс «Екологічні практики»

Слухачам пропонується для перегляду відео ресурс (кліпи, фрагменти документальних чи художніх фільмів, презентації чи виступи експертів — 25 хвилин):

- Мексиканська катастрофа <https://www.youtube.com/watch?v=0USOLD1aYtk>

- Мексика — синя чума <https://www.youtube.com/watch?v=bjYQGRkSwh4>

- Сміттєзвалища в Німеччині https://www.youtube.com/watch?v=oJrTx_fmjoQ

По завершенню пропонується дискусія «А як в Україні?» (5 хвилин).

Література

1. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.

2. *Герасимчук И.* Экологическая практика транснациональных корпораций / Иветта Герасимчук. — М.: Всемирный фонд дикой природы (WWF). — 2007. — 92 с.

3. Офіційний сайт EIRIS [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.iris.org>

4. Крупные техногенные катастрофы XXI века [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://loveopium.ru/rekordy-i-rejtingi/krupnye-technogennye-katastrofy-xxi-veka.html>

Додаткова література

1. Офіційний сайт H&M GROUP [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://about.hm.com/en/About/Sustainability.html>

2. Офіційний сайт компанії Optibag [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.optibag.com>

3. Офіційний сайт компанії Electrolux [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.electroluxgroup.com/en/>

4. Офіційний сайт компанії Solvatten [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.solvatten.se>

5. *Петрашко Л.П.* Особливості застосування регламенту Європейського Союзу з регулювання виробництва і використання хімічних речовин (REACH) / Л.П. Петрашко // Економіка: проблеми теорії та

- практики: Збірник наукових праць. — Випуск 249: В 6т. — Т.5. — Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. — С. 1154–160.
6. Практики КСВ в Україні 2012: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.csr-ukraine.org>
7. Companies dirty top: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://environment.livejournal.com/2006/06/02>
8. Company Giving in Europe. A survey of different approaches to Community Involvement in Each of the Member States of the European Community with Case Studies of Good Practices. Brussels: European Foundation Centre, 1999: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.netlipse.eu/media/18750/NETLIPSE%20book.pdf>
9. CSR-Europe: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.csreurope.org>.
10. Green, Social and Ethical Funds in Europe: 2012 Review: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.eticasgr.it/public/doc/201301041611310.pdf>
11. Kropp R. EIRIS Reports on Sustainability Practices of Largest Global Companies: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.socialfunds.com/newa/article.cgi/article3518.html>

ТЕМА 13. «ЄВРОПЕЙСЬКІ СОЦІАЛЬНІ ПРАКТИКИ КСВ»

Лекція «Європейські соціальні практики КСВ»: розглянути європейські соціальні практики КСВ; ознайомитися з їх особливостями

Соціальні практики КСВ

- практики взаємодії з суспільством
- трудові практики
- практики захисту прав людини
- практики відповідальності за продукцію
- практики публічної звітності

Практики взаємодії з суспільством

- Практики розвитку місцевих громад

Фактори значущості інвестицій у розвиток місцевих громад

- доступ до капіталу
- вартість і строки будівництва
- доступ до кваліфікованої робочої сили і матеріалів
- непереривність і вартість виробництва продукції
- попит на продукцію
- вартість врегулювання екологічних і соціальних наслідків
- підтримка органів державної влади
- стратегічні конкурентні переваги

Міжнародні стандарти та практики вибудовування системи взаємодії із стейкхолдерами і розвитку місцевих громад

Рівні	Назва стандарту/практики
Глобальний	Стандарт взаємодії із зацікавленими сторонами AA 1000 SES
Галузевий	Стандарти Міжнародної фінансової корпорації
	<ul style="list-style-type: none"> • Взаємовідносини з стейкхолдерами • Планування і оцінка ефективності проектів • Інвестиції в місцеві громади
	Керівництво з розвитку місцевих громад Міжнародної ради з гірничої справи і металів
Корпоративний	Стандарт з розвитку місцевих громад компанії

Стандарт взаємодії із зацікавленими сторонами AA 1000 SES: зобов'язання і принципи

ЗОБОВ'ЯЗАННЯ: принцип «включення»

Прийняття до уваги інтересів і потреб усіх стейкхолдерів на всіх етапах корпоративного управління

ПРИНЦИПИ

Значущість	Повнота	Реагування
Правильна оцінка значення проблем для стейкхолдерів і компанії	Розуміння важливості наслідків діяльності компанії	Демонстрація адекватної відповіді

ПРОЦЕС ВЗАЄМОДІЇ ЗІ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ

- 1) виявлення стейкхолдерів
- 2) структурування груп за пріоритетами
- 3) планування
- 4) взаємодія
- 5) оцінка ефективності і звітність



Зацікавлені сторони

- інвестори
- співробітники
- професійні союзи
- споживачі/клієнти
- постачальники
- учасники СП та асоціацій
- місцеві громади
- органи державної влади
- органи контролю
- громадські організації

Рівень взаємодії

Рівень	Форма взаємодії
Консультації	Анкетування, фокус-групи, зустрічі, семінари, онлайн-механізми зворотнього зв'язку, комітет
Переговори	Колективні переговори
Залучення	Форуми, консультаційні комісії, процеси з досягнення консенсусу, спільні процеси прийняття рішень, фокус-групи, онлайн-механізми зворотнього зв'язку
Співробітництво	Спільні проекти, СП, партнерства, багатосторонні ініціативи
Інтегрування в процес управління і прийняття рішень	Інтеграція стейкхолдерів в систему управління, стратегічний і операційний менеджмент

Документи

сфери розвитку місцевих громад

- стратегія розвитку (на 5–10 р.)
- політика розвитку
- політика надання благодійної допомоги...
- керівництво з розвитку
- внутрішні документи
- стандарт програмної і проектної діяльності з розвитку
- плани з розвитку (на 3 р.)
- програми з розвитку

Створення «спільних цінностей» у рамках проектів сфери розвитку місцевих громад



ПРОЕКТИ,
направлені на створення «загальних спільних цінностей»

ПРОЕКТИ СФЕРИ РОЗВИТКУ МІСЦЕВИХ ГРОМАД

за напрямками:

- **інфраструктурні**
- **соціальні**
- **освітні**

за типами

- **локальні/регіональні**
- **короткострокові/довгострокові**

ІНСТРУМЕНТИ ФІНАНСУВАННЯ

Інструмент	Ризики	Проекти
Власні кошти	<ul style="list-style-type: none"> Відсутність кваліфікованого персоналу Обмеженість ресурсів 	Інфраструктурні проекти
Корпоративний фонд	<ul style="list-style-type: none"> Неготовність до довгострокових соціальних інвестицій Необхідність залучення допоміжного персоналу Репутаційні ризики 	Соціальні проекти Освітні проекти
Державно-приватне партнерство	<ul style="list-style-type: none"> Тривалий процес узгодження та виділення бюджетних коштів Репутаційні ризики 	Інфраструктурні проекти
Гранти	<ul style="list-style-type: none"> Невідповідність тематики та корпоративних цілей Конкурсний підхід Відсутність навиків і підготовки заявок 	Соціальні проекти Освітні проекти
Партнерство з некомерційними організаціями	<ul style="list-style-type: none"> Ріст організаційних затрат компанії Неготовність до роботи з третім сектором Слабкий рівень управління проектами 	

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МОНІТОРИНГУ І ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЕКТІВ

1. Визначення точки відліку:

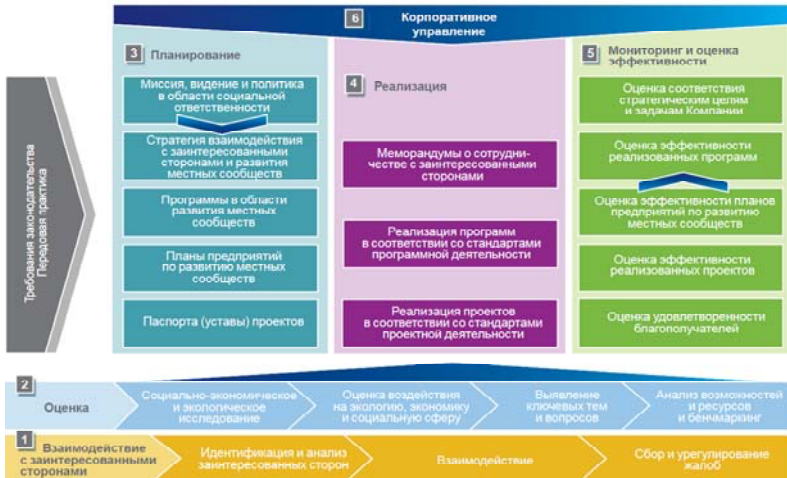
- дослідження позицій стейкхолдерів
- ретроспективний аналіз соціальних інвестицій
- формування характеристики місцевої громади

2. Збір та оцінка кількісних та якісних показників

Кількісні показники

- кількість відремонтованих об'єктів
- кількість побудованих об'єктів
- кількість нових робочих місць (тимчасова зайнятість)
- кількість нових робочих місць (постійна зайнятість)
- кількість співробітників (навчання)
- кількість представників громад (навчання)
- кількість отримувачів благодійної допомоги
- кількість НКО (підтримка)
- кількість компаній малого і середнього бізнесу
- площа збудованого житла
- кількість проєктів
- скорочення викидів, відходів, повторного їх використання
- площа відновлених земель/територій

Модель КПМГ з оцінки зрілості системи взаємодії зі стекхолдерами і розвитку місцевих громад



Джерело [2]

ПРАКТИКИ компанії Electrolux

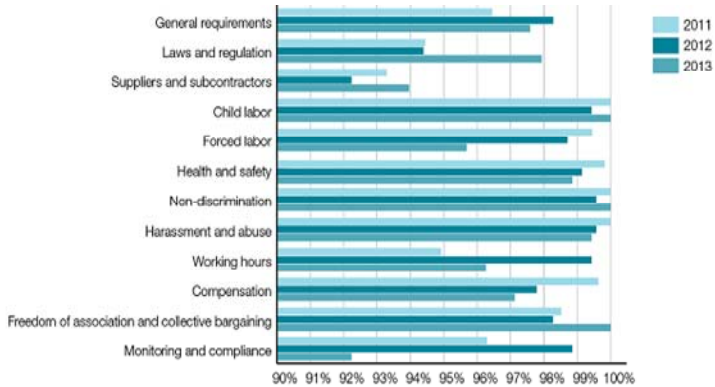
Країна	Форма співробітництва	Характеристика
Швеція	Фонд «Радість життя» (співучасть)	Надання житла і професійного навчання малозабезпеченій молоді з Латвії
Таїланд	Благодійний проект «Ростки надії – реабілітація» (співучасть)	Підтримка жертв паводків та дітей з бідних сімей
США	Благодійність	Поставки продукції
Мексика	Стипендіальні програми	Надання стипендій для дітей співробітників

Джерело [3]

ЩВЕЦІЯ: СОЦІАЛЬНІ ПРАКТИКИ

- 1979 – офіційна заборона биття дітей
- 35 країн приєдналися до цієї ініціативи

Оцінки ALFA Кодексу поведки компанії Electrolux

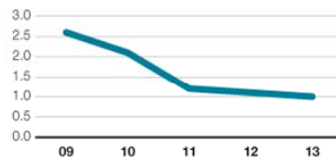


Джерело [3]

Рівень виробничого травматизму компанії Electrolux

2013 / 2012 рр.

Глобальний рівень
випадків травматизму
знизився на **10 %**



Кількість робочих днів втрачених у результаті
травм зменшилась на **48 %**

Джерело [3]

**Завдання. Інформаційний макет проекту
«Міжсекторне партнерство: соціальні дивіденди
у квадраті». Розробка соціального проекту (30 хвилин)**

Конкурентні переваги

- нові канали зв'язку
- міцний зв'язок з громадою
- новий інструмент управління
- взаємне доповнення ключових компетенцій

Взаємне доповнення ключових компетенцій

- професійних якостей
 - ресурсів
 - ролей
 - обов'язків
 - моделей поведінки
- додаткових засобів
- власної унікальності

Глобальні соціальні ефекти

- доступ базових послуг
- зростання соціального капіталу
- підвищення рівня поінформованості
- пом'якшення впливу на довкілля
- мобілізація громади
- зростання людського капіталу
- зменшення бідності

Типи міжсекторних партнерств

- програмні партнерства
- політичні та стратегічні партнерства
- партнерства лобіювання
- багатовимірні партнерства

Процес побудови партнерства

Фази партнерства	Необхідні навички	Ключові завдання для компанії
Визначення програми (цілей) партнерства	Проведення внутрішньої оцінки	Призначення відповідальної особи Внутрішня оцінка потреб, інтересів, витрат, ризиків та переваг
Пошук потенційних партнерів	Проведення консультацій	Консультації з можливими партнерами на предмет оцінки їх очікувань Формування переговорної стратегії
Налагодження партнерських зв'язків	Формування консенсусу Розробка програми	Розробка правил участі, управління, відповідальності партнерів
Технічна підтримка партнерських відносин	Використання інструментів управління	Проміжна оцінка впливу партнерства Підтримка постійної комунікації з партнерами Оцінка взятих зобов'язань
Завершення партнерства	Використання інструментів управління	Визначення дати завершення партнерства Формування стратегії виходу з партнерства Оцінка ефективності партнерства

Структура внутрішньої оцінки компанії

- аналіз власних ключових компетенцій
- оцінка можливостей інтеграції партнерського підходу до поточних проектів компанії
- оцінка переговорних стратегій
- оцінка за планових витрат, ризиків і дивідендів від партнерства

Цілі консультацій з можливими партнерами

- виявлення потенційних партнерів
- початок діалогу з партнерами
- перевірка власних очікувань від партнерів
- визначення та розподіл ролей, зобов'язань і ресурсів потенційних партнерів
- організація зустрічі за участю усіх потенційних партнерів

Розробка сценарію переговорів «виграш + виграш = виграш²»

- відмова від позиційного торгу
- розмежування між учасниками дискусії і проблемою
- зосередження на дійсних інтересах сторін
- знаходження взаємовигідних варіантів
- використання об'єктивних критеріїв оцінки інтересів

Критерії вибору партнерів

- історії успіху діяльності компаній і організацій
- володіння інформацією
- ефективні навички фасилітації
- відсутність зв'язків з релігійними структурами та політичними партіями
- прозорість діяльності
- відкритість до зовнішньої підтримки
- наявність професійних навичок
- наявність потенціалу для мобілізації ресурсів

Налагодження партнерських зв'язків

Угода про партнерство

- цілі та завдання
- спільний план дій (*діяльність, строки, індикатори ефективності, ресурси, їх розподіл, ролі та зобов'язання*)
- механізми фінансування
- принципи прийняття рішень
- механізми щодо врегулювання розбіжностей
- процедура комунікації між партнерами

Угода про партнерство

- заходи по зміцненню потенціалу партнерства
- антиризикові заходи
- стратегії зміни відповідальних за партнерство
- стратегія спілкування із стейкхолдерами
- процедури моніторингу партнерства
- процедура оцінки ефективності партнерства
- стратегія виходу з партнерства

Індикатори оцінки ефективності партнерства

- ступінь досягнення поставлених цілей
- соціальні зміни після реалізації проекту
- незаплановані побічні позитивні результати
- негативні наслідки партнерства
- факти «доданої вартості партнерства»
- оцінка фінансових і не фінансових витрат з реальними соціальними дивідендами партнерства
- факти інституційних змін
- поширення досвіду та уроків партнерства

Висновки

Міжсекторне партнерство

- найефективніший підхід соціальних інвестицій
- будується на ключових компетенціях партнерів
- зміцнює потенціал партнерів
- необхідно визначати відповідальних і шукати партнерської підтримки
- спільне визначення структури управління
- отримання та оцінка проміжних результатів

Пошук партнерів

- сфери
- інтереси
- витрати
- ризики
- переваги

CASE-STUDY:

Розвиток між секторного партнерства

- плани компанії
- проекти компанії
- результати проектів компанії
- ключові моменти досягнення успіху
- індикатори оцінки партнерства

Завдання. Дискусійний відео ресурс «Соціальні практики»

Слухачам пропонується для перегляду відео ресурс (кліпи, фрагменти документальних чи художніх фільмів, презентації чи виступи експертів — 5 хвилин):

- соціальні практики Німеччини <https://www.youtube.com/watch?v=SW1pETdZMKE>

По завершенню пропонується дискусія «А як в Україні?» (5 хвилин).

Література

1. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.
2. Модель КПМГ з оцінки зрілості системи взаємодії зі стейкхолдерами і розвитку місцевих громад [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.kpmg.com/ua/ru/pages/default.aspx>
3. Офіційний сайт компанії Electrolux [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.electroluxgroup.com/en/>

Додаткова література

1. Практики КСВ в Україні 2012: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.csr-ukraine.org>
2. Green, Social and Ethical Funds in Europe: 2012 Review: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.eticasgr.it/public/doc/201301041611310.pdf>

ТЕМА 14. «ЄВРОПЕЙСЬКІ ЕТИЧНІ ПРАКТИКИ КСВ»

Лекція «Європейські етичні практики КСВ»: розглянути європейські етичні практики КСВ; ознайомитися з їх проблематикою

Поняття та терміни

Етика бізнесу – це прикладна етика, а не нормативна етика

- нормативна етика в основному визначає моральні стандарти, які складаються з певних норм і загальних принципів
- прикладна етика передбачає використання моральних стандартів у практиках компаній

Топ-20 країн за критерієм етичної ділової поведінки компаній

№ 1	Країна 2	Оцінка 3	№ 1	Країна 2	Оцінка 3
1	Швеція	6,8	11	Австрія	6,2
2	Нова Зеландія	6,7	12	Люксембург	6,1
3	Фінляндія	6,6	13	Німеччина	6,0
4	Сінгапур	6,6	14	Великобританія	6,0
5	Данія	6,5	15	Гонконг	6,0
6	Швейцарія	6,4	16	Ісландія	5,7
7	Норвегія	6,4	17	Франція	5,7
8	Канада	6,3	18	Японія	5,6
9	Нідерланди	6,3	19	Чилі	5,6
10	Австралія	6,2	20	Барбадос	5,5

Примітка: 1 - найнижча оцінка, 7 – найвища оцінка.

Україна – 130 місце з 139 (оцінка – 3 бали)

Джерело: [2, с.382]

Різновекторність крос-культурного сприйняття етичних проблем

Критерій оцінки	США	Японія	Канада	Тайвань	Гонконг	Південна Корея
1	2	3	4	5	6	7
Важливість етичних проблем	Висока	Низька	Висока	Низька	Низька	Низька
Поняття етичної поведінки	Виходить за рамки закону	Виходить за рамки закону	Виходить за рамки закону	В рамках закону		
Важливість юридичних аспектів етичної поведінки	Висока	Висока	Висока	Низька	Низька	Висока
Важливість збереження оточуючого середовища	Висока	Висока	Висока	Низька	Низька	Низька

Джерело [1, с.251]

Різновекторність крос-культурного сприйняття етичних проблем

Критерій оцінки	США	Японія	Канада	Тайвань	Гонконг	Південна Корея
Важливість виробництва небезпечних продуктів	Висока	Висока	Висока	Низька	Низька	Низька
Доноси	Підтримка держави	Низька схильність	Висока схильність	Низька схильність	Висока схильність	Підтримка держави
Покриття неетичної поведінки топ - менеджменту	Ні	Так	Ні	Так	Ні	Ні
Важливість гарантії прав працівників	Висока	Висока	Висока	Низька	Низька	Низька

Джерело [1, с.251]

Інтегральна теорія соціальних контрактів –
оцінка етичних аспектів управлінських рішень

ГІПЕРНОРМИ — УНІВЕРСАЛЬНИЙ

- особиста свобода
- фізична безпека
- участь в політиці
- згода, що ґрунтується на усвідомленні
- приватна власність
- право на засоби існування
- рівність

Інтегральна теорія соціальних контрактів –
оцінка етичних аспектів управлінських рішень

Макро-соціальний контракт — ГЛОБАЛЬНИЙ

- вільний моральний простір
- вільна згода з правом на існування
- узгодженість з гіпер нормами
- правила встановлення пріоритетності

Інтегральна теорія соціальних контрактів –
оцінка етичних аспектів управлінських рішень

Мікросоціальний контракт – Діє в межах громади

Індивідуальні норми (приклад)

- без обману на переговорах
- дотримуватись усіх контрактів
- при наймі співробітників віддавати перевагу місцевому населенню
- місцеві постачальники
- забезпечення безпеки співробітників

**ПРОЦЕС ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ
РІШЕНЬ**

Управлінські проблеми		
стратегічні і тактичні		
Варіанти рішень	Аспекти рішень	Процес прийняття рішень
	Економічні Політичні Соціальні етичні	

Скрінінговий тест для прийняття етичних рішень

- Крок 1** Отримайте повну інформацію
- Крок 2** Визначте етичні аспекти ситуації
- Крок 3** Визначте вплив рішення
- Крок 4** Визначте можливі наслідки
- Крок 5** Врахуйте суб'єктивний фактор
- Крок 6** Застосуйте креативний підхід
- Крок 7** Прислухайтесь до інтуїції
- Крок 8** Приготуйтеся до відстоювати свої погляди

ПЕРЕВІРКА РІШЕНЬ НА ЕТИЧНІСТЬ

1. Визначте чи не протирічить рішення діючому законодавству? (наявність порушень громадянських прав і політики компанії)
2. Чи збалансоване дане рішення? (Чи не завдасть це рішення шкоди всім кого стосується в коротко- та довгостроковій перспективі?)
3. Чи буду я задоволений після реалізації цього рішення? (Моє відношення до публічного розголосу про це рішення)

Завдання. Етична розминка

Слухачам пропонуються кілька ситуацій для обговорення.

Як би ви діяли у наступній ситуації?

Щоб забезпечити збут вашої продукції на ринку однієї з іноземних держав, вам необхідно заплатити комісійну винагороду в розмірі 10 % від суми угоди посереднику, який має доступ до державних чиновників вищого рангу в цій країні. Ви підозрюєте, що цей посередник розділить комісійні з чиновниками, які приймають рішення про те, яку продукцію купувати.

Ваша модель поведінки? Чи вплине на ваше рішення той факт, що ваші конкуренти зазвичай платять такі комісійні?

Як би ви діяли у наступній ситуації?

В одній із зарубіжних країн, у яких здійснюється валютний контроль, у вас є давнішній клієнт. Цей клієнт пропонує вам незаконно збільшити суму в рахунку за партію товару на 25 %. Наприклад, ви повинні відвантажити в цю країну партію товарів на суму \$ 100 млн, але в рахунку, представленому вашим клієнтом, вам пропонують вказати цифру \$ 125 млн. На підставі цього рахунку ваш клієнт отримає з центрального банку \$ 125 млн; з цієї суми \$ 100 млн — для вас, а решту \$ 25 млн ви повинні перевести в швейцарський банк на ім'я свого клієнта. Ваші дії? Чи вплине на ваше рішення той факт, що клієнт, про якого йде мова, відноситься до політично непопулярної меншості в країні і може зіткнутися з необхідністю швидко покинути країну при першій же небезпеці?

Питання для обговорення

1. Представники однієї культури, цілком ймовірно, мають аналогічні погляди на питання етичності або неетичності поведінки. Який фактор або фактори можуть призвести до відмінностей в оцінці етичності і неетичності поведінки всередині однієї культури?

2. Чи правильно розцінювати чийсь поведінку як повністю «позбавлену етики»? Обґрунтуйте свою відповідь.

3. Жителі яких країн мають такі ж уявлення про етику, як і жителі Великобританії? Чим можна пояснити таку подібність?

4. За яких обставин етичний кодекс найбільш і найменш ефективний? Чому?

5. Що, на вашу думку, швидше за все трапиться, якщо стиль поведінки і прийняття рішень нової команди вищого керівництва компанії не буде відповідати усталеній корпоративній культурі?

6. За яких умов, якщо це можливо, ви можете уявити себе в ролі «інформатора»? За яких умов, якщо це можливо, ви можете «закрити очі» на незаконні дії вашого роботодавця?

7. Чи слід, на вашу думку, по меншій мірі регулювати етику в міжнародному контексті? Обґрунтуйте свою відповідь.

Завдання. Кейс «КОНФЛІКТНІ АЛМАЗИ»

За традиціями західного світу, для молодої людини ідеальний спосіб продемонструвати нареченій свою безсмертну любов — це подарувати їй перстень з діамантом. Однак алмази так само ідеально підходять для контрабанди. Вони маленькі, їх легко заховати, вони становлять особливу цінність, як контрабандний товар з точки зору їх ваги і можливості постачати великими партіями. Найжахливіший аспект торгівлі алмазами полягає в тому, що контрабандисти, які займаються цим бізнесом, фінансували найжахливіші громадянські війни в різних країнах світу, в тому числі війни, що зруйнували Сьєрра-Леоне, Конго і Анголу. Існує ряд неурядових організацій, які намагаються допомогти жертвам цих воєн, — *CARE, Medecins, Frontieres, Global Witness* і Міжнародний Червоний Хрест. Керівники цих організацій зрозуміли, що мир у світі неможливий до тих пір, поки не буде припинена торгівля так званими «конфліктними алмазами»¹. Вони почали кампанію з інформування громадськості про те, який зв'язок існує між торгівлею алмазами і громадянськими війнами.

За оцінками експертів, частка конфліктних алмазів у світовій торгівлі дорогоцінними каменями становить від 2 до 20 %. Ділки, що займаються торгівлею алмазами, швидко зрозуміли, що вони можуть зіткнутися з серйозними проблемами через розголос їх діяльності. Цей розголос може спричинити відмову багатьох споживачів купувати діамантові сережки чи браслети у випадку, якщо вони дізнаються, що їх шикарні покупки можуть допомагати військовим диктаторам купувати зброю і боеприпаси. У 2000 році представники африканських країн, де добувають діаманти, сіли за стіл переговорів з найбільшими споживачами ал-

¹ «Конфліктні алмази» (conflict diamonds), «алмази смерті», «криваві алмази» — так називають у світі алмази, які добувають в «гарячих точках» планети і які надходять на світовий ринок, як правило, контрабандним шляхом.

мазів і представниками алмазного бізнесу, щоб обговорити, як захистити світову алмазну торгівлю від «кривавих» алмазів. Цей новий міжнародний механізм був названий «Процес Кімберлі» (Kimberly Process), по імені південноафриканського міста, в якому видобуваються алмази. Сімдесят країн домовилися про те, що починаючи з 2003 р. торгувати можна буде тільки тими алмазами, які будуть забезпечені сертифікатом про їх походження. Цей сертифікат повинен гарантувати, що алмази здобуті на законних підставах поза зоною конфлікту. Однак серйозна проблема полягає в практичній реалізації цієї домовленості і хороших намірів «Процесу Кімберлі». Керівники деяких неурядових організацій висловлюють побоювання в тому, що контрабандисти можуть підкуповувати чиновників, котрі видають такі сертифікати, або можуть знайти інші способи обійти договір. (Сюжет одного з фільмів про Джеймса Бонда, «Die Another Day», — «Помри, але не сьогодні», — відображає саме цю проблему).

Інші країни використовують проблему конфліктних алмазів як можливість підтримати свій власний алмазний бізнес. Наприклад, у даний час, завдяки відкриттю нового родовища алмазів, Канада випускає 6 % від світового обсягу виробництва алмазів ювелірної якості. Для того щоб продемонструвати, що алмази здобуті в зонах, вільних від конфліктів, один з канадських виробників алмазів гравірує крихітні фігурки полярного ведмедя на своїх алмазах, інший використовує для цього зображення кленового листа.

Джерело: Warning to «Conflict Diamonds' Traders», *Financial Times*, April 29, 2003, p. 6; «Talks End in Agreement to Track Diamond Shipments»,

Houston Chronicle, November 30, 2001, p. 36A; «Diamond Town in the Rough», *Wall Street Journal*, July 5, 2001, p. B1; Jon Lee Anderson, «Oil and Blood», *The New Yorker*, August 14, 2000, p. 45ff

Питання до кейсу:

1. Визначте тип етичної проблеми кейсу (згідно запропонованої матриці).
2. Запропонуйте свою конкретизацію типу (виду) етичної проблеми кейсу.

Типологія етичних проблем глобального бізнес середовища

Вектор	Компанія ↔ Зовнішнє середовище	Компанія ↔ Співробітники	Співробітники ↔ Компанія
	СПРАВЕДЛИВІСТЬ ТА ЧЕСНІСТЬ		
П Р О Б Л Е М И	• Дотримання законодавства	• Дотримання прав людини	• Виконання професійних обов'язків
	• Етичне інвестування	• Дотримання трудового законодавства	• Дотримання кодексу професійної та особистої етики
	• Забруднення оточуючого середовища	• Експлуатація	• Лояльність до компанії
	• Якість продукції	• Дотримання громадянських прав	• Обман, крадіжки, шахрайство
	• Захист інтелектуальної власності	• Дискримінація	• Електронні злочини
	• Міжнародний промисловий шпionаж і розвідка	• Якість трудового життя	
	• Нечесна конкуренція		
	• Недобросовісна реклама і маркетинг		
	• Фальсифікація звітності		
↔	• Корупція		
БЕЗПЕКА			
П Р О Б Л Е М И	• Безпека оточуючого середовища	• Безпека особистості	• Конфідентційність інформації
	• Безпека продуктів	• Безпека робочого місця	• Захист програмного забезпечення та даних
		• Безпека виробничого процесу	

Джерело [1, с. 249]

Література

1. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.
2. *Де Джордж Р.* Деловая этика / Де Джордж Р.: в 2-х томах. — СПб.: Экономическая школа, 2001. — 752 с.
3. *Лучко М.Л.* Этика бизнеса — фактор успеха / Лучко М.Л. — М.: Изд-во Эксмо, 2006. — 320 с.
4. *Петрашко Л.П.* Типологія етичних проблем глобального бізнес середовища / Л.П. Петрашко // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право): наук. журн. — К.: НАУ, 2011. — № 4. Т. 1. — С. 109–115

Додаткова література

1. *Уткин Э.А.* Этика бизнеса / Э.А. Уткин. — М.: Дело, 1993. — 385 с.

ТЕМА 15. «РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ЄВРОПЕЙСЬКИХ БІЗНЕС ПРАКТИК КСВ»

Лекція «Результативність європейських бізнес практик КСВ»: розглянути сутність результативності бізнес-практик КСВ; ознайомитися з Глобальною ініціативою зі звітності (GRI)

Поняття та основні принципи результативності бізнес-практик КСВ

Підходи у визначенні понять «ефективність» та «результативність»:

- ототожнення понять «ефективність» і «результативність»;
- взаємозалежні величини, які доповнюють одне одного;
- ефективність — складова результативності.

За П. Друкером:

- ефективність — «робити речі правильно» (working on the right things);
- результативність — «робити правильні речі» (get the right things done)

Джерело [2]

Поняття та основні принципи результативності бізнес-практик КСВ

- ефективність (efficiency) – це співвідношення між досягнутим результатом і використаними ресурсами

(внутрішнє спрямування)

- результативність (effectiveness) – це ступінь реалізації запланованої діяльності та досягнення запланованих результатів

(зовнішнє спрямування)

Джерело [3]

Глобальна ініціатива зі звітності (GRI)

Глобальна ініціатива зі звітності (GRI) надає підтримку усім підприємствам, які ведуть звітність в області стійкого розвитку.

Система звітності GRI визначає принципи і показники, за допомогою яких організація може визначити результативність роботи і підготувати звіт про економічний, екологічний і соціальний вплив на довкілля.

Джерело [4]

Глобальна ініціатива зі звітності (GRI)

- створена у 1997 році на основі Американської неприбуткової організації «Коаліції Екологічно Відповідальних Економік» (CERES) та Інституту Tellus;
- перша версія керівництв G1 була випущена 2000 року. Наступного року, CERES відокремив GRI як незалежну установу;
- друга версія керівництв G2 було представлено в 2002 році на Світовому Саміті зі Стабільного Розвитку в Йоганнесбургу;
- у 2002 GRI перемістився в Амстердам як незалежна неприбуткова організація;
- 2006 року випущено керівництво G3. GRI розширює свою стратегію та Інфраструктуру Звітності і будує потужні альянси;
- у 2011 GRI видає керівництво G3.1 - модифікацію і завершення керівництва G3, з розширеною звітністю щодо гендерної результативності та результативності щодо людських прав;
- у 2013 GRI видає керівництво G4

Джерело [4]

Глобальна ініціатива зі звітності (GRI)

- GRI бере участь у стратегічних партнерствах з Організацією економічного співробітництва і розвитку, Організацією Об'єднаних Націй з довкілля, Організацією Об'єднаних Націй Глобального договору;
- керівництво GRI здійснює успішні спільні зусилля з Earth Charter Initiative, Міжнародною фінансовою корпорацією, Міжнародною організацією зі стандартизації, Конференцією ООН з торгівлі та розвитку;
- повна мережа зацікавлених сторін налічує 30.000 чоловік

Джерело [4]

Звіти можуть використовуватися, для наступних цілей:

- зіставлення і оцінка результативності в області стійкого розвитку по відношенню до законів, норм, кодексів, стандартів результативності і добровільних ініціатив;
- демонстрація впливу організації на очікування відносно стійкого розвитку, а також впливу цих очікувань на організацію; і
- порівняння результатів діяльності підрозділів організації і різних організацій, а також результатів діяльності в різні моменти часу

Джерело [5]

Особливості складання звітності згідно стандартів GRI

Структура та основний зміст звіту

- *Стратегія і характеристика:*

Елементи, що визначають загальний контекст, необхідний для розуміння результатів діяльності організації, такі як її стратегія, характеристика і корпоративне управління.

- *Підходи менеджменту:*

Елементи звітності, що описують те, як організація реагує на певний список тем, і що визначають контекст, необхідний для розуміння результатів діяльності організації в конкретній області.

- *Показники результативності:*

Показники, що дають порівнянну інформацію про економічні, екологічні і соціальні результати діяльності організації.

Організаціям рекомендується дотримуватися цієї структури при складанні звіту, проте вони можуть віддати перевагу іншому формату

Джерело [5]

Особливості складання звітності згідно стандартів GRI

Загальні стандартні елементи звітності

- стратегія і аналіз
- профіль організації
- виявлені істотні аспекти і межі
- взаємодія із зацікавленими сторонами
- загальні відомості про звіт
- корпоративне управління
- етика і сумлінність

Специфічні стандартні елементи звітності

- відомості про підходи в області менеджменту
- показники

Джерело [5]

Принципи визначення змісту звіту

- взаємодія із зацікавленими сторонами
- контекст стійкого розвитку
- істотність
- повнота

Принципи забезпечення якості звіту

- збалансованість
- порівнянність
- точність
- своєчасність
- ясність
- надійність

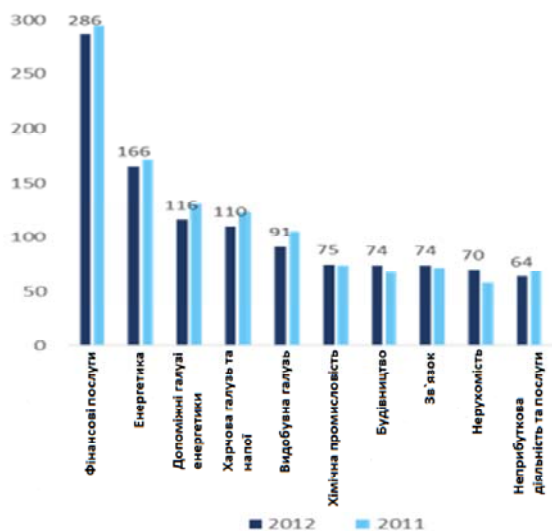
Джерело [5]

Процес складання GRI звітності



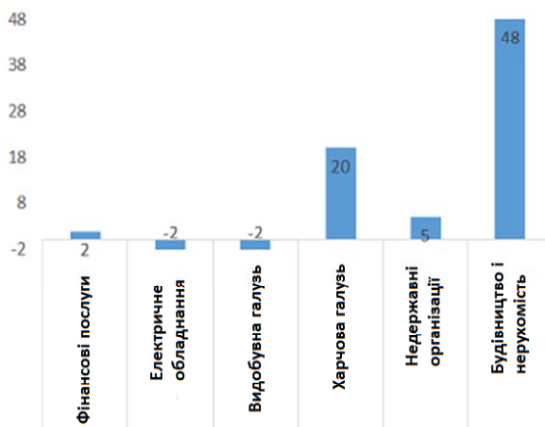
Джерело [5]

GRI звітність за секторами



Джерело [6]

Динаміка GRI звітності за секторами за 2012 рік відносно 2011



Джерело [6]

Рівні застосування GRI

Щоб продемонструвати, що звіт заснований на GRI, авторам звіту слід вказати рівень застосування Системи звітності GRI.

Рівні отримали позначення C, B і A. Критерії звітності, вказані для кожного рівня, відбивають зростаюче охоплення Системи звітності GRI.

Організація може в порядку самодекларації додати "плюс" (+) на кожному з рівнів, якщо вона використала зовнішнє підтвердження.

Звітуюча організація може використати одну або обидві нижченаведені можливості:

- попросити третю сторону висловити думку відносно самодекларації;
- запросити перевірку самодекларації в GRI.

Джерело [5]

Рівні застосування GRI

	Включення до звіту Рівні застосування	C	C+	B	B+	A	A+
Стандартні елементи	Елемент звітності – характеристика	Результат Публікація інформації з: 1.1 2.1-2.10 3.1-3.8, 3.10-3.12 4.1-4.4, 4.14-4.15	Звіт пройшов зовнішнє підтвердження	Публікація інформації по всім критеріям для Рівня C, а також: 1.2 3.9, 3.13 4.5-4.13, 4.16-4.17	Звіт пройшов зовнішнє підтвердження	Так само, як потребується для рівня B	Звіт пройшов зовнішнє підтвердження
	Відомості про підходи у області менеджменту	Результат Не потрібно		Відомості про підходи у області менеджменту для кожної з категорій показників		Відомості про підходи у області менеджменту для кожної з категорій показників	
	Показники результативності та Показники результативності галузевих додатків	Результат Публікація інформації як мінімум по 10 Показникам результативності, включаючи по крайній мірі по одному з соціальних, економічних та екологічних		Публікація інформації як мінімум по 20 Показникам результативності, включаючи по крайній мірі по одному з економічних, екологічних, прав людини, підходів до організації праці, спільноти та відповідальності за продукцію		Відповідь на кожний основний показник та Галузевого додатку з відповідним врахування принципу істотності шляхом: а) публікації інформації по показнику, або б) поясненням причин його пропуску	

Завдання. Тест для самоперевірки

1. Вибрати правильне визначення терміну «результативність»:

- А) це співвідношення між досягнутим результатом і використаними ресурсами;
- В) це ступінь реалізації запланованої діяльності та досягнення запланованих результатів;
- С) цей термін є тотожним до терміну «ефективність»;
- Д) внутрішня економічність, яка вимірює найкраще використання ресурсів.

2. Що таке система звітності GRI:

- А) система звітності GRI визначає принципи і показники, за допомогою яких організація може визначити результативність роботи і підготувати звіт про економічний, екологічний і соціальний вплив на довкілля;
- В) система звітності GRI визначає принципи і показники, за допомогою яких організація може підготувати звіт про свій економічний розвиток;
- С) обов'язкова фінансова звітність GRI визначає принципи і показники, за допомогою яких організація може визначити результативність роботи і підготувати звіт про економічний, екологічний і соціальний вплив на довкілля;
- Д) обов'язкова звітність GRI визначає принципи і показники, за допомогою яких держава може визначити результативність роботи і підготувати звіт про економічний, екологічний і соціальний вплив на довкілля.

3. GRI діє як:

- А) урядова інституція;
- В) неурядова неприбуткова організація;
- С) міжнародна компанія;
- Д) наднаціональний орган.

4. Рік заснування GRI:

- А) 1997;
- В) 2004;
- С) 1992;
- Д) 2008.

5. Сучасне місцезнаходження головного офісу GRI:

- А) Бостон;
- В) Нью-Йорк;
- С) Амстердам;
- Д) Берлін.

6. Відсортуйте принципи складання звіту GRI:

Принципи визначення змісту звіту	Принципи забезпечення якості звіту

Перелік: збалансованість, порівнянність, точність, взаємодія із зацікавленими сторонами, контекст стійкого розвитку, своєчасність, ясність, надійність, істотність, повнота.

7. Що з переліченого не є загальним стандартним елементом звітності GRI:

- A) профіль організації;
- B) корпоративне управління;
- C) відомості про підходи в області менеджменту;
- D) етика і сумлінність.

8. Які показники НЕ входять до системи показників звітності GRI:

- A) економічні;
- B) соціальні;
- C) екологічні;
- D) культурні.

9. Рівні застосування GRI:

- A) D, C, B, A;
- B) C, B, A;
- C) B, A;
- D) E, C, B, A.

10. Чи може звітуюча організація використати обидві нижченаведені можливості:

- попросити третю сторону висловити думку відносно самодекларації;
 - запросити перевірку самодекларації в GRI:
- A) так;
 - B) ні.

Відповіді до тесту:

	A	B	C	D
1		+		
2	+			
3		+		
4	+			
5			+	
6	Принципи визначення змісту звіту: <i>Взаємодія із зацікавленими сторонами</i> <i>Контекст стійкого розвитку</i> <i>Істотність</i> <i>Повнота</i>		Принципи забезпечення якості звіту: <i>Збалансованість</i> <i>Порівнянність</i> <i>Точність</i> <i>Своєчасність</i> <i>Ясність</i> <i>Надійність</i>	
7			+	
8				+
9		+		
10	+			

Завдання. Загальний аналіз нефінансової звітності компаній «ArcelorMittal», «Coca-Cola», «Ernst & Young», «Ferrero» та «ТНК-ВР»

Після заслуховування матеріалу щодо економічної результативності практик КСВ (20–25 хвилин), група слухачів тренінгу ділиться на 5 підгруп і обирає одну з нижченаведених компаній для проведення дослідження:

- «ArcelorMittal»;
- «Coca-Cola»;
- «Ernst & Young»;
- «Ferrero»;
- «ТНК-ВР».

Після вибору компанії, підгрупа отримає GRI звіт обраної компанії (посилання наведені у додатковій літературі до теми) за кілька періодів. (10–15 хвилин на ознайомлення)

Необхідно проаналізувати та відповісти на такі питання:

1. Надайте коротке резюме про компанію. Зазначте загальну інформацію про обрану компанію та сферу її діяльності.

2. Вкажіть рівень застосування системи звітності GRI.
3. Чи наявні певні упущення з точки зору основних складових звітності GRI?
4. Охарактеризуйте особливості стилю звітності обраної компанії.
5. Чи наявний прогрес\зміни у складанні звіту відносно попередніх років?

Потім кожна підгрупа робить короткий виступ на 3–5 хвилин. (всього 20–25 хвилин)

Після заслуховування виступів кожної з команд, обговорюється наступне питання для дискусії (10–15 хвилин):

1. Чи були помітні спільні тенденції у підготовці звітів даних компаній?

Література

1. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.
2. *Друкер П.* Задачи менеджмента в XXI веке / П. Друкер. — М.: Изд. дом «Вильямс», 2003.
3. Системи управління якістю — Основні положення та словник термінів — Національний стандарт України ДСТУ ISO 9000:2007: [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://dbn.at.ua/_id/11/1128_432_iso9000-1-.pdf
4. Офіційний сайт Глобальної ініціативи зі звітності (GRI): [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.globalreporting.org>
5. Руководство по отчетности в области устойчивого развития (GRI), 2014: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.globalreporting.org/resource/library/GRI-G3-Russian-Reporting-Guidelines.pdf>
6. GRI's Annual Report 2011/12: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.globalreporting.org/resource/library/GRI-Annual-Report-2011-2012.pdf>

Додаткова література [Див. сторінка 247–249]

ТЕМА 16. «ЕКОНОМІЧНА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ»

Міні-лекція «Економічна результативність бізнес-практик КСВ»: визначення економічної результативності практик КСВ; основні показники економічної результативності КСВ

Економічна складова

Економічна складова стійкого розвитку означає дію організації на економічний стан зацікавлених сторін, а також на економічні системи місцевого, національного і глобального рівнів.

У традиційній звітності часто відсутня інформація про вклад організації в стійкість масштабної економічної системи, що представляє інтерес для користувачів звітів в області стійкого розвитку.

Економічні показники відображають:

- потоки капіталу між різними зацікавленими сторонами;
- основні економічні дії організації на суспільство.

Джерело [2]

Показники економічної результативності

АСПЕКТ: ЕКОНОМІЧНА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ

- створена і розподілена пряма економічна вартість, включаючи доходи, операційні витрати, виплати співробітникам, пожертвування і інші інвестиції в спілки, нерозподілений прибуток, виплати постачальникам капіталу і державам;
- фінансові аспекти і інші ризики і можливості для діяльності організації у зв'язку зі зміною клімату;
- значна фінансова допомога, отримана від органів державної влади;
- забезпечення зобов'язань організації, пов'язаних з пенсійним планом зі встановленими пільгами

АСПЕКТ: ПРИСУТНІСТЬ НА РИНКАХ

- діапазон співвідношень стандартної заробітної плати початкового рівня і встановленої мінімальної заробітної плати в істотних регіонах діяльності організації;
- політика, практичні підходи до закупівель у місцевих постачальників і доля таких закупівель в істотних регіонах діяльності організації;
- процедури найму місцевого населення і доля вищих керівників, найнятих з місцевого населення, в істотних регіонах діяльності організації

АСПЕКТ: НЕПРЯМИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ВПЛИВ

- розвиток і вплив інвестицій в інфраструктуру і послуг, що надаються в першу чергу для громадського блага, за допомогою комерційної, натуральної або благодійної участі;
- розуміння і опис істотних непрямих економічних впливів, включаючи сферу діяльності

Джерело [2]

Завдання. Аналіз економічної результативності практик компаній «ArcelorMittal», «Coca-Cola», «Ernst & Young», «Ferrero» та «ТНК-ВР»

Після заслуховування матеріалу щодо економічної результативності практик КСВ (20–25 хвилин), група слухачів тренінгу ділиться на 5 підгруп і обирає одну з нижченаведених компаній для проведення дослідження:

- «ArcelorMittal»;
- «Coca-Cola»;
- «Ernst & Young»;
- «Ferrero»;
- «ТНК-ВР».

Після вибору компанії, підгрупа отримає GRI звіт обраної компанії (посилання наведені у додатковій літературі до теми) за кілька періодів (10–15 хвилин на ознайомлення).

Необхідно проаналізувати та відповісти на такі питання:

1. Надайте інформацію щодо основних досягнень компанії щодо економічної результативності КСВ.
2. Виокремте основні акценти, які робить компанія щодо економічної результативності КСВ.
3. Назвіть основні показники економічної результативності, що зазначені у звіті. Охарактеризуйте їх динаміку за декілька років.
4. Зазначте по можливості можливі плани щодо подальшого розвитку компанії та її показників економічної результативності КСВ.

Потім кожна підгрупа робить короткий виступ на 3–5 хвилин (всього 20–25 хвилин).

Після заслуховування виступів кожної з команд, обговорюються наступні питання для дискусії (10–15 хвилин):

1. Звіт якої компанії привернув Вашу увагу щодо економічної результативності КСВ?
2. Чи відрізнявся акцент економічної результативності КСВ в залежності від сфер діяльності компаній?

Література

1. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.
2. *Руководство по отчетности в области устойчивого развития (GRI), 2014: [Електронний ресурс]* — Режим доступу: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-G3-Russian-Reporting-Guidelines.pdf>

Додаткова література [Див. сторінка 247–249]

ТЕМА 17. «ЕКОЛОГІЧНА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ»

Міні-лекція «Екологічна результативність бізнес-практик КСВ»: визначення екологічної результативності практик КСВ; основні показники екологічної результативності КСВ

Екологічна складова

Екологічна складова пов'язана зі впливом організації на живі і неживі природні системи, включаючи екосистеми, землю, повітря і воду.

Екологічні показники відбивають результати діяльності, пов'язані з вхідними (наприклад, сировина, енергія, вода) і вихідними (наприклад, викиди, скидання, відходи) потоками.

Крім того, вони відбивають результати діяльності, пов'язані з біорізноманітністю і відповідністю нормативним вимогам, а також іншу значиму інформацію, наприклад, витрати, пов'язані з довкіллям, а також вплив продукції і послуг організації

Джерело [2]

АСПЕКТ: ЕНЕРГІЯ

- пряме використання енергії з зазначенням первинних джерел;
- непряме використання енергії з зазначенням первинних джерел;
- енергія, заощаджена в результаті заходів по зниженню енергоспоживання і підвищенню енергоефективності;
- ініціативи з надання енергоефективних або заснованих на використанні поновлюваної енергії продуктів і послуг, і зниження потреби в енергії в результаті цих ініціатив;
- ініціативи по зниженню непрямого енергоспоживання і досягнуте зниження

АСПЕКТ: ВОДА

- загальна кількість забраної води з розподілом за джерелами;
- джерела води, на які має істотний вплив водозабір організації;
- частка і загальний об'єм багаторазово і повторно використовуваної води

АСПЕКТ: БІОРИЗНОМАНІТНІСТЬ

- місце розташування і площа земель, що знаходяться у власності, оренді, під управлінням організації, і розташованих на природних територіях, що охороняються, і територіях з високою цінністю біорізноманітності поза їх межами, або що примикають до таких територій;
- опис істотних впливів діяльності, продукції і послуг на біорізноманітність на природних територіях, що охороняються, і територіях з високою цінністю біорізноманітності поза їх межами;
- збережені або відновлені місця існування;
- стратегії, здійснювані дії і плани на майбутнє по управлінню впливами на біорізноманітність;
- число видів, занесених до Червоного списку МСОП і національний список видів, що охороняються, місця існування яких знаходяться на території діяльності організації, з розподілом по ступеню загрози існуванню виду

АСПЕКТ: ВИКИДИ, СКИДАННЯ І ВІДХОДИ

- повні прямі і непрямі викиди парникових газів з зазначенням маси;
- інші істотні непрямі викиди парникових газів з зазначенням маси;
- ініціативи по зниженню викидів парникових газів і досягнуте зниження;
- викиди озоноруйнуючих речовин з зазначенням маси;
- викиди в атмосферу забруднюючих речовин з зазначенням типу і маси;
- загальний об'єм скидань з зазначенням якості стічних вод і приймаючого об'єкту

АСПЕКТ: ВИКИДИ, СКИДАННЯ І ВІДХОДИ

- загальна маса відходів в розподілі за типом і способом поводження;
- загальна кількість і об'єм істотних розливів;
- маса перевезених, імпортованих, експортованих або перероблених відходів, що є «небезпечними» згідно з додатками I, II, III і VIII до Базельської конвенції і частка відходів, перевезених між країнами;
- приналежність, розмір, статус охорони і цінність з точки зору біорізноманітності водних об'єктів і пов'язаних з ними місць проживання, на які мають істотний вплив скиди організації і поверхневий стік з території її об'єктів

АСПЕКТ: ВІДПОВІДНІСТЬ ВИМОГАМ

- грошове значення істотних штрафів і загальне число нефінансових санкцій, накладених за недотримання екологічного законодавства і нормативних вимог

АСПЕКТ: ПРОДУКЦІЯ І ПОСЛУГИ

- ініціативи по пом'якшенню впливу продукції і послуг на довкілля і масштаб пом'якшення дії;
- частка проданої продукції і її пакувальних матеріалів, що повертаються для переробки виробникові з розподілом по категоріях

АСПЕКТ: ТРАНСПОРТ

- істотна дія на довкілля перевезень продукції та інших товарів і матеріалів, використовуваних для діяльності організації, і перевезень робочої сили

АСПЕКТ: ЗАГАЛЬНІ

- загальні витрати і інвестиції на охорону довкілля, з розподілом по типах

Завдання. Аналіз екологічної результативності практик компаній «ArcelorMittal», «Coca-Cola», «Ernst & Young», «Ferrero» та «ТНК-ВР»

Після заслуховування матеріалу щодо екологічної результативності практик КСВ (20–25 хвилин), група слухачів тренінгу ділиться на 5 підгруп і обирає одну з нижченаведених компаній для проведення дослідження:

- «ArcelorMittal»;
- «Coca-Cola»;
- «Ernst & Young»;
- «Ferrero»;
- «ТНК-ВР».

Після вибору компанії, підгрупа отримає GRI звіт обраної компанії (посилання наведені у додатковій літературі до теми) за кілька періодів (10–15 хвилин на ознайомлення).

Необхідно проаналізувати та відповісти на такі питання:

1. Чи наявні певні упущення з точки зору основних складових екологічної результативності звітності GRI?
2. Чи наявний прогрес/зміни у складанні звіту щодо екологічної результативності відносно попередніх років?
3. Надайте інформацію щодо основних досягнень компанії щодо екологічної результативності КСВ.
4. Виокремте основні акценти, які робить компанія щодо екологічної результативності КСВ.
5. Назвіть основні показники екологічної результативності, що зазначені у звіті. Охарактеризуйте їх динаміку за кілька років.
6. Зазначте по можливості можливі плани щодо подальшого розвитку компанії та її показників екологічної результативності КСВ.

Потім кожна підгрупа робить короткий виступ на 3–5 хвилин (всього 20–25 хвилин).

Після заслуховування виступів кожної з команд, обговорюються такі питання для дискусії (10 хвилин):

1. Звіт якої компанії привернув Вашу увагу щодо екологічної результативності КСВ? Чому?
2. Чи відрізнявся акцент екологічної результативності КСВ залежно від сфер діяльності компаній?

Література

1. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.
2. Руководство по отчетности в области устойчивого развития (GRI), 2014: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.globalreporting.org/resource/library/GRI-G3-Russian-Reporting-Guidelines.pdf>

Додаткова література [Див. сторінка 247–249]

ТЕМА 18. «СОЦІАЛЬНА РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ»

Міні-лекція «Соціальна результативність бізнес-практик КСВ»: визначення соціальної результативності практик КСВ; основні показники соціальної результативності КСВ

Соціальна складова

Соціальна складова стійкого розвитку відноситься до впливу організації на соціальні системи, у рамках яких вона функціонує.

Показники соціальної результативності GRI відбивають ключові аспекти результативності, пов'язані з підходами до організації праці, правами людини, суспільством і відповідальністю за продукцію

Джерело [2]

Підходи до організації праці і гідна праця

Конкретні Аспекти результативності, що належать до категорії Підходів до організації праці, засновані на міжнародно-визнаних універсальних стандартах, включаючи:

- загальну декларацію прав людини ООН і Протоколи до неї;
- Конвенцію ООН: Міжнародна конвенція про громадянські і політичні права;
- Конвенцію ООН: Міжнародна конвенція про економічні, соціальні і культурні права.
- Декларацію МОП про засадні принципи і права у сфері праці, 1998 р. (зокрема, вісім основних Конвенцій МОП), і
- Віденську декларацію і програму дій

АСПЕКТ: ЗАЙНЯТІСТЬ

- загальна чисельність робочої сили в розподілі за типом зайнятості, договором про найм і регіоном;
- загальна кількість співробітників і плінність кадрів в розподілі по віковій групі, статі і регіону;
- виплати і пільги, що надаються співробітникам, працюючим на умовах повної зайнятості, які не надаються співробітникам, працюючим на умовах тимчасової або неповної зайнятості, в розподілі по основній діяльності;
- частка співробітників, охоплених колективними договорами;
- мінімальний період(и) повідомлення відносно істотних змін в діяльності організації, а також чи визначений він у колективній угоді

АСПЕКТ: ЗДОРОВ'Я І БЕЗПЕКА НА РОБОЧОМУ МІСЦІ

- частка усього персоналу, представленого в офіційних спільних комітетах зі здоров'я і безпеки за участю представників керівництва і її працівників, що беруть участь в моніторингу і формулюють рекомендації відносно програм по здоров'ю і безпеці на робочому місці;
- рівень виробничого травматизму, рівень професійних захворювань, коефіцієнт втрачених днів і коефіцієнт відсутності на робочому місці, а також загальна кількість смертельних випадків, пов'язаних з роботою, в розподілі по регіонах

АСПЕКТ: ЗДОРОВ'Я І БЕЗПЕКА НА РОБОЧОМУ МІСЦІ

- існуючі програми освіти, навчання, консультування, запобігання і контролю ризику для допомоги співробітникам, членам їх сімей і представникам населення відносно важких захворювань;
- відображення питань здоров'я і безпеки в офіційних угодах з профспілками.

АСПЕКТ: НАВЧАННЯ І ОСВІТА

- середня кількість годин навчання на одного співробітника в рік, в розподілі по категоріях співробітників;
- програми розвитку навичок і освіти упродовж життя, покликані підтримувати здатність співробітників до зайнятості, а також зробити їм підтримку при завершенні кар'єри;
- частка співробітників, для яких проводяться періодичні оцінки результативності і розвитку кар'єри

АСПЕКТ: РІЗНОМАНІТНІСТЬ І РІВНІ МОЖЛИВОСТІ

- склад керівних органів і персоналу організації з розподілом за статтю і віковій групі, вказівкою представництва меншин, а також інших показників різноманітності;
- відношення базового окладу чоловіків і жінок в розподілі по категоріях співробітників

Соціальна складова

Права людини

Показники результативності у сфері прав людини встановлюють вимоги до відображення в звітності ступеню обліку прав людини при ухваленні рішень про інвестиції, а також виборі постачальників і підрядників.

Крім того, Показники охоплюють навчання співробітників і представників служби безпеки в області прав людини, а також недопущення дискримінації, дитячу працю, примусову і обов'язкову працю

Показники результативності: права людини

АСПЕКТ: ПРАКТИКИ ІНВЕСТУВАННЯ І ЗАКУПІВЕЛЬ

- відсоток і загальне число істотних інвестиційних угод, що включають положення про забезпечення прав людини або пройшли оцінку з точки зору прав людини;
- частка істотних постачальників і підрядників, що пройшли оцінку з точки зору прав людини, і вжиті заходи;
- загальна сукупна тривалість (у годинах) навчання співробітників політикам і процедурам, пов'язаним з аспектами прав людини, значимими для діяльності організації, включаючи частку навчених співробітників

АСПЕКТ: НЕДОПУЩЕННЯ ДИСКРИМІНАЦІЇ

- загальне число випадків дискримінації і вжиті заходи.

АСПЕКТ: СВОБОДА АСОЦІАЦІЇ І ВЕДЕННЯ

КОЛЕКТИВНИХ ПЕРЕГОВОРІВ

- діяльність, у рамках якої право на використання свободи асоціації і ведення колективних переговорів може бути піддано істотним ризикам, і заходи, вжиті для підтримки цих прав

АСПЕКТ: ДИТЯЧА ПРАЦЯ

- діяльність, у рамках якої є значний ризик випадків використання дитячої праці, і заходи, вжиті для участі у викорінюванні дитячої праці.

АСПЕКТ: ПРИМУСОВА І ОБОВ'ЯЗКОВА ПРАЦЯ

- діяльність, у рамках якої є значний ризик випадків використання примусової або обов'язкової праці, і заходи, вжиті для участі у викорінюванні примусової або обов'язкової праці

АСПЕКТ: ПІДХОДИ ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕКИ

- доля співробітників служби безпеки, що пройшли навчання політикам і процедурам щодо аспектів прав людини, пов'язаних із здійснюваною діяльністю.

АСПЕКТ: ПРАВА КОРИННИХ І НЕЧИСЛЕННИХ НАРОДІВ

- загальне число випадків порушень, що зачіпають права корінних і нечисленних народів, і вжиті заходи

Соціальна складова

Суспільство

Показники результативності у сфері суспільства відбивають вплив організацій на суспільство, в якому вони діють, а також заходи по контролю і зниженню ризиків, які можуть виникнути внаслідок взаємодії з іншими громадськими інститутами.

Зокрема, показники містять інформацію про ризики, пов'язані з хабарництвом і корупцією, неналежним впливом на політичний процес, а також монопольною практикою

Показники результативності взаємодії з суспільством

АСПЕКТ: СПІЛЬНОТА

- характер, сфера охоплення і результативність будь-яких програм і практичних підходів, що оцінюють вплив діяльності організації на спільноту і керівників цим впливом, включаючи початок діяльності, її здійснення і завершення

АСПЕКТ: КОРУПЦІЯ

- частка і загальне число бізнес-одиниць, проаналізованих щодо ризиків, пов'язаних з корупцією;
- частка співробітників, що пройшли навчання антикорупційним політикам і процедурам організації;
- заходи, вжиті у відповідь на випадки корупції

АСПЕКТ: ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА

- позиція відносно державної політики і участь у формуванні державної політики та лобіювання;
- загальне грошове вираження фінансових і натуральних пожертвувань політичним партіям, політикам, і пов'язаним з ними організаціям в розподілі по країнах.

АСПЕКТ: ПЕРЕШКОДА КОНКУРЕНЦІЇ

- загальне число випадків правових дій відносно організації у зв'язку з протидією конкуренції, практичні підходи по недопущенню монополістичної практики та їх результати

АСПЕКТ: ВІДПОВІДНІСТЬ ВИМОГАМ

- грошове вираження істотних штрафів і загальне число нефінансових санкцій, накладених за недотримання законодавства і нормативних вимог

Соціальна складова

Відповідальність за продукцію

Показники результативності у сфері відповідальності за продукцію відбивають аспекти продукції і послуг організації, які безпосередньо впливають на споживачів, а саме здоров'я і безпеку, інформування і маркування, маркетинг і недоторканість приватного життя.

Ці аспекти представлені, головним чином, вимогами до розкриття інформації про внутрішні процедури, а також про те, в якій мірі ці процедури не дотримуються

Показники результативності: відповідальність за продукцію

АСПЕКТ: ЗДОРОВ'Я І БЕЗПЕКА СПОЖИВАЧА

- стадії життєвого циклу, за яких дія на здоров'я і безпеку продукції і послуг оцінюються для виявлення можливостей поліпшення, і частка істотних продуктів і послуг, що підлягають таким процедурам;
- загальна кількість випадків невідповідності нормативним вимогам і добровільним кодексам, що стосуються дії продукції і послуг на здоров'я і безпеку, в розподілі по видах наслідків

АСПЕКТ: МАРКУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ І ПОСЛУГ

- види інформації про властивості продукції і послуг, що вимагається процедурами, і частка значимих продуктів і послуг, відносно яких діють такі вимоги до інформації;
- загальна кількість випадків невідповідності нормативним вимогам і добровільним кодексам, що стосуються інформації і маркування про властивості продукції і послуг, в розподілі по видах наслідків;
- практики, що відносяться до задоволення споживача, включаючи результати досліджень за оцінкою ступеня задоволення споживача

АСПЕКТ: МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ

- програми по забезпеченню відповідності законодавству, стандартам і добровільним кодексам у сфері маркетингових комунікацій, включаючи рекламу, просування продукції і спонсорство;
- загальна кількість випадків невідповідності нормативним вимогам і добровільним кодексам, що стосуються маркетингових комунікацій, включаючи рекламу, просування продукції і спонсорство, в розподілі по видах наслідків

АСПЕКТ: НЕДОТОРКАНИСТЬ ПРИВАТНОГО ЖИТТЯ СПОЖИВАЧА

- загальна кількість обґрунтованих скарг, що стосуються порушення недоторканості приватного життя споживача і втрати даних про споживачів.

АСПЕКТ: ВІДПОВІДНІСТЬ ВИМОГАМ

- грошове вираження істотних штрафів, накладених за недотримання законодавства і нормативних вимог, що стосуються надання і використання продукції і послуг

Джерело [2]

Завдання. Аналіз соціальної результативності практик компаній «ArcelorMittal», «Coca-Cola», «Ernst & Young», «Ferrero» та «ТНК-ВР»

Після заслуховування матеріалу щодо соціальної результативності практик КСВ (20–25 хвилин), група слухачів тренінгу ділиться на 5 підгруп і обирає одну з нижченаведених компаній для проведення дослідження:

- «ArcelorMittal»;
- «Coca-Cola»;
- «Ernst & Young»;
- «Ferrero»;
- «ТНК-ВР».

Після вибору компанії, підгрупа отримає GRI звіт обраної компанії (посилання наведені у додатковій літературі до теми) за кілька періодів (10–15 хвилин на ознайомлення).

Необхідно проаналізувати та відповісти на такі питання:

1. Чи наявні певні упущення з точки зору основних складових соціальної результативності звітності GRI?
2. Чи наявний прогрес/зміни у складанні звіту щодо соціальної результативності відносно попередніх років?
3. Надайте інформацію щодо основних досягнень компанії щодо соціальної результативності КСВ.
4. Виокремте основні акценти, які робить компанія щодо соціальної результативності КСВ.
5. Назвіть основні показники соціальної результативності, що зазначені у звіті. Охарактеризуйте їх динаміку за кілька років.
6. Зазначте по можливості можливі плани щодо подальшого розвитку компанії та її показників соціальної результативності КСВ.

Потім кожна підгрупа робить короткий виступ на 3–5 хвилин (всього 20–25 хвилин).

Після заслуховування виступів кожної з команд, обговорюються наступні питання для дискусії (10 хвилин):

1. Звіт якої компанії привернув Вашу увагу щодо соціальної результативності КСВ? Чому?
2. Чи відрізнявся акцент соціальної результативності КСВ залежно від сфер діяльності компаній?

Література

1. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.
2. *Руководство по отчетности в области устойчивого развития (GRI), 2014:* [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRI-G3-Russian-Reporting-Guidelines.pdf>

Додаткова література [Див. сторінка 247–249]

«ЛАБОРАТОРІЯ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ»

Завдання. Заповнення підсумкової таблиці «Основні акценти КСВ компаній «ArcelorMittal», «Coca-Cola», «Ernst & Young», «Ferrero» та «ТНК-ВР»

На початку заняття кожна група заповнює підсумкову таблицю «Специфіка, динаміка та акценти КСВ компаній «ArcelorMittal», «Coca-Cola», «Ernst & Young», «Ferrero», «ТНК-ВР», зазначаючи основні досягнення та динаміку показників (15 хвилин).

Таблиця

Специфіка та акценти КСВ компаній «ArcelorMittal», «Coca-Cola», «Ernst & Young», «Ferrero», «ТНК-ВР» за 2007–2013 рр.

Назва компанії	Сфера діяльності	Економічна результативність	Екологічна результативність	Соціальна результативність
ArcelorMittal				
Coca-Cola				
Ernst & Young				
Ferrero				
ТНК-ВР				

Представте, будь-ласка, на Вашу думку по одному найголовнішому досягненню компаній у кожній зі сфер КСВ.

Таблиця

Приклад заповнення таблиці «Специфіка та акценти КСВ компаній «ArcelorMittal», «Coca-Cola», «Ernst & Young», «Ferrero», «ТНК-ВР» за 2007–2013 рр.»

Назва компанії	Сфера діяльності	Економічна результативність	Екологічна результативність	Соціальна результативність
ArcelorMittal	<i>Важка промисловість</i>	<i>Прозоре управління</i>	<i>Екологічна сталь</i>	<i>Сміливе лідерство</i>
Coca-Cola	<i>Харчова</i>	<i>Проголошення сталого розвитку</i>	<i>Заощадливість</i>	<i>Постійне навчання</i>
Ernst & Young	<i>Аудит</i>	<i>Лідер фінансового аудиту</i>	<i>Виховання та створення Зеленого офісу</i>	<i>Корпоративний клімат</i>
Ferrero	<i>Харчова</i>	<i>Ринковість</i>	<i>Відновлювальні матеріали</i>	<i>Соціальне підприємство</i>
ТНК-ВР	<i>Нафтова</i>	<i>Зарплатний проект</i>	<i>Екологічна дружелюбність</i>	<i>Благодійність</i>

Питання для обговорення: Звіт якої компанії привернув Вашу увагу (або запам'ятався) щодо результативності КСВ? Чому?

Завдання. Дискусія на тему: «Перспективність поширення підходу GRI в українських реаліях»

З метою зробити висновки та систематизувати інформацію по модулю «Результативність бізнес-практик корпоративної соціальної відповідальності», пропонується провести дискусію про «Перспективність поширення підходу GRI в українських реаліях» (20 хвилин).

Питання для розгляду:

1. Особливості функціонування та особливості звітування українських підприємств.
2. Перспективи та проблеми та поширення практик КСВ в українських реаліях.
3. Можливості складання GRI звітів за місцем Вашої роботи.

Одним із варіантів проведення дискусії є поділити слухачів на групи ТАК / НІ звітності GRI на українських підприємствах/організаціях.

Завдання. Підготовка звіту, що задовольняє критеріям рівня С системи звітності GRI (згідно керівництва)

На завершення блоку занять з даної теми для розвитку практичних навичок і розгляду можливості поширення практик нефінансової звітності серед компаній (місце роботи слухачів тренінгу), пропонується заповнити «Зразок підготовки звіту, що задовольняє критеріям рівня С системи звітності GRI» (див. додаткову літературу до теми) згідно отриманих знань та наданих матеріалів. (40 хвилин).

Література

1. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.
2. *Руководство по отчетности в области устойчивого развития (GRI), 2014: [Електронний ресурс]* — Режим доступу: <https://www.globalreporting.org/resource/library/GRI-G3-Russian-Reporting-Guidelines.pdf>

Додаткова література

1. *Звіт КСВ Разделяя ценности, создаем ценность: компания Ferrero, 2009/2010 pp.: [Електронний ресурс]* — Режим доступу: <http://www.ferrerocsr.com/rapporto-2/fc-2900>

2. Звіт КСВ Разделяя ценности, создаем ценность: компанія Ferrero, 2011 р.: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.ferrerocsr.com/rapporto-3/fc-2899>
3. Звіт КСВ Разделяя ценности, создаем ценность: компанія Ferrero, 2012 р.: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.ferrerocsr.com/rapporto-4/fc-2898>
4. Звіт КСВ Инвестируя в безопасную экологичную сталь: ПАО АрселорМиттал Кривой Рог, 2010 р.: [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://ukraine.arcelormittal.com/images/pdf/ArcelorMittal_CSR_Report_2010.pdf
5. Звіт КСВ Изменяя будущее: ПАО АрселорМиттал Кривой Рог, 2011 р.: [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://ukraine.arcelormittal.com/images/pdf/ArcelorMittal_CSR_Report_2011.pdf
6. Звіт КСВ Сталь для людей: ПАО АрселорМиттал Кривой Рог, 2013 р.: [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://ukraine.arcelormittal.com/images/pdf/ArcelorMittal_CSR_Report_2013_ru.pdf
7. Звіт про корпоративну відповідальність «Ернст енд Янг» в Україні, 2009 р.: [Електронний ресурс] — Режим доступу: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Corporate-Social-Responsibility-2009-UKR/\\$FILE/Corporate-Social-Responsibility-2009-UKR.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Corporate-Social-Responsibility-2009-UKR/$FILE/Corporate-Social-Responsibility-2009-UKR.pdf)
8. Звіт про корпоративну відповідальність «Ернст енд Янг» в Україні, 2010 р.: [Електронний ресурс] — Режим доступу: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Corporate-Social-Responcibility-UA-UK/\\$FILE/Corporate-Social-Responcibility-UA-UK.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Corporate-Social-Responcibility-UA-UK/$FILE/Corporate-Social-Responcibility-UA-UK.pdf)
9. Звіт про корпоративну відповідальність «Ернст енд Янг» в Україні, 2012 р.: [Електронний ресурс] — Режим доступу: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/CSR-Ukraine-FY2012-ukr/\\$FILE/CSR-Ukraine-FY2012-ukr.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/CSR-Ukraine-FY2012-ukr/$FILE/CSR-Ukraine-FY2012-ukr.pdf)
10. Звіт соціальної відповідальності компанії «Кока-Кола Беве́ріджиз Україна», 2007 р.: [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.svb.org.ua/sites/default/files/CSR_Ukraine_2007.pdf
11. Звіт соціальної відповідальності компанії «Кока-Кола Беве́ріджиз Україна», 2009 р.: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://coca-colahellenic.com.ua/Towardssustainabilit/CSRreport/>
12. Звіт соціальної відповідальності компанії «Кока-Кола Беве́ріджиз Україна», 2011 р.: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://coca-colahellenic.com.ua/Towardssustainabilit/CSRreport/>
13. Нефинансовый отчет: Сообщение о прогрессе глобальному договору ООН, компанія ТНК-ВР Коммерс (Украина), 2008 р.: [Електронний ресурс] — Режим доступу:

https://www.unglobalcompact.org/system/attachments/18980/original/13_11_12_2011_FINAL-1_3_.pdf?1353335621

14. Нефинансовый отчет: Сообщение о прогрессе глобальному договору ООН, компания ТНК-ВР Коммерс (Украина), 2009 г.: [Электронный ресурс] — Режим доступа:

https://www.unglobalcompact.org/system/attachments/8566/original/_2009_.pdf?1290612210

15. Нефинансовый отчет: Сообщение о прогрессе, компания ТНК-ВР Коммерс (Украина), 2011 г.: [Электронный ресурс] — Режим доступа:

<https://www.unglobalcompact.org/system/attachments/2761/original/CO P.pdf?1262614350>

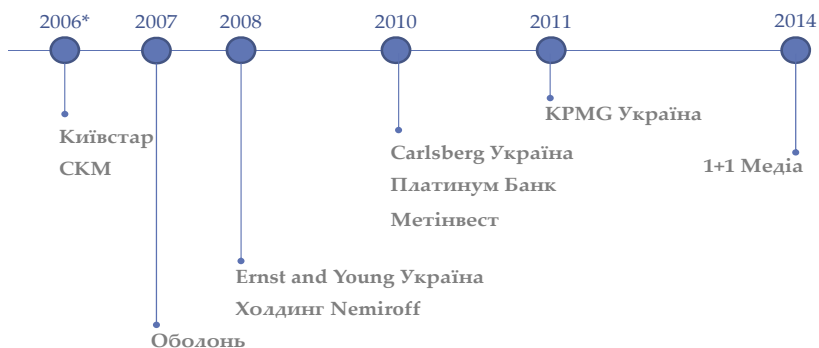
16. Давайте писать отчет! Образец подготовки отчета, удовлетворяющего критериям уровня С системы отчетности GRI, 2011 г.: [Электронный ресурс] — Режим доступа:

<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Russian-Lets-Report-Template.pdf>

ТЕМА 19. «ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ БІЗНЕС-ПРАКТИК КСВ В УКРАЇНІ»

Лекція «Бізнес-практики КСВ в Україні»: розглянути сутність практик КСВ компаній України; ознайомитися з основними дослідженнями з даної теми

Компанії-підписанти ГД ООН в Україні



*рік приєднання компанії до Глобального Договору ООН

Рейтинг

відкритості і системності в сфері КСВ - 2013

№	Компанія	Вид діяльності	Результуючий бал
1	ДТЕК	Енергетика	89,25
2	АРСЕЛОРМІТТАЛ КРИВИЙ РІГ, ПАТ	Металургія	87,56
3	ПЛАТИНУМБАНК, ПАТ	Банки	86,92
4	СИСТЕМ КЕПІТАЛ МЕНЕДЖМЕНТ, ПрАТ	Управляюча компанія	85,39
5	ОБОЛОНЬ, ПАТ	Виробництво пива, мінеральних вод та безалкогольних напоїв	75,5
6	СП "НІБУЛОН", ТОВ	АПК	73,98
7	ЕРНСТ ЕНД ЯНГ В УКРАЇНІ	Аудит та консалтинг	73,5
8	МЕТІНВЕСТ ХОЛДІНГ	ГМК	69,81
9	КІЙВСТАР, ПрАТ	Телекомунікації	69
10	САМСУНГ ЕЛЕКТРОНІКС УКРАЇНА КОМПАНІ, ТОВ	Комп'ютери, електронна та оптична продукція, електричне обладнання	68,64

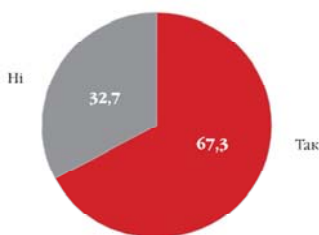
Інтегрована оцінка рівня відкритості та активності компаній у сфері КСВ

Назва блоку	Показники
Соціальний звіт як інструмент діалогу з суспільством	Підготовка звіту на базі GRI 3 (рівень В; рівень С); співпраця з ГД ООН; публічна доступність звіту; повністю заповнена анкета редакції
Системність в управлінні КСВ	Єдиний координуючий центр; ряд координаторів; відсутність системності в управлінні КСВ
Відкритість та системність у взаємодії з зацікавленими сторонами	Рівень інтегрованості взаємодії з зацікавленими сторонами у загальну корпоративну стратегію
Відкритість та системність діяльності за основними напрямками КСВ	Системна діяльність або епізодична участь у розвитку персоналу, охороні праці та здоров'я працівників, охороні оточуючого середовища і т.д.

Результати дослідження «КСВ 2005-2010: Стан та перспективи розвитку»

«Чи здійснює Ваша компанія заходи, які можна віднести до соціально відповідальних?»

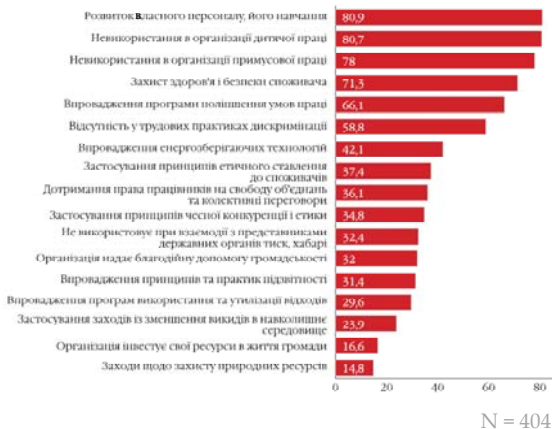
Під соціально відповідальними заходами розуміється добровільна (лише за власною ініціативою) турбота підприємства про соціальні (добробут працівників та громади) та екологічні проекти



N = 600

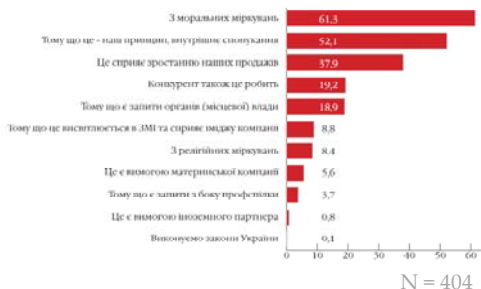
Результати дослідження «КСВ 2005-2010: Стан та перспективи розвитку»

«Які з наступних соціально відповідальних заходів здійснює Ваша компанія?»



Результати дослідження «КСВ 2005-2010: Стан та перспективи розвитку»

«Які чинники спонукають Вашу компанію здійснювати соціально відповідальні заходи?»

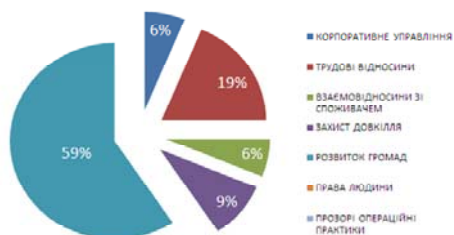


Діагностичні параметри анкети «Практика КСВ українського бізнес-середовища»

Назва структурних блоків анкети	Приклади питань
БЛОК 1 «Загальна характеристика компанії»	1. Назва 2. Сфера діяльності 3. Географічний регіон діяльності 4. Кількість постійних співробітників 5. Початок діяльності в сфері КСВ
БЛОК 2 «Розуміння категорії КСВ»	1. Ваше розуміння КСВ загальна кількість 5 питань
БЛОК 3 «Форми та інструменти КСВ»	1. Основні форми надання КСВ загальна кількість 7 питань
БЛОК 4 «Проблеми та бар'єри КСВ»	1. Перелік бар'єрів на шляху сталого розвитку загальна кількість 5 питань
БЛОК 5 «Перспективи та пріоритети розвитку КСВ»	1. Джерела ідей розвитку КСВ загальна кількість 5 питань

Кількість та співвідношення кейсів за категоріями у 2013 р.

КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ	2
ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ	6
ВЗАЄМОВІДНОСИНИ ЗІ СПОЖИВАЧЕМ	2
ЗАХИСТ ДОВКІЛЛЯ	3
РОЗВИТОК ГРОМАД	19
ПРАВА ЛЮДИНИ	0
ПРОЗОРИ ОПЕРАЦІЙНІ ПРАКТИКИ	0





КСВ EY



ОПИС ПРОБЛЕМИ

В компанії EY працює близько 500 співробітників, і перед керівництвом постають такі питання: як підтримати атмосферу відкритості та довіри в динамічному та різноманітному колективі, як вчасно дізнатися про потреби та проблеми співробітників, як правильно реагувати на них та запобігти втраті найцінніших членів команди?

Впоратися із вищеперерахованими викликами компанії EY допомогли різноманітні інструменти для отримання зворотного зв'язку:

РІШЕННЯ

- **Комітет з питань персоналу** (об'єднує представників всіх відділів та рівнів)
- **Опитування** (в українських офісах EY щорічно проводиться опитування з КСВ, яке включає два блоки: ініціативи для персоналу та соціальні програми компанії)



КСВ EY



РІШЕННЯ

- **Загальні зустрічі співробітників з керівництвом** (Окрім зустрічей в департаментах, щорічно в компанії проводиться День персоналу, де у форматі відкритого діалогу співробітники можуть отримати відповіді на питання, що їх хвилюють, а керівництво - ідеї для покращення різних аспектів ведення бізнесу)
- **SMS-сесії** (надання можливостей поставити питання тим співробітникам, які не наважуються на усний діалог з керівництвом)
- **Бокси для анонімних відгуків**
- **Загальні чати**
- **Конкурси ідей** (краудсорсинг) з питань КСВ

РЕЗУЛЬТАТИ

За результатами внутрішнього опитування 2013 року, більше **80% співробітників вважають достатніми канали комунікації в компанії.**



КСВ ТОВ «МЕТРО КЕШ ЕНД КЕРІ УКРАЇНА»

METRO

ОПИС ПРОБЛЕМИ

Запровадити проект підготовки молодих спеціалістів компанію спонукала нестача професіоналів на ринку праці. Рітейлер поставив перед собою амбіційну мету – створити канал для залучення, навчання та коучінгу випускників вузів, щоб за три роки підготувати їх на позиції менеджерів середньої ланки. Так з'явилася програма стажування «МЕТРО Лідери».

РІШЕННЯ

Реалізація програми «МЕТРО Лідери» складається з декількох тісно взаємопов'язаних етапів: **комунікаційна кампанія; відбір кандидатів; співбесіда**, за якою слідує **комплекс аналітичних вправ, індивідуальних та групових бізнес-кейсів**. Фінальний етап – **панельне інтерв'ю** з топ-менеджментом компанії.



КСВ ТОВ «МЕТРО КЕШ ЕНД КЕРІ УКРАЇНА»

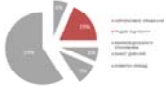
METRO

РІШЕННЯ

Протягом першого місяця інтерни проходять інтенсивний курс навчання, де їх знайомлять з основами бізнесу, специфікою роботи великої торговельної мережі. До курсу входить декілька модулів:

- вступний тренінг про компанію
- тренінг по роботі з основною базою даних компанії
- стандарти обслуговування клієнтів
- операційні основи роботи організації
- основи роботи та функції заступника начальника торгового відділу
- якість товарів як ключовий пріоритет

Закінчивши навчальний курс, протягом наступних 7-ми місяців інтерни проходять стажування у різних відділах торговельних центрів «МЕТРО Кеш енд Кері» на позиції заступника начальника відділу.



КСВ ТОВ «МЕТРО КЕШ ЕНД КЕРІ УКРАЇНА»

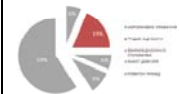
METRO

РІШЕННЯ

Завершальним етапом у програмі «METRO Лідери» є робота інтернів у київському офісі компанії протягом наступних 2-х років.

РЕЗУЛЬТАТИ

Наразі в «METRO Кеш енд Кері Україна» по програмі «METRO Лідери» проходить стажування 21 інтерн.



КСВ SYSTEM CAPITAL MANAGEMENT

**СИСТЕМ
КЕПІТАЛ
МЕНЕДЖМЕНТ**

ОПИС ПРОБЛЕМИ

На сьогодні в Україні існує розрив між якістю і наповненням освіти, а також вимогами роботодавців. Склалася ситуація, коли чіткого ланцюжка «ВНЗ-випускники-роботодавці» не існує.

РІШЕННЯ

Компанія СКМ, будучи найбільшим роботодавцем в Україні, зацікавлена в підвищенні якості освіти випускників ВНЗ. У 2011 році компанія СКМ ініціювала проект із розробки сучасних професійних стандартів – «Паспорт професії». Між компанією СКМ, Міністерством освіти і науки та Конфедерацією роботодавців було підписано меморандум про взаєморозуміння, що став початком впровадження нового проекту. Його завдання полягало у створенні тристороннього партнерства бізнесу, держави і ВНЗ для підвищення якості вищої освіти.



KCB SYSTEM CAPITAL MANAGEMENT



РІШЕННЯ

Для розробки професійних стандартів було обрано базові для Групи СКМ галузі – **металургія, енергетика і цифрова журналістика**. Із кожного з напрямків було створено *робочі групи* за участю фахівців із різних департаментів підприємств, які працювали над формуванням списку компетенцій щодо професій. У результаті було розроблено профстандарти – «паспорти професій», – у яких чітко прописано, що повинен знати і вміти фахівець, щоб роботодавець був готовий брати його на роботу, а в самого фахівця при цьому була гідна зарплата й можливість для кар'єрного зростання.

Не маючи подібного досвіду в Україні, розробники спиралися на досвід Великобританії та ЄС. Розроблені проекти профстандартів пройшли експертизу якості експертами Європейського фонду освіти й Ради Європи.



KCB SYSTEM CAPITAL MANAGEMENT



РЕЗУЛЬТАТИ

Проект об'єднав зусилля бізнесу і системи освіти: у розробці профстандартів взяли участь 23 ВНЗ, понад 30 українських компаній, 4 профільні міністерства.

Розроблено 8 професійних стандартів у металургії, енергетиці та цифровій журналістиці:

- Помічник сталевара
- Сталевар конвертера
- Майстер конвертерного виробництва
- Інженер конвертерного виробництва
- Інженер-електрик у сфері енергетики енергопостачальної компанії
- Інженер-електромеханік гірничий
- Журналіст мультимедійних видань ЗМІ
- Редактор мультимедійних видань ЗМІ

Галузеві професійні стандарти, розроблені в межах проекту, наразі **єдині в Україні**.



КСВ МЕРЕЖІ АЗК «ОККО»

OKKO

ОПИС ПРОБЛЕМИ

Станом на 2009-й рік для зворотного зв'язку з клієнтами існувало лише 3 канали комунікації: безпосереднє спілкування на АЗК, гаряча лінія та сайт. Вочевидь, цього було замало для системного діалогу, покликаною виявляти «слабкі місця», задовольняти потреби клієнтів та покращувати відповідні процеси, оцінки роботи АЗК та персоналу, оперативного виявлення несправностей чи конфліктних ситуацій на АЗК та їхнього якнайшвидшого вирішення.

РІШЕННЯ

Було ухвалено рішення про побудову системної комунікації між брендом та споживачами. Вирішено особливу увагу приділяти відповідальним маркетинговим комунікаціям та соціально-інформаційним кампаніям, які можуть мати успіх власне на АЗК та серед цільової аудиторії.



КСВ МЕРЕЖІ АЗК «ОККО»

OKKO

РІШЕННЯ

З цією метою були детально розроблені та успішно впроваджені наступні інструменти комунікації та внутрішні процедури, що впливають на спілкування між відвідувачами АЗК «ОККО» та Компанією:

- Завдяки роботі програми лояльності FISHKA, яка запрацювала у 2009 році, у розпорядженні Компанії з'явився прямий зв'язок зі споживачами через «власний кабінет» кожного користувача картки на сайті
- Відгуки клієнтів про відвідування АЗК тепер напряму впливають на рейтингування АЗК й винагороду персоналу
- У 2009 р. у Компанії започатковано щорічну Акцію солідарності. На травневі вихідні волонтери з числа офісних працівників (у тому числі топ-менеджери) заступають на роботу на АЗК, виконуючи обов'язки молодших операторів, прибиральників, працівників торгового залу



КСВ МЕРЕЖІ АЗК «ОККО»



За час дії цієї **Акції солідарності** у ній взяли участь приблизно 1000 волонтерів Компанії.

У 2012 р. Компанія почала залучати до оцінювання заправок клієнтів через спеціальний опитувальник на персональній сторінці клієнта в програмі лояльності **FISHKA**. В обмін на заповнений опитувальник клієнт отримує додаткові бали на свій картковий рахунок.

РЕЗУЛЬТАТИ Завдяки численним зверненням клієнтів на гарячу лінію та соціальні мережі з пропозицією укомплектувати заправки спеціальними дизельними пістолетами, що підходять для **Easy Fuel** («розумна» система, яка не дозволяє заливати бензин в автомобілі, призначені для дизельного палива), упродовж першого півріччя 2013 року служба технічної експлуатації придбала та встановила дизельні пістолети з євроносиками практично на кожній заправці.



КСВ ПАТ ОБОЛОНЬ



ОПИС ПРОБЛЕМИ

В Україні відсутня законодавча база, яка б стимулювала переробку відходів. Також не створена ефективно працююча система збору упаковки, її переробки та утилізації. В той же час світова практика доводить, що переробка сміття не тільки поліпшує екологічну ситуацію, але і відриває нові перспективи експорту.

РІШЕННЯ

Компанія «Оболонь» вийшла на ринок Європи і Близького Сходу із кормом для худоби у вигляді **пивної дробини** (нерозчинний матеріал фільтрації сусли) **в сухих гранулах**. Його головною перевагою над традиційним ячменем став в 2 рази більший вміст протеїну. Пристрій для переробки дробини в сухі гранули із потужністю 700 т/день запрацював у квітні 2008 року на головному заводі компанії в Києві.



КСВ ПАТ ОБОЛОНЬ



РІШЕННЯ

Компанія «Оболонь» також першою в Україні почала переробку PET-пляшок: з цією метою у 2002 році виробник пива запустив власний завод в Александрії Кіровоградської області. Спочатку пластикові пляшки просто подрібнювалися у так званий флекс, який потім йшов на експорт для виготовлення різноманітних виробів. Після придбання у 2008 році додаткового обладнання компанії вдалося переробляти 100% флексу в пакувальну стрічку, об'єм виробництва якої задовольняє не тільки внутрішні потреби самої «Оболоні», але й частково реалізується іншим підприємствам в Україні.

Окрім цього «Оболонь» займається збором використаної тари та макулатури, який здійснюється по всій території України, де зосереджені виробничі структури компанії.

РЕЗУЛЬТАТИ

Тільки у 2013 році «Оболонь» реалізувала 27 млн. метрів екологічної стрічки, виготовленої із 25 млн. пластикових пляшок об'ємом 1 літр.



КСВ КОРПОРАЦІЇ «АРТЕРІУМ»



ОПИС ПРОБЛЕМИ

Серцево-судинні захворювання (ССЗ) сьогодні представляють справжню загрозу для людства, міцно утримуючи першість серед найбільш поширених і небезпечних хвороб 21 століття. Вони є основною причиною смертності та інвалідності, випереджаючи навіть рак. Якщо ще кілька десятиліть тому захворювання серця стосувались, в основному, осіб похилого віку, то сьогодні все частіше вони виникають і у молодих людей. Фахівці пояснюють такі високі цифри відсутністю звички ходити до лікарів, проведення оглядів на ранніх стадіях захворювань, низькою поінформованістю про виникнення захворювань та профілактику, недовірою до медичних працівників.

РІШЕННЯ

В 2012 р. Корпорацією «Артеріум» ініційовано програму підвищення обізнаності населення про основні серцево-судинні захворювання під назвою «Що варто знати...», що включає поширення брошур та листівок про захворювання, проведення майстер-класів з надання першої допомоги та різноманітних акцій.



КСВ КОРПОРАЦІЇ «АРТЕРІУМ»



В 2012 р. компанія підтримала проект **«Я можу врятувати життя»**, організований Українським фондом «Здоров'я» та Всеукраїнською радою реанімації та екстреної допомоги. Під час проекту, який охопив 4 школи Шевченківського району Києва, старшокласників навчали основам надання першої невідкладної допомоги.

РІШЕННЯ

Для сторінки «Артеріум» в соціальній мережі Facebook розроблено додаток **«10 хвилин для життя»**, за допомогою якого користувачі мають можливість отримати інформацію про раптову зупинку серця (РЗС), пройти майстер-клас з першої долікарської допомоги потерпілому при РЗС.



КСВ КОРПОРАЦІЇ «АРТЕРІУМ»



Споживачі отримали **29 тисяч** примірників брошур «Що варто знати про стенокардію» та близько **5 тисяч** примірників «Що варто знати про раптову зупинку серця». Розповсюджено **7 тисяч** листівок про правила надання першої долікарської допомоги та способи профілактики ССЗ. Крім того, навчальний відеоролик про правила надання долікарської допомоги на YouTube, канал Arterium, отримав понад **40 тисяч** переглядів. **2500 осіб** прийняли участь у майстер-класі на сторінці «Артеріум» в Facebook.

РЕЗУЛЬТАТИ



КСВ ПРАТ «КИЇВСТАР»



ОПИС ПРОБЛЕМИ

Мобільне здоров'я - новий напрямок телемедицини, який стрімко розвивається в Україні та світі. Телекомунікації створюють унікальні можливості для застосування останніх досягнень медицини не тільки у професійній практиці, а й в повсякденному житті людей. В Україні існує велика кількість сімей, що проживають віддалено від медичних центрів, або не можуть оперативно отримати консультацію лікаря.

РІШЕННЯ

Зважаючи на потреби українців та світові тенденції розвитку галузі, на початку 2013 року національний телеком-оператор ініціював довгострокову соціальну програму **«Мобільне здоров'я від «Київстар»»**.

«Моя зірочка» - перший проєкт «Київстар» у рамках програми «Мобільне здоров'я». За допомогою цього додатка майбутні батьки можуть підготуватися до народження дитини.



КСВ ПРАТ «КИЇВСТАР»



РІШЕННЯ

Справжнім порадником «Моя зірочка» стала для тих мам і тат, які очікують первістка. Встановивши безкоштовно «Мою зірочку» на свій смартфон або планшет, майбутня мама може стежити за станом свого здоров'я і розвитком малюка, вести власну карту вагітності, планувати відвідування лікаря і багато іншого. Щоб батьки могли повністю довіряти порадам мобільного помічника, до розробки контенту залучалися спеціалісти клініки ISIDA.

Успіх першого проєкту надихнув телеком-оператора – вже в липні 2013 року «Київстар» випустив наступний додаток - **«Моя зірочка. Перший рік»**, покликаний допомогти батькам у догляді за немовлям у найвідповідальніший період – від народження до першого року життя дитини. Контент для програми розроблений за участю кращих фахівців – педіатрів медичної мережі «Добробут».



КСВ ПРАТ «КИЇВСТАР»



РЕЗУЛЬТАТИ

Безкоштовні мобільні додатки від «Київстар» за перші півроку завантажили понад **6 000 українців**. Найактивніші користувачі додатків - мешканці України (Київська, Львівська, Дніпропетровська, Одеська обл.). Додатком також користуються в Росії, США, Польщі, Австрії, Канаді, Португалії, Великобританії. До сторінки «Київстар. Мобільне здоров'я» у фейсбук приєдналось **1 800 користувачів**, кількість переглядів перевищила **70 000**.

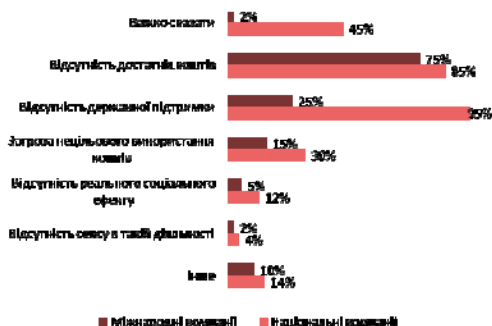
Результати дослідження «КСВ 2005-2010: Стан та перспективи розвитку»

«Чому програми / заходи із соціальної відповідальності не є актуальними для Вашої компанії на даний момент?»

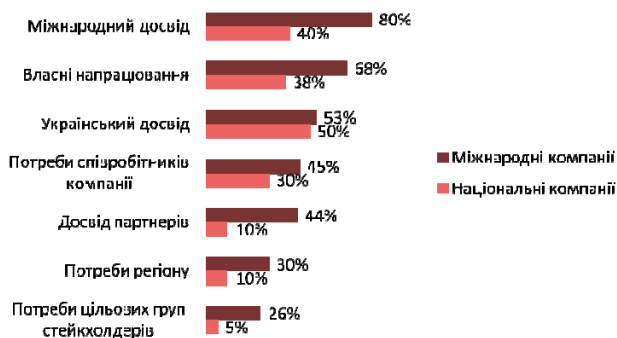


N = 196

Основні бар'єри КСВ (% опитаних респондентів)



Джерела ідей розвитку КСВ (% опитаних компаній)



Завдання. Кейс: Nestlé створює спільні цінності

На обкладинці звіту з корпоративної соціальної відповідальності компанії Nestlé за 2013 р. зображена Mrs Grace Wambui Wanyeki зі своєю донькою. Mrs Wanyeki вже 24 роки працює на кавовій фермі в Кенії. Вона є членом кавового кооперативу, створеного за планом Nescafe, а також фермером-промоутером програми підтримки жінок-фермерів, яка передбачає участь в тренінг-сесіях на її власній фермі. Компанія Nestlé активно заохочує жінок, які займаються вирощуванням кавових зерен в Кенії займати лідерські позиції в фермерських кооперативах для забезпечення гендерної рівності, а також освіти для жінок і дівчат.

Генрі Нестле заснував компанію у 1866 р., базуючись на успіху дитячої суміші, яка рятувала життя немовлят. Сьогодні Nestlé вважає своєю метою покращити якість життя своїх споживачів шляхом пропонування смачнішої та здоровішої їжі та напоїв, а також інформації, яка дозволяє робити правильний вибір на різних етапах життя. Компанія Нестле займає лідируючі позиції в таких рейтингах: Індекс доступу до харчування (Access to Nutrition Index), Індекс лідерства з оприлюднення інформації про викиди вуглецю (Carbon Disclosure Leadership Index), Індекс стійкості Dow Jones (The Dow Jones Sustainability Indices), FTSE4Good, Oxfam Behind the Brands.

В компанії не прийнято використовувати термін корпоративна соціальна відповідальність — підхід, який застосовує до ведення бізнесу компанія Nestlé носить назву Створення спільної цінності (**Creating Shared Value — CSV**). На сторінках дослідження *Pioneers of Sustainability: Lessons from Trailblazers* (Піонери стійкості: Уроки від новаторів), якими (піонерами) стали три відомих спеціаліста-експерта — еколог Пол Хоукен, Пітер Сенге, засновник Товариства організаційного навчання та професор Гарвардської школи бізнесу Майкл Портер, а також три CEO — Лі Скотт з Walmart, Пол Полман з Unilever і Рей Андерсон з Interface, Майкл Портер вкотре звертає увагу на те, що конкурентоспроможність компанії та оточуючих її систем взаємопов'язані, обґрунтовуючи розроблену ним разом з колегою з Гарварду концепцію CSV. Якщо компанії будуть діяти з врахуванням цієї взаємозалежності, вони можуть створити цінність як для бізнесу, так і для суспільства. Портер вважає, що створення спільної цінності є досконалішим підходом, ніж корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) і навіть стійкий розвиток. «CSV — це фокус на можливості вирішення соціальних та екологічних задач, а не

на витратах. Чим більше ви допомагаєте компаніям побачити, що їм необхідно підвищувати продуктивність, ефективність і використання технологій, тим швидше отримані результати будуть кардинально покращені»². Дещо простіше та на конкретному прикладі інвестицій бренда Nespresso пояснюється суть поняття CSV на сторінках корпоративного журналу компанії Nestlé в Україні: філантропія — компанія фінансує неприбуткову організацію Rainforest Alliance, щоб підтримати фермерів, природу, екосистеми та суспільство; КСВ — компанія модифікувала спосіб закупівлі сировини та переробку відпрацьованих капсул і виробляє енергоефективні кавові машини з метою сталого розвитку та найнижчих витрат; CSV — компанія повністю змінила ланцюжок поставок для Nespresso з метою втілення у життя реальних змін для фермерів та масштабної екологічної діяльності, створюючи швидкозростаючий «мільярдний бренд» Nestlé. З іншої сторони, підхід Створення спільної цінності (ССЦ) може бути репрезентований наступною пірамідою (рис. 1). Розвиток філософії ССЦ в компанії представлений в табл. 1 (с. 3).



Рис. 1 Піраміда Створення спільної цінності

²J. Epstein-Reeves «Pioneers of Sustainability: Lessons from Trailblazers» / J. Epstein-Reeves, E. Weinreb. -September 2013. — Режим доступу: <http://weinrebgroup.com/wp-content/uploads/2013/09/SustainabilityPioneersWeinreb Group.pdf>

Ініціативи з створення спільної цінності компанією в різних сферах мають бути розглянуті докладніше. Так, у пріоритетній для Nestlé сфері харчування компанія воліє досконало володіти інформацією про особливості харчування та способу життєдіяльності вагітних жінок, малюків і дітей до 12 років, для чого проводить численні дослідження, серед яких Дослідження з вигодовування дітей і підлітків, Дослідження з харчування та здоров'я дітей та інші. Дослідження з вигодовування дітей і підлітків, яке двічі проводилося в США та було імплементоване в п'яти інших країнах світу, виявило суттєві нутріціологічні прогалини та дієтичні моделі з недостатнім вмістом заліза та овочів. Крім того, Інститут Nestlé з дослідження здоров'я (NIHS) отримав два гранти від ЄС за вивчення метаболізму та його дисфункцій. Компанія також намагається розвивати продукти з підвищеним вмістом корисних речовин. Так, у 2013 р. Nestlé здійснила безкоштовну роздачу більше 167 млрд зразків продукції з підвищеним вмістом поживних речовин, серед яких молочна продукція, напої, злакові. Крім того, в науково-дослідницькому центрі компанії розвивають шість продуктів з підвищеним вмістом поживних речовин (рис, пшениця, кукурудза, картопля, маніока та просо). Загальносвітовою ініціативою Nestlé є також зниження вмісту солі, цукру та жирів у своїх продуктах. Так, наприклад, у 2012 р. кулінарні продукти компанії, а також злакові сніданки містили на 14043 т менше солі, ніж у 2005 р., а станом на кінець 2013 р. 96 % продуктів дитячого харчування компанії відповідали вимогам Фундації з харчування Nestlé з вмісту насичених жирів та цукру.

Компанія активно стимулює споживання цільнозернових та овочів, заохочуючи приготування їжі вдома. В кінці 2013 р. в 16 країнах була реалізована програма приготування здорових і збалансованих страв вдома з Maggi, 68 % портфолію якого підтримує приготування їжі вдома, в тому числі овочевих страв. Компанія активно пропагує здорове харчування та фізичну активність серед дітей і підлітків шляхом розвитку програми Healthy Kids (Здорові Діти — навчання школярів основам збалансованого харчування та здорового способу життя). Компанія також проводить щорічний NQ (Nutrition Quotient — Коефіцієнт харчування) тренінг для своїх співробітників.

Таблиця 1

Розвиток філософії створення спільної цінності в компанії Nestlé

2002 р.	Компанія публікує The Nestlé Sustainability Review, перший соціальний звіт в своїй історії. Він базується на підході економічної, соціальної стійкості, а також стійкого розвитку навколишнього середовища
2007 р.	Обрані три ключові сфери для інвестицій та комунікацій: харчування, вода та розвиток сільського господарства.
2008 р.	Представлена піраміда CSV (ССЦ), яка інтегрує ССЦ з стійким розвитком та культурою і цінностями компанії. Опубліковано перший звіт Nestlé Creating Shared Value (звіт за 2007 р.)
2009 р.	Компанія публічно представила концепцію створення спільної цінності, а також започаткувала нагороду Nestlé Creating Shared Value на першому форумі з створення спільної цінності в ООН, Нью Йорк
2010 р.	Опубліковано другий звіт зі створення спільної цінності Nestlé Creating Shared Value Report (2009), який вперше привертав увагу громадськості до трьох ключових сфер фокусу — харчування, вода та розвиток с/г. Другий Форум з ССЦ у Лондоні.
2011 р.	Опубліковано звіт Nestlé Creating Shared Value and Rural Development 2010 згідно з GRI (B+), верифікований Бюро Veritas (Bureau Veritas)
2012 р.	Опубліковано The Nestlé Creating Shared Value Summary Report 2011: Meeting the global water challenges (GRI A+ найвищий рівень прозорості в звітуванні)
2013 р.	The Nestlé in Society: Creating Shared Value and meeting our commitments 2012 опубліковано. П'ятий форум з ССЦ проведений в Колумбії, на якому президент даної країни дав схвальний відгук про роль приватного сектору в економічному та соціальному розвитку Колумбії.

У 2013 р. компанія придбала 62299 т. за планом Nestlé Cocoa Plan (План Какао Нестле), а також здійснила навчання 33885 фермерів, відбудувала 13 шкіл для зниження рівня використання дитячої робочої сили. В 2013 р. у Nestlé також стартував План Nescafé для підтримки довготривалих стосунків з фермерами та забезпеченню безперебійних поставок сировини.

Щодо політики управління людськими ресурсами та захисту прав людини компанія має на меті посилювати гендерний баланс, приєднавшись до Принципів ООН з Повноважень Жінок. Компанія також планує найняти 10000 молодих людей і 10000 стажерів молодше 30 років у Європі у рамках ініціативи Nestlé Needs Youth. Таблиця 2 містить ключові показники (KPI) ролі компанії в суспільстві та створення спільної цінності.

Таблиця 2

KPI Nestlé з створення спільної цінності

KPI	2012	2013
Харчування: Продукти, що відповідають чи перевершують критерії Фундації харчування Nestlé (% загальних продажів)	75,7	76
Оновлені продукти з позиції харчування чи здорового способу життя	6692	7789
Продукти з посиленням вмістом поживних речовин	4691	4778
Продукти з пониженим рівнем солі, цукру, жирів, калорій, штучних барвників	3317	4221
Продукти, проаналізовані та покращені/затверджені програмою 60/40+ (продажі, CHF млн)	31720	33001
Продукти, що містять емблему Нутріціологічний Компас Nestlé (% загальних продажів)	96,8	92,5
Продукти в ЄС з зображенням % добової норми споживання (GDA)	99,3	99,3
Розвиток с/г та відповідальний пошук постачальників: Фермери, які пройшло тренінгові програми	273808	300000
Ринки, що відповідають SAIN (Ініціатива Nestlé з питань сталого розвитку с/г)	46	48
% постачальників, які повністю відповідають Кодексу постачальників Nestlé	89,5	74,0
Вода: Сукупний видобуток води (млн м ³)	138	152
Охорона навколишнього середовища: Обсяг виробництва (млн т)	47,7	52,1
Використана сировина (млн т)	22,5	23,9
Загальна кількість спожитої електроенергії (ПДж)	90,7	97,7
Спожита електроенергія з відновлювальних джерел (ПДж)	5,9	7,2
Прямі викиди парникового газу(млн т CO ₂ еквівалент)	3,71	3,99
Непрямі викиди парникового газу (млн т CO ₂ еквівалент)	3,39	3,81
Загальні витрати води (млн м ³)	84	91
Виробничі локації, сертифіковані ISO 14001 (% від загальної кількості)	89	91
Права людини: Телевізійна реклама для дітей молодше 12 років згідно з встановленими на відповідних ринках вимогами (%)	98	98,3

Закінчення табл. 2

KPI	2012	2013
Відхилення від політики та інструкцій компанії щодо імплементації Міжнародного кодексу маркетингу заміників грудного молока	22	27
Сукупна кількість відзивів ключових продуктів чи випадки невідповідності	11	10
Співробітники: Кількість співробітників	333220	333214
Загальна кількість фатальних випадків	5	12
Середня кількість годин тренінгу (навчання) на рік на працівника	10	23
Лідерські позиції, які посідають жінки (%)	29,2	31,1
Члени Місцевої Ради директорів, які представляють приймаючу країну в країнах, що розвиваються (%)	49,5	52,0

Ініціативи з КСВ компанії в Україні включають у себе програму «Абетка харчування» — навчальний курс для учнів 1–4 класів, який став складовою курсу «Основи здоров'я» для середніх шкіл. Першочергова мета програми — навчити дітей принципам правильного харчування і прищепити звичку дотримуватися цих принципів у повсякденному житті. У довгостроковій перспективі програма націлена на формування особистої потреби слідувати здоровому способу життя: харчуватися правильно, зберігати баланс фізичного і психологічного здоров'я. Авторський колектив програми «Абетка харчування» об'єднав понад 50 провідних фахівців у галузі основ здоров'я та методології викладання у сучасній початковій школі, спеціалістів Міністерства освіти та науки і Міністерства охорони здоров'я, дитячих психологів, лікарів-гастроентерологів. У підготовці курсу брали участь відомі художники, що мають досвід роботи з дитячими виданнями. Щоб забезпечити успіх впровадження нової програми, було враховано усі психологічні та фізіологічні особливості дітей 6–9 років: особливості сприйняття інформації, розвиток моторики, формування звичок, асоціативне мислення. Велику увагу також було приділено українським традиціям і культурі харчування. Матеріали програми «Абетка харчування» для 1–4 класів отримали схвалення та дозвіл Міністерства охорони здоров'я України та Міністерства освіти та науки України на їх використання у навчально-виховному процесі загальноосвітніх навчальних закладів.

У рамках ініціативи створення спільних цінностей Nestlé є головним спонсором проекту «IAAF Kid's Athletics» Міжнародної асоціації легкоатлетичних федерацій (International Association of Athletics Federations IAAF). Відповідний договір укладено наприкінці січня 2012 року, а вже за кілька днів у Донецьку відбувся семінар «Nestlé Kid's Athletics» для тренерів в Україні. На семінар з'їхалися вчителі фізичної культури, тренери дитячо-юнацьких шкіл і методисти молодших класів загальноосвітніх шкіл з різних регіонів країни. Їм було запропоновано триденний теоретичний курс одного із засновників проекту Абделя Малека ель Хабіла з Марокко. Суть його методики у трьох головних принципах: а) будь-хто може стати зіркою; б) кожен має право на власну думку; в) кожен має право висловити власну точку зору. Це означає, що будь-яка дитина, незважаючи на її здібності, може займатися спортом, змагатися і перемагати. За методикою тренування проводяться в ігровій формі, що дає кожному можливість виступити і почуватися рівноправним членом команди. Усі вправи націлені не на індивідуальну перемогу дитини, а на розвиток її фізичних якостей — швидкості, витривалості, координації.

В Україні також успішно реалізується програма «Господар», спрямована на пошук і розвиток місцевих постачальників. Компанія ставить перед собою мету максимально збільшити частку сировини та пакувальних матеріалів, що закуповується компанією на місцевому ринку. За три роки (2011–2013) цей показник виріс з 50 % до 70 %. На сьогодні Nestlé в Україні імпортує лише 30 % сировини для виробництва продукції на локальних підприємствах компанії. Це робиться для того, щоб забезпечити оптимальне співвідношення ціни та якості і захистити споживача від підвищення цін, пов'язаних із коливаннями курсу валют. Nestlé з готовністю передає свій досвід і ноу-хау учасникам програми, але успіх проекту значною мірою залежить і від готовності українських постачальників до інвестицій та змін.

Компанія у 2013 р. спожила на 5,1 % менше води, ніж у попередньому 2012 році. Також пріоритетною є економія енергії. Фактичний показник економії електроенергії у 2013 р. склав 7 % порівняно з 2012 роком. Інвестиції Nestlé в покращення стану навколишнього середовища на підприємствах компанії в Україні у 2012–2013 роках склали близько 10 мільйонів гривень. Пріоритетними проектами стали:

– встановлення систем очищення стічних вод на фабриках у Торчині та Львові;

- заміна зовнішніх парових котлів на водогрійні котли на фабриці «Мівіна»;
- встановлення лічильників використання пари та вловлювачів пароконденсату на фабриці «Мівіна»;
- встановлення системи рекуперації тепла на фабриці «Мівіна»;
- модернізація системи зворотного осмосу на фабриці «Світоч»;
- повторне підключення та використання парового конденсату на фабриці «Світоч».

Щороку Nestlé в Україні бере зобов'язання покращувати ряд показників у відповідності до глобальної стратегії та рекомендацій компанії.

Зобов'язання на 2014 рік:

- електроенергія: зниження рівня споживання на 3 % (порівняно з 2013 роком);
- парникові гази: зниження рівня викидів CO₂ на 1 % (порівняно з 2013 роком);
- водні ресурси: зниження рівня споживання на 5 % (порівняно з 2013 роком);
- відходи: зниження рівня на 5 % (порівняно з 2013 роком).

Сьогодні на кожній упаковці продукції Nestlé в Україні споживачі можуть знайти правдиву інформацію про харчову цінність продукту і вміст поживних речовин. Інформація представлена у простий та зрозумілий спосіб, запропонований фахівцями компанії, — у вигляді компасу **Nestlé Nutritional Compass®** (рис. 2).



Рис. 2. Нутріціологічний компас Nestlé

Відповідальні стосунки зі споживачами є частиною корпоративних бізнес принципів Nestlé з 1999 року. Принципи комунікацій зі споживачами:

- підтримувати помірність, здорові харчові звички та фізичні вправи, а у випадку з дітьми підтримувати авторитет батьків та уникати нереальних очікувань від продукту;

- дотримання принципів, які є обов'язковим для всіх співробітників, які працюють у сферах маркетингу та рекламування, а також для всіх агентств, які працюють з Nestlé;

- забезпечувати відповідальну комунікацію та рекламування, спрямоване на дітей (зокрема, забороняється рекламування, направлене на дітей до шести років). Це сприяє збалансованому харчуванню та відповідає обмеженням щодо вживання цукру, солі та жирів.

З 2008 р. цих правил дотримуються в кожній країні, включаючи Україну. Для забезпечення дотримання принципів комунікацій зі споживачами, компанія Nestlé створила відповідний посібник і запровадила систему моніторингу. Служба споживачів, окрім надання порад та інформації, аналізує відгуки та пропозиції від споживачів. Скарги споживачів уважно розглядаються для вживання відповідних заходів і надання споживачеві швидкої та точної відповіді. У 2012–2013 рр. зафіксовано 15 912 звернень до служби споживачів. Більшість з них стосувалася консультації по дитячому харчуванню, інформації щодо співпраці, а також кампанії розіграшу призів та інших промо-акцій. Загальна кількість скарг складала 734, що становить 4,6 % від усіх звернень споживачів.

Nestlé наголошує на принципі довготривалого розвитку як на міжнародному, так і на місцевому рівні, таким чином, співробітники Nestlé в Україні мають доступ до тренінгів, спрямованих на удосконалення професійних навичок, конференцій (які частково координуються навчальним центром у Швейцарії) і занять, направлених на удосконалення персональної компетенції. Співробітники та менеджери визначають сфери розвитку та створюють відповідний план дій разом на щорічних обговореннях розвитку, які ґрунтуються на завданнях на наступний рік і можливих кар'єрних кроках. Nestlé переконане, що більша частина відповідальності за розвиток співробітників лежить безпосередньо на співробітниках, а найкраще джерело досвіду — щоденна праця та виконання завдань і участь у нових проектах. За цим слідує лідерство та підтримка керівників. Цей підхід служить основою для щорічного плану занять та довготривалого плану індивідуального розвитку. У 2012–2013 роках було організовано більше 65 тренінгів з таких напрямків як розвиток менеджерських навичок,

розвиток навичок управління особистою ефективністю, продажі; з профільних напрямків (фінанси для не-фінансистів, маркетинг, законодавство) тощо, що склало більше 27 тисяч годин. За ці роки у тренінгах взяли участь близько п'яти тисяч співробітників. На додаток до конкурентної заробітної плати, співробітники Nestlé в Україні отримують певні додаткові переваги:

- гнучкий робочий графік,
- харчування в офісі,
- подарункові набори для дітей,
- подарунки на Різдво,
- підтримка занять спортом,
- медичне страхування,
- нагороди за відданість,
- бонус при виході на пенсію,
- матеріальна допомога.

У 2013 році середній вік співробітників компанії в Україні складає 37,5 років. Серед них жінки складають 59 %, чоловіки — 41 %. В рамках програми Nestlé Needs Youth компанія планує набрати 915 спеціалістів віком до 30 років до кінця 2016 р. Крім того, Nestlé співпрацює з Київським національним економічним університетом імені Вадима Гетьмана для розробки спільної програми, яка об'єднає навчальний процес з бізнес-лекціями та бізнес-практиками, підготовленими провідними спеціалістами компанії. Також планується заохочувати студентів до проходження переддипломної та дипломної практики на підприємствах компанії та у центральному офісі в Києві.

Кейс складено на основі звітів з корпоративної соціальної відповідальності компанії Nestlé Creating Shared Value and Rural Development 2010, The Nestlé Creating Shared Value Summary Report 2011: Meeting the global water challenges, The Nestlé in Society: Creating Shared Value and meeting our commitments 2012, інформації офіційного сайту компанії www.nestle.com, www.nestle.com.ua, власних доробок автора.

Завдання до кейсу

1. Результати різноманітних досліджень демонструють, що в розвинутих країнах не менше 75 % дорослих споживачів, скоріш за все, купили б товари у компанії, продукт якої асоціюється з доброю справою. У зв'язку з цим завданням компанії Nestlé в Україні є також розвиток споживача — компанія прагне, щоб споживачі обирали продукт на полиці за ознаками «соціально відповідального» виробника. Що Вам як споживачам продукції компанії або за родом своєї діяльності відомо про корпоративну

соціальну відповідальність Nestlé? Якщо нічого, то, можливо, компанія здійснює неправильні кроки?

2. На рис. 1 представлена Піраміда створення спільної цінності компанії. Як Ви можете її пояснити/прокоментувати?

3. Пані Н, перебуваючи в післяпологовому відділенні одного з кращих пологових будинків столиці, мала певні проблеми з грудним вигодовуванням новонародженого. Звернувшись до персоналу пологового будинку, вона отримала пляшечку з дитячою сумішшю. На її питання: «Що це?», працівниця медичного закладу відповіла: «Це — НІРР». Як Ви можете прокоментувати дану ситуацію? Як Ви вважаєте, чи варто компанії Nestlé вдаватися до аналогічних дій?

4. Пан Льюїс отримав призначення керівника відділу дитячого харчування в Україну. В перші ж тижні своєї нової роботи він здійснив ряд дивних для себе відкриттів. По-перше, одна з спеціальних дитячих сумішей досить високої вартості добре реалізувалася, незважаючи на те, що вона коштувала п'яту частину середньої з/п представника робітничої професії країни. Ця суміш забезпечувала компанії непогані прибутки, але пан Льюїс почав сумніватися щодо справедливості ціни для населення України. Тим паче, що існувала загроза появи товарів-замінників інших виробників. Допоможіть пану Льюїсу прийняти вірне рішення про встановлення ціни на даний продукт та обґрунтуйте його згідно з концепцією моральних мов Томаса Дональдсона.

Коротка довідка: За Дональдсоном моральні мови описують базові шляхи, які використовують люди, коли думають про етичні рішення та пояснюють свої етичні вибори. Шість базових етичних мов включають у себе:

— добро та зло — ідентифікує позитивні та негативні характеристики особистості; люди чи групи людей, наділені позитивним характеристиками вважаються етичними;

— самоконтроль — підкреслює досягнення досконалості в контролі власних думок та дій, таких як пристрасть, наприклад;

— максимізація добробуту суспільства — підкреслює найбільшу вигоду для найбільшої кількості людей. Можна стверджувати, що поширення впливу небезпечних хімічних сполук на невелику групу людей можливе за умови, що більша частина суспільства отримує від цього користь;

— уникнення шкоди — фокусується на уникненні неприємних результатів чи наслідків. Якщо це не шкодить нікому — все в порядку;

— права/обов'язки — фокусується на принципах, які керують етичною поведінкою; використовується в правовому контексті;
— соціальний контакт — вважається етичним те, про що досягнуто домовленість.

5. На п'ятому форумі з ССЦ Nestlé було визначено соціальні виклики, які є важливими для бізнесу компанії, а також виклики для компанії, в межах яких необхідно діяти згідно з бізнес-принципами та кодексами поведінки. Як Ви вважаєте, до яких з них спостерігається підвищення уваги акціонерів компанії? Прокоментуйте свою відповідь, у тому числі в розрізі бізнесу компанії в Україні.

Соціальні виклики, які є важливими для бізнесу компанії, та в розвиток яких компанія може здійснити суттєвий вклад:

- зміна клімату;
- безпека продуктів та харчування;
- права людини;
- переїдання та недоїдання;
- розвиток с/г;
- опікування питаннями води;
- повноваження жінок та гендерна рівність.

Виклики для компанії, в межах яких необхідно діяти згідно з бізнес-принципами та кодексами поведінки:

- цілісність бізнесу;
- стосунки між підрозділами компанії;
- здоров'я та безпека співробітників;
- управління та прозорість;
- виробництво;
- пакування;
- маркетинг та комунікації;
- публічна політика, лобювання;
- постачання та можливість відстеження;
- транспорт та дистрибуція.

6. У кейсі міститься інформація про основні переваги працевлаштування для співробітників компанії Nestlé. Щороку компанія проводить дослідження «Nestlé і я» з метою розуміння настроїв колективу та ключових проблем. Як Ви вважаєте, чим задоволені/незадоволені співробітники організації? Як можна змінити ситуацію?

7. Яким чином продукція компанії Nestlé в Україні співвідноситься з її філософією ССЦ?

Література

1. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.
2. Рейтинг відкритості і системності в сфері КСВ — 2013 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://kontrakty.ua/doc/rating_CSR_2013.pdf
3. *Зінченко А.Г., Санприкіна М.А.* Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан та перспективи розвитку. — К.: Вид-во «Фарбований лист», 2010 — 56 с. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2014/04/ksv-2005-2010-analitychnyy-zvit.pdf>
4. Офіційний сайт «Ernst & Young» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ey.com/UA/uk/Home>
5. Офіційний сайт «МЕТРО Кеш енд Кері Україна» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.metro.ua/public/ua_ua
6. Офіційний сайт «Систем Кэпитал Менеджмент» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.scm.com.ua>
7. Офіційний сайт «ОККО» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.okko.ua>
8. Офіційний сайт «Оболонь» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://obolon.ua/ukr/home/>
9. Офіційний сайт «Артериум» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.arterium.ua/uk>
10. Офіційний сайт «Київстар» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.kyivstar.ua>
11. Офіційний сайт «Nestle» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.nestle.ua/
12. Офіційний сайт «Tetra Pak» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.tetrapak.com>

ТЕМА 20. «ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ «ЗЕЛЕНОГО ОФІСУ»

Лекція «Європейські практики «Зеленого Офісу»: визначення «Зеленого Офісу»; основні приклади та факти

Masdar City



Що таке «Зелений Офіс»?

«Зелений Офіс» — це концепція управління організацією, метою якої є зменшення негативного впливу діяльності компанії на навколишнє середовище та сприяння раціональному використанню ресурсів.

3 R: Reduction (reduce) – зменшення (споживання води, енергії, інших ресурсів);
Refinement (reuse) – повторне використання (зменшення кількості відходів);
Replacement (recycle) – переробка (закупка товарів та послуг, які мінімізують вплив на навколишнє середовище, пропаганда більш ефективного використання транспорту).

«Зелений Офіс» у фактах та цифрах

Офісна техніка споживає **20%** всієї електроенергії (іноді навіть до **70%**).

В 3 рази зменшується споживання енергії, якщо встановити енергозберігаючі лампи.

1 дерево збирає переробка купи паперу висотою **1 метр**.

Ксерокс вартістю **\$4 тис.** за **7 років** може спожити електроенергії на **\$1.5 тис.**, паперу на **\$24 тис.** та фарби на **\$15 тис.** При цьому викиди парникового газу від постачання енергії електростанціями та виробництва паперу перевищують **80 т.**, що дорівнює сукупним викидам типового австралійського домогосподарства за **7 років**.

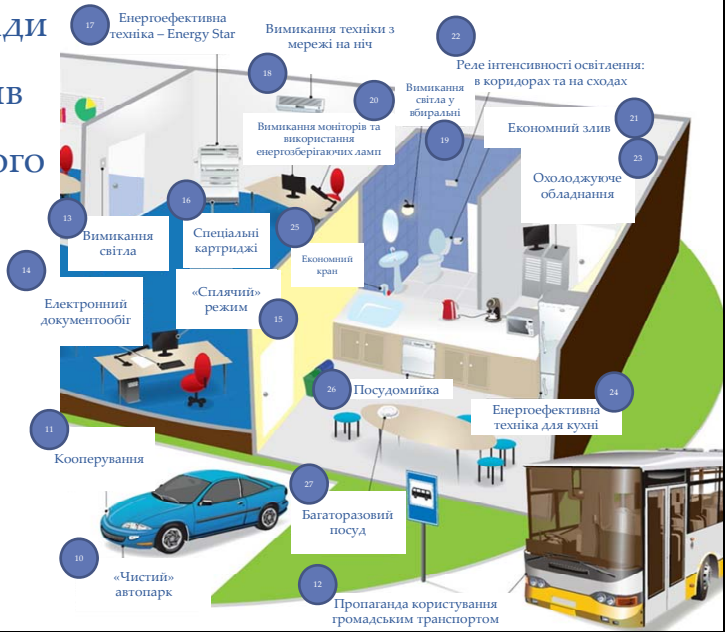
\$17.8 млн. зекономила IBM, примусивши співробітників вимикати офісну техніку та освітлення.

0.5 кг паперу витрачає в середньому **1 працівник** в типовому офісі.



Приклади ініціатив «Зеленого Офісу»

Приклади ініціатив «Зеленого Офісу»



І навіть більше...

Повторне використання та переробка

- Закупівля офісної техніки з низьким рівнем токсинів (такі товари легше утилізувати)
- Закупівля канцелярії з можливістю багаторазового використання (наприклад, ручки зі змінними стержнем)

Економія тепла

- Терморегулятори на батареях
- Подвійні двері
- Тепловідбивні екрани за батареями опалення
- Батареї не заставлені меблями та технікою
- Закупівля обігрівачів з високим класом енергоефективності

І навіть більше...

Економія електроенергії

- Максимальне використання природного світла з вікон
- Підвищення культури енергоспоживання (наклейки та плакати «Ми економимо електроенергію»)

Економія паперу

- Друк із маленькими полями (1 см замість 2.5 см), що дозволить зекономити 8% паперу
- Закінчення E-mail приміткою: «Не друкуйте даний документ без необхідності. Бережіть природні ресурси»
- Використання електронних архівів замість паперових
- Збір макулатури (наявність спеціально відведених зон для цього у вигляді коробок біля принтерів, ксероксів, столів працівників), адже 1 т. макулатури = 17 деревам

Правда чи Міф?

1

Вмикання та вимикання комп'ютеру споживає більше енергії, ніж економить.

МІФ

Факт: вмикання та запуск комп'ютеру споживає стільки ж енергії, скільки його безперебійна робота протягом 3 хвилин.

Правда чи Міф?

2

Вимикання моніторів псує їх.

Міф

Факт: в умовах сучасного розвитку технологій строк служби монітору не залежить від кількості вмикань / вимикань.

Правда чи Міф?

3

Комп'ютерні заставки не економлять енергію.

Правда

Факт: комп'ютер в режимі заставки споживає стільки ж енергії, скільки в режимі демонстрації веб-сторінки чи документу Word. Заставки не просто не зберігають енергію, а навіть вимагають більших її витрат.

Правда чи Міф?

4

Для запуску лампи денного світла необхідна велика кількість енергії, тому немає необхідності її вимикати.

МІФ

Факт: вимикання лампи денного світла більше ніж на 5 хвилин є економічнішим.

Правда чи Міф?

5

Енергозберігаючі лампи є більш дорогими; витрати на них не окупаються.

МІФ

Факт: незважаючи на те, що енергозберігаючі лампи є більш дорогими, вони працюють до 8 разів довше та споживають лише 20% енергії порівняно зі звичайними лампами.

Правда чи Міф?

6

Двосторонній друк та / або використання переробленого паперу часто призводить до ситуацій, коли він застрягає у ксероксі і таким чином призводить до більших витрат паперу.

МІФ

Факт: такі випадки трапляються, проте сучасні ксерокси призначені для роботи із переробленим папером та безперебійного двостороннього друку.

Кращі світові практики «Зеленого офісу»



Вирощування овочів, фруктів та рослин на даху будівлі у місті Хошимін, В'єтнам, де знаходиться компанія **Tanner** (сервіс-провайдер), має економічні, соціальні та освітні переваги для співробітників, організації та міста. Сад не тільки знижує рівень споживання електроенергії будівлею та викидів в атмосферу, а й «фільтрує» забруднене повітря. Квітучі рослини створюють атмосферу релаксації для працівників, а фрукти та овочі споживаються під час обідів. В подальших планах компанії побудова власної системи виробництва сонячної енергії для потреб офісу.

Кращі світові практики «Зеленого офісу»



Штаб-квартира ІТ-компанії **IPEVO** під назвою Central Park знаходиться у місті Тайбей майже повністю обставлена елементами натурального походження: висушена тайванська трава на стінах та офісних шафах, стовли листяних дерев, поєднані з обідніми столами.

Кращі світові практики «Зеленого офісу»



Штаб-квартира компанії з надання фінансових послуг **Macquarie** в Сідней з метою реалізації ініціативи Activity-Based Working, що робить акцент на зустрічах та співпраці, представляє собою 26 кімнат для переговорів у вигляді гілок «Meeting Tree». Дизайн офісу заохочує спонтанні зустрічі між співробітниками. Ініціативи «Зеленого офісу» допомогли знизити обсяги енергоспоживання на 50% і вдвічі скоротити частоту користування ліфтами.

Кращі світові практики «Зеленого офісу»



Скляні стіни з рослинними візерунками, прозорі двері, енергозберігаючі комп'ютери та освітлення, практично повна відсутність паперу та пластику, буклети, надруковані на переробленому папері, і всього 2 співробітники, які приїжджають на роботу на громадському транспорті – так виглядає «зелене» відділення Piraeus Bank в Афінах, яке спеціалізується на пільговому фінансуванні енергозберігаючих проєктів та зелених технологій.

«Зелений офіс» в Україні

У яких напрямках ваша компанія здійснювала екологічно відповідальні заходи?



Джерело: за даними дослідження «Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан та перспектива розвитку», проведеного Центром «Розвиток КСО». Опитано 600 компаній в Україні

«Зелений офіс» в Україні

«Київстар»

ЩО?

Прийнята екологічна політика, в рамках якої існує «зелений офіс», метою якого є зменшення витрат, економія коштів у довгостроковій перспективі, посилення конкурентоспроможності

ЯК/ДЕ?

Повторне використання і переробка; економія електроенергії; економія ресурсів; встановлено обладнання для проведення відеоконференцій. Реалізується у всіх офісах компанії

РЕЗУЛЬТАТИ:

В 2013р. було здано макулатури 1.9т.; зекономлено паперу 3 млн. листів А4; зекономлено електроенергії 443380 кВт-год; пройдена сертифікація за стандартом ISO 14001

«Зелений офіс» в Україні

«Тетра
Пак
Україна»

ЩО?

Компанія сертифікована за стандартом ISO14001, який вимагає постійного зменшення негативного впливу на оточуюче середовище

ЯК/ДЕ?

Всі відходи, які утворюються в процесі виробництва упаковки, підлягають повторній переробці. Організований роздільний збір відходів. Для офісу закупляється папір із вторинної сировини

РЕЗУЛЬТАТИ:

Компанія має довгострокові відносини із паперовою фабрикою, яка знаходиться у м. Змієве (Харківська обл.), де переробляється як упаковка «Тетра Пак», яка поступає не тільки від виробника, а й від його клієнтів. Енергозберігаючі лампи дозволяють економити до 40% електроенергії, а центральне кондиціонування заощаджує 12-15% електроенергії у порівнянні із індивідуальним

«Зелений офіс» в Україні

«Оболонь»

ЩО?

Компанія активно практикує вторинну переробку через систему роздільного збору відходів, а «зелений офіс» входить до складу єдиної системи розумного використання відходів

ЯК/ДЕ?

Є контейнери для роздільного збору пластикових пляшок і паперу; в коридорах, на сходах і в туалетах встановлені системи освітлення з датчиками руху; на території пивоварні є окремі місця для збору макулатури

РЕЗУЛЬТАТИ:

Інформація про практики «зеленого офісу» публікується у корпоративному виданні. Також періодично випускається спеціальна вкладка «Практичні поради із впровадження принципів «Зеленого офісу»

Ernst &
Young

«Зелений офіс» в Україні

ЩО?

Ініціатива «Зелений офіс» має на меті виховання відповідального відношення до ресурсів серед співробітників компанії, що межує із довгостроковими цілями зменшення витрат та викидів у навколишнє середовище

ЯК/ДЕ?

Топ-менеджмент особисто приймає участь у всіх «зелених» ініціативах. Закупівлі ведуться з врахуванням позицій виробника у списку «зелених» виробників «Грінпіс». Поряд із глобальними ініціативами, в київському офісі створена ініціативна група із представників різних підрозділів, яка генерує «зелені» ідеї для подальшого розгляду керівництвом

РЕЗУЛЬТАТИ:

Витрати на папір були зменшені на 59% з рахунок повторного використання роздруків та двостороннього друку. Для зменшення викидів парникових газів кількість поїздок була скорочена на 43%

МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРАКТИКИ «ЗЕЛЕНИЙ ОФІС»

Екологічний аудит	Екологія як стратегічний орієнтир	Визначення індикаторів екологічного стану компанії
Створення групи зацікавлених осіб		План по зменшенню кількості спожитих ресурсів
Комунікація зі стейкхолдерами	Формулювання мети та завдань ініціативи «Зеленого офісу»	
Екологічна сертифікація	Ефективна організація комунікаційних потоків	Постійний моніторинг результатів

Правила створення «Зеленої команди»

1. START SMALL
2. hold regular meetings
3. BREAKDOWN BORDERS
4. involve building services
5. CREATE CAMPAIGN CALENDARS
6. encourage project ownership
7. MAKE IT FUN
8. communicate
9. CREATE SATELLITE TEAMS
10. show appreciation



Завдання. Кейс: Давайте «Дбати про корисне»

Бренд **Tetra Pak** побудований на обіцянці «Дбати про корисне» («Protect What’s Good»). У першу чергу мова йде про захист їжі та напоїв — суть бізнесу компанії — та забезпечення безпечної, надійної та всеохоплюючої доставки продуктів. Але компанія прагне також захищати здоров’я та життєдіяльність людей: своїх співробітників, клієнтів і членів громад, до яких вона належить. Мова йде також про захист майбутнього шляхом мінімізації впливу на навколишнє середовище та розвитку пакувальних і процесингових рішень, які підтримують ріст та успіх клієнтів компанії.

На міжнародному рівні стратегічні пріоритети КСВ компанії лежать у трьох таких площинах: **Їжа** (захист їжі, забезпечення наявності та доступності їжі), **Люди** (отримання зворотного зв’язку від співробітників, забезпечення навчання та розвитку, турбота про здоров’я та безпеку, заохочення різноманіття (вікового, гендерного, культурного і т.д.), розвиток постачальників і громад), **Майбутнє** (зниження негативного впливу на оточуюче середовище, розвиток продуктів, «дружніх» оточуючому середо-

вищу, покращення переробки відходів). Компанія Тетра Пак є учасницею Глобального договору ООН (United Nations Global Compact), який об'єднує громадськість з метою дотримання десяти принципів у сферах захисту прав людини, боротьби з корупцією і охорони праці та навколишнього середовища. Деякі показники стійкого розвитку компанії Тетра Пак у 2012–2013 рр. наведені в табл. 1.

Таблиця 1

КРІ стійкого розвитку Тетра Пак у світі

Показник	2012	2013
Кількість продукції, продана в упаковках Тетра Пак (млн л)	71,246	77,935
Кількість проданих упаковок Тетра Пак (млн)	178,320	178,412
Плинність кадрів (%)	7,5	7,7
Середня кількість годин тренінгу на співробітника	3,5 дні	4 дні
Топ-менеджери — не європейці (%)	35,5	36,9
Менеджери-жінки (%)	22,3	23,5
Перероблені упаковки Тетра Пак (млрд)	39	43
Сукупні викиди парникового газу (тис. т CO ₂ екв.)	416	417
Сукупні витрати енергії (ГДж)	4,129,005	4,330,972
Сукупні витрати води (тис. м ³)	2,027	2,125
Виробничі локації, сертифіковані ISO 14001 (% від загальної кількості)	92%	94%
Картон з відповідальних джерел (FSC™)	38%	41%
FSC™ упаковки на ринку (млрд)	26,4	32
Використання сировини у виробництві пакувального матеріалу (тис. тонн)	2841	2905

Тетра Пак застосовує підхід ланцюга створення цінності в КСВ: стійкий розвиток стосується не лише власних операцій компанії, а всього ланцюга створення цінності. Прикладом може бути ціль компанії по скороченню шкідливих викидів, яка встановлена не лише для підприємств Tetra Pak, а й для її постачальників. Крім того, компанія допомагає клієнтам покращити операційну ефективність та знизити таким чином шкідливий вплив на оточуюче середовище.

Впродовж 2012–2013 років діяльність компанії Тетра Пак Україна була зосереджена на таких компонентах корпоративної соціальної відповідальності:

— збереження довкілля — пріоритет сировині з відповідальних та контрольованих джерел, популяризація стандартів Forest Stewardship Council™ (FSC™, Лісова опікунська рада™);

— права людини та трудові відносини — дотримання міжнародних стандартів у сфері трудових відносин і чинного законодавства України, гарантування безпечних умов праці та професійного і особистісного розвитку колективу;

— діалог з партнерами — постачальники, які гарантують якісну та сертифіковану продукцію на засадах прозорості та етичності;

— чесні управлінські практики — компанія виступає за чесну конкуренцію та протидію корупції, що окреслено в її внутрішніх документах;

— залучення та розвиток громади — допомога соціально незахищеним прошаркам населення, підтримка екологічних та соціальних ініціатив.

Для Тетра Пак увага до довкілля означає боротьбу із впливом на екологію всіх ланок виробничого ланцюжка, інновації та створення екологічно стійкіших продуктів. Тетра Пак розглядає екологію як найважливішу основу сучасного сталого і відповідального ведення бізнесу, що спонукає компанію постійно вдосконалювати сировинну базу, технологічне обладнання, системи упаковки та виробництво пакувального матеріалу, логістику постачань замовникам, а також активно сприяти розвитку збору і переробки виробничих і споживчих відходів упаковки. Згідно зі стратегією 2020, компанія прагне використовувати у виробництві тільки сировину, сертифіковану FSC™; планує залишити обсяги викидів вуглекислого газу на рівні 2010 року, незважаючи на постійне зростання виробництва. Це означає, що, незважаючи на те, що, за оцінками експертів компанії, до 2020 року продажі Тетра Пак зростуть на 60 %, викиди «парникових» газів залишаться на поточному рівні. Також в планах компанії є подвоєння обсягів перероблених упаковок Тетра Пак.

Для детального управління виробництвами компанія використовує систему «Виробництво світового рівня» (**World Class Manufacturing, WCM**). Ця система допомагає зменшити обсяги виробничих відходів, знизити вплив на навколишнє середовище і мінімізувати витрати. Так, при уникненні утворення відходів на етапі пуско-наладки при виробництві пакувального матеріалу, досягається 5–7 %-ва економія на фабриках. Майже 100 % пере-

робки відходів власного виробництва забезпечується на виробництві Тетра Пак Україна. Фабрика з виробництва пакувального матеріалу сертифікована відповідно до міжнародного стандарту з екології ISO 14001, який засвідчує, що Тетра Пак використовує систему управління якістю та безпекою відповідно до стандарту виробництва пакувальних матеріалів для рідких продуктів харчування.

Подвоєння обсягів переробки споживчих відходів картонної упаковки у світі до 2020 р. передбачає інвестиції у технології та зміцнення партнерства на місцевих рівнях. Міцність упаковки Тетра Пак досягається за рахунок використання картону з первинних целюлозних волокон, який може бути перероблений у вторинну паперову продукцію. Із залишків пластику й алюмінію можуть бути виготовлені композитні продукти, а поліалюміній можна перетворити на парафінові масла та алюмінієвий порошок. Тетра Пак сприяє зростанню й розвитку переробної галузі за рахунок створення упаковки, яка повністю підлягає переробці, інвестицій у технології, що підвищують прибутковість цього бізнесу, роботи зі споживачами та створення механізмів збору використаних упаковок. Важливо також активно впроваджувати екологічно стійкі та вигідні методи переробки картонної упаковки, які здатні підвищити цінність цього вторинного ресурсу. Компанія активно працює у сфері перетворення законодавчої бази із поводження з відходами упаковки. Разом із замовниками та іншими компаніями, які виробляють упаковку, Тетра Пак сприяє просуванню певних ініціатив через різні асоціації, членами яких є компанія: ЄВА (Європейська бізнес-асоціація), АСС (Американська торгова палата), УкрПЕК (Українська екологічна коаліція) та ін.

Незважаючи на те, що упаковка Тетра Пак повністю підлягає вторинній переробці, основна проблема полягає в тому, що компанія не контролює вторинну переробку, а може лише сприяти їй, співпрацюючи з різними партнерами. Переробка в Україні відбувається у м. Харків, на підприємствах партнера компанії — корпорації «АСС» (м. Харків), до складу якої входить паперова фабрика «АСС Кронекс» (м. Зміїв, Харківська обл.). Її продуктивність складає близько 8 000 т/рік, а плановий розвиток у 2014 році — до 15 000 т/рік за рахунок встановлення нових технологічних вузлів. На паперовій фабриці картон та інші різновиди паперу розпускаються, вбирають вологу та легко відділяються від пластику та алюмінію. Отримане таким чином целюлозне волокно використовується у виробництві нових продуктів з паперу.

З відновленого целюлозного волокна виготовляють паперові товари народного споживання — картонні пакети різного формату, крафт-папір та ін. Суміш алюмінію та пластику, що залишається після вилучення паперового волокна, використовується для виробництва гранул, з яких, відповідно, виробляють різноманітні пластикові вироби (наприклад, ємності для побутового застосування, панелі для зовнішнього облаштування будинків та ін.) на фабриці «АСС-Харківпласт», яка також входить до корпорації «АСС».

Протягом останніх 6 років обсяги переробленої використаної споживачами упаковки в Україні помітно зросли: якщо у 2006–2007 рр. об’єм не перевищував півтонни, то у 2013 році було перероблено вже понад 4,5 тис. тонн. Об’єм переробленої використаної споживачами упаковки в Україні в 2009–2013 рр. представлено на рис. 1.

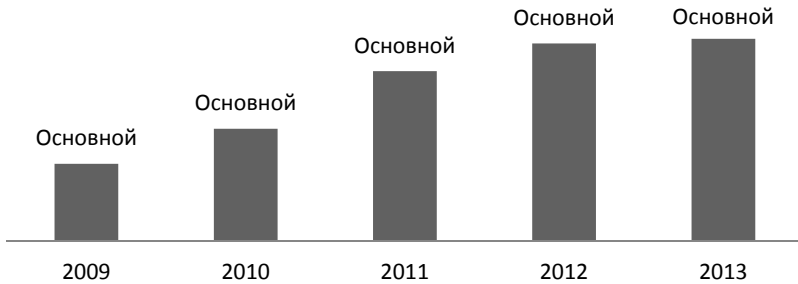


Рис. 1. Об’єм переробленої упаковки в Україні (т, 2009–2013 рр.)

Як один з найбільших світових споживачів картону, Тетра Пак робить свій внесок у забезпечення сталого розвитку лісів, які є гарантованим джерелом первинної целюлози. Компанія використовує лісові ресурси, сертифіковані на відповідність стандартам відповідального лісокористування, і прагне відстежувати картон на всіх ділянках ланцюжка поставок. Для цього компанія співпрацює з Лісовою опікунською радою™ (Forest Stewardship Council, FSC™) у сфері сертифікації управління лісами (Forest Management) і сертифікації ланцюжків поставок (Chain-of-Custody, CoC). Метою FSC™ є поширення екологічно відповідального, соціально-орієнтованого та економічно обґрунтованого управління лісами. Тетра Пак підтримує практику відповідального лісокористування FSC™ і активно сприяє її розповсюдженню, оскільки:

- екологічні та соціальні стандарти FSC™ загальноновизнані у світі як найсуворіші в галузі управління лісовим господарством;

- FSC™ є єдиною міжнародно визнаною нормотворчою організацією, яка працює в напрямку відповідального лісоуправління за підтримки таких міжнародних природоохоронних організацій, як Всесвітній фонд дикої природи (WWF) і Грінпіс;
- FSC™ має представництва у понад 50 країнах світу;
- для отримання сертифікату FSC™ підприємство або компанія повинні відповідати всім вимогам, при цьому аудиторські перевірки, які підтверджують цей сертифікат, проводяться якнайменше раз на рік;
- система контролю дозволяє простежити проходження FSC-сертифікованої деревини по всьому виробничому ланцюжку аж до готової продукції з нанесеним знаком FSC™;
- органи сертифікації FSC™ також піддаються регулярним перевіркам, що забезпечує суворе і послідовне дотримання правил і методик.

Компанія Тетра Пак Україна має сертифікат ланцюжка постачання FSC CoC (Chain of Custody). FSC-сертифікація ланцюжка постачання призначена для того, щоб гарантувати клієнтам (бізнесу, урядові, кінцевому споживачеві), що продукти, які продаються із сертифікатом FSC™, походять з відповідально керованих лісів. Ланцюжок постачання Chain of Custody — це інформація про шлях, який проходять товари з лісового господарства до споживача, у тому числі інформація про кожну стадію переробки, трансформації, виробництва і розподілу, де перехід на наступний етап ланцюжка постачання пов'язаний зі зміною власності. Впровадження і реалізація ланцюжка постачання дозволяє Тетра Пак ефективно контролювати власну систему постачання і демонструвати споживачам походження сировини, що використана у продуктах компанії. Фабрика проходить щорічну аудиторську перевірку незалежними акредитованими сертифікуючими організаціями; всі фабрики Тетра Пак проходять аудит організації Rainforest Alliance. Постачальники Тетра Пак можуть познайомитися із запропонованими до них вимогами у «Керівництві з лісокористування» компанії. Першою в Україні упаковкою з торговим знаком FSC™ стала упаковка соку Sandora «До сніданку».

Серед інших екологічних проєктів компанії варто назвати «Український громадський екологічний кодекс», Освітня програма «Упаковка, здавайся!», Проєкт зі збору упаковки у школах у рамках програми «Шкільне молоко», Проєкт ecoPlanet «Avatar» на фестивалі Джаз Коктебель. Так, у рамках проєкту «Український громадський екологічний кодекс» у 2011 р. відбулася презентація першого в Україні екологічного гуртожитку на базі гурто-

житків Національного авіаційного університету. Будівля, що вміщує майже 600 студентів, отримала екологічний статус завдяки впровадженню низки побутових екологічних правил щодо економії води, електроенергії, тепла та роздільного збору відходів, а також заміні лампочок розжарювання на енергозберігаючі.

Колектив компанії Тетра Пак Україна станом на початок 2014 р. складається з 275 співробітників — 219 чоловіків і 56 жінок (79,6%/20,4%). Розподіл співробітників компанії за статтю в світі в 2013 р. представлено на рис. 2. Рис. 3 відображає віковий розподіл працівників компанії в Україні та світі.

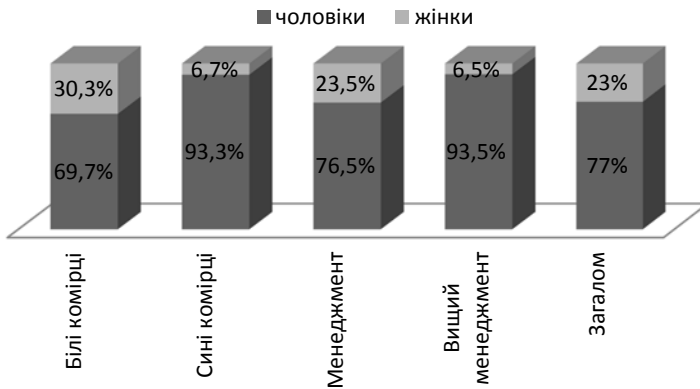


Рис. 2. Гендерна «рівність» в компанії Тетра Пак у світі

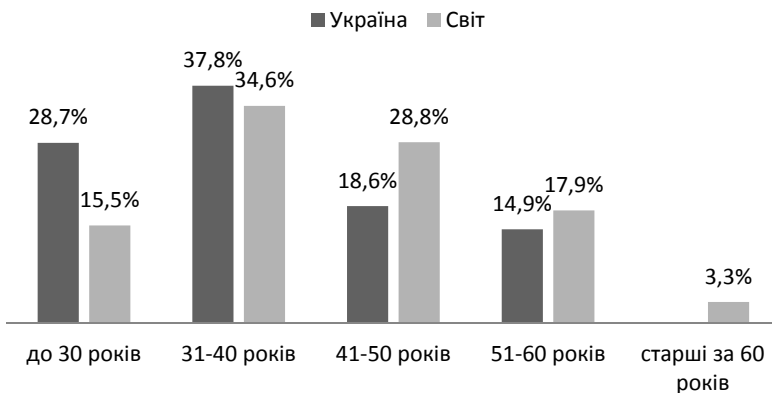


Рис. 3. Розподіл працівників компанії Тетра Пак Україна за віком

Соціальний пакет співробітника компанії Тетра Пак включає медичну страховку, яка поширюється і на членів родини співробітника, безкоштовні обіди в офісі компанії, а також щорічний і щомісячний бонуси за результатами праці. Компанія надає своїм працівникам можливість безкоштовного користування спортивним тренажерним залом і сауною. Кожного року всі співробітники отримують новорічні подарунки, також новорічні подарунки отримують діти співробітників віком до 16 років.

Щорічно в усіх підрозділах компанії Tetra Pak у всьому світі проводиться дослідження серед працівників усіх організаційних рівнів щодо умов роботи в компанії. Таке дослідження дозволяє отримати відверту думку працівників як про компанію в цілому, так і про окремі важливі для ефективної роботи аспекти, а саме: орієнтація на клієнта, якість та ефективність, командна робота, розширення повноважень, лідерство, комунікація, керівництво роботою персоналу, розвиток кар'єри. Опитування проводиться незалежною компанією, що гарантує якісну та незацікавлену обробку відповідей працівників. Задоволеність співробітників діяльністю компанії Тетра Пак в Україні та світі наведена в табл. 2.

Таблиця 2

Рівень залученості та задоволеність співробітників діяльністю Тетра Пак в Україні та світі (2011–2013), %

Показник	Країна	2011	2012	2013
Рівень залученості співробітників	Україна	96	97	97
	Світ	82	84	87
Рівень задоволеності співробітників	Україна	89	87	85
	Світ	83	81	80

Кожен працівник компанії має можливість отримати додаткову професійну освіту та підвищити кваліфікацію відповідно до програм розвитку і навчання персоналу. Основними напрямками, за якими здійснюється навчання на виробництві для спеціалістів зі стажем, є: тренінги з автономного обслуговування обладнання; операційні тренінги (знання, необхідні для експлуатації обладнання на оптимальному рівні); тренінги за методологією WCM («Виробництво світового рівня») для спеціалістів команд; тренінги з охорони праці, пожежної безпеки, надання першої допомоги; тренінги з підготовки нових співробітників; тренінги з підготов-

ки «універсальних» операторів; безкоштовні уроки англійської мови для спеціалістів; тренінги з функціональних компетенцій. Серед інших програм розвитку співробітників компанії варто назвати LiVE Tetra Pak! (програма внутрішніх комунікацій між співробітниками компанії з усього світу), HR Coffee-Break (регулярні інформаційні зустрічі зі співробітниками на теми процесів у сфері управління людськими ресурсами).

Тетра Пак забезпечує безпечні умови праці для своїх співробітників по всьому світу. Заходи, які вживає компанія, носять системний характер і складаються з: регулярного туру з безпеки (Safety Tour), який здійснюють керівні посадовці компанії та який має на меті контроль за якістю виробничого процесу; карток безпеки (Safety Tags), які вивішуються працівниками на деталь, що перебуває у некондиційному стані, заради інформування інших співробітників про можливі загрози під час її використання; попереджувальних карток (Near Misses), які покликані виявити можливі загрози з метою їхнього попередження. Кількість нещасних випадків на робочому місці в компанії Тетра Пак Україна з 2010 р. дорівнює нулю.

Що стосується соціальних ініціатив компанії, варто відзначити добре відому програму «Шкільне молоко», а також «Пробіг з вірою у серці» (ініціатива компанії Danone в партнерстві з Тетра Пак та іншими прибутковими та неприбутковими організаціями, направлена на зібрання коштів для дитячих лікувальних закладів). «Шкільне молоко» — програма, що забезпечує дітей додатковим безкоштовним молоком для збагачення вітамінами і комплексом мінеральних речовин. Цілями програми є поліпшення структури харчування та споживання поживних речовин школярами у період підвищеного розумового навантаження; сформування природну звичку пити молоко замість менш корисних напоїв; сприяти розвитку молочної промисловості в країні. Розпочавшись у 20-х рр. минулого століття, програма «Шкільне молоко» керується ООН. Компанія Тетра Пак приєдналася до програми у 1957 році. Станом на кінець 2013 р. програма охопила 153 млн дітей у 81 країні світу. Запуск програми в Україні відбувся у 2009 році в м. Харків за ініціативи та фінансової підтримки Харківської міської адміністрації. У рамках програми «Шкільне молоко» компанія Тетра Пак провела лекції, під час яких діти перших класів в ігровій формі отримали інформацію як про користь вживання молока, так і про екологічні властивості упаковки компанії Тетра Пак, зокрема, про можливість її вторинної переробки.

Виконавчий директор компанії Tetra Pak у світі Деніс Йонсон впевнений, що єдиним шляхом забезпечення стійкого розвитку пакувальної промисловості є підвищення рівня використання відновлювальних ресурсів. Амбітна ціль Tetra Pak — створити упаковку повністю з відновлювальних матеріалів та досягнути 100% рівня її переробки.

Кейс складено на основі звітів з корпоративної соціальної відповідальності Tetra Pak Sustainability Update 2012, 2013, 2014; Tetra Pak: баланс рентабельного розвитку та корпоративної соціальної відповідальності; Українського громадського екологічного кодексу, інформації офіційного сайту компанії www.tetrapak.com, www.tetrapak.com/ua, власних доробок автора.

Питання до кейсу:

1. У тексті кейсу зазначено, що Tetra Pak розглядає КСВ у розрізі всього ланцюга створення цінності. Хто, на Вашу думку, входить до цього ланцюга? Наведіть приклади відповідних ініціатив компанії Tetra Pak в Україні.

2. Що Вам як споживачам продукції в упаковках компанії або за родом своєї діяльності відомо про корпоративну соціальну відповідальність Tetra Pak? Якщо нічого, то, можливо, компанія рухається в неправильному напрямку?

3. До групи Tetra Лаваль входить компанія Sidel, яка спеціалізується на виробництві скляної та пластикової упаковки. Як Ви можете прокоментувати даний факт у розрізі КСВ компанії Tetra Pak, у тому числі в Україні?

4. У кейсі зазначено, що компанія воліє збільшувати кількість перероблених упаковок, а також покращувати можливість їх переробки. Крім того, Tetra Pak відповідально ставиться до якості продукції, що пакується. Що, на Вашу думку, можна запропонувати компанії змінити в дизайні/асортименті упаковок для забезпечення досягнення вищенаведених цілей? З якими проблемами з цього питання компанія стикається на ринку України?

5. Таблиця 2 кейсу репрезентує рівень залученості в процесі в компанії та задоволеність співробітників діяльністю Tetra Pak в Україні та світі в період з 2011 по 2013 р. Як Ви можете прокоментувати наведені дані? Яким чином можна покращити ситуацію?

6. Прокоментуйте наведені в кейсі дані про розподіл працівників компанії за статтю та віком в Україні та світі.

7. Оцініть перспективи розвитку бізнесу компанії в Україні та роль КСВ Tetra Pak у забезпеченні її довгострокового зростання на вітчизняному ринку.

Література

1. *Петрашко Л.П.* Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія / Л.П. Петрашко. — К.: КНЕУ, 2013. — 342 с.
2. Гринпис Росії. Зелений офіс — это реально: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.greenpeace.org/russia/ru/643172/2045057>
3. Зелений офіс: з турботою про довкілля, з вигодою для бізнесу. — К.: ТОВ «Інжиніринг», 2009. — 53 с.
4. *Петрашко Л.П.* Адаптація міжнародної практики «Зелений офіс» в українських компаніях / Л.П. Петрашко // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування: збірник наукових праць. Випуск 4 (52). Економічні науки. — Рівне: НУВГП, 2010. — С. 180–185.
5. Auckland Environmental Business Network's Green Office Guide: How to Transform your Office into one that's Kinder to the Environment. — 2002. — 40 p: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.greenoffice.org.nz>
6. *Cooper R.* The Case for Charges on Greenhouse Gas Emissions. Discussion Paper 08-10. Harvard Project on International Climate Agreements. Cambridge, MA. 2008: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://hdr.undp.org>
7. Newsweek GREEN RANKINGS: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.thedailybeast.com/newsweek/2012/10/22/newsweek-green-rankings-2012-global-500-list.html>
8. Reputation and Reality: Losers 2012 Green Brands Survey: [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.thedailybeast.com/content/newaweek/2012/10/22/newsweek-green-ranking-2012-results-of-the-green-brands-survey.html>

ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ

ТЕСТИ

1. Хто автор піраміди КСВ:

- А. Фрідман;
- Б. Керолл;
- В. Елкінгтон;
- Г. Фрімен?

3. В якому році концепція корпоративної соціальної відповідальності отримала всесвітнє визнання у межах Глобального Договору, визначеного Генеральним секретарем ООН Кофі Аннаном, як добровільна корпоративна ініціатива:

- А. 2000 р.;
- Б. 1995 р.;
- В. 2005 р.;
- Г. 2010 р.?

5. КСВ — це:

- А. концепція ведення бізнесу;
- Б. визначений перелік правил та приписів ведення бізнесу;
- В. правила поведінки на ринку;
- Г. законодавчо встановленні правила ведення бізнесу.

7. Яку сферу регулюють стандарти серії ISO 9000:

- А. екологічна сфера;
- Б. довкілля та проблеми енергетичного сектору;
- В. соціальна відповідальність бізнесу;
- Г. нефінансова звітність;
- Д. соціально-трудові відносини;
- Е. менеджмент якості.

2. Яку кількість універсальних принципів містить Глобальний договір:

- А. 12;
- Б. 8;
- В. 10;
- Г. 11?

4. Яка країна має законодавчо закріплені норми з національної політики з КСВ:

- А. Данія;
- Б. Бразилія;
- В. Україна;
- Г. Польща;
- Д. Словаччина?

6. Чи поняття «корпоративна соціальна відповідальність» має загальноприйняте універсальне визначення:

- А. так;
- Б. ні?

8. Яку сферу регулюють стандарти серії ISO 14000:

- А. екологічна сфера;
- Б. менеджмент якості;
- В. соціальна відповідальність бізнесу;
- Г. нефінансова звітність;
- Д. соціально-трудові відносини.

9. Яку сферу регулюють стандарти серії ISO 26000:

- А. екологічна сфера;
- Б. довкілля та проблеми енергетичного сектору;
- В. соціальна відповідальність бізнесу;
- Г. нефінансова звітність;
- Д. менеджмент якості?

11. Що регулюють стандарти серії AA1000:

- А. екологічну сферу;
- Б. довкілля та проблеми енергетичного сектору;
- В. соціальну відповідальність бізнесу;
- Г. нефінансову звітність;
- Д. менеджмент якості?

13. Коли був прийнятий стандарт ISO 26000:

- А. 1995 р.;
- Б. 2000 р.;
- В. 1990 р.;
- Г. 2010 р.?

15. Яка модель більше орієнтована на три сфери прояву соціальних ініціатив: економіку, зайнятість та охорону навколишнього середовища:

- А. англо-американська модель;
- Б. європейська модель;
- В. японська;
- Г. латиноамериканська?

10. Що регулюють стандарти серії SA 8000:

- А. екологічні аспекти;
- Б. довкілля та проблеми енергетичного сектору;
- В. соціальну відповідальність бізнесу;
- Г. нефінансову звітність;
- Д. соціально-трудова відносина?

12. Що таке GRI:

- А. Глобальна ініціатива звітності;
- Б. Глобальний договір;
- В. Зелена книга ЄС;
- Г. інший варіант?

14. Основний акцент на відповідальність корпорацій на ринку та розбудову їх позитивних відносин з регіональною і місцевою владою робиться в:

- А. англо-американській моделі;
- Б. європейській моделі;
- В. африканській моделі;
- Г. латиноамериканській моделі.

16. Для якої моделі характерним є те, що бізнес більшою мірою зосереджується на внутрішніх програмах, завдяки яким компанія стає для працівників сім'єю:

- А. англо-американська модель;
- Б. європейська модель;
- В. японська;
- Г. латиноамериканська?

17. Характерною ознакою якої моделі є другорядна роль держави у формуванні КСВ бізнесу:

- А. англо-американська модель;
- Б. європейська модель;
- В. японська;
- Г. латиноамериканська?

19. Яка модель КСВ переважно регулюється нормами, стандартами та законами:

- А. англо-американська модель;
- Б. європейська модель;
- В. японська;
- Г. латиноамериканська?

21. Як пов'язане поняття «благодійництво» з поняттям «корпоративна соціальна діяльність»:

- А. це тотожні поняття;
- Б. благодійництво є складовою КСВ;
- В. КСВ є складовою благодійництва;
- Г. усі відповіді неправильні?

18. Що таке система звітності GRI:

- А. система звітності GRI визначає принципи і показники, за допомогою яких організація може визначити результативність роботи і підготувати звіт про економічний, екологічний і соціальний вплив на довкілля;
- Б. система звітності GRI визначає принципи і показники, за допомогою яких організація може підготувати звіт про свій економічний розвиток;
- В. обов'язкова фінансова звітність GRI визначає принципи і показники, за допомогою яких організація може визначити результативність роботи і підготувати звіт про економічний, екологічний і соціальний вплив на довкілля;
- Г. обов'язкова звітність GRI визначає принципи і показники, за допомогою яких держава може визначити результативність роботи і підготувати звіт про економічний, екологічний і соціальний вплив на довкілля?

20. Яка модель керується принципами колективного прийняття рішень, відповідальності перед працівниками та соціальної відповідальності керівництва:

- А. англо-американська модель;
- Б. європейська модель;
- В. японська;
- Г. латиноамериканська?

22. Екополітика — це система:

- А. впливу держави через штрафи та податки на екологічну поведінку бізнес-структур;
- Б. науково обґрунтованих заходів, пов'язаних із впливом суспільства на природу;
- В. законодавчих актів, в яких відображено положення про захист довкілля та екологічні норми і стандарти щодо виробничої діяльності.

23. Як називається праця, в якій Ендрю Карнегі пропонує прибутковим організаціям жертвувати частину своїх доходів на благо суспільства:

- А. «Прощання — це успіх»;
- Б. «Крок до вершини»;
- В. «Євангеліє успішної людини»;
- Г. «Євангеліє прощання»?

25. GRI діє як:

- А. урядова інституція;
- Б. неурядова неприбуткова організація;
- В. міжнародна компанія;
- Г. наднаціональний орган.

27. Відповідно до яких рівнів керівництва GRI компанії мають можливість складати звіти з КСВ:

- А. рівень D, рівень C, рівень B, рівень A;
- Б. рівень C, рівень B, рівень A;
- В. рівень B, рівень A;
- Г. рівень E, рівень C, рівень B, рівень A?

29. Концепція «зеленого офісу» включає в себе елементи, об'єднані в групу:

- А. 3R: reduction, refinement, replacement;
- Б. 4R: reduction, refinement, replacement, research;
- В. 3D: direction, development, decision;
- Г. 4D: direction, development, decision, description.

24. Вибрати правильне визначення терміну «результативність»:

- А. це співвідношення між досягнутим результатом і використаними ресурсами;
- Б. це ступінь реалізації запланованої діяльності та досягнення запланованих результатів;
- В. цей термін є тотожним до терміну «ефективність»;
- Г. внутрішня економічність, яка вимірює найкраще використання ресурсів.

26. Які показники НЕ входять до системи показників звітності GRI:

- А. економічні;
- Б. соціальні;
- В. екологічні;
- Г. культурні?

28. Чи може організація, що складає КСВ-звіт, використати обидві нижченаведені можливості:

- попросити третю сторону висловити думку відносно самодекларації;
 - запросити перевірку самодекларації в GRI:
- А. так;
 - Б. ні?

30. Як називається узгодження інтересів працівників, роботодавців і держави:

- А. репутація;
- Б. корпоративне громадянство;
- В. конкуренція;
- Г. соціальне партнерство?

(Прізвище, ім'я, по-батькові, номер групи)

Оберіть тільки один варіант відповіді

1		11		21	
2		12		22	
3		13		23	
4		14		24	
5		15		25	
6		16		26	
7		17		27	
8		18		28	
9		19		29	
10		20		30	

Відповіді

1	Б	11	Г	21	В
2	В	12	А	22	В
3	А	13	Г	23	Г
4	А	14	Б	24	Б
5	А	15	Б	25	Б
6	Б	16	В	26	Г
7	Е	17	А	27	Б
8	А	18	А	28	А
9	В	19	Б	29	А
10	Д	20	В	30	Г

ОЦІНКА ЯКОСТІ ТРЕНІНГУ

Оцініть підготовку та проведення семінару-тренінгу за п'ятибальною шкалою, де: 1 (незадовільно); 2 (слабо); 3 (посередньо); 4 (добре); 5 (відмінно) відповідь, яка найбільше вам підходить, обведіть таким чином **5**

1. Науковий рівень семінару

1 2 3 4 5

2. Доступність матеріалу, що пропонувався

1 2 3 4 5

3. Наявність різноманітних методів викладання

1 2 3 4 5

4. Можливість активної участі кожного (виступи, участь в дискусії)

1 2 3 4 5

5. Комфортна колегіальна обстановка на семінарі

1 2 3 4 5

6. Доцільність використання технічних засобів

1 2 3 4 5

7. Наявність роздаткового матеріалу

1 2 3 4 5

8. Практична корисність отриманих знань

1 2 3 4 5

9. Побутові умови під час проведення семінару-тренінгу

1 2 3 4 5

10. Мої особисті враження та побажання організаторам семінару

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ МІЖПРЕДМЕТНОГО ТРЕНІНГУ

Оцінювання між предметного тренінгу проводиться у відповідності із наведеною нижче таблицею:

Таблиця

Оцінка тренінгу

№ п/п	Види тренінгової роботи	Форми контролю та звітності	Максимальна кількість балів
1	Вхідне та вихідне тестування	Тест	10
2	Блок I «Європейська модель КСВ»	Тест, участь в дискусії, робота з кейсами	10
3	Блок II «Стандарти КСВ»	Участь в мозкових штурмах, діловій грі, робота з кейсами	10
4	Блок III «Генерація європейських бізнес-практик КСВ»	Відео тестування, участь у мозкових штурмах, дискусіях, робота з кейсами та вправами, групові проекти	10
5	Блок IV «Результативність бізнес-практик КСВ»	Робота з кейсами, групові проекти	10
6	Блок V «Імплементация європейських бізнес-практик в Україні»	Робота з кейсами	10
7	Індивідуальні дослідження за програмою міжпредметного тренінгу (додатки 1, 2), в тому числі	Звіт про результати досліджень	40
7.1	Анкета «Практики КСВ українського бізнес-середовища» (заповнені та завірені підписом та печаткою компанії, кількість опитаних співробітників — мінімум 5) (Додаток 2)	Звіт про результати досліджень	10
7.2	Презентація кращої практики КСВ досліджуваної компанії	Звіт про результати досліджень та виступ	5
7.3	Кейс про практики КСВ досліджуваної компанії	Звіт про результати досліджень	20
7.4	Своєчасність надання результатів досліджень на кафедрі	Встановлені дедлайни	5
7.5	Несвоєчасність надання результатів дослідження	Недотримання дедлайнів	Зниження оцінки у 2 рази
Усього			100

Максимальна оцінка тестування 10 балів. Бали вираховуються шляхом переведення кількості правильних відповідей на питання тесту у бали. Всього тестових питань 30 шт.

Оцінка 10 балів (блоки I, II, III, IV, V) відповідає правильній і вичерпній відповіді на поставлене тренінгове завдання, в якій команда виявила системне знання програмного матеріалу, засвоєння основної та додаткової літератури, чітке володіння понятійним апаратом та інструментами крос-культурного менеджменту, уміння переконливо аргументувати свої оцінки, висновки та пропозиції, здатність посилатись на сучасний досвід використання міжнародними корпораціями крос-культурних відмінностей у якості ресурсу нарощування їх управлінської результативності, застосування комп'ютерної, аудіо-, відео-, мультимедійної техніки.

Оцінка 5 балів (блоки I, II, III, IV, V) відповідає в цілому правильній відповіді на поставлене тренінгове завдання, в якій команда продемонструвала достатній рівень професійної крос-культурної підготовки, засвоєння основної літератури, належне володіння інструментами крос-культурного менеджменту, аргументований виклад своїх оцінок, висновків і рекомендацій. Однак відповіді (презентації) не вистачає чіткості належної системної аргументації, знання додаткової літератури та сучасних концепцій крос-культурного менеджменту, посилянь на досвід провідних транснаціональних корпорацій.

Оцінка 0 балів (блоки I, II, III, IV, V) означає помилкову відповідь на поставлене тренінгове завдання або ж відсутність такої відповіді. У такій відповіді відсутні оцінки, висновки та пропозиції, на підготовку яких орієнтують складові тренінгових завдань.

Європейські компанії розвивають свої компетенції у сфері корпоративної відповідальності: від побудови мережі зв'язків з громадськістю до відповідальних технологій ведення бізнесу й інтеграції відповідальних практик у корпоративну стратегію.

В основі формування ціннісного базис-мислення компанії лежить інноваційне та креативне мислення її співробітників, становлення якого відбувається за рахунок розширення стандартів їх відповідальної поведінки, навчання і вдосконалення рівня зрілості та самореалізації. Ключову роль у даних процесах відіграють університети. На сьогодні слід визнати неминучість відмирання традиційних парадигм досліджень і викладань, передусім зміни вектора «університет — програми — технології», інноваційного оновлення навчальних програм та інтеграції питань корпоративної відповідальності в навчальні плани і пов'язані з їх науковим наповненням дослідницькі проекти.

Результатами реалізації проекту «European corporate social responsibility (CSR) business practices» є:

— створення нового напрямку наукових досліджень «Сучасні європейські моделі корпоративної соціальної відповідальності» в рамках міжкафедральної науково-дослідної теми «Стратегії національного розвитку в парадигмі глобальної економічної політики»;

— модернізація програм і змісту навчальних дисциплін кафедри міжнародного менеджменту КНЕУ шляхом включення тем і питань, пов'язаних з європейськими практиками корпоративної соціальної відповідальності («Європейський бізнес», «Міжнародний менеджмент», «Міжнародний консалтинг», «Міжнародна економічна діяльність України»);

— введення в навчальний план та проведення тренінгів MBA Інституту бізнес освіти КНЕУ питань КСВ;

— проведення дослідження «The practices of corporate social responsibility (CSR) in Ukraine»;

— проведення міждисциплінарного тренінгу «European corporate social responsibility (CSR) practices»;

— створення вебсайту проекту «European corporate social responsibility (CSR) practices»;

— публікація книги «Adaptation of the European corporate social responsibility (CSR) practices in Ukraine».

Аналіз європейських бізнес-практик КСВ доводить, що їх реалізація на основі принципів планування, передових стандартів у сфері управління проектами, принципів їх моніторингу та оцінки ефективності дозволяє інтегрувати корпоративну відповідальність в основну діяльність компаній. Практики, направлені на вирішення екологічних, економічних та соціальних питань серед передових компаній отримали визнання не тільки, як спонсорство та благодійництво, але й, як діяльність, що створює цінність. Але їх впровадження в більшості компаній — це справа майбутнього.

Навчальне видання

**ПЕТРАШКО Людмила Петрівна
ПАНЧЕНКО Євген Григорович
ПЕТРАШКО Петро Геннадійович
МАРТИНЮК Олена Віталіївна
КІР'ЯКОВА Марина Євгенівна
КИЯН Єгор Михайлович**

**Європейські бізнес-практики
корпоративної соціальної відповідальності:
міжпредметний тренінг**

Навчальний посібник

За редакцією проф. *Л. П. Петрашко*

Спільний проект фонду Моне
та ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

ТРЕНІНГ «Європейські бізнес-практики корпоративної соціальної відповідальності»
№ 553110-EPP-1-2014-1-UA-EPPJMO-MODULE
За програмою «Lifelong Learning»
грант № 2014-1786 / 001-001

Художник обкладинки *Т. Зябліцева*
Коректор *О. Щербак*
Верстка *О. Федосенко*

Підп. до друку 01.02.16. Формат 60×84/16. Папір офсет. № 1.
Гарнітура Тип Таймс. Друк офсетний. Ум.-друк. арк. 18,13.
Обл.-вид. арк. 20,63. Наклад 300 пр. Зам. 15-5155.

Державний вищий навчальний заклад
«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
03680, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, № 235 від 07.11.2000)

Тел./факс (044) 537-61-41; тел. (044) 537-61-44
E-mail: publish@kneu.kiev.ua

Для нотаток