

НЕФІНАНСОВА

ЗВІТНІСТЬ: ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ



Global Compact Network
Ukraine



Global Compact Network
Ukraine



ERNST & YOUNG
Quality In Everything We Do

ISBN 978-966-2344-06-6
ТОВ «Інжиніринг»
Друк ФОП Костюченко О.М.
Наклад 1000 прм.

Дана публікація має на меті ознайомити українські ділові кола з інструментарієм розробки нефінансових звітів та стимулювати подальшу професіоналізацію нефінансової звітності в Україні. Брошура складається з двох частин: перша містить практичні рекомендації з підготовки нефінансового звіту та розбудови внутрішніх процесів нефінансового звітування; друга ж представляє аналітичний огляд стану нефінансового звітування та аналізує актуальні питання його розвитку в Україні.

Автори: **Володимир Воробей** та **Ірина Журовська**
Літературний редактор: **Наталія Дорожкіна**
Технічний редактор: **Юлія Мадінова**
Загальна редакція та координація проекту: **Юлія Щербініна**

Секретаріат Глобального договору висловлює подяку:

- **членам Глобального договору**, які взяли участь в онлайн-опитуванні «Стан нефінансової звітності в Україні» (травень 2010 р.)
- співробітникам компанії «Ернст енд Янг» – **Ксенії Лещинській, Ользі Менькіній, Світлані Смайлс** та **Наталії Теленковій** за експертний супровід публікації.

НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ:

ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНО
ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Шановний читачу!



Бізнес – це інститут, породжений суспільством, і його внесок у суспільний розвиток важко переоцінити. У дусі розуміння цього 10 років тому була створена ініціатива Глобального договору (ГД) ООН – найбільша платформа з просування та стимулювання корпоративного громадянства й сталого розвитку в світі.

В Україні ініціатива Глобального договору відіграла ключову роль у підвищенні рівня обізнаності про принципи соціальної відповідальності бізнесу та їх подальше впровадження у стратегію та щоденну діяльність українських компаній. Починаючи з квітня 2006 року, мережа ГД в Україні динамічно зростає, об'єднуючи компанії, урядові й неурядові організації та структури ООН у рамках єдиної платформи, членами якої є сьогодні понад 150 організацій.

Розвиток національної мережі Глобального договору ООН надав поштовх нефінансовому звітуванню в Україні, адже надання щорічного Звіту про прогрес реалізації принципів ГД є одним із зобов'язань, яке бере на себе підписант Глобального договору. Зокрема, 90 % нефінансових звітів, що з'явилися в Україні за останні роки, – це звіти членів Глобального договору. Проте сказати, що інформування громадськості про екологічні, економічні та соціальні досягнення ділових кіл стало загальноприйнятою практикою, все ще неможливо.

Ми сподіваємось, що дана публікація допоможе розширити коло лідерів нефінансового звітування в Україні та переконає керівників і менеджерів компаній в тім, що нефінансовий звіт є необхідним інструментом ведення багатовекторного діалогу з суспільним середовищем, який значно сприяє його консолідації та стійкому розвитку.

У світлі травневої угоди про новий етап співпраці між ініціативою Глобального договору ООН та Глобальною ініціативою зі звітності (GRI), друк цієї публікації є як ніколи вчасним. Незабаром міжнародні стандарти GRI рекомендуватимуться в якості рамкової системи для написання Звітів з прогресу реалізації принципів ГД. А отже, принципи побудови звітності за системою GRI, викладені у цій брошурі, стануть корисним дороговказом для членів української мережі Глобального договору на шляху до майбутніх змін.

Від імені Представництва ООН в Україні та наших партнерів, які підтримали друк цього видання, щиро бажаємо успіхів у Вашій відповідальній подорожі до опанування нефінансового звітування!

Олів'є Адам

Постійний координатор системи ООН в Україні

ЗМІСТ

ЧАСТИНА 1. Нефінансова звітність: практичні рекомендації	5
СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ТА ЗВІТУВАННЯ	6
ВИГОДИ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ	7
РИЗИКИ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ	10
ФОРМАТИ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ	11
Звіт про прогрес	11
Звітність за вимогами системи GRI	13
ПІДГОТОВКА ДО ЗВІТУВАННЯ	16
Крок 1. Визначте, наскільки зрілою є модель СВБ компанії	16
Крок 2. Визначте, що є головними рушіями соціальної відповідальності компанії	16
Крок 3. Оберіть формат та інші елементи звітності	19
РОБОТА НАД НЕФІНАНСОВИМ ЗВІТОМ (ЗВІТУВАННЯ)	23
Створення міжфункціональної команди для роботи над звітом	23
Залучення груп впливу у процес підготовки звіту	23
Збір даних	24
Написання звіту	25
Верифікація звіту	25
ОПРИЛЮДНЕННЯ НЕФІНАНСОВОГО ЗВІТУ	27
ЧАСТИНА 2. Нефінансова звітність у світі та Україні	29
НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ У СВІТІ	30
СТАН НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ	33
Аналіз нефінансових звітів	33
Аналіз результатів експертного опитування	39
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ	43
Відображення національних пріоритетів сталого розвитку	43
Кількісні показники результативності реалізації СВБ	45
Періодичність звітності	45
Формування бази порівняння	45
Порядок розрахунку кількісних показників	45
Звітність представництв міжнародних компаній	46
Інтеграція фінансової і нефінансової звітності	47
Розвиток компетенцій з нефінансового звітування	48
ДОДАТОК А. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ ГЛОБАЛЬНИМ ДОГОВОРОМ ТА GRI	50
ДОДАТОК В. БАЗА НЕФІНАНСОВИХ ЗВІТІВ	65
ДОДАТОК С. ПОКАЗНИКИ GRI, ЩО НАЙЧАСТІШЕ ЗАСТОСОВУЮТЬ В УКРАЇНСЬКИХ ЗВІТАХ	73
ДОДАТОК D. ГЛОСАРІЙ	76
ДОДАТОК E. ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА ТА КОРИСНІ ПОСИЛАННЯ	77

ЧАСТИНА 1

Нефінансова звітність: практичні рекомендації



СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ТА ЗВІТУВАННЯ

Нефінансова звітність / соціальна звітність / звітність зі сталого розвитку – це документально оформлена сукупність даних комерційної організації, що відображає середовище існування компанії, принципи та методи співпраці з групами впливу, результати діяльності компанії в економічній, соціальній та екологічній сфері життя суспільства. За визначенням Глобальної ініціативи зі звітності (GRI – Global Reporting Initiative) термін

Соціальна відповідальність бізнесу очима українських компаній

- СВБ – це філософія довгострокового розвитку, котра дозволяє гармонійно поєднувати успішний бізнес з базовими загальнолюдськими цінностями і в достатній мірі враховувати пріоритети національного розвитку (ДТЕК, «Енергія лідера: соціальний вимір», 2007).
- СВБ – це форма структуризації відносин між бізнесом, суспільством і владою на основі взаємної вигоди і з врахуванням міжнародних стандартів (СКМ, «Звіт про сталий розвиток «Систем Кепітал Менеджмент», 2008–2009).
- СВБ – це гармонійне співіснування, взаємодія та постійний діалог із суспільством (Оболонь, «Соціальний звіт компанії «Оболонь»: Сталий розвиток у 2007–2008 рр.»).

«звітність зі сталого розвитку» означає звітність, яка охоплює одночасно економічні, екологічні та соціальні аспекти діяльності організації.

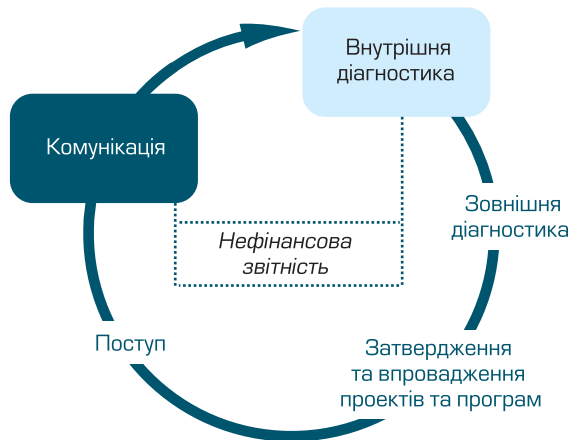
Нефінансова звітність є інструментом соціальної відповідальності бізнесу (СВБ). В свою чергу, соціальна відповідальність бізнесу – це концепція, згідно з якою компанії добровільно інтегрують соціальні та екологічні аспекти у свою комерційну діяльність та взаємодію із зацікавленими сторонами (ЕС, 2001).

Отже, це фінансове звітування має застосовуватись у зв'язці зі системою управління соціальною відповідальністю компанії. Гарним прикладом для розуміння, де знаходиться нефінансова звітність у процесі управління СВБ, може слугувати модель управління соціальною відповідальністю іспанської телекомунікаційної компанії Telefonica (див. малюнок 1). У цій моделі визначено п'ять етапів:

- 1. Внутрішня діагностика** – самодіагностика усіх можливих нефінансових ризиків діяльності компанії.
- 2. Зовнішня діагностика** – залучення груп впливу до аналізу.
- 3. Затвердження та впровадження проектів та програм.**
- 4. Поступ** – досягнення визначених віх у впровадженні проектів.
- 5. Комунікація.**

Нефінансова звітність, точніше звітування як процес, є складовою п'ятого та першого етапів. Саме оприлюднення нефінансового звіту є відповідною точкою комунікації про СВБ, а відгуки на звіт допомагають у самодіагностиці та покращенні як процесу управління СВБ, так і самого звіту в наступному звітному періоді.

Мал. 1. Модель управління соціальною відповідальністю компанії Telefonica



Окрім нефінансового звітування, до інструментарію СВБ також належать системи управління СВБ, партнерства з групами впливу, методи розробки інновативних товарів та послуг з врахуванням СВБ, способи адаптації міжнародних проектів та стратегій до українського ринку тощо.

Чому і як читають нефінансові звіти?

- Щоб співставити та оцінити результативність у сфері сталого розвитку відносно вимог законодавства, кодексів, стандартів діяльності та добровільних ініціатив, механізмів саморегуляції ринку – потреба *взнати і пересвідчитись*.
- Щоб розуміти вплив компанії на можливість досягнення сталого розвитку і сформувати власні очікування щодо зусиль компанії у напрямку досягнення сталого розвитку – потреба *взнати й оцінити*.
- Щоб порівняти результати діяльності різних структурних підрозділів організації, а також результати діяльності в різні моменти часу – потреба *взнати і проаналізувати*.

ВИГОДИ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ДЛЯ КОМПАНІЙ

Як і будь-який інший інструмент управління, нефінансова звітність повинна нести вигоди для компанії. Важливо розуміти, що вигоди від нефінансової звітності тісно пов'язані з вигодами від ведення бізнесу в соціально відповідальний спосіб та від бізнес-процесів, вибудованих навколо нефінансової звітності.

Нефінансова звітність допомагає компанії розбудувати процес управління СВБ

Під час підготовки звіту компанія отримує можливість проаналізувати власну стратегію, провести об'єктивну оцінку нефінансових ризиків, залучити менеджерів, відповідальних за функціональні напрямки, до визначення ролі та оцінки впливу компанії на суспільство. За вмілого використання звітування здатне стати інструментом стратегічного планування діяльності компанії.

Нефінансова звітність будує довіру до компанії з боку різних груп впливу

Для працівників компанії соціальна звітність є значним стимулом і доказом статусності роботи, роз'яснюючи соціальну вагу їхньої роботи. Звітність також допомагає компанії у розбудові іміджу відповідального роботодавця, зокрема серед молодих спеціалістів. Неурядові організації, бізнес-партнери, державні органи, споживачі певною мірою також формують своє ставлення до компанії з врахуванням наявності та

Дослідження показали, що оприлюднення нефінансового звіту значно впливає на сприйняття компанії читачами звіту. 90 % читачів зазначили, що звіт суттєво вплинув на їхні погляди на компанію. З них 85 % відзначили, що вплив був радше позитивним.

Джерело: Count me in. The readers' take on sustainability reporting. Report of the GRI Readers' Choice survey. Edition 2008 ISBN 978-1-903168-30-1. The Global Reporting Initiative (GRI).

змісту нефінансової звітності. Нефінансова звітність може опосередковано сприяти створенню партнерств, зокрема міжсекторних. Наявність нефінансової звітності підвищує шанси компанії стати партнером значущих інституцій, зокрема міжнародних.

Нефінансова звітність підвищує прозорість компанії

Наявність нефінансової звітності поряд із фінансовою дозволяє зацікавленим особам отримувати інформацію про соціальні та екологічні аспекти діяльності компанії в комплексі з інформацією про економічні результати. Це дозволяє ефективно оцінювати ризики бізнесу (зокрема довгострокові), що стає важливим фактором оцінки діяльності компанії з боку акціонерів, інвесторів та кредиторів. Наявність нефінансової звітності за певних умов може дозволити збільшити капіталізацію компанії, зменшити вартість фінансового ресурсу або продовжити термін залучення фінансових ресурсів.

Звітування підвищує готовність компанії до роботи на інших ринках

Наявність нефінансової звітності у компанії, зокрема з українським капіталом, є сигналом про її зрілість, що у багатьох випадках стає у нагоді під час виходу на ринки інших країн. Розробка та впровадження бізнес-процесу нефінансового звітування дозволяє компанії бути організаційно спроможною до роботи на ринках, де питання соціальної відповідальності бізнесу можуть мати більше значення, ніж в Україні. Зокрема в деяких країнах ЄС нефінансова звітність є обов'язковою (Франція, Данія та ін.), а групи впливу (неурядові організації,

Хто читає звіти?

- Працівники
- Бізнес-партнери
- Акціонери
- Споживачі
- Кредитори та інвестори
- Державні органи
- Неурядові організації

інвестори, ЗМІ) активно відслідковують нефінансові аспекти діяльності компанії. Також компанії, які звітують щодо нефінансових аспектів діяльності, отримують переваги під час процедур державних закупівель та/або впровадженні державних програм і проєктів. А отже, для них нефінансова звітність є істотним фактором конкуренції.

Нефінансова звітність зміцнює ділові відносини та сприяє розширенню ринків

Ефективна комунікація з бізнес-партнерами дозволяє компанії отримати репутаційні вигоди як прозорої і відкритої до співпраці через встановлення чітких вимог до контрагентів та відкритості щодо принципів своєї роботи. Міжнародні компанії все активніше виставляють вимоги щодо соціальних та екологічних аспектів діяльності своїх постачальників. Наявність нефінансової звітності дозволяє українським компаніям зберегти та розширити бізнес з транснаціональними компаніями та вийти на ринки, де СВБ є фактором конкурентної боротьби (високі вимоги від споживачів) і які, як правило, мають вищу рентабельність.

Як пояснити менеджменту переваги нефінансового звітування?

- Нефінансова звітність дозволить показати рівень зрілості СВБ компанії, а це в свою чергу підвищить рівень довіри до компанії з боку бізнес-партнерів
- Нефінансова звітність полегшить доступ до фінансових ресурсів, зокрема від міжнародних фінансових інституцій (ЄБРР, МФК тощо), адже певна нефінансова інформація є обов'язковою для розкриття під час переговорного процесу
- Оприлюднення нефінансового звіту є також конкретним інструментом оцінки роботи команди, яка відповідає за реалізацію СВБ в компанії
- Процес підготовки звіту допоможе краще зрозуміти та оцінити нефінансові ризики бізнесу
- Процес підготовки звіту відкриє нові можливості вдосконалення, виходячи, наприклад, з порівняння компанії з конкурентами як в Україні, так і за кордоном
- Нефінансовий звіт – додаткова можливість диверсифікації, особливо порівняно з конкурентами, які не мають звіту.
- Нефінансовий звіт – це додатковий привід для серйозної розмови з ЗМІ та громадськістю з певних питань, критичних для компанії
- Зрештою, нефінансове звітування – це те, що роблять лідери

РИЗИКИ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Окрім вигод, нефінансова звітність також несе в собі певні ризики, про які компаніям варто знати:

Можлива критика

Нефінансова звітність готується для діалогу із освіченою аудиторією, яка вимагає як позитивну, так і негативну інформацію про діяльність компанії. Готуючи звіт, компанія має бути готовою до вимог від груп впливу надати інформацію про негативні аспекти діяльності. Компанія повинна вміти сприймати конструктивну критику і ефективно впроваджувати зворотний зв'язок у систему ухвалення рішень. Нефінансова звітність не є виключно додатковим інструментом корпоративного PR – подібне сприйняття наражає компанію на критику від значної кількості фахівців, учасників ринку СВЕ, особливо на міжнародному рівні. **Якщо ви готові вступити в діалог, нефінансова звітність – для вас.**

Дилетантизм і невігластво

Коло осіб, зацікавлених у розширенні СВЕ, є надзвичайно широким та постійно розширюється. Компанія повинна усвідомлювати, що звіт піддаватиметься аналізу фахівців з багатьох сфер, і відповідно зростає потреба готувати та подавати інформацію у спосіб, визначений у відповідних фахових колах. Дуже важко вразити спеціаліста частковою інформацією про поодинокі практики, яку впроваджує компанія. Важливо уникати гіперболізації та дотримуватись стриманого викладу інформації. **Якщо ви готові сприймати критику**

практики та нові підходи, нефінансова звітність – для вас.

Ресурсозатратність

Підготовка повноцінного звіту про соціальну відповідальність вимагає висококваліфікованих людських ресурсів, внутрішньокорпоративних систем (часом додаткових), налагодження нового бізнес-процесу всередині компанії тощо. Амбіції щодо підготовки нефінансового звіту мають відповідати можливостям компанії на даному етапі та рівню загального корпоративного розвитку. Використання спрощених форм нефінансової звітності може краще відповідати потребам і можливостям компанії на певному етапі. **Якщо ви чітко усвідомлюєте, чого та скільки коштуватиме звітність вашої компанії та вам особисто, нефінансова звітність – для вас.**

Достовірність даних

Кожна цифра та твердження у нефінансовій звітності мають відповідати дійсності. Неправдиві дані можуть бути виявлені та опинитись на шпальтах газет та у соціальних мережах. Це також може спричинити проблеми наступного разу, коли компанія готуватиме нефінансовий звіт, адже буде унеможливлена порівняльність даних. Саме тому потрібно бути спростим надавати та підтверджувати реальні дані. **Якщо компанія готова надати достовірні дані у своїй звітності, нефінансова звітність – для вас.**

Відсутність запасного виходу

Оприлюднений звіт назавжди стає надбанням громадськості, його неможливо видалити, прихо-

вати або позбутися. Після першого нефінансового звіту в певний момент буде другий, третій та наступні. Фахівці зможуть порівнювати дані та робити висновки у динаміці, і у даному випадку – не лише про фінансові показники діяльності. Роль нефінансової звітності у цьому аспекті аналогічна ролі фінансової звітності, яка вже стала звичною для українських компаній. **Якщо ви усвідомлюєте, яку роль виконує звітність, нефінансова звітність – для вас.**

Рівень усвідомлення ризиків, пов'язаних із нефінансовою звітністю, безпосередньо впливає на формат звітності та її період. У свою чергу це залежить від того наскільки зрілою є модель СВБ компанії. Ризики звітності не повинні ставати непереборною перепорою для початку процесу звітування. Власне як і для бізнесу загалом, вміння вправно упорядковувати ризиками є основою успіху.

ФОРМАТИ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Як і у випадку фінансової звітності, зручність використання інформації вимагає її зведення в окрему публікацію – нефінансовий звіт. Інформація про проекти та програми у сфері соціальної відповідальності бізнесу може бути розміщеною на веб-сторінці компанії, але лише окремий звіт дозволяє споживати таку інформацію у зведеному вигляді, зіставляти інформацію з іншими компаніями та аналізувати внутрішню динаміку. Інформація про

ініціативи СВБ, розміщена на веб-сторінці компанії, але не зведена в єдиний документ з наскрізною логікою, що базується на стратегії СВБ компанії, не є нефінансовою звітністю.

Нефінансова звітність конкретної компанії може бути підготовлена та подана у різних форматах:

- Звіту про прогрес реалізації принципів Глобального договору (COP – Communication on Progress)
- Звіту зі сталого розвитку, підготовленого за вимогами системи GRI (Глобальної ініціативи зі звітності)
- Окремого соціального звіту за показниками, які самостійно визначаються компанією.

Останнім часом у світі також точиться дискусія про так звану інтегровану звітність, яка об'єднуватиме як фінансову, так і нефінансову звітність. Кожна компанія визначає формат звітності відповідно до власних потреб та етапу розвитку моделі СВБ (див. Частина 3). Зважаючи на поширення форматів Звіту про прогрес та нефінансової звітності за системою GRI, нижче обидва формати розглядаються докладніше.

ЗВІТ ПРО ПРОГРЕС РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИНЦИПІВ ГЛОБАЛЬНОГО ДОГОВОРУ ООН

Звіт про прогрес реалізації принципів Глобального договору (ГД) ООН (далі – Звіт про прогрес) – це одна з найпоширеніших та найлегших до впровадження форм нефінансової звітності. Він є обов'язковим

для компаній-підписантів Глобального договору ООН, тобто компаній та організацій, які зобов'язалися дотримуватись принципів ГД у своїй діяльності.

Звіт про прогрес – це перш за все:

- канал інформування груп впливу (клієнтів, співробітників, трудових організацій, інвесторів, ЗМІ, уряду тощо) про прогрес у впровадженні десяти принципів ГД в щоденну бізнес-діяльність
- інструмент постійного вдосконалення
- депозитарій корпоративних практик у сфері СВБ
- механізм забезпечення цілісності Ініціативи Глобального договору

За офіційними даними Глобального договору ООН станом на 30 квітня 2010 року в світі було опубліковано 7,977 звітів про прогрес підписантів ГД.

Глобальний договір та Звіт про прогрес –
www.unglobalcompact.org

Звіт про прогрес – ефективний спосіб розпочати процес нефінансового звітування для компаній

Звіт про прогрес – зручна форма нефінансового звіту для малого та середнього бізнесу

Підписанти ГД зобов'язані оприлюднити свій перший Звіт про прогрес протягом одного року із дня приєднання до Глобального договору і надалі щороку готувати таку звітність. Бажано, щоб Звіт про прогрес був інтегрованою частиною річних звітів чи звітів про сталий розвиток компанії.

Протягом перших 5 років у Звіті слід розкривати поступ у реалізації принаймні 2 з 4 блоків принципів ГД за вибором компанії (права людини, трудові відносини, екологія, протидія корупції). Після 5 років членства у ГД у Звіті про прогрес мають знайти своє відображення всі блоки принципів Глобального договору.

Нефінансова звітність – важливий доказ відданості принципам ГД та системного діалогу з групами впливу компанії.

Неспроможність вчасно подати Звіт про прогрес призводить до виключення компанії з Ініціативи Глобального договору ООН.

У разі, якщо компанія не подає Звіт у зазначений річний термін, вона вважатиметься «пасивною» і неспроможною вчасно інформувати про свій прогрес. У такому випадку вона буде відповідно позначена в базі даних учасників ініціативи ГД на офіційній веб-сторінці Глобального договору. З часом така компанія буде відрахована з Ініціативи.

Основні етапи процесу підготовки і публікації Звіту про прогрес:

1. Підготовка повідомлення про досягнутий прогрес. Не існує єдино визначеної структури Звіту про прогрес, але він повинен містити такі основні елементи:

- а) заяву про підтримку Глобального договору у формі звернення за підписом генерального ди-

ректора, голови правління або іншої вищої керівної особи в компанії;

Нефінансові Звіти, підготовлені відповідно до системи GRI та/або власних підходів, теж можуть вважатися Звітом про прогрес за умов, якщо вони містять 3 основні елементи:

- заяву про підтримку від вищого керівництва компанії
- опис конкретних дій
- показники результативності

б) опис практичних дій (зобов'язань, політик, систем, заходів і проектів) для реалізації принципів ГД та партнерських проектів для досягнення Цілей розвитку тисячоліття з моменту приєднання до Ініціативи або з моменту опублікування останнього Звіту про прогрес;

в) результати, оцінені, наскільки це можливо, із використанням показників GRI.

2. Поширення Звіту про прогрес серед груп впливу. Звіт про прогрес – це також засіб, за допомогою якого компанія повідомляє про досягнутий поступ у реалізації десяти принципів ГД безпосередньо своїм групам впливу. Тому важливо використовувати всі існуючі канали комунікації компанії. Повідомлення про публікацію звіту може знайти своє відображення на веб-сторінці компанії, у прес-релізі чи офіційній заяві компанії.

3. Опублікування Звіту про прогрес на веб-сайті Глобального договору. Члени ГД зобов'язані також

розмістити цей документ на веб-сайті Глобального договору ООН (www.unglobalcompact.org).

ЗВІТНІСТЬ ЗА ВИМОГАМИ СИСТЕМИ GRI

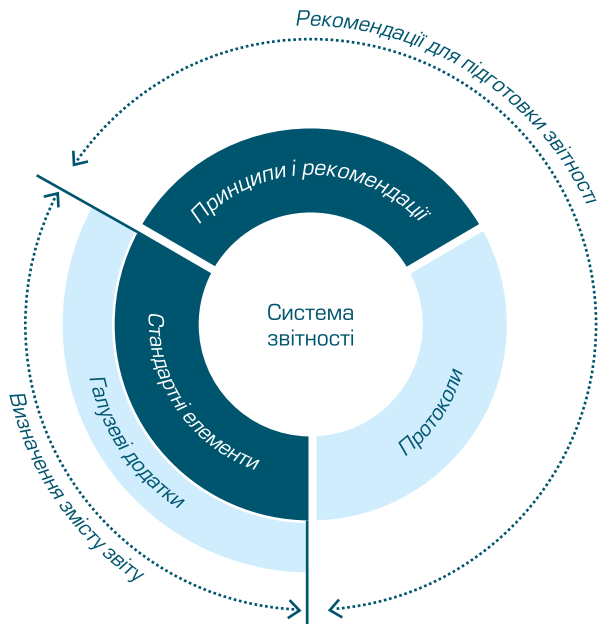
Одним із найпоширеніших форматів нефінансової звітності є звіти зі сталого розвитку, підготовлені за системою Глобальної ініціативи зі звітування (GRI). Сьогодні GRI де-факто став стандартом у визначенні рамок умов підготовки та показників нефінансової звітності.

Система звітності GRI виступає для організацій основою розкриття інформації про свої результати щодо забезпечення сталого розвитку. Ця система застосовується організаціями будь-якого розміру, типу і місцезнаходження. Вона постійно удосконалюється і розширюється в міру накопичення досвіду в звітуванні та зміни як потреб організацій, які звітують, так і аудиторії звітів. Так, у жовтні 2006 року бу-

Глобальна Ініціатива зі Звітування (GRI) –
www.globalreporting.org

GRI – де-факто міжнародний стандарт
підготовки та показників нефінансової звітності

ла опублікована третя редакція «Керівництва зі звітності у сфері сталого розвитку» (G3), яка розроблялась протягом трьох років понад 3,000 представниками різноманітних секторів світової економіки.



Мал. 2. Структура системи GRI.

Межі звіту – це опис діяльності, якої стосується та якої не стосується надана у звіті інформація.

Межі звіту можуть бути:

- географічними: звіт включає лише певні країни ведення бізнесу компанією;
- галузевими: звіт охоплює лише деякі галузі діяльності компанії;
- процес ними: звіт стосується лише певних бізнес-процесів.

Зазначаючи межі звітності, компанія пояснює читачам, які аспекти відповідальності відображені у звіті.

«Керівництво G3» визначає принципи звітності, пов'язані з визначенням змісту і меж звіту та забезпеченням якості інформації, поданої в ньому (мал. 2).

Основними елементами звітності за **GRI c:**

- Характеристика організації (опис компанії та її стратегії)
- Інформація про підходи до управління
- Показники результативності за економічною, екологічною та соціальною діяльністю компанії:
 - Економічна діяльність характеризує вплив організації на економічне становище груп впливу, а також на економічні системи місцевого, національного і глобального рівнів. Показники GRI повинні відображати аспекти економічної результативності на ринках присутності та непрямого економічного впливу
 - Екологічна діяльність пов'язана із впливом організації на живі та неживі природні системи, включаючи екосистеми, землю, повітря і воду. В свою чергу, при звітуванні компанія може розкрити аспекти використання матеріалів, енергії, води, біорізноманіття, викидів і відходів, продуктів і послуг, надати інформацію про відповідність екологічним вимогам, про використання транспорту та інші загальні аспекти
 - Соціальна діяльність виражає вплив організації на соціальні системи, в рамках яких вона функціонує. Показники соціальної результативності, котрі компанія відображає у нефінансовому звіті, можуть вмещувати такі аспекти результативності, як підходи до організації і гідної праці,

права людини, показники стосовно суспільства, відповідальність за продукцію.

Протоколи до показників містять детальні рекомендації роботи із показниками і визначення ключових термінів, методики складання та інші технічні моменти.

Галузеві додатки доповнюють «Інструментарій G3», оскільки в них увага зосереджена на питаннях сталості, специфічних для певних галузей (гірничодобувної промисловості, автомобілебудування, фінансів, державного сектору та ін.). Невдовзі бу-

дуть розроблені національні додатки для використання одночасно з «Інструментарієм G3», які стосуватимуться національних та регіональних особливостей сталого розвитку.

Після завершення процесу підготовки звітності компанії зобов'язані вказати рівень застосування системи звітності GRI. Система GRI (мал. 3) передбачає три рівні звітування, які відповідно отримали позначення C, B і A. Різниця в рівнях, насамперед, пов'язана з кількістю показників, за якими звітує компанія. Якщо компанія проводила зовнішню

	C	C+	B	B+	A	A+	
Стандартні елементи	Елемент звітності G3	Звітування за: 1.1 2.1 – 2.10 3.1 – 3.8, 3.10–3.12 4.1 – 4.4, 4.14–4.15		Звітування з усіма критеріями, перерахованими для рівня C, а також: 1.2 3.9, 3.13 4.5–4.13, 4.16–4.17		Вимоги такі самі, як і для рівня B	
	Розкриття інформації за підходами управління G3	Не вимагається	Звітність підтверджена зовнішніми експертами	Розкриття інформації щодо підходів управління за кожною категорією показників	Звітність підтверджена зовнішніми експертами	Розкриття інформації щодо підходів управління за кожною категорією показників	Звітність підтверджена зовнішніми експертами
	Показники результативності G3 і галузеві показники результативності	Звітування за щонайменше 10 показниками результативності, в т. ч. хоча б по одному зі соціальних, економічних і екологічних		Звітування за щонайменше 20 показниками результативності, в т. ч. хоча б по одному з економічних, екологічних, прав людини, праці, суспільства, відповідальності за продукцію		Відповідь на кожен основний показник та показник із галузевого додатку з належною увагою до принципу істотності шляхом: а) звітування за показником; б) поясненням причини його пропуску	

* – Галузевий додаток в останній версії

Мал. 3. Рівні застосування системи звітності за GRI

оцінку (верифікацію) звіту, то вона може зазначити «плюс» (+) до рівня своєї нефінансової звітності. Наприклад, звітність з рівнем B+ означатиме, що компанія надала інформацію про значну кількість (але не всі) показники GRI та провела верифікацію нефінансового звіту.

Кінцевою фазою процесу підготовки нефінансового звіту за системою GRI є його оприлюднення, яке, окрім як на корпоративному веб-сайті компанії, може здійснюватись шляхом повідомлення GRI про підготовлену звітність. Таке повідомлення може бути у формі простого листа із наданням паперової чи електронної копії звіту компанії або реєстрації звіту в онлайн-базі звітів на порталі GRI. Компанія також може надіслати запит до GRI на проведення перевірки задекларованого нею рівня застосування системи GRI.

ПІДГОТОВКА ДО ЗВІТУВАННЯ

Керівництво українських компаній часто стикається з дилемою стосовно процесу звітування, формату звітності та загалом щодо потреби звітувати. Нижче ми пропонуємо трьохкроковий процес, який допоможе розв'язати ці та інші дилеми.

КРОК 1. ВИЗНАЧТЕ, НАСКІЛЬКИ ЗРІЛОЮ Є МОДЕЛЬ СВБ КОМПАНІЇ

Кожна компанія має власну модель СВБ, яка характеризується ступенем інтеграції соціальної

відповідальності у її бізнес-процеси, пріоритетністю та істотністю певних екологічних, економічних або соціальних чинників, ступенем використання інструментарію СВБ та етичною позицією вищого керівництва компанії.

На модель СВБ впливає і час свідомого впровадження політики соціальної відповідальності, і тип бізнесу, який провадить компанія, і рівень знань та компетенцій персоналу щодо соціальної відповідальності бізнесу.

Етапи розвитку моделі СВБ схематично представлені у табл. 1.

Визначення власного етапу розвитку моделі СВБ не є публічним процесом, а слугує виключно для внутрішнього використання. Немає потреби видавати бажане за дійсне: якщо ви на початку – це теж добре.

Після першого кроку компанія повинна уявляти, на якому етапі розвитку знаходиться модель СВБ компанії.

КРОК 2. ВИЗНАЧТЕ, ЩО Є ГОЛОВНИМИ РУШІЯМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ

Кожна компанія має власну мотивацію впровадження стратегії СВБ. Аналіз та чітке усвідомлення мотивів, що рухають компанію на цьому шляху допомагає правильно побудувати процес звітування та отримати від нього максимальні переваги. У цій справі може стати у нагоді мат-

Табл. 1. Етапи розвитку моделі СВБ

Етап розвитку моделі СВБ	Початок	Вище керівництво усвідомлює важливість СВБ Компанія впроваджує точкові проекти СВБ Певні працівники відповідають за напрямок СВБ
	Становлення	Вище керівництво підтримує внутрішній проект із визначення стратегії СВБ компанії Компанія активно впроваджує проекти СВБ Працівники компанії з різних відділів залучені у проекти СВБ
	Розбудова	СВБ виявляється у програмних підходах (поєднання розрізаних проектів у програми з наскрізною логікою), СВБ має певну прив'язку до основного бізнесу компанії та основних бізнес-процесів Компанія залучає до програм як внутрішні групи впливу (працівників), так і зовнішні Компанія бере участь у суспільному діалозі на тему СВБ Вибудовується система відповідальності за впровадження СВБ
	Зрілість	Компанія має та реалізовує довгострокову стратегію СВБ, систему відповідальності за її реалізацію СВБ чітко прив'язана до основного бізнесу та основних бізнес-процесів Компанія активно співпрацює з групами впливу в структурований спосіб Компанія залучена у суспільний діалог на тему СВБ

риця умов доцільності СВБ (мал. 4), первинно розроблена компанією SustainAbility на основі аналізу прикладів компаній у країнах, що розвиваються.

Матриця складається з двох груп факторів: з одного боку – фактори успіху бізнесу, з іншого – фактори, пов'язані зі сталим розвитком. Поєднання факторів, особливо важливих для регіону Центральної та Східної Європи, позначено чорним кольором.

Мал. 4. Матриця умов доцільності СВБ

		Фактори сталого розвитку						
		Корпоративне управління та активність		Екологічні фактори		Соціально-економічний розвиток		
		Корпоративне управління	Активність до груп впливу	Поліпшення екологічних процесів	Екологічні продукти та послуги	Економічний розвиток місцевості	Розвиток громади	Управління людськими ресурсами
Фактори успіху бізнесу	Ріст доходів & Доступ до ринку	1	2	3	4	5	6	7
	Скорочення витрат & Продуктивність	8	9	10	11	12	13	14
	Доступ до капіталу	15	16	17	18	19	20	21
	Управління ризиком & Можливість функціонування	22	23	24	25	26	27	28
	Людський капітал	29	30	31	32	33	34	35
	Вартість торговельної марки & Репутація	36	37	38	39	40	41	42

Немає доказів умов доцільності

Деякі свідчення умов доцільності

Наявні докази умов доцільності

Приклади використання матриці:

- Якщо доступ до капіталу є найважливішим економічним фактором, компанії доцільно сконцентрувати свою стратегію СББ (та відповідно звітність) на питаннях покращення корпоративного управління (квадрат 15), інвестицій у людський капітал (квадрат 21), розробки проектів, спрямованих на мінімізацію використання природних ресурсів та зменшення викидів (квадрат 17) тощо. Інвестори та кредитори стають важливими аудиторіями для нефінансового звіту.
- Якщо для компанії стратегічно важливим є доступ до ринків (наприклад, уникнення тарифних обмежень) та зростання доходів (тиск на ціну продукції), важливими стають питання зменшення витрат завдяки покращенню використання сировини (квадрат 3), зростання соціального добробуту працівників (квадрат 7), інвестицій у людський капітал задля впровадження складнішої продукції та послуг, зростання продуктивності праці тощо.
- Компанії, для яких найважливішим економічним фактором СББ є управління ризиками, стратегія соціальної відповідальності повинна зосереджуватись на залученні та взаємодії з групами впливу, особливо зовнішніми (НУО, бізнес-партнери, урядові структури та органи управління, споживачі, місцеві громади тощо) (квадрат 23). Це також відобразиться у процесі звітності, а саме на етапі підбору інформації для наповнення звіту, формату подання такої інформації, відбору каналів комунікації для поширення нефінансового звіту тощо. Наприкінці другого кроку компанія має чітко

усвідомлювати, для чого планується стратегія СББ у коротко- і середньостроковому періоді та який фокус повинна мати стратегія СББ (тематично та з огляду на аудиторію).

КРОК 3. ОБЕРІТЬ ФОРМАТ ТА ІНШІ ЕЛЕМЕНТИ ЗВІТНОСТІ

Розуміючи стан розвитку моделі СББ та її основні рушії, можна визначити спосіб звітування. Визначальними елементами процесу звітування є наступні:

- 1.** Аудиторія – як визначити фокус звіту, для кого його готувати.
- 2.** Зміст – що саме включити у звіт, в який спосіб викласти матеріал.
- 3.** Формат – який формат обрати для звіту.
- 4.** Процес – як готувати нефінансовий звіт.
- 5.** Верифікація – яку форму підтвердження інформації у звіті обрати.
- 6.** Поширення – як найкраще поширити інформацію про нефінансовий звіт.

Наступним кроком стане деталізація:

- Періоду, за який готуватиметься звіт
- Меж звітності
- Терміну оприлюднення звіту
- Ресурсів, які виділятимуться відповідальному на підготовку звіту (часових, людських та фінансових)
- Місця та рівня підпорядкування у внутрішній організаційній структурі компанії

Табл.2 Рекомендації з підготовки нефінансового звіту для компаній на різних етапах розвитку моделі СВБ

	Початок	Становлення	Розбудова	Зрілість
Аудиторія	<ul style="list-style-type: none"> Продумати можливі аудиторії для звіту компанії, без пріоритезації, усвідомити тип читачів звіту 	<ul style="list-style-type: none"> Визначити 2–3 групи впливу на основі бізнес-моделі СВБ для надання інформації у звіті 	<ul style="list-style-type: none"> Мати чітке уявлення про інформаційні потреби 2–3 ключових аудиторій для компанії відповідно до бізнес-моделі СВБ 	<ul style="list-style-type: none"> Охопити усі значущі аудиторії, із додатковим врахуванням інформаційних потреб ключових аудиторій відповідно до бізнес-моделі СВБ Провести діалог та дослідження потреб ключових аудиторій
Формат	<ul style="list-style-type: none"> Звіт про прогрес Глобального договору – стислий виклад проектів СВБ з наведенням кількісних та якісних показників Електронна копія Створення окремого розділу на корпоративній сторінці 	<ul style="list-style-type: none"> Розширений звіт про прогрес Глобального договору з використанням показників GRI Електронна копія. Розміщення звіту на сторінці, додаткова інформація з певних питань (важливих відповідно до бізнес-моделі СВБ) в окремих розділах на сторінці, заохочення відгуків 	<ul style="list-style-type: none"> Повноцінний нефінансовий звіт із структурою та показниками, наближеними до рекомендацій GRI Друковані та електронні версії Структурована веб-сторінка звіту з логічним поєднанням із сторінками про стратегію СВБ та фінансовою звітністю компанії Залежно від бізнес-моделі СВБ (важливість доступу до капіталу) – переклад англійською 	<ul style="list-style-type: none"> Повноцінний нефінансовий звіт за GRI Друковані та електронні версії Електронна версія та сторінка про звіт містять додаткові кількісні показники та якісну інформацію, модульна побудова звіту онлайн Структурована веб-сторінка звіту з логічним поєднанням зі сторінками про стратегію СВБ та фінансовою звітністю компанії Переклад англійською мовою

	Початок	Становлення	Розбудова	Зрілість
Зміст	<ul style="list-style-type: none"> • Проектна діяльність • Точкові ініціативи • Роз'яснення планів на майбутнє 	<ul style="list-style-type: none"> • Озвучена логіка розбудови СВБ, переходу від проектного до системного управління СВБ • Розширена кількісна та якісна інформація для визначених пріоритетних аудиторій • Подання як позитивної, так і негативної інформації про діяльність • Докладне висвітлення істотних аспектів діяльності, із врахуванням бізнес-моделі СВБ* 	<ul style="list-style-type: none"> • Інформація про стратегію СВБ, цілі та основні цільові напрямки • Структурований виклад інформації з наявними кількісними показниками • Початок використання загальних рекомендацій та певних показників за GRI 	<ul style="list-style-type: none"> • Звітність про стратегію СВБ із врахуванням найкращих світових практик, рекомендацій груп впливу та використовуючи стандарт GRI • Надання кількісних показників діяльності з можливістю порівняння із попередніми періодами • Врахування інформаційних вимог аудиторів та груп впливу, отриманих у попередні періоди
Процес	<ul style="list-style-type: none"> • Збір інформації про ініціативи СВБ з різних відділів компанії 	<ul style="list-style-type: none"> • Звіт як механізм визначення стратегії СВБ – використовувати підготовку звіту для визначення стратегії СВБ, зустрічі з відділами, вищим керівництвом, підготовка сценаріїв стратегії СВБ, відбір показників для звітності відповідно до пріоритетів, внутрішнє представлення та затвердження звіту 	<ul style="list-style-type: none"> • Аналіз кращих звітів подібних компаній на міжнародних ринках, рекомендацій GRI • Прив'язка звітності до стратегії СВБ: відбір показників для звіту, визначення структури звіту, затвердження процесу вищим керівництвом • Розбудова системи збору та моніторингу кількісних показників для звіту 	<ul style="list-style-type: none"> • Делегування повноважень зі збору та надання інформації для звіту відповідним підрозділам • Аналіз істотності показників та їх чисельності • Залучення внутрішніх та зовнішніх груп впливу на етапі підготовки звіту • Ретельний аналіз звітності конкурентів, кращих міжнародних практик та тенденцій звітності • Забезпечення методологічної бази розрахунку кількісних показників та представлення якісних, забезпечення порівняльності даних

	Початок	Становлення	Розбудова	Зрілість
Верифікація	<ul style="list-style-type: none"> Відсутня 	<ul style="list-style-type: none"> Самоверифікація (вкл. інші структурні підрозділи, внутрішній аудит) Верифікація за допомогою груп впливу (НУО, асоціації, фахові об'єднання тощо) 	<ul style="list-style-type: none"> Самоверифікація (вкл. інші структурні підрозділи, внутрішній аудит) Верифікація за допомогою груп впливу (НУО, асоціації, фахові об'єднання тощо) 	<ul style="list-style-type: none"> Верифікація за допомогою груп впливу (НУО, асоціації, фахові об'єднання тощо) Незалежний аудит нефінансового звіту
Поширення	<ul style="list-style-type: none"> Згадувати про звіт під час представницьких презентацій керівництва та загальної PR-діяльності 	<ul style="list-style-type: none"> Використовувати фахові форуми, асоціації, фахові об'єднання для поширення звіту Зробити з вищого керівництва промоутерів нефінансового звіту компанії Представлення працівникам компанії 	<ul style="list-style-type: none"> Подати нефінансовий звіт мережі Глобального договору як звіт про прогрес Зробити акцент на внутрішню промоцію звіту серед керівництва та працівників, заохочення відгуків Надіслати інформаційні повідомлення партнерам, групам впливу, ЗМІ Провести тренінг у форматі В2В для інших членів мережі ГД Провести внутрішню презентацію звіту для працівників компанії Мати показники ефективності щодо донесення інформації до ключових аудиторій 	<ul style="list-style-type: none"> Подати нефінансовий звіт мережі Глобального договору як звіт про прогрес Мати план промоції звіту серед внутрішніх та зовнішніх груп впливу та громадськості в Україні та на міжнародному рівні Провести круглі столи для обговорення звіту з ключовими групами впливу, проактивність в отриманні відгуків Мати показники ефективності промоційної кампанії щодо нефінансового звіту

* див. приклади вище, згадані у поясненні щодо використання матриці доцільності

РОБОТА НАД НЕФІНАНСОВИМ ЗВІТОМ (ЗВІТУВАННЯ)

Процес підготовки нефінансового звіту завжди є індивідуальним для кожної компанії. Однак загальними для всіх є наступні етапи роботи над звітом:

1. Створення міжфункціональної команди для роботи над звітом.
2. Залучення груп впливу до процесу підготовки звіту (наскрізний етап).
3. Збір даних.
4. Безпосереднє написання звіту.
5. Верифікація звіту.

СТВОРЕННЯ МІЖФУНКЦІОНАЛЬНОЇ КОМАНДИ ДЛЯ РОБОТИ НАД ЗВІТОМ

Робота над нефінансовим звітом просуватиметься легше, якщо у процес будуть задіяні менеджери з основних профільних підрозділів компанії. Саме тому бажано створити профільний комітет з підготовки звіту, до складу якого включити представників відділів планування, стратегічного розвитку, маркетингу та продажів, виробничого та фінансового відділу, відповідальних за зв'язки з інвесторами та державними органами, відділу комунікацій, управління персоналом, відповідальних за охорону праці та екологію. Під час підготовки звіту комітет може проводити зустрічі щомісяця з метою оцінки прогресу та ухвалення рішень щодо принципових питань.

Створення такого комітету дозволяє:

- Спростити процес отримання даних для звіту.
- Підвищити залучення працівників до впровадження стратегії СВБ.
- Безпосередньо отримувати інформацію щодо проблемних питань та внутрішніх пріоритетів.
- Профільним підрозділам впливати на зміст звіту, його поширення.
- Навчити профільні підрозділи користуватись звітом для виконання власних функцій.

ЗАЛУЧЕННЯ ГРУП ВПЛИВУ ДО ПРОЦЕСУ ПІДГОТОВКИ ЗВІТУ

Оскільки звіт готується для певної аудиторії читачів, які представляють групи впливу компанії, під час підготовки звіту важливо залучати ці групи до роботи над ним. Саме завдяки процесу залучення груп впливу компанії здатні визначити істотні чинники соціальної відповідальності (див. врізку). Інформація про істотні чинники складає основу нефінансового звіту компанії, і саме вона робить звіт цікавим для аудиторій – у читачів з'являється бажання читати звіт, вони очікують його оприлюднення.

Для залучення груп впливу важливо, передусім, визначити, які групи є важливими для компанії, які з них є зовнішніми, які – внутрішніми. Серед внутрішніх груп впливу потрібно зважати на думку працівників – вони повинні впізнати у звіті свою компанію, а, відповідно, під час підготовки звіту важливо врахувати ті аспекти діяльності, які є для них важливими. Проведення зустрічей та розмов є об'єктивною реальністю залучення груп впливу.

Водночас час, витрачений на такі зустрічі, допомагає компанії покращити стратегію СВБ та підготувати майбутніх читачів нефінансового звіту до надання рекомендацій і реагування на звітність. Часто до процесу визначення та задіяння груп впливу залучають треті організації, які спеціалізуються на організації процесу роботи із зацікавленими сторонами.

ЗБІР ДАНИХ

Перед початком цього етапу важливо визначитись із переліком показників, за якими звітуватиметься

Істотність

Істотність означає, що інформація у звіті стосується тих питань та показників, які у певний спосіб визначають економічний, екологічний та соціальний вплив компанії, або що інформація у звіті може значно вплинути на оцінку або рішення з боку груп впливу щодо діяльності компанії

компанія (наприклад, згідно з GRI), та прописати методологію розрахунку цих показників (користуючись або рекомендаціями GRI, або рекомендаціями галузевих асоціацій, або внутрішньою методологією). Сам процес роботи з даними вимагає декількох суттєвих кроків:

1. Визначення джерел інформації

Інформація, необхідна для нефінансового звіту, може міститись у внутрішньокорпоративних ІТ-систе-

мах. Зважаючи на процес автоматизації обліку інформації, який ще триває у більшості українських компаній, часто інформація доступна виключно у паперовому форматі. У деяких компаніях відповідальному за збір даних доведеться стикнутись з декількома системами, які використовуються у різних підрозділах. Потрібно також зважати на існування паралельних систем обліку: управлінського та податкового. Рекомендується скласти внутрішній перелік усіх можливих джерел даних про діяльність компанії. У деяких випадках єдиним джерелом отримання інформації є проведення інтерв'ю з відповідальними особами.

2. Отримання та перевірка даних

Доступ до інформації вимагає мандату вищого керівництва та чіткого виконання завдань посадовцями. У цьому випадку неоціненною є допомога членів міжфункціонального комітету з підготовки звіту, які краще розуміються на тому, хто володіє потрібними даними у їхньому підрозділі. Дані потрібно перевіряти на відповідність або за допомогою спеціалістів відділу внутрішнього аудиту, або звіряючи зі звітами, підготовленими для контролюючих органів, або для внутрішніх цілей. За наявності декількох центрів збору даних (структурні підрозділи, розташування заводів тощо) виникає питання фахового зведення даних.

3. Зведення даних до потрібного формату

Зібрані дані можуть не відповідати визначеним показникам для підготовки звіту. У таких випадках необхідно виносити ці питання на обговорення комітету з підготовки звіту, порівнювати ситуацію з іншими компаніями, які стикались з подібною ситуацією, або шукати власний підхід до вирішення проблеми.

4. Обробка даних

Надзвичайно важливо визначити систему для зберігання та обробки даних. Саме кількісні показники можуть викликати найбільше запитань від груп впливу, а отже, компанія повинна бути готовою надати роз'яснення щодо них. Система зберігання даних має містити інформацію про те, хто і коли надав інформацію, хто і коли перевіряв дані, в який спосіб дані було зведено у відповідний показник, кому і ким було затверджено використання даних та показників. Рекомендується використовувати існуючі ІТ-системи для цього процесу. Наявність системи обробки даних дозволить спростити процес звітування у наступному звітному періоді.

НАПИСАННЯ ЗВІТУ

Під час підготовки звіту виникає потреба балансування часу, який витрачається на підготовку звіту та на безпосереднє впровадження проектів СВБ або виконання інших прямих посадових обов'язків менеджером, відповідальним за підготовку нефінансового звіту. Рекомендується провести аналіз доцільності тих чи інших процесів під час підготовки звіту. Наприклад, безпосереднє написання звіту, оформлення та візуалізація даних, переклад можуть бути передані підрядникам, тим самим звільнивши час працівників на впровадження інших проектів.

Також важливо гнучко ставитись до звіту як до способу досягнення інших завдань. Наприклад, підготовка звіту може відбуватись паралельно до оцінки ефективності проектів СВБ або щорічного перегляду стратегії СВБ, збір даних може бути прив'язаний

до підготовки фінансового звіту або підготовки певних інвестиційних проектів. Тексти, підготовлені для звіту, можуть бути використані для інших комунікаційних цілей.

ВЕРИФІКАЦІЯ ТА АУДИТ

Як і у випадку фінансової звітності, оприлюднення нефінансової звітності компанією призводить до появи запитань щодо правдивості тверджень та правильності надання інформації. Зважаючи на те, що звітність, насамперед, споживається ближніми групами впливу, як-от працівники, бізнес-партнери, акціонери, факти, твердження та судження у звіті піддаватимуться аналізу з врахуванням інформації, доступної цим групам. Перевірка фактів стає важливим фактором, особливо зважаючи на швидкість поширення інформації та репутаційні ризики, пов'язані з цим.

Метою верифікації у нефінансовому звітуванні є перевірка правдивості (достовірності) як кількісних, так і якісних даних та їх відповідності очікуванням груп впливу. Верифікація повинна містити оцінку відображення компанією усіх істотних питань у своєму соціальному звіті. Верифікації підлягають не лише показники, наведені у нефінансовому звіті, а й система їх збору та зведення. У цьому зв'язку верифікація допомагає не лише підтвердити правдивість інформації, а й отримати інформацію про можливі способи вдосконалення системи управління соціальною відповідальністю компанії. Проведення верифікації/аудиту нефінансової звітності є сигналом про серйозність сприйняття корпоративної соціальної відповідальності компанією.

Під час нефінансового аудиту піддаватись верифікації можуть:

- Низка кількісних та якісних показників, які є найістотнішими для компанії. Істотність визначається важливістю показників для зовнішніх груп впливу та неоднозначністю трактування цих показників. Наприклад, для промислових підприємств це дані щодо травматизму та використання природних ресурсів, для компаній, які виробляють споживчі товари, це показники якості тощо.
- Цілий нефінансовий звіт.

Аудит нефінансового звіту може проводитись різними організаціями:

- Компаніями, які також надають послуги фінансового аудиту. У цьому випадку перевагою є репутація компанії-аудитора, ретельність процесу та ґрунтовність рекомендацій. Недоліком є вартість такого аудиту.
- Спеціалізованими компаніями-аудиторами суто нефінансової звітності. Поява нефінансової звітності зумовила появу низки спеціалізованих компаній-аудиторів, які мають перевагу глибшого розуміння тенденцій нефінансової звітності, істотності певних соціальних або екологічних показників та переважно нижчу вартість послуг. Недоліком є те, що такі компанії є відомими лише у вузьких фахових колах.
- Групами впливу та зацікавленими групами. Компанії можуть запросити для оцінки показників групи впливу, зокрема ті, для яких важливими є певні показники діяльності компанії. Наприклад, екологічні неурядові організації можуть бути запрошені для проведення оцінки екологічних показників, наданих у нефінансовому звіті. Такий спосіб верифікації дозволяє краще і глибше залучати

групи впливу до роботи компанії, але вимагає певних компетенцій та довіри.

- Внутрішнім аудитом.

Важливо зазначити, що справжня цінність верифікації нефінансового звіту полягає не в твердженні, що міститься наприкінці, а у тому, що він сигналізує, наскільки важливим є звіт для компанії і наскільки сама компанія є прозорою та відкритою. Наявність аудиторського висновку додає соціальному звіту достовірності і переконливості, підвищує надійність наданої інформації. Як і у випадку фінансової звітності, аудит є питанням довіри: розвитку довіри до компанії ззовні та довіри до компетенцій аудиторів всередині компанії.

Найвідоміші міжнародні стандарти нефінансового аудиту

- ISAE 3000 (International Standard on Assurance Engagements) встановлює рамкові умови перевірки даних про нефінансові аспекти діяльності, включаючи інформаційні системи, системи внутрішнього контролю та процесів корпоративного управління тощо.
- AA1000AS (Assurance Standard, розроблений компанією AccountAbility) визначає правила верифікації звіту стосовно критеріїв істотності, повноти та відповідності, а також інтегрування цих критеріїв в систему управління процесом звітування компанії. Цей стандарт також визначає, як перевірити, чи нефінансовий звіт враховує очікування груп впливу щодо його вмісту.

ОПРИЛЮДНЕННЯ НЕФІНАНСОВОГО ЗВІТУ

Оприлюднення нефінансового звіту є кульмінацією процесу звітування і, відповідно, значною подією для компанії. Водночас оприлюднення – це також процес, який включає вибір форми та каналів публікації звіту, безпосередньо запуск звіту та опрацювання зворотного зв'язку.

Вибір форми та каналів публікації звіту

Публікація нефінансового звіту в паперовому вигляді не є єдиною можливою формою звіту. Переважна частина читачів нефінансової звітності використовує веб-сторінки компаній. Компанії можуть надавати докладнішу інформацію на веб-сторінці порівняно з паперовими версіями звіту, наприклад, подавати розширену статистику або окремі розділи звіту окремими файлами. Деякі компанії створюють так звані конструктори нефінансового звіту, коли відвідувач веб-сторінки може обрати ті розділи звіту, які його цікавлять та скласти з них свою версію для завантаження.

Досвід засвідчив, що наявність веб-сторінки звіту не зменшує важливості паперової версії. Проте варто пам'ятати, що зі зростанням обсягу інформації у нефінансовому звіті він може стати непридатним до використання, надто громіздким.

Рекомендацією є публікація невеликого за обсягом звіту в паперовій формі з ключовими показниками та найістотношою інформацією, а також подання посилань на відповідні розділи веб-сторінок, де зацікавлені можуть знайти докладнішу інформацію.

Також корисними практиками є публікація тематичних брошур на основі повного нефінансового звіту або публікація стислого огляду повного звіту.

Важливо зрозуміти, що деякі форми та канали комунікації є привабливішими для певних груп впливу: інвесторів та аналітиків цікавить інформація щодо ризиків, кількісні показники; неурядові організації – інформація про певні проекти у конкретних сферах їхніх інтересів тощо. Розумне поєднання паперової та онлайн-версії звіту, зручний виклад інформації допоможе підвищити ефективність нефінансового звіту.

Для іноземних груп впливу допоміжним є наявність англійської версії звіту: чи то цілої версії, чи його стислого огляду.

Презентація звіту

Деякі з найпопулярніших форматів запуску нефінансових звітів:

- Презентація звіту як окремий захід чи представлення звіту на фаховій конференції.
- Прес-реліз для ЗМІ.
- Розсилка для бізнес-партнерів, зокрема ключових клієнтів, асоціацій.
- Комунікація для працівників, наприклад, через інтранет, внутрішню розсилку, проведення презентації на зборах працівників.
- Використання корпоративних систем зовнішньої комунікації.
- Розміщення звіту на відповідних фахових веб-сайтах.
- Розповсюдження серед акціонерів, зокрема на загальних зборах акціонерів.

- Використання послуг фахових розсилок (безкоштовних та платних).
- Розміщення інформації про оприлюднення звіту в ділових соціальних мережах (LinkedIn, XING).

Опрацювання зворотного зв'язку

На жаль, досі зворотний зв'язок залишається головним викликом нефінансової звітності: представники груп впливу хочуть мати доступ до інформації у нефінансових звітах, але рідко подають формальні пропозиції на їх основі. Форми опитування, які розсилаються компаніями разом зі звітом, або онлайн-опитувальники потрібні, але рідко приносять бажані результати. Рекомендованим способом для отримання зворотного зв'язку від груп впливу є проведення двосторонніх зустрічей щодо розісланого або прочитаного звіту.

Де розмістити нефінансовий звіт?

Corporate Register, www.corporateregister.com

Спільнота СББ, www.svb.org.ua/reports

UN Global Compact, www.unglobalcompact.org

GRI, www.globalreporting.org

ЧАСТИНА 2

Нефінансова звітність у світі та Україні



НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ У СВІТІ

Вимоги від груп впливу до компаній щодо нефінансового звітування з'явилися на початку 80-х, коли фонди соціальних інвестицій у Великобританії і США почали відслідковувати соціальні аспекти діяльності компаній та загалом етику бізнесу. Розвиток нефінансової звітності в світі відзеркалює поширення та розвиток концепції соціальної відповідальності бізнесу і пов'язаний зі знаковими подіями у цій сфері. Накриклад, після екологічної катастрофи в водах Аляски, викликаній аварією на супертанкері Exxon Valdez у 1989 році, Коаліція за екологічно відповідальні економіки (CERES – Coalition for Environmentally Responsible Economies) розробила Принципи CERES/Valdez, які фактично стали набором інструкцій для звітування з екологічних питань. У 1990-х до нефінансового звітування почало залуча-

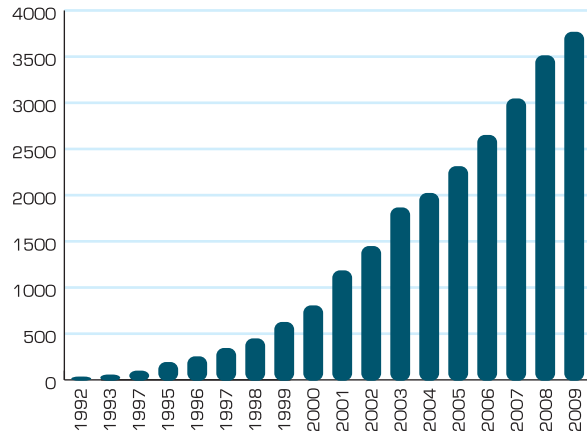
Дослідження, проведене спільно KPMG і UNEP, виявило, що у 30 розглянутих ними країнах існує:

- 142 національні стандарти і/або закони з деякими вимогами чи інструкціями щодо соціального звітування.
- Близько 2/3 (65 %) цих стандартів можна вважати обов'язковими, а 1/3 (35 %) – добровільними.
- 16 стандартів, що описують вимоги до звітування на глобальному або регіональному рівні.
- 14 стандартів оцінки звітності.

тися все більше компаній, і вже у 1997 році CERES за підтримки Програми ООН з навколишнього середовища (UNEP) створили GRI (Global Reporting Initiative) для розробки керівництва з звітування щодо економічної, екологічної та соціальної діяльності організацій, заклавши підвалини одній з найпопулярніших у світі систем нефінансового звітування.

Введення нових правил бухгалтерського та управлінського обліку, впровадження інновативних рішень у СББ та жорсткіші вимоги бізнес-партнерів один до одного в результаті зумовили появу в 1990-х роках такого поняття, як «звіт про соціальну відповідальність бізнесу». Саме це десятиліття через поширення практики економічно-екологічно-соціального звітування компанія SustainAbility назвала «Десятиліттям відкритості».

Мал. 5. Кількість оприлюднених нефінансових звітів (1992–2009 рр.)



Джерело – CRRR CRRReportingAwards'10 Global Winners and Reporting Trends, 2010

Згідно із дослідженням, проведеним компанією KPMG (International Survey of Corporate Social Responsibility Reporting, 2008), станом на 2008 рік вже близько 80 % найбільших 250 компаній світу (G250 зі списку Fortune Global 500 за 2007 рік) публікують нефінансові звіти, а ще 4 % інтегрують інформацію про СВБ у свою щорічну звітність. Найчіткіше тенденції збільшення кількості соціальних звітів простежуються у Франції, Норвегії, Швеїцарії, Бразилії та Південній Африці.

За даними CorporateRegister.com, найбільшій всесвітній базі даних нефінансових звітів, у 2009 році було оприлюднено понад 3,500 звітів, тоді як у

1992-му їх було лише кілька десятків (див. мал. 5). Переважна більшість звітів була від європейських компаній, водночас кількість компаній з Америки та Азії, що звітують, теж стрімко зростає.

Значну роль у розповсюдженні нефінансового звітування відіграють уряди, які розглядають нефінансове звітування як один із інструментів просування СВБ. Деякі з них – зокрема в країнах Європейського Союзу – зробили соціальну звітність обов'язковою для усіх або певних груп компаній. У табл. 3 наведений короткий огляд законодавчого регулювання соціального звітування у деяких європейських країнах.

Табл. 3. Державне регулювання нефінансового звітування

Франція	<p>«Bilan Social» («Соціальний звіт») – це набір обов'язкових для звітності соціальних показників, введений в дію у Франції у 1977 році. Зобов'язання підготовки звітності за цими показниками поширюються на компанії, зареєстровані у Франції, із кількістю працівників понад 300 осіб. «Соціальний звіт» містить інформацію про практики найму на роботу, оплату праці, охорону здоров'я і безпеки праці, умов праці на робочому місці, навчання і професійної підготовки та відносин між керівництвом і персоналом.</p> <p>Крім того, з 1 січня 2003 року компанії, які котируються на біржі, зобов'язані надати соціальний звіт із охорони праці, навколишнього середовища і впливу на суспільство. В цьому звіті також необхідно відобразити дотримання філіями французьких підприємств основних принципів і прав у сфері праці, затверджених у Деклараціях Міжнародної організації праці (МОП), а також заходи із просування цих принципів серед субпідрядників компанії</p>
Бельгія	<p>З 1995 року компанії зобов'язані додавати у свій річний звіт так званий «Соціальний звіт» («Bilan Social»). Він містить інформацію про практики найму і розвитку працівників в компанії, загальний опис робочої сили, плинність кадрів, заходи просування і професійної підготовки працівників. Цей документ є обов'язковим для всіх компаній з кількістю працівників понад 20 осіб. Він подається в Національний банк Бельгії, який контролює достовірність інформації у звіті. Цей документ може мати дві форми: повний соціальний звіт, який готують великі підприємства, і скорочений соціальний звіт, обов'язковий для малих і середніх підприємств</p>

Данія	Закон про захист навколишнього середовища 1993 року містить вимогу екологічного звітування для «найбільших забруднювачів» країни
Нідерланди	Закон про бухгалтерський облік 1998 року вимагає включення у вступному слові директора інформації про робоче середовище, статеву рівність та екологію. Також закон вимагає впровадження заходів, які можуть запобігти або зменшити негативний вплив компанії. Ця вимога стосується усіх компаній, що зареєстровані у Норвегії, а також іноземних компаній, які проводять свою діяльність у Норвегії і є суб'єктом оподаткування згідно із норвезьким законодавством
Норвегія	Закон про бухгалтерський облік 1998 року вимагає включення у вступному слові директора інформації про робоче середовище, статеву рівність та екологію. Також закон вимагає впровадження заходів, які можуть запобігти або зменшити негативний вплив компанії. Ця вимога стосується усіх компаній, що зареєстровані у Норвегії, а також іноземних компаній, які проводять свою діяльність у Норвегії і є суб'єктом оподаткування згідно із норвезьким законодавством
Велико-британія	У 2005 році ухвалено Закон про обов'язкову корпоративну соціальну звітність усіх зареєстрованих у Великобританії підприємств, які котируються на біржі. Того ж року Accounting Standards Board (ASB – Національний інститут стандартизації Великобританії) випустив стандарт для підготовки такого звіту. В ньому міститься перелік основних елементів, обов'язкових для відображення у звітності. В соціальній сфері обов'язковому розкриттю підлягає інформація про працівників компанії (здоров'я і безпека праці, політика найму, навчання і розвиток, мотивацій і бізнес-етика, продуктивність працівників і їхній профіль) і суспільно важливі проблеми (охорона здоров'я, соціальні ризики, які існують у виробничому ланцюгу, а також питання багатоманітності клієнтської бази, впливу на місцеву спільноту (наприклад, шум, забруднення повітря і води), дотримання прав людини і корінних народів
Швеція	Нові закони щодо звітування, ухвалені наприкінці 2009 року, зобов'язали усі 55 компаній державної власності оприлюднити звіти щодо їх екологічної, економічної та соціальної діяльності
Німеччина	Наприкінці 2004р. у законодавство про звітування компаній були внесені зміни (Bilanzrechtsreformgesetz), які вперше включили до звітності також нефінансові ключові показники діяльності компаній, такі як екологічний вплив та стан людського капіталу компанії. Звітування за нефінансовими показниками є обов'язковим для великих компаній та ходінгів.
Італія	Згідно із законодавчим актом № 32/2007 вступне слово директора у фінансовому звіті повинне містити опис відносин із працівниками та екологічної діяльності компанії

СТАН НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ

АНАЛІЗ НЕФІНАНСОВИХ ЗВІТІВ

Нефінансова звітність в Україні знаходиться на етапі активного розвитку і має значний незадіяний потенціал, зважаючи на невисокий відсоток кількості компаній, які звітують. Розвиток української мережі Глобального договору ООН надав поштовх нефінансовому звітуванню в Україні і відіграє ключову роль у залученні більшої кількості компаній до цього процесу. В Україні сформувалась група компаній-лідерів нефінансового звітування, які значною мірою визначають напрямок його розвитку, виконуючи роль першопроходців.

Охопленість соціальної звітності компаніями з переліку Топ-100 найбільших в Україні*:

Оболонь	Київстар
Interpipe	ТНК-ВР
ДТЕК	Niko
Укрсоцбанк	МТС Україна
Галнафтогаз	Метінвест

*За версією «ІнвестГазети»: «Топ-100 найбільших компаній України»

Перший в Україні звіт із корпоративної соціальної відповідальності був підготовлений та опублікований у 2005 році компанією «Систем Кепітал Менеджмент» (СКМ). Така ініціативність компанії дозволила їй посісти одне з ключових місць у

сфері розвитку СВБ, і вже сьогодні компанія єдина серед вітчизняного бізнесу підготувала чотири соціальних звіти, два з яких – за стандартами GRI. Перший звіт відповідно до системи GRI в Україні оприлюднив Надра Банк (рівень застосування GRI – В).

Історія лідера

Найбільша українська компанія – СКМ – оприлюднює нефінансову звітність з 2005р. Компанія здійснила значний поступ порівняно зі своїм першим Звітом 2005 року та першим Звітом про прогрес 2006 року. Перший звіт холдингу був переліком практик компаній, що входять до його складу, тоді як у звіті за 2007 і 2008–2009 роки вже були подані показники як за холдингом загалом, так і за конкретною компанією: вказуються показники енергоспоживання, площ рекультивованих земель, викидів в атмосферу тощо. У звіті 2008–2009 років компанія включила деякі показники, які не були враховані у попередньому звіті (за 2007 рік): була здійснена більша деталізація екологічних показників і до сфери охоплення звітністю потрапив показник результативності в сфері відповідальності за продукцію. Два останніх за часом публікації звіти були підготовлені за вимогами та показниками GRI, проте рівень деталізації звіту залишився на рівні С.

Кількісно за період із 2005–го по травень 2010 року в Україні 38 компаній опублікували 55 нефінансових звітів у різних форматах, у тому числі:

- 47 Звітів про прогрес (COP)
- 7 звітів за системою GRI (всі від підписантів Глобального договору ООН в Україні)
- 6 нефінансових звітів іншого формату (від компаній, що не входять до мережі ГД).

Табл. 4 наводить зведені дані про кількість нефінансових звітів в Україні¹. До уваги бралась не кількість звітів, виданих у відповідний рік, а кількість компаній, які прозвітували за відповідний період (деякі компанії оприлюднювали один звіт за два календарних роки, або мали інші, ніж календарний, звітні періоди).

Табл. 4. Кількісний аналіз нефінансових звітів в Україні

	2005	2006	2007	2008	2009
Нефінансові звіти разом <i>Кількість компаній, які відзвітували за нефінансові аспекти діяльності за відповідний період у будь-якому форматі</i>	1	2	19	29	18
Звіт про прогрес Глобального Договору <i>Кількість компаній, які подали Звіт про прогрес за відповідний період</i>		1	17	26	16
GRI нефінансовий звіт <i>Кількість компаній, які подали Звіт за GRI за відповідний період</i>			4	4	1
Верифікований нефінансовий звіт <i>Кількість компаній, які верифікували свій звіт за відповідний період</i>		1	3		

Якщо аналізувати розкриття інформації про нефінансові аспекти діяльності у макроекономічному розрізі, то в Україні лише 10 % компаній зі 100 найбільших за обсягами чистого доходу в 2008 році готують та публікують нефінансові звіти². Для порівняння³ – із 250 найбільших компаній у розвинутих країнах такі звіти готують 80 % компаній, із

2200 найбільших компаній у країнах, що розвиваються, – 45 % компаній. Сукупна частка компаній, що здійснюють соціальне звітування в Україні, складає 11,44 % ВВП (або 108,774 млрд грн) за сукупним доходом⁴. Нефінансова звітність в Україні значно відстає за своїм поширенням від інших країн і має значний потенціал для розвитку.

¹ Перелік усіх звітів подається у додатку.

² Детальніше див. візку «Охопленість соціальної звітності компаніями із переліку Топ-100 найбільших в Україні».

³ Дослідження KPMG.

⁴ За інформацією Держкомстату номінальний валовий внутрішній продукт України в 2008 році склав 950,503 млрд грн; дані для «Інтерпайп» дорівнюють чистому доходу «Інтерпайп Україна» та «Інтерпайп Нижньодніпровський трубопрокатний завод», для «Укрсоцбанку» відсутні дані щодо чистого доходу.

Хроніка виходу звітів GRI в Україні

(на час публікації):

- червень 2008 року – перший GRI звіт Надра Банку;
- грудень 2008 року – перший GRI звіт компанії ДТЕК;
- березень 2009 року – перший GRI звіт компанії СКМ;
- вересень 2009 року – перший GRI звіт компанії «Оболонь»;
- листопад 2009 року – другий GRI звіт банку «Надра»;
- січень 2010 року – перший GRI звіт компанії «Метінвест»;
- квітень 2010 року – другий GRI звіт компанії СКМ.

Водночас варто відзначити, що більшість компаній, які звітують за нефінансовими аспектами своєї діяльності, мають український капітал або працюють лише на українському ринку. В інших країнах Східної Європи значну частку компаній, що звітують, складають національні підрозділи міжнародних компаній.

Українські компанії, які працюють з нефінансовою звітністю, лише починають інтегруватись у світову фахову спільноту. Лише одиничні звіти доступні англійською мовою. Українських звітів немає у переліку на порталі GRI і лише шість компаній⁵ опублікували свою соціальну звітність на веб-сайті CorporateRegister.com – організації, що надає можливість безкоштовної публікації своїх соціаль-

них звітів усім компаніям, незалежно від форми, типу та стандартів, згідно з якими така звітність була підготовлена.

Зважаючи на недовгу історію нефінансового звітування в Україні, українські компанії обережно підходять до розкриття інформації про нефінансові аспекти діяльності. Лише декілька компаній використовують інструментарій GRI. Звіти значно відрізняються як за обсягом наданої інформації, так і за глибиною розкриття інформації.

Узагальнюючи, можна сказати, що найпоширенішими аспектами нефінансового звітування в Україні є наступні:

- Умови праці та розвиток людського капіталу
- Збереження і відтворення довкілля
- Добročинність і благодійництво
- Співпраця з місцевими громадами

Усі компанії, які здійснювали соціальне звітування, велику увагу приділили *сфері розвитку людського капіталу*. Більшість проаналізованих компаній подає опис або хоча б згадку про участь своїх працівників у різноманітних тренінгах та програмах підвищення кваліфікації; у багатьох розроблена і прийнята об'єктивна система оцінки ефективності роботи та мотивації персоналу. Багато компаній, які звітували у форматі Звіту про прогрес реалізації принципів ГД, під час розкриття інформації про принципи дотримання прав людини чи трудових відносин, надали інформацію про різноманітні соціальні вигоди для своїх працівників, гідне ставлення до них, створення безпечних умов праці.

⁵ Станом на травень 2010 року компанії на CorporateRegister.com: «Кока-Кола Бевериджес Україна», «Ернст енд Янг Україна», «Галнафтогаз», «Київстар», «Надра Банк», «Оболонь».

Людський капітал

Компанія «Астеліт» впровадила у свою діяльність програму Excellence Awards – визначення найкращих працівників, розробила систему оцінки персоналу 360°, програму для студентів «Стрибок у життя»*.

* Соціальний звіт life, с.12, 8, 11.

Компанія ТНК-ВР у своєму звіті визначила чіткі кількісні показники сфери розвитку людського капіталу: графіки, таблиці виділених бюджетів на навчання та відсоток співробітників, що таке навчання пройшли**.

** Нефінансовий звіт Глобальному договору ООН компанії ТНК-ВР, с. 678.

Висвітлення *екологічних аспектів діяльності* відбувалось теж у найрізноманітніші способи. Деякі компанії вважають за доцільне розкрити детальну інформацію як про екологічні ініціативи, наприклад, обсяг інвестицій у проведення відповідних заходів щодо зменшення забруднення довкілля (вартість і перелік заміненого обладнання, вартість впровадження відповідних програм, здійснення екологічного аудиту тощо) та отриманих від них результатів, так і надати детальний опис свого впливу на навколишнє середовище, у т. ч. негативного. Інші ж компанії лише декларують свою відданість принципам збереження довкілля. Визначною тенденцією серед малих та середніх підприємств був опис невеликих, але наскрізних у діяльності компанії ініціатив щодо відповідального ставлення до довкілля. Більшість компаній, які готували Звіти про прогрес згадували про запро-

вадження принципів зеленого офісу та відданість програмі Go Green, ініційованої Глобальним договором в Україні. Важливу роль опису своєї екологічної діяльності приділили компанії, які звітували за показниками GRI. Розглядаючи ці показники, за усіма тридцятьма із них подала інформацію компанія «Оболонь».

Доброчинні акції та проекти залишаються домінують українських нефінансових звітів. Компанії подають докладну інформацію про надання адресної благодійної допомоги та проведення соціальних акцій загального спрямування (щодо запобігання поширення хвороб (ВІЛ/СНІДу, раку тощо), допомоги дітям в інтернатах, сиротинцях, знедоленим та ін.). Менеджери вітчизняних компаній по-різному розуміють роль доброчинності у СВЕБ: одні вважають її власне «серцем» соціальної відповідальності, інші ж розуміють, що благодійні проекти, які, безумовно, є важливими для суспільства та держави загалом, повинні розвиватись у тематично споріднених галузях та бути безпосередньо пов'язаними з основною діяльністю компанії.

Певною мірою тема *співпраці з місцевими громадами* висвітлюється у нефінансових звітах через призму доброчинності. Це, зокрема, допомога у покращенні соціально-побутових умов у місцях розташування виробничих підрозділів компанії, допомога місцевим органам влади тощо. Водночас у деяких звітах зустрічаються приклади переходу від доброчинності до партнерства на місцевому рівні, коли мова йде про проекти співпраці з місцевими громадами та місцевими неурядовими організаціями для розв'язання конкретних соціальних або екологічних питань громади.

Доброчинність

Звіт «Київстар» за 2007 рік є значною мірою зосередженням на філантропічних акціях: Програма партнерства між «Київстар», зоопарками та дельфінаріями України, «Лист Ветерану», Шкільний чемпіонат з футболу*.

* Корпоративна соціальна відповідальність 2007 року компанії «Київстар», с. 10, 11.

У звіті «Астеліт» (life:) у вступному слові CEO компанії вказано, що головною КСВ програмою від 2005 року є допомога бездомним дітям «Допомогти так легко!»**.

** Звіт про корпоративну соціальну відповідальність ТОВ «Астеліт» (оператор мобільного зв'язку life:) 2007–2009, с. 3.

Велику увагу приділила благодійності компанія МТС: Міжнародний театральний фестиваль Булгакова, збір коштів на будівництво фонтану біля Львівської Опери, турнір «Зірки жердин», «Золота шпала» та ін.***

*** МТС Україна – член Глобального Договору ООН, с. 5, 8.

Окрім вищезгаданих аспектів, майже усі компанії у своїй звітності подають короткий опис економічної діяльності, відповідні економічні показники, зокрема інформацію про доходи та прибутки, описують поступ на ринку ведення діяльності. Оскільки фінансова звітність є поширеним явищем в Україні, розкриття такої інформації не вимагало від компаній додаткових зусиль.

Водночас низка аспектів соціальної відповідальності не знайшли свого достатнього відобра-

ження у нефінансовій звітності українських компаній:

Протидія корупції

«Київстар» у звіті зазначила, що у них є розроблені принципи діяльності постачальників і проводяться електронні тендери*.

* Звіт про корпоративну соціальну відповідальність компанії «Київстар», 2008 рік, с. 5.

«Астеліт» (TM life:) у звіті наводить три елементи оцінки контрагентів (фінансові умови, корпоративне управління та якість роботи)**.

** Соціальний звіт life, с. 31.

Компанія ТНК-ВР веде реєстр подарунків вартістю понад 100 у. о.***

*** Нефінансовий звіт Глобальному Договору Організації Об'єднаних Націй компанії «ТНК-ВР», с. 14.

- **Протидія корупції** – розкриття інформації українськими компаніями щодо принципу антикорупційної діяльності є найменш детальним серед усіх принципів Глобального договору. На жаль, у своїх звітах небагато компаній вказали на існування розроблених правил і політик відбору бізнес-партнерів та співпраці з ними, найму працівників і підрядників. Лише кілька компаній мають практики реєстрації подарунків як бізнес-партнерам, так і отриманих самою компанією.
- **Відповідальність за продукцію** – фактично інформація про те, як компанії розглядають свою

відповідальність за продукцію впродовж всього життєвого циклу товару (в т.ч. збору та утилізації використаних товарів або упакування), майже

відсутня. Інформація про відповідальність за постачальників вздовж ланцюгів постачання теж, як правило, у звітах не висвітлюється.

Історія Надра Банку

Надра Банк першим серед українських банків оприлюднив нефінансовий звіт згідно з вимогами GRI, відзвітувавшись за 2007 та 2008 роки. Оскільки Надра Банк належить до групи найбільших банків, цей факт став значним у розвитку нефінансової звітності в галузі та країні. Але у 2009 році Надра Банк опинився на перших шпальтах газет та у центрі уваги з негативних причин – ситуація з банком стала одним із показових прикладів фінансової кризи: із незадоволеними вкладниками, які не могли забрати депозити, клієнтами, які не могли здійснити платежі, та скороченням штатів. Для банку, який пишався якістю обслуговування клієнтів і лояльністю персоналу та займав четверте місце за розміром залучення коштів від фізичних осіб (серед членів Асоціації українських банків станом на 01.01.2009), це означало значну втрату репутаційного капіталу. У Надра Банку – одному з перших серед проблемних банків – була введена тимчасова адміністрація. У банку, який у дослідженні інвестиційної компанії Concorde Capital у 2008 році отримав максимальний бал за рівень корпоративного управління серед банків, відбулась майже повна зміна керівництва та внутрішніх бізнес-процесів. Історія Надра Банку потребує вивчення, оскільки вперше компанії, яка добровільно взяла на себе зобов'язання зі звітування, вірогідно доведеться звітувати за період, в якому відбувались негативні з огляду на соціальну відповідальність процеси. Спроможність компанії відверто і відкрито прозвітувати за цей складний період та залучити задіяні та уражені групи впливу до діалогу (зокрема вкладників, які об'єднались у громадські організації, та працівників, теперішніх і колишніх) визначатиме швидкість процесу відновлення репутації банку. Перед фахівцями, які залучені у роботу з нефінансовою звітністю, мають постати питання про істотність інформації, розкритої у нефінансових звітах Надра Банку за 2007–2008 роки, про роль рейтингів та оціночних тверджень. Надра Банк став лідером у процесі нефінансового звітування в Україні, і банку не варто втрачати цю роль, особливо коли тиск на інші фінансові установи у напрямку розкриття нефінансової звітності лише зростатиме.

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕКСПЕРТНОГО ОПИТУВАННЯ

Експертне онлайн-опитування «Стан нефінансової звітності в Україні» було проведено у квітні–травні 2010 року серед менеджерів, відповідальних за підготовку нефінансових звітів в Україні. З 38 компаній, які звітували за нефінансові аспекти діяльності у 2005–2010 роках в Україні, 15 взяли участь в опитуванні (40 %).

Серед найбільших вигод, що їх приносить нефінансове звітування, українські компанії вважають наступні (мал.6):

- процес соціального звітування допоміг визначити *ефективність управління* програмами економічного, соціального впливу та впливу компанії на навколишнє середовище;
- нефінансовий звіт полегшив зусилля управлінців у *донесенні стратегії СББ працівникам компанії*;
- соціальний звіт допоміг *продемонструвати* ринку свою зацікавленість проблемами довкілля, економічного та соціального розвитку;
- соціальна звітність допомогла *покращити репутацію* компанії на ринку;
- соціальна звітність стала одним із *інструментів структуризації діалогу* між компанією та групами впливу.

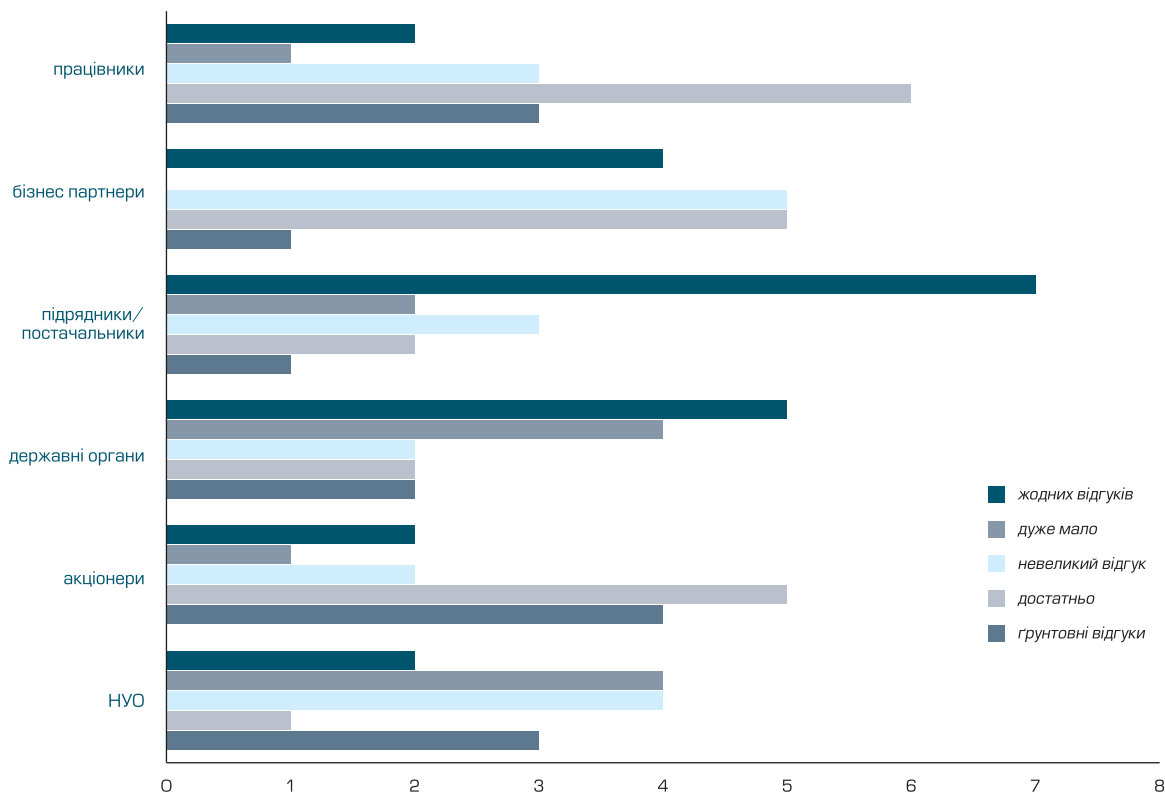
Мал. 6. Які вигоди компанія отримала від процесу підготовки звіту та самого звіту?



Позитивно, що українські компанії високо цінують не тільки не репутаційні вигоди звітування, але й усвідомлюють важливість таких управлінських вигод, як покращення співпраці з групами впливу, залучення капіталу та/або полегшення доступу до нього.

Під час опитування респонденти мали можливість відповісти на питання, пов'язані з роботою з групами впливу. Менеджерам була надана можливість оцінити зворотний зв'язок від різних груп впливу за весь період, коли громадськість мала доступ до звітів (див. мал. 7).

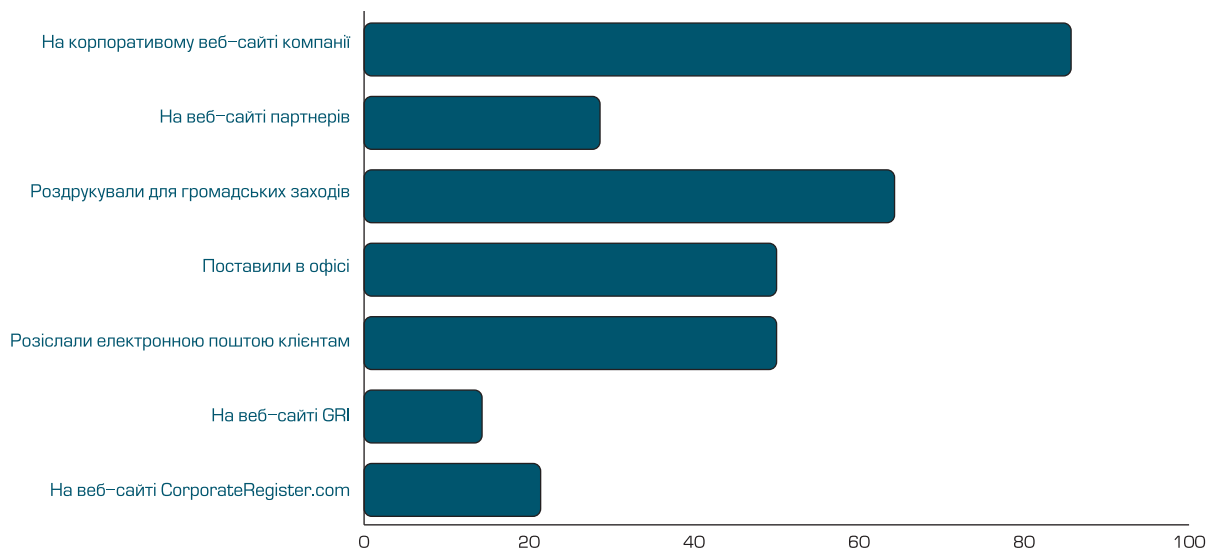
Мал. 7. Який зворотній зв'язок (формальний та неформальний) отримала компанія на свій нефінансовий звіт від різних груп впливу (за весь період, коли громадськість мала доступ до нефінансових звітів, без прив'язки до конкретного періоду)?



Аналіз цих даних дозволяє приблизно визначити так звані розриви впливу. Працівники та акціонери є групами впливу, які найефективніше використовують нефінансову звітність в Україні. Водночас компаніям не вдалось задіяти до діалогу неурядові організації та державні органи. Цікаво, що у країнах ЄС саме останні є найактивнішими споживачами

нефінансової звітності. Вибір каналів комунікації (див. мал. 8) не може пояснити такі розриви впливу, оскільки обрані канали (веб-сайт, роздруковані версії) є зручними насамперед для НУО, партнерів, державних органів. Вірогідною причиною є відсутність компетенцій груп впливу у використанні/споживанні нефінансової звітності.

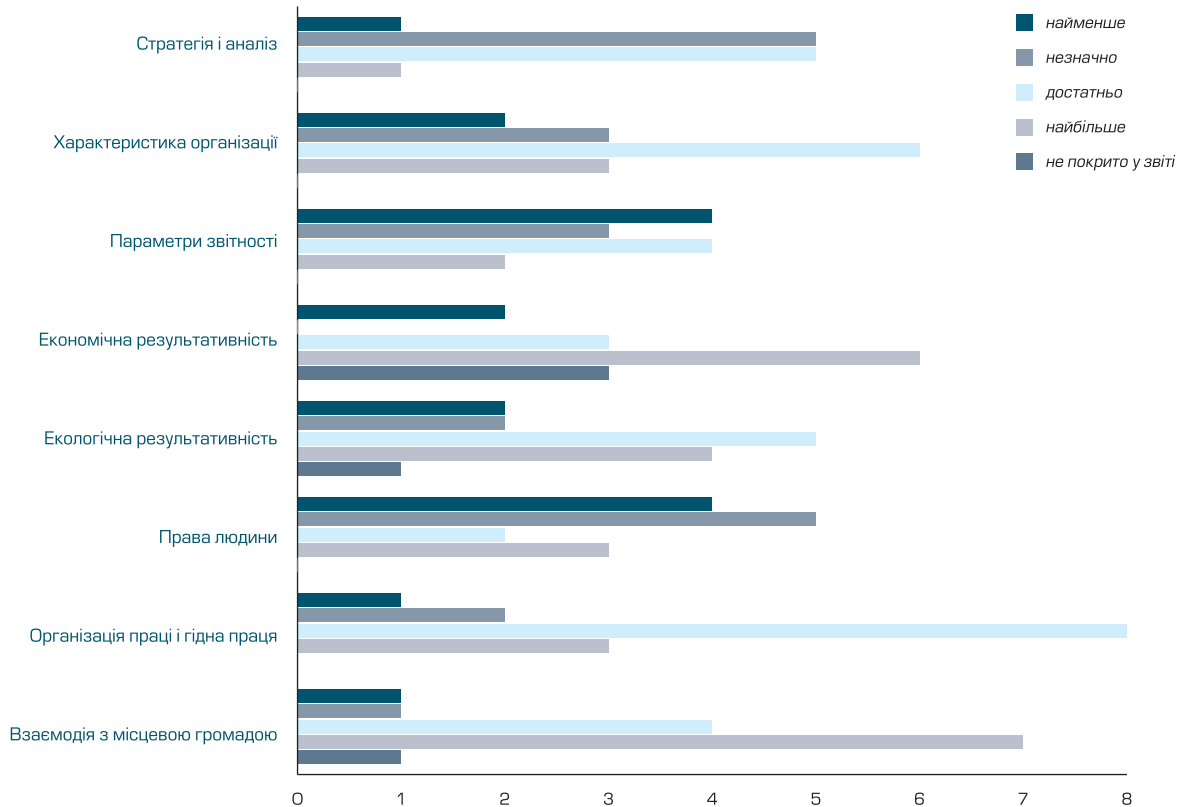
Мал. 8. Де, окрім веб-сайту Глобального договору, Ви розмістили Ваш нефінансовий звіт?



Організація праці, економічна результативність діяльності та взаємодія з місцевою громадою стали тими аспектами діяльності, які отримали найбільше відгуків від груп впливу (див. мал. 9). Оскільки компанії у своїх звітах приділяють значну увагу питанням соціального впливу, зокрема умовам праці, розвитку людського капіталу або добродійним проектам, ці аспекти отримали найбільше відгуків від читачів. Очевидно, що параметри звітності, стра-

тегія і аналіз мають бути прерогативою фахової спільноти менеджерів СВБ. Незначна кількість відгуків за цими параметрами є, певною мірою, очікуваною, оскільки культура фахового діалогу на тему СВБ лише формується в Україні. Питання прав людини, одного з принципів Глобального договору, не отримали належної реакції від груп впливу, і саме це робить необхідним переосмислення звітування з цього принципу в українському контексті.

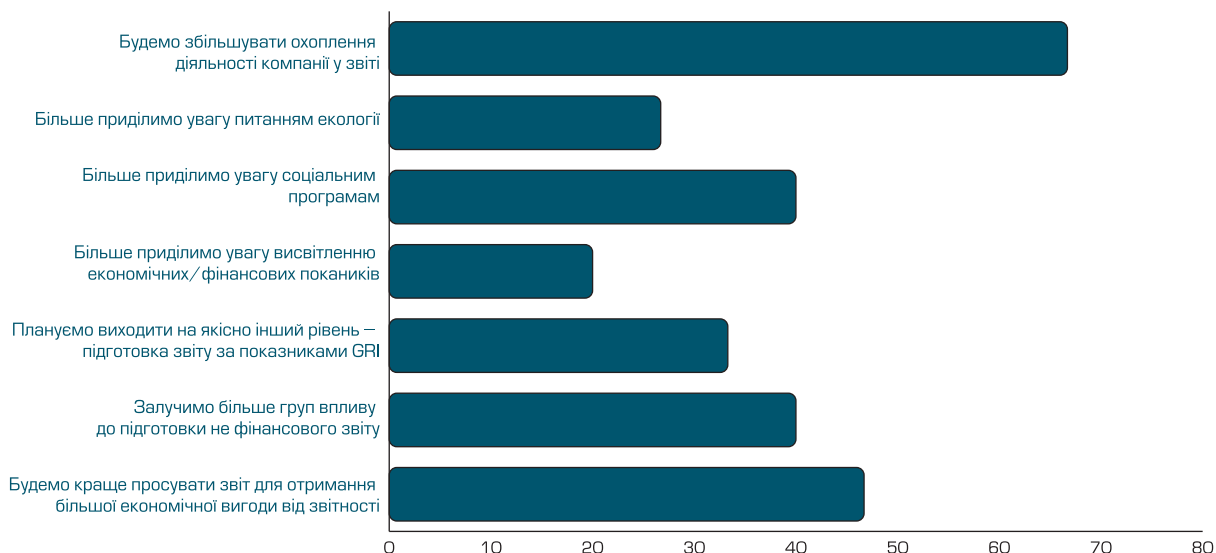
Мал. 9. Які аспекти діяльності компанії із прозвітованих отримали найбільшу кількість відгуків, зворотної реакції, інтересу (суб'єктивна оцінка) – кумулятивно якісного та кількісного?



Опитування підтвердило гіпотезу, що компанії продовжуватимуть звітувати: компанії, які почали процес звітування, залишаються відданими ідеї звітування та удосконалюватимуть нефінансову звітність. На мал. 10 наведені результати запитання про плани розвитку нефінансової звітності. Пе-

реважна більшість респондентів планує розширити межі звітності або підвищити кількість наданої інформації. Компанії також планують вдосконалити канали і методи поширення звіту та активніше працювати з групами впливу для отримання більш ефективного зворотного зв'язку.

Мал. 10. В якому напрямку Ваша компанія планує розвивати нефінансову звітність?



АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В УКРАЇНІ

ВІДОБРАЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ПРІОРИТЕТІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Якщо соціальна відповідальність бізнесу – це внесок бізнесу у вирішення питань сталого розвитку країни, то стратегія СВБ компаній та їхня нефінансова звітність мають відповідно відображувати діяльність компаній у зв'язку з національними особливостями сталого розвитку країни. На жаль, деякі з

цих особливостей (які зумовлені передусім історичними чинниками) ще не знайшли достатнього висвітлення у нефінансових звітах, і внесок бізнесу в їх розв'язання неможливо оцінити.

1. Патерналізм підприємств

Патерналізм – це процес перебрання відповідальності за когось, хто мав би нести цю відповідальність самостійно. Радянські умови господарювання сформували спотворене уявлення про відповідальність. Підприємства несли відповідальність за соціальну інфраструктуру, умови проживання та спосіб відпочинку працівників, комунальні служби міст та навіть за програми розвитку

територій. У ринковій економіці ці функції та повноваження мають стати відповідальною місцевих громад, органів влади та безпосередньо працівників. Компанії, які є власниками колишніх промислових активів УРСР, повинні мати стратегію відходу від патерналізму в своїй діяльності, розвитку інституційної спроможності органів влади та особистої відповідальності працівників у партнерстві та зі збереженням соціальних стандартів. Точкові проекти у стилі патерналізму не можуть вважатися прикладами соціальної відповідальності компаній (наприклад, утримання власних санаторіїв або облаштування умов життя працівників тощо).

2. Потреба в інноваційному розвитку

Низька частка послуг у структурі економіки та частка інноваційних товарів та послуг негативно впливає на економічну складову сталого розвитку України та підвищення якості життя. Більшість основних галузей економіки та ринків не має умов для формування конкуренції на основі інновацій, зважаючи на низьку культуру споживання та/або незадоволення базових потреб споживачів. Соціальна відповідальність компаній має проявлятися у свідомому впровадженні інноваційних процесів, розвитку культури споживання інноваційних товарів та послуг. Компанії повинні демонструвати інтенсивність економічного розвитку компаній як складовий елемент СВБ, на відміну від екстенсивного підходу до розвитку компанії. Інвестиції у розробку продукції або послуг з високою доданою вартістю мають знаходити своє відображення у нефінансовій звітності.

3. Бідність

Економічний розвиток України як частина сталого розвитку не може відбуватись без подолання

проблеми бідності. Економічні показники діяльності компанії повинні співвідноситись із показниками, які характеризують бідність як явище. Такі показники, як рівень заробітної плати напряду характеризують внесок компаній у подолання бідності (порівняння рівня зарплат з порогом бідності в країні). Подолання цього явища також здатне суттєво зменшити соціальні навантаження патерналістського характеру на великі компанії. Бідність – найгостріша соціальна проблема, на яку мають бути скеровані стратегії СВБ передусім промислових підприємств.

4. Спадщина радянського господарювання

Компанії, які мають в управлінні активи, успадковані з часів УРСР, здебільшого стикаються з проблемами спадщини радянського господарювання. Зокрема це стосується енергоефективності (надмірного споживання енергії для виробництва), стану безпеки та охорони праці, рудиментарних або застарілих методів планування інфраструктури, низької продуктивності, занадто працеінтенсивних виробничих процесів, забруднення територій тощо. Озвучення таких проблем як обґрунтування власної бездіяльності або як спосіб списання власної відповідальності, не може вважатись доброю практикою СВБ. Компанії повинні мати стратегію розв'язання таких проблем у співпраці з державою, громадою та неурядовими організаціями та звітувати про неї.

Краща відповідність інформації, що міститься у нефінансових звітах компаній, потребам економічного, соціального та екологічного розвитку України дозволить підвищити вагомість нефінансової звітності та розширить коло її читачів. Це також покращить розуміння ролі бізнесу в суспільстві.

КІЛЬКІСНІ ПОКАЗНИКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СВБ

В українській нефінансовій звітності все ще переважає описовість – надання загальної інформації про спорадичні проекти без зазначення кількісних показників, які б вимірювали результативність та вплив від реалізації цих проектів. Без кількісних показників неможливо дати правдиву оцінку діяльності компанії та оцінку її зусиль у реалізації стратегії СВБ. Показники, що сьогодні надаються у звітах, переважно є вибірковими і несистемними. Як правило, вони стосуються точкових ініціатив, а не соціальної відповідальності бізнесу як такої. Без озвучення у конкретних цифрах цілей, які компанія хоче досягти (рівень оплати праці, зменшення викидів, інвестиції у модернізацію тощо) та кількісного звітування про поступ у досягненні цих цілей, компанії не можуть розраховувати на отримання вигоди від нефінансового звітування у повному обсязі.

У світовій практиці нефінансового звітування система показників GRI є найвідомішим переліком кількісних показників, які оприлюднюються компаніями у своїх нефінансових звітах. Їх застосування рекомендується і при підготовці Звітів про прогрес у реалізації принципів Глобального договору ООН (див. додаток А).

ПЕРІОДИЧНІСТЬ ЗВІТНОСТІ

Вартість підготовки повноцінного звіту компанії ставить на порядок денний питання про періодичність нефінансової звітності в Україні. Так, деякі компанії-лідери процесу звітування обрали дворічний цикл

звітування (компанії СКМ, ДТЕК, «Метнівест», «Оболонь»). Проте, навіть за наявності дворічного циклу звітності компанії-підписанти ГД мають оприлюднювати проміжні звіти у «незвітний» рік у спрощеному форматі (наприклад, як Звіт про прогрес) для збереження динаміки суспільного діалогу. Із зростанням кількості нефінансових звітів та зростанням культури користування звітами перехід на річний цикл підготовки звітів може бути неминучим.

ФОРМУВАННЯ БАЗИ ПОРІВНЯННЯ

Оскільки нефінансова звітність в Україні має приблизно 5-річну історію та вищезгаданий брак кількісного розкриття інформації, наразі репрезентативна база порівняння на національному рівні та на рівні окремих галузей ще не сформована. Національні традиції, тенденції та тренди у нефінансовій звітності лише починають формуватись. Компанії, які починають підготовку власних звітів, мають малу базу до порівняння та кількість можливих прикладів. Водночас слід звертати увагу на міжнародний досвід, де існує достатня кількість звітів та практик в усіх галузях. Звертання до галузевих асоціацій, зокрема європейських, більшість з яких або має робочі групи з питань СВБ, або оприлюднені звіти з СВБ, може стати у нагоді українським компаніям.

ПОРЯДОК РОЗРАХУНКУ КІЛЬКІСНИХ ПОКАЗНИКІВ

Під час підготовки нефінансової звітності компанії в Україні стикаються з невідповідністю даних внутрішнього обліку до вимог міжнародних практик

(зокрема GRI). Наприклад, в Україні розрахунок травматизму на виробництві традиційно ведеться з розрахунку на кількість виробленої продукції, тоді як прийнятною практикою в світі є кількість травм на тисячу працівників або відпрацьованих людино-годин. Перерахунок показників може вимагати нової інформації. Компанії, які готують нефінансові звіти, повинні зважати на потребу узгодження показників та збору даних, що може суттєво вплинути на час, необхідний для підготовки звіту.

Розв'язання цієї проблеми вимагає фахового діалогу між спеціалістами СВБ, фінансовими директорами, бухгалтерами та аудиторами в межах компанії. Важливою є співпраця на рівні української спільноти СВБ для обміну досвідом та передачі кращих практик. Також необхідна поступова адаптація стандартів обліку на національному рівні.

ЗВІТНІСТЬ ПРЕДСТАВНИЦТВ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ

В Україні, на відміну від інших країн регіону, компанії з національним капіталом визначають розвиток нефінансової звітності, що є позитивним аспектом розвитку СВБ. З представництв міжнародних компаній Coca-Cola, TNK-BP, Microsoft, BAT тощо звітували про нефінансові аспекти діяльності в Україні; серед компаній з іноземним капіталом у статутному фонді – «Воля», «Галнафтогаз», «Київстар», «Астеліт» та деякі інші. Коло міжнародних компаній, які звітують про нефінансові аспекти діяльності в Україні, є занадто вузьким. Нижче наведені відповіді на 4 стандартних аргументи компаній, які прагнуть уникнути нефінансової звітності.

Інформація про нефінансові аспекти діяльності включена у загальнокорпоративний звіт на міжнародному рівні

Український ринок має свої особливості, пріоритети сталого розвитку та потреби звітування. Ці аспекти не можуть бути включені в загальнокорпоративний звіт, оскільки не є пріоритетними для міжнародної аудиторії. Якщо інформація насправді включена у міжнародну звітність, формування українського нефінансового звіту не повинно становити проблему

Інформація про соціальні проекти наведена на веб-сторінці компанії

Інформація про спорадичні та розрізнені проекти компанії не може вважатися замінником повноцінної системної звітності про соціальну відповідальність компанії

Потреба у нефінансовій звітності в Україні ще не сформувалась

Культура споживання нефінансової звітності та СВБ як сфера діяльності активно розвивається в Україні, розширюється коло компаній, що звітують, та груп впливу, які відслідковують СВБ компаній. Відстороненість від процесу несе суттєві ризики для міжнародних компаній

Відсутність компетентного персоналу

З аналогічними проблемами стикаються інші компанії. Міжнародні компанії мають перевагу внутрішньокорпоративних систем навчання та наявного ноу-хау на міжнародному рівні. Саме міжнародні компанії мали би стати лідерами з розвитку фахівців з питань СВБ в Україні

ІНТЕГРАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ І НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Наразі розвиток нефінансової звітності суттєво відстає від поширення та стану розвитку фінансової звітності в Україні. На міжнародному ж рівні вже активно обговорюється питання так званої інтегрованої звітності, яка б враховувала б як фінансовий, так і нефінансовий бік діяльності компанії. Українським компаніям слід приймати до уваги такі міжнародні тренди та тенденції. Ті, хто починає готувати нефінансову звітність вже сьогодні, завтра зможуть отримати додаткову конкурентну перевагу.

РОЗВИТОК КОМПЕТЕНЦІЙ З НЕФІНАНСОВОГО ЗВІТУВАННЯ

Розвиток компетенцій з СВБ і, зокрема, з нефінансового звітування залишається актуальним питанням для України. Наявність кваліфікованого персоналу, здатного розробляти, впроваджувати стратегії СВБ та очолювати процес підготовки нефінансової звітності, є недостатньою. Цей фактор може стати прихованим гальмом поширення нефінансової звітності в Україні. З іншого боку, здатність та спроможність груп впливу аналізувати, моніторити та вступати у діалог з компаніями, які звітують, є теж недостатньою. Без розвитку культури використання нефінансової звітності серед держаних органів, неурядових організацій, фахових асоціацій, ЗМІ, громад, інвесторів, кредиторів та навіть працівників не можна очікувати якісного та кількісного зросту нефінансової звітності. Компанії, які звітують, фонди-грантодавці та державні органи повинні інвестувати у покращення навичок використання нефінансової звітності та підвищення їх суспільної значущості.

Контроверсійні галузі та нефінансова звітність

Як у будь-якій тематичі, у нефінансовій звітності є свої складні питання до роз'язання. Це зокрема так звана моральна дилема щодо контроверсійних галузей, як, наприклад, тютюнової чи алкогольної. У світі не випрацьовано (і, певно, не може бути) єдиного підходу до моральної дилеми щодо контроверсійних галузей. В Україні, де алкогольні та табачні бренди мають значну вартість, де відбувається жвава дискусія на тему державного регулювання цих галузей і де водночас питання шкоди здоров'я населенню від шкідливих звичок залишається актуальним, компанії із контроверсійних галузей досить активно залучаються у процес нефінансового звітування. Виникає об'єктивна потреба провести відкриту дискусію щодо особливостей їхнього звітування.

Саме значення та роль контроверсійних галузей в економіці країни визначає низку істотних для цих компанії тематик: – відповідальне лобіювання: наскільки відкрито компанії готові надати інформацію про свої лобістські потуги за умови слабкості системи державного регулювання; – відповідальний маркетинг: які підходи застосовують компанії у маркетингу своєї продукції та брендів, як використовуються новітні канали доступу до молодіжної аудиторії і чи задіяні механізми саморегуляції; – залучення у вирішення соціальних проблем: наскільки активно компанії допомагають вирішити соціальні проблеми, такі, як стан здоров'я, алкоголізм, ступінь залежності населення від шкідливих звичок.

ДОДАТКИ



ДОДАТОК А. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ ГЛОБАЛЬНИМ ДОГОВОРОМ ТА GRI

Як Глобальний договір, так і GRI спираються на концепцію постійного вдосконалення, тому їхні підходи до якості та охоплення звітності подібні та взаємодоповнюючі. Глобальний договір – це каталізатор лідерства та інновацій, десять принципів якого допомагають інтегрувати зобов'язання компанії, взяті в рамках соціальної відповідальності, в організаційну стратегію та реальні дії. Керівництво G3 Глобальної ініціативи зі звітності дає організаціям

інструмент для виміру прогресу та підготовки звітності про результати виконання принципів ГД. Принципи, на яких базується Глобальний договір, є основним орієнтиром Керівництва G3.

Табл. 5 показує, як елементи системи звітності за GRI співвідносяться з основними елементами Звіту про прогрес. Табл. 6 надає інформацію про те, як десять принципів Глобального договору можуть бути інтегровані до нефінансового звіту за GRI. Табл. 7 натомість вказує, як показники GRI співвідносяться із кожним з 10 принципів Глобального договору.

Табл. 5 Співвідношення обов'язкових елементів Звіту про прогрес та Керівництва G3.

Елемент Звіту про прогрес	Елемент звітності за GRI
Заява про незмінну підтримку принципів Глобального договору у зверненні вищого керівництва компанії	Стратегія та аналіз Підтримка Глобального договору та інформація про те, як десять принципів впливають на стратегію компанії, можуть бути відображені у зверненні керівника або вищого керівництва.
Опис практичних заходів (зобов'язань, політик, приписів, систем та заходів), вжитих для втілення принципів Глобального договору впродовж попереднього року	Управління, зобов'язання та взаємодія Опис місії та цінностей, кодексів ділової поведінки, принципів, внутрішніх правил та інших ініціатив компанії, пов'язаних із сталим розвитком, а також розроблені на найвищому управлінському щаблі процеси визначення стратегій, оцінки ризиків та можливостей, можуть використовуватись для демонстрації дотримання принципів Глобального договору
	Відомості про управлінські підходи Огляд підходів компанії у кожній з категорій (наприклад, прав людини) може використовуватись для опису того, як принципи Глобального договору втілюються у життя
	Окремі показники результативності За окремими показниками результативності у доповнення до кількісних даних надаються описи вжитих заходів

<p>Визначення результатів з використанням показників або індикаторів</p>	<p>Показники результативності В описі наводяться результати та досягнення в економічній, екологічній та соціальній діяльності. Результативність за кожним з принципів Глобального договору висвітлюється за допомогою одного або декількох показників</p>
--	---

Табл. 6 Інтеграція Звіту про прогрес у нефінансовий звіт за GRI

Розділ GRI G3	Елемент GRI G3	Елемент Звіту про прогрес
Стратегія та Аналіз	<p>Загальна інформація 1.1 – Заява найвищої за рангом особи організації, яка приймає рішення (напр., генерального директора, директора чи особи такого ж рівня) про значення сталого розвитку для організації та її стратегії</p> <p>Загальна інформація 1.2 – Опис ключових впливів, ризиків та можливостей</p>	<p>Заява про постійну підтримку</p> <p>Окрім заяви про зобов'язання щодо ГД, лист генерального директора може також містити згадку про вплив ГД на стратегію і управління та посилається на основні заходи і досягнення у підтримці принципів ГД</p>
Опис організації	<p>Загальна інформація 2.1 – Назва організації</p> <p>Загальна інформація 2.2 – Основні бренди, продукти і/або послуги</p> <p>Загальна інформація 2.3 – Функціональна структура організації, включаючи головні підрозділи, виробничі компанії, дочірні компанії та спільні підприємства</p> <p>Загальна інформація 2.4 – Місцезнаходження головного офісу компанії</p> <p>Загальна інформація 2.5 – Кількість країн, де організація веде свою діяльність, назви країн, де проходить більшість операцій, або які є особливо важливими з точки зору питань сталого розвитку, описаних у звіті</p> <p>Загальна інформація 2.6 – Форма власності та організаційно-правова форма</p>	<p>Немає визначених вимог</p> <p>Однак, описи розміру, типу та розташування компанії створюють контекст для розуміння заходів та діяльності компанії щодо принципів ГД</p>

Розділ GRI G3	Елемент GRI G3	Елемент Звіту про прогрес
Опис організації	<p>Загальна інформація 2.7 – Ринки діяльності компанії (в т.ч. за географічним розбиттям, галузевим спрямуванням і типами клієнтів/вигодонабувачів)</p> <p>Загальна інформація 2.8 – Масштаб організації</p> <p>Загальна інформація 2.9 – Істотні зміни впродовж звітного періоду, що стосуються розміру, структури та власності</p> <p>Загальна інформація 2.10 – Отримані нагороди за звітний період</p>	<p>Немає визначених вимог</p> <p>Однак, описи розміру, типу та розташування компанії створюють контекст для розуміння заходів та діяльності компанії щодо принципів ГД</p>
Параметри звітності	<p>Загальна інформація 3.1 – Звітний період (напр., фінансовий/календарний рік), до якого відноситься надана інформація</p> <p>Загальна інформація 3.2 – Дата останнього звіту (якщо такий був)</p> <p>Загальна інформація 3.3 – Звітний цикл (щороку, щодва роки тощо)</p> <p>Загальна інформація 3.4 – Контактна особа для запитань щодо звіту чи його змісту</p> <p>Загальна інформація 3.5 – Процес визначення змісту звіту</p> <p>Загальна інформація 3.6 – Межі звіту (напр., країни, підрозділи, філії, орендовані обладнання, спільні підприємства, постачальники)</p> <p>Загальна інформація 3.7 – Визначити будь-які конкретні обмеження щодо обсягу чи меж звіту</p> <p>Загальна інформація 3.8 – Основа звітування щодо спільних підприємств, філій, орендованого обладнання, аутсорсингових операцій та іншого майна, яка може значно впливати на можливість порівняння за періодами і/або за організаціями</p> <p>Загальна інформація 3.9 – Методологія вимірювання даних і розрахунку, в т.ч. припущення та методи, що застосовувались для збору показників та іншої інформації у звіті</p> <p>Загальна інформація 3.10 – Пояснення значення зміни інформації, яка подавалась у попередніх звітах, та причини таких змін</p>	<p>Немає визначених вимог</p> <p>Однак, опис сфери охоплення, інформація про яку надана у звіті, може допомогти читачам зрозуміти, як компанія визначає свою "сферу впливу"</p>

Розділ GRI G3	Елемент GRI G3	Елемент Звіту про прогрес
Параметри звітності	<p>Загальна інформація 3.11 – Істотні зміни порівняно із попередніми звітними періодами у масштабах, межах чи методах вимірювання, які застосовувались у звіті</p> <p>Загальна інформація 3.12 – Таблиця, яка визначає розташування стандартних елементів у звіті</p> <p>Загальна інформація 3.13 – Політика та поточна практика, що використовується для одержання зовнішньої оцінки звіту</p>	<p>Немає визначених вимог</p> <p>Однак, опис сфери охоплення, інформація про яку надана у звіті, може допомогти читачам зрозуміти, як компанія визначає свою "сферу впливу"</p>
Управління, зобов'язання та взаємодія з групами впливу	<p>Загальна інформація 4.1 – Організаційна структура компанії, включаючи основні комітети в складі ради директорів, відповідальні за окремі завдання, як, наприклад, формування стратегії чи нагляд</p> <p>Загальна інформація 4.2 – Зазначити, чи голова вищого органу управління є також і виконавчим директором компанії</p> <p>Загальна інформація 4.3 – Для організацій, які мають унітарну структуру ради директорів, вказати кількість незалежних членів найвищого органу управління і/або не є виконавчими керівниками</p> <p>Загальна інформація 4.4 – Інструменти, за допомогою яких акціонери та працівники можуть надавати рекомендації або спрямовувати діяльність вищого керівництва</p> <p>Загальна інформація 4.5 – Зв'язок між виплатами членам вищого органу управління, топ-менеджерам (в т.ч. вихідні виплати) та результати діяльності організації (в т.ч. у соціальній та екологічній сферах)</p> <p>Загальна інформація 4.6 – Визначені в компанії процеси, які дозволяють членам вищого органу управління уникнути конфлікту інтересів</p> <p>Загальна інформація 4.7 – Процес визначення кваліфікацій та компетенцій членів вищого органу управління, необхідних для визначення напрямків стратегії щодо економічних, екологічних та соціальних питань</p>	<p>Здійснені заходи для впровадження 1–10 принципів</p> <p>Опис систем управління та розподілу відповідальності дають можливість виразити, як компанія організувала донесення принципів ГД (наприклад, чи існує в компанії комітет, відповідальний за нагляд за впровадженням принципів ГД)</p>

Розділ GRI G3	Елемент GRI G3	Елемент Звіту про прогрес
Управління, зобов'язання та взаємодія з групами впливу	Загальна інформація 4.8 – Розроблені всередині організації заяви про місію чи цінності, кодекси поведінки та принципи економічної, екологічної та соціальної діяльності та ступінь їхнього впровадження	Здійснені заходи для впровадження принципів 1–10 Якщо заяви про зобов'язання були результатом чи відображають принципи ГД, їх можна тут зазначити
	Загальна інформація 4.9 – Процедури, які здійснює вищий орган управління для контролю за визначенням та управлінням економічною, екологічною та соціальною діяльністю компанії, включаючи ризики та можливості, та дотримання міжнародних стандартів, кодексів поведінки і принципів	Здійснені заходи для впровадження принципів 1–10 Компанія може використовувати цю інформацію для опису механізмів нагляду зі сторони вищого керівництва щодо постійного вдосконалення та впровадження принципів ГД
	Загальна інформація 4.10 – Процеси, які використовуються вищим органом управління для оцінки власних результатів діяльності, особливо щодо економічної, екологічної і соціальної діяльності	
	Загальна інформація 4.11 – Пояснення, чи попереджувальний підхід застосовується в організації та яким чином	Здійснені заходи для реалізації принципу 7
	Загальна інформація 4.12 – Розроблені зовнішніми сторонами економічні, екологічні та соціальні статuti, принципи чи інші ініціативи, яких дотримується організація Загальна інформація 4.13 – Членство в асоціаціях (наприклад, галузевих) і/або національних/міжнародних захисних організаціях	Здійснені заходи для впровадження принципів 1 – 10 На додачу до згадки про участь в ГД, ця інформація може пояснити, як прийняття та впровадження принципів ГД сприяло взяттю на себе подібних додаткових зобов'язань та участі організації
Економічні	Інформація щодо підходів до управління – економічна складова Надати стислу інформацію щодо таких елементів підходів до управління як цілі та результативність, політика, додаткова інформація про контекст.	Здійснені заходи для впровадження принципів 1,4,6 і 7 Інформація про підхід до управління може використовуватись для опису встановлених систем для вирішення проблем, до яких відносяться принципи ГД, а також будь-яких істотних змін в системах чи структурах управління з метою покращення діяльності та подальшого впровадження принципів ГД

Розділ GRI G3	Елемент GRI G3	Елемент Звіту про прогрес
Економічні	EC1 – Створена і розподілена пряма економічна вартість, включаючи доходи, виробничі витрати, виплати працівникам, пожертвування та інші суспільні інвестиції, нерозподілені доходи та виплати постачальникам капіталу і державам	Немає визначених вимог
	EC2 – Фінансові наслідки та інші ризики і можливості для діяльності організації у зв'язку зі зміною клімату	Здійснені заходи для впровадження принципу 7
	EC3 – Покриття зобов'язань компанії щодо визначеного пенсійного плану	Немає визначених вимог
	EC4 – Значна фінансова допомога, отримана від держави	
	EC5 – Діапазон відношення стандартної заробітної плати початкового рівня і встановленої мінімальної заробітної плати в основних регіонах діяльності організації	Результати впровадження принципу 1
	EC6 – Політика, практики та частка витрат на місцевих постачальників в основних регіонах діяльності	Немає визначених вимог
	EC7 – Процедури найму місцевого населення та частка вищого керівництва, найнятих із місцевого населення, в основних регіонах діяльності	Здійснені заходи для та результати впровадження принципу 6
	EC8 – Розвиток і вплив інвестицій в інфраструктуру та послуг, наданих, передусім, для суспільного блага за допомогою комерційної, натуральної чи благодійної діяльності	Немає визначених вимог
	Екологічні	Інформація щодо підходів до управління – екологічна складова
Надати стислу інформацію щодо таких елементів підходу до управління як цілі та результативність; політика; організаційна відповідальність; навчання і обізнаність; моніторинг та здійснені заходи; додаткова інформація про контекст		Інформація щодо підходу до управління може використовуватись для опису встановлених систем для вирішення екологічних проблем, пов'язаних з принципами ГД, а також будь-яких істотних змін в системах чи структурах управління для покращення діяльності та подальшого впровадження принципів ГД

Розділ GRI G3	Елемент GRI G3	Елемент Звіту про прогрес
Екологічні	EN1 – Використані матеріали з розбиттям за масою чи обсягом	Результати впровадження принципу 8
	EN2 – Відсоток використаних матеріалів, які є переробленими відходами	Результати впровадження принципів 8 і 9
	EN3 – Пряме використання енергії із вказанням первинних джерел	Результати впровадження принципу 8
	EN4 – Непряме використання енергії із вказанням первинних джерел	
	EN5 – Енергія, зекономлена в результаті дій зі зниження енергоспоживання і підвищення енергоефективності	Результати впровадження принципів 8 і 9
	EN6 – Ініціативи для забезпечення енергоефективних продуктів та послуг, вироблених із відновлювальних джерел енергії, а також зменшення потреб в енергії як результат цих ініціатив впродовж звітного періоду	Здійснені заходи для впровадження принципів 8 і 9
	EN7 – Ініціативи для зменшення непрямого використання енергії та досягнуте зменшення	
	EN8 – Водозабір із розбиттям за джерелами	Результати впровадження принципу 8
	EN9 – Джерела води, на які значно впливає водозабір організації	
	EN10 – Частка і загальний обсяг води, яка багаторазово і повторно використовується	Результати впровадження принципів 8 і 9
	EN11 – Місцезнаходження і розмір земельних ділянок власних, орендованих, в розпорядженні чи прилеглих до, захищених чи ділянок із високою природничою цінністю, які знаходяться поза межами захищеної території	Результати впровадження принципу 8
	EN12 – Опис істотних впливів діяльності, продуктів та послуг щодо біорізноманіття на захищених територіях і територіях із високою природничою цінністю поза межами захищеної території	
	EN13 – Захищені або відновлені місця проживання	

Розділ GRI G3	Елемент GRI G3	Елемент Звіту про прогрес
Екологічні	EN14 – Стратегії, поточні дії та майбутні плани управління впливами на біорізноманіття	Здійснені заходи для впровадження принципу 8
	EN15 – Кількість видів, занесених в Червону Книгу і національний список збереження видів, місця проживання яких перебувають на територіях, що є під впливом діяльності організації (з розбиттям за ризиком вимирання)	Результати впровадження принципу 8
	EN16 – Загальні прями і непрямі викиди парникових газів з вказанням маси	
	EN17 – Інші значні непрямі викиди парникових газів з вказанням маси	
	EN18 – Ініціативи для зменшення викидів парникових газів та досягнуте зменшення	Здійснені заходи для та результати впровадження принципів 7, 8 і 9
	EN19 – Викиди озоноруйнівних речовин із вказанням маси	Результати впровадження принципу 8
	EN20 – Викиди в атмосферу NOx, SOx та інших значних забруднюючих речовин із вказанням типу і маси	
	EN21 – Загальний обсяг викидів із вказанням якості стічних вод і об'єкта, який їх приймає	
	EN22 – Загальний обсяг відходів (з розбиттям за типом і способом утилізації)	
	EN23 – Загальна кількість та обсяг значних розливів	
EN24 – Маса перевезених, імпортованих, експортованих чи перероблених відходів, які згідно з додатками I, II, III, and VIII Базельської конвенції вважаються небезпечними, а також відсоток відходів, перевезених із одної країни в іншу		
EN25 – Назва, розмір, статус захисту та цінність біорізноманіття водних об'єктів і пов'язаних з ними місць проживання	Здійснені заходи для провадження принципів 7, 8 і 9	
EN26 – Ініціативи зменшення впливу продуктів та послуг на навколишнє середовище, а також ступінь зменшення впливу		
EN27 – Відсоток проданих товарів та їх пакувальних матеріалів, які повертаються для переробки виробнику (з розбиттям за категоріями)	Результати впровадження принципів 8 і 9	

Розділ GRI G3	Елемент GRI G3	Елемент Звіту про прогрес
Екологічні	EN28 – Грошова вартість великих штрафів та загальна кількість негрошових санкцій за недотримання екологічних законів і нормативних актів	Результати впровадження принципу 8
	EN29 – Істотні впливи на навколишнє середовище перевезення продуктів та інших благ і матеріалів, що використовуються у діяльності організації, а також перевезення робочої сили	
	EN30 – Загальні витрати та інвестиції на охорону навколишнього середовища (з розбиттям за типом)	Здійснені заходи для та результати впровадження принципів 7, 8 і 9
Організація праці і гідна робота	Інформація щодо підходів управління – організація праці і гідна робота Надати стислу інформацію щодо таких елементів підходу до управління як цілі та результативність; політика; організаційна відповідальність; навчання і обізнаність; моніторинг та здійснені заходи; додаткова інформація про контекст	Здійснені заходи для впровадження принципів 1, 3 і 6 Інформація щодо підходу управління може використовуватись для опису встановлених систем для вирішення проблем праці, пов'язаних з принципами ГД, а також будь-яких істотних змін в системах чи структурах управління для покращення діяльності та подальшого впровадження принципів ГД
	LA1 – Загальна чисельність робочої сили (з розбиттям за типом зайнятості, типом трудового договору і регіонами)	Немає визначених вимог
	LA2 – Загальна кількість працівників та плинність кадрів (з розбиттям за віковою групою, статтю і регіонами)	Результати впровадження принципу 6
	LA3 – Виплати і пільги, що надаються співробітникам, які працюють на умовах повної зайнятості, та що не надаються працівникам, які працюють на умовах тимчасової або неповної зайнятості (з розбиттям за основною діяльністю)	Немає визначених вимог
	LA4 – Відсоток працівників, охоплених колективними договорами	Результати впровадження принципів 1 і 3

Розділ GRI G3	Елемент GRI G3	Елемент Звіту про прогрес
	LA5 – Мінімальний (-і) період(и) повідомлення про зміни в діяльності організації, в тому числі чи визначений він (вони) в колективних договорах	Результати впровадження принципу 3
	LA6 – Відсоток загальної робочої сили, представленої в офіційних комітетах з охорони праці та здоров'я працівників, які допомагають відстежувати та надають рекомендації щодо програм охорони праці і здоров'я LA7 – Рівень травматизму, професійних захворювань, коефіцієнт втрачених днів і коефіцієнт відсутності на робочому місці, а також загальна кількість смертельних випадків на робочому місці (з розбиттям за регіонами)	Результати впровадження принципу 1
	LA8 – Існуючі програми освіти, навчання, консультування, попередження і контролю ризику для допомоги співробітникам, членам їхніх сімей та представникам населення щодо важких захворювань LA9 – Питання здоров'я і безпеки праці, охоплення в офіційних договорах із профспілками	Здійснені заходи для провадження принципу 1
	LA10 – Середня кількість годин навчання на одного працівника на рік (з розбиттям за категоріями працівників) LA11 – Програми розвитку навичок та освіти протягом життя, що сприяють можливості працевлаштування працівників та їх підтримці при завершенні кар'єри LA12 – Відсоток працівників, щодо яких періодично здійснюється оцінка результативності та розгляд кар'єрних можливостей	Немає визначених вимог
	LA13 – Склад керівних органів і розбиття працівників за статтю, віком, членством в групах меншин та іншими показниками різноманітності LA14 – Співвідношення базової ставки чоловіків і жінок за категоріями працівників	Результати впровадження принципів 1 і 6
Права людини	Інформація щодо підходів управління – права людини Надати стислу інформацію щодо таких елементів підходу до управління як цілі та результативність; політика; організаційна відповідальність; навчання і обізнаність; моніторинг та здійснені заходи; додаткова інформація про контекст	Здійснені заходи для впровадження принципів 1, 2, 3, 4, 5 і 6 Інформація щодо підходу до управління може

Розділ GRI G3	Елемент GRI G3	Елемент Звіту про прогрес
Права людини		використовуватись для опису встановлених систем для вирішення проблем прав людини, пов'язаних з принципами ГД, а також будь-яких істотних змін в системах чи структурах управління для покращення діяльності та подальшого впровадження принципів ГД
	HR1 – Відсоток і загальна кількість великих інвестиційних угод, що включають положення про дотримання прав людини або тих, що пройшли оцінку з точки зору прав людини	Результати впровадження принципів 1, 2, 3, 4, 5 і 6
	HR2 – Відсоток значних постачальників і підрядників, які пройшли оцінку з точки зору прав людини, та заходи, здійснені за результатами такої оцінки	Здійснені заходи для та результати впровадження принципів 1, 2, 3, 4, 5 і 6
	HR3 – Загальна кількість годин навчання працівників політиці та процедурам щодо аспектів прав людини, які відносяться до діяльності організації, включаючи відсоток навчених працівників	Результати впровадження принципів 1, 2, 3, 4, 5 і 6
	HR4 – Загальна кількість випадків дискримінації та вжиті заходи	Здійснені заходи для та результати впровадження принципів 1, 2 і 6
	HR5 – Визначена діяльність, де під загрозою може бути право на свободу асоціацій і колективних переговорів, та заходи, застосовані для підтримки цих прав	Здійснені заходи для впровадження принципів 1, 2 і 3
	HR6 – Діяльність, в рамках якої є значний ризик випадків використання дитячої праці, і дії, застосовані для викоринення дитячої праці	Здійснені заходи для впровадження принципів 1, 2 і 6
	HR7 – Діяльність, в рамках якої є значний ризик випадків використання примусової або обов'язкової праці, і дії, застосовані для викоринення примусової або обов'язкової праці	Здійснені заходи для впровадження принципів 1, 2 і 4
	HR8 – Відсоток працівників служби безпеки, які пройшли навчання з політики та процедур компанії щодо прав людини, пов'язаних із діяльністю компанії	Результати впровадження принципів 1 і 2
	HR9 – Загальна кількість порушень, що пов'язані із правами корінних і малочисельних народів, і застосовані дії	Здійснені заходи для та впровадження принципів 1 і 2

Розділ GRI G3	Елемент GRI G3	Елемент Звіту про прогрес
Суспільство	<p>Інформація щодо підходів до управління – суспільство</p> <p>Надати стислу інформацію щодо таких елементів підходу до управління як цілі та результативність; політика; організаційна відповідальність; навчання і обізнаність; моніторинг та здійснені заходи; додаткова інформація про контекст.</p>	<p>Здійснені заходи для впровадження принципу 10</p> <p>Інформація щодо підходу до управління може використовуватись для опису встановлених систем для вирішення проблем корупції, пов'язаних з принципами ГД, а також будь-яких істотних змін в системах чи структурах управління для покращення діяльності та подальшого впровадження принципів ГД.</p>
	<p>S01 – Характер, сфера охоплення і результативність програм і практичних підходів, які оцінюють вплив діяльності організації на громади, враховуючи початок діяльності, її здійснення і завершення</p>	Немає визначених вимог
	<p>S02 – Відсоток і загальна кількість бізнес-одиниць, проаналізованих за ризиками, пов'язаними з корупцією</p>	Результати впровадження принципу 10
	<p>S03 – Відсоток працівників, що пройшли навчання щодо антикорупційних політик та процедур організації</p>	Результати впровадження принципу 10
	<p>S04 – Заходи, здійснені щодо випадків корупції</p>	Здійснені заходи для впровадження принципу 10
	<p>S05 – Позиція щодо державної політики та участь у формуванні та лобіюванні державної політики</p>	Здійснені заходи для впровадження принципів 1 – 10
	<p>S06 – Загальна вартість фінансових і натуральних внесків політичним партіям, політикам та пов'язаним з ними організаціям (з розбиттям за країнами)</p>	Результати впровадження принципу 10
	<p>S07 – Загальна кількість юридичних дій, застосованих щодо неконкурентної поведінки, антирастові та монополні дії та їхні наслідки</p> <p>S08 – Грошова вартість значних штрафів та загальна кількість не грошових санкцій за недотримання законів і нормативних актів</p>	Немає визначених вимог

Розділ GRI G3	Елемент GRI G3	Елемент Звіту про прогрес
Відповідальність за продукцію	<p>Інформація щодо підходів до управління – відповідальність за продукцію</p> <p>Надати стислу інформацію щодо таких елементів підходу до управління як цілі та результативність; політика; організаційна відповідальність; навчання і обізнаність; моніторинг та здійснені заходи; додаткова інформація про контекст.</p>	<p>Здійснені заходи для впровадження принципів 1 і 8</p> <p>Інформація щодо підходу до управління може використовуватись для опису встановлених систем для вирішення проблем відповідальності за продукцію, пов'язаних з принципами ГД, а також будь-яких істотних змін в системах чи структурах управління для покращення діяльності та подальшого впровадження принципів ГД</p>
	<p>PR1 – Стадії життєвого циклу продукції та послуг, на яких оцінюється їх вплив на здоров'я і безпеку для виявлення можливостей покращення, і відсоток основних продуктів і послуг, які підлягають таким процедурам</p>	<p>Здійснені заходи для та результати впровадження принципу 1</p>
	<p>PR2 – Загальна кількість випадків недотримання нормативних актів і добровільних кодексів поведінки щодо впливу продукції і послуг на здоров'я і безпеку впродовж їх життєвого циклу (з розбиттям за видом наслідків)</p>	<p>Результати впровадження принципу 1</p>
	<p>PR3 – Типи інформації про продукти і послуги, які вимагаються згідно з процедурами, а також відсоток істотних продуктів і послуг, які є об'єктами таких вимог</p>	<p>Здійснені заходи для та результати впровадження принципу 8</p>
	<p>PR4 – Загальна кількість випадків недотримання нормативних актів і добровільних кодексів поведінки щодо інформації про продукти і послуги та їх маркування (з розбиттям за видом наслідків)</p>	<p>Результати впровадження принципу 8</p>
	<p>PR5 – Практики, пов'язані із задоволенням потреб споживачів, включаючи результати досліджень щодо оцінки задоволення споживачів</p>	<p>Немає визначених вимог</p>
	<p>PR6 – Програми забезпечення дотримання законів, стандартів і добровільних кодів поведінки, пов'язаних із маркетинговими комунікаціями, включаючи рекламу, просування і спонсорство</p>	

Розділ GRI G3	Елемент GRI G3	Елемент Звіту про прогрес
Відпові- дальність за продукцію	PR7 – Загальна кількість випадків недотримання нормативних актів та добровільних кодів поведінки щодо маркетингових комунікацій, включаючи рекламу, просування і спонсорство (з розбиттям за видом наслідків)	Немає визначених вимог
	PR8 – Загальна кількість обґрунтованих скарг на порушення недоторканності приватного життя клієнта та втрати даних про клієнтів	Результати впровадження принципу 1
	PR9 – Грошова вартість істотних штрафів за недотримання законів і нормативних актів щодо надання та використання продуктів і послуг	Немає визначених вимог

Табл. 7. Зведена таблиця принципів Глобального договору та відповідних показників GRI

Тематична сфера	Принципи Глобального договору	Відповідні показники GRI
Права людини	Принцип 1: Ділові кола повинні підтримувати та поважати дотримання прав людини, проголошених міжнародним співтовариством	EC5, LA4, LA6–LA9, LA13, LA14, HR1–HR9, SO5, PR1, PR2, PR8
	Принцип 2: Ділові кола повинні забезпечити власну непричетність до порушень прав людини	HR1–HR9, SO5
Трудові відносини	Принцип 3: Ділові кола повинні підтримувати свободу асоціацій та на практиці визнавати право на заключення колективних угод	LA4, LA5, HR1–HR3, HR5, SO5
	Принцип 4: Ділові кола повинні виступати за викорінення всіх форм примусової праці	HR1–HR3, HR7, SO5
	Принцип 5: Ділові кола повинні сприяти повному зникненню дитячої праці	HR1–HR3, HR6, SO5
	Принцип 6: Ділові кола повинні виступати за ліквідацію дискримінації у сфері зайнятості та працевлаштування	EC7, LA2, LA13, LA14, HR1–HR4, SO5

Тематична сфера	Принципи Глобального договору	Відповідні показники GRI
Навколишнє середовище	Принцип 7: Ділові кола повинні дотримуватись превентивного підходу до вирішення екологічних проблем	EC2, EN18, EN26, EN30, SO5
	Принцип 8: Ділові кола повинні здійснювати ініціативи, спрямовані на підвищення відповідальності за стан навколишнього середовища	EN1–EN30, SO5, PR3, PR4
	Принцип 9: Ділові кола повинні сприяти розвитку та поширенню екологічно безпечних технологій	EN2, EN5–EN7, EN10, EN18, EN26, EN27, EN30, SO5
Протидія корупції	Принцип 10: Ділові кола повинні протидіяти будь-яким формам корупції, включаючи здирицтво і хабарництво	SO2–SO6

ДОДАТОК В. БАЗА НЕФІНАНСОВИХ ЗВІТІВ

Дана публікація базується лише на тих нефінансових звітах, що зазначені у таблиці, поданій нижче. Якщо ви помітили неточності у таблиці, просимо звертатись в офіс Глобального договору ООН в Україні.

Звітами про прогрес визнавалися ті звіти, що опубліковані на веб-сайті Глобального договору.

Період охоплення – це рік/роки, інформація про які надана у звіті. Наприклад, якщо звіт охоплював 2006–2008 роки, то він враховувався у трьох роках: 2006, 2007 і 2008-му (три періоди охоплення). Для того, щоб звіт був зарахований до конкретного року, він повинен охоплювати більшу його частину (не менше ніж 6 місяців). Враховувався той період охоплення Звіту про прогрес, який зазначений на веб-сайті Глобального договору ООН у профілі компанії.

Табл. 8. Нефінансові звіти в Україні 2005– 2010

Назва компанії	Назва звіту	Період охоплення у таблиці звіто-періодів*	Посилання на звіт	Тип звіту	Член Глобального Договору з:
Артеріум	Звіт про корпоративну соціальну відповідальність за 2007 рік	2007	http://www.svb.org.ua/sites/default/files/Arterium_2007_report.pdf	Нефінансовий звіт	-
	Звіт про корпоративну соціальну відповідальність фармацевтичної Корпорації «Артеріум» за 2008 рік	2008	http://www.arterium.ua/about/social_responsibility/report/Report_2008.pdf	Нефінансовий звіт	-
Астарта Київ	Щорічне інформування Глобального договору про досягнуті результати і загальний прогрес у 2008–2009 роках	2008–2009	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/4359/original/ASTARTA_COP_2008-2009.pdf?1265021777	Звіт про прогрес	15/01/2008
Астеліт	Звіт про корпоративну соціальну відповідальність ТОВ «Астеліт» (оператор мобільного зв'язку life:) 2007?2009	2007–2008	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/2142/original/COP.pdf?1262614311	Звіт про прогрес	27/08/2007

Назва компанії	Назва звіту	Період охоплення у таблиці звіто-періодів *	Посилання на звіт	Тип звіту	Член Глобального Договору з:
Астеліт	Соціальний звіт life:	2009	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/4739/original/Global_Compact_Social_Report.pdf?1269516821	Звіт про прогрес	27/08/2007
Бицко	Звіт про прогрес	2008	http://www.unglobalcompact.org/participant/1567-Bytsko-Travel-Company	Звіт про прогрес	08/05/2006
Воля	Разом до нових висот: Звіт з Прогресу групи компаній «Воля»	2007–2008	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/352/original/COP.pdf?1262614185	Звіт про прогрес	19/11/2006
	Вибудовуючи нову стратегію	2009	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/2348/original/COP.pdf?1262614323	Звіт про прогрес	19/11/2006
Галнафтогаз	Глобальний договір ООН. Повідомлення про досягнуті результати та загальний прогрес «Концерну Галнафтогаз»	2008–2009	http://www.galnaftogas.com/php_uploads/data/otherfiles/Communication_on_Progress_UKR.pdf	Звіт про прогрес	03/05/2007
Гештальт	Звіт про прогрес	2007	http://www.unglobalcompact.org/COPs/detail/3739	Звіт про прогрес	22/03/2005
	Звіт про прогрес	2008	http://www.unglobalcompact.org/COPs/detail/1974	Звіт про прогрес	

Назва компанії	Назва звіту	Період охоплення у таблиці звітів-періодів *	Посилання на звіт	Тип звіту	Член Глобального Договору з:
ДТЕК	Енергія лідера: соціальний вимір 2007	2007	http://www.svb.org.ua/sites/default/files/Social_Report_2007_Ukr.pdf	Нефінансовий звіт, GRI, C+, верифікований Звіт про прогрес	24/05/2007
Едіпрес Україна	Щорічне інформування «Глобального договору» про досягнуті результати і загальний прогрес	2007-2008	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/3158/original/COP.pdf?1262614879	Звіт про прогрес	30/07/2007
Експерт Україна	Нефінансовий звіт 2009: Повідомлення про прогрес Глобальному договору ООН	2009	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/4633/original/ProgressReport_2009_Expert_Ukraine.pps?1268225759	Звіт про прогрес	15/01/2008
Еріксон	Звіт про прогрес	2008	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/3589/original/COP.pdf?1262614909	Звіт про прогрес	14/12/2006
Ернст енд Янг Україна	Звіт про соціальну відповідальність компанії 2009	2009	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/4563/original/Corporate_Social_Responsibility_2009.pdf?1267104698	Звіт про прогрес	08/02/2008
Інститут транспорту Нафти	Щорічне інформування «Глобального договору» про досягнуті результати і загальний прогрес 2007 рік	2007	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/1658/original/COP.pdf?1262614279	Звіт про прогрес	11/08/2006
	Щорічне інформування «Глобального договору» про досягнуті результати і загальний прогрес 2008 рік	2008	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/2693/original/COP.pdf?1262614346	Звіт про прогрес	

Назва компанії	Назва звіту	Період охоплення у таблиці звіто-періодів *	Посилання на звіт	Тип звіту	Член Глобального Договору з:
Інтерпайп	Щорічний звіт для Глобального договору ООН про досягнення та спільний прогрес	2007	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/318/original/COP.pdf?1262614182	Звіт про прогрес	02/06/2006
Київстар	Корпоративна соціальна відповідальність 2007	2007	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/511/original/COP.pdf?1262614196	Звіт про прогрес	09/05/2006
	Звіт про корпоративну соціальну відповідальність компанії «Київстар». 2008 рік	2008	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/1626/original/COP.pdf?1262614276	Звіт про прогрес	
Київський завод вуглекислоти	Щорічне інформування Глобального договору про досягнуті результати і загальний прогрес	2008	http://www.unglobalcompact.org/participant/5695-JSC-Kyivskyi-Zavod-Vuglekysloty	Звіт про прогрес	20/11/2006
Кока-Кола Бевериджес Україна	Звіт про прогрес 2007	2007	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/3974/original/COP.pdf?1262614937	Звіт про прогрес	15/09/2006
	Звіт про прогрес 2008	2008	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/3268/original/COP.pdf?1262614887	Звіт про прогрес	
Лео Бурнет Україна	Щорічне інформування «Глобального договору» про досягнуті результати і загальний прогрес	2009	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/4078/original/COP.pdf?1262614945	Звіт про прогрес	09/05/2006
Майкрософт Україна	Ініціативи соціальної відповідальності компанії «Майкрософт Україна» за 2007 р.	2007	http://www.svb.org.ua/site/s/default/files/Microsoft_Ukraine_Report_2007_0.pdf	Нефінансовий звіт	-

Назва компанії	Назва звіту	Період охоплення у таблиці звіто-періодів *	Посилання на звіт	Тип звіту	Член Глобального Договору з:
Майкрософт Україна	Ініціативи соціальної відповідальності компанії «Майкрософт Україна» за 2008–2009 рр.	2008–2009	http://www.svb.org.ua/sites/default/files/Microsoft_Citizenship_2008-09.pdf	Нефінансовий звіт	–
Метінвест	Соціальний звіт 08	2008	http://www.metinvestholding.com/common/repository/MIH_Site/Downloads/Annual_Reports/Metinvest_CSR_Report-2008.zip	Нефінансовий звіт, GRI, С	23/02/2010
Міжнародна Маркетингова Група	Звіт про корпоративну соціальну відповідальність	2009	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/4877/original/IMG_CSR_final.zip?1271429597	Звіт про прогрес*	07/05/2008
Мрія	Холдинговая компания «Мрія-Інвест» – член Глобального договору ООН	2009	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/4773/original/__.pdf?1269957021	Звіт про прогрес	08/05/2008
МТС Україна	МТС Україна – член Глобального договору ООН	2008	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/902/original/COP.pdf?1262614229	Звіт про прогрес	17/01/2007
Надра Банк	Звіт зі корпоративної соціальної відповідальності НАДРА БАНКУ за 2007 рік: Відповідальний бізнес – сталий розвиток суспільства	2007	http://www.svb.org.ua/sites/default/files/soc_report_nadra.pdf	Нефінансовий звіт, GRI, В. Звіт про прогрес	08/05/2006
	Звіт зі сталого розвитку НАДРА БАНКУ 2008	2008	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/1756/original/COP.pdf?1262614286	Нефінансовий звіт, GRI, В. Звіт про прогрес	
НІКО	Нефінансове звітування: «Звіт з прогресу»	2008	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/3746/original/COP.pdf?1262614918	Звіт про прогрес	15/09/2006

Назва компанії	Назва звіту	Період охоплення у таблиці звіто-періодів *	Посилання на звіт	Тип звіту	Член Глобального Договору з:
Оболонь	Соціальний звіт компанії «Оболонь»: Сталий розвиток у 2007–2008 рр.	2007–2008	http://www.svb.org.ua/sites/default/files/SocialReport_Obolon.pdf	Нефінансовий звіт, GRI, В Звіт про прогрес	19/09/2007
Омітекс	ПОВІДОМЛЕННЯ ПРО ДОСЯГНУТИЙ ПРОГРЕС Зобов'язання та цінності, підтримка НВП «ОМіТех» головних принципів Глобального договору	2009	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/4317/original/COP.pdf?1262614963	Звіт про прогрес	02/06/2006
Пласке	Щорічне інформування «Глобального договору ООН» про досягнуті результати і загальний прогрес	2008–2009	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/2289/original/COP.pdf?1262614320	Звіт про прогрес	11/01/2008
Полтава–Взаємопоміч	2010 Звіт про Прогрес	2009	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/4762/original/COP.doc?1269890312	Звіт про прогрес	07/04/2008
Про100 Страховання	Глобальний договір та ПРОСТО Страховання: розвиток соціальної відповідальності бізнесу	2007	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/4135/original/COP.pdf?1262614949	Звіт про прогрес	21/02/2006
	Глобальний договір та ПРОСТО Страховання: розвиток суспільної відповідальності бізнесу	2008	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/1737/original/COP.pdf?1262614284	Звіт про прогрес	
Сіменс Україна	Звіт з прогресу 2007	2007	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/2230/original/COP.pdf?1262614316	Звіт про прогрес	08/05/2006
	Сіменс Україна: звіт з прогресу 2008	2008	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/3734/original/COP.pdf?1262614918	Звіт про прогрес	

Назва компанії	Назва звіту	Період охоплення у таблиці звіто-періодів*	Посилання на звіт	Тип звіту	Член Глобального Договору з:
СКМ	Соціальна Відповідальність компанії СКМ 2005 рік	2005	http://www.svb.org.ua/sites/default/files/SocialResponsibilityReport-1-Ukr.pdf	Нефінансовий звіт	11/08/2006
	Звіт про прогрес у запровадженні принципів Глобального договору в 2006 році	2006	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/1726/original/COP.pdf?1262614283	Звіт про прогрес	
	Звіт про сталий розвиток Групи СКМ – 2007 рік	2007	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/257/original/COP.pdf?1262614177	Нефінансовий звіт, GRI, C+, верифікований Звіт про прогрес	
	Звіт про сталий розвиток 2008–2009	2008–2009	http://www.scm.com.ua/doccatalog/document?id=132757	Нефінансовий звіт, GRI, C	
Тетра Пак Україна	Звіт з природоохоронної та соціальної політики компанії Тетра Пак Україна за 2008 – 2009 роки	2008–2009	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/4914/original/TetraPak_zvit_s.pdf?1272009177	Звіт про прогрес	09/05/2006
Укрсоцбанк	Бачення перспектив: Звіт про виконання принципів Глобального договору ООН 2007–2009	2008–2009	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/1907/original/COP.pdf?1262614295	Звіт про прогрес	19/11/2006
Фокстрот	Нефінансова звітність «Звіт з прогресу – 2008»	2008	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/2401/original/COP.pdf?1262614328	Звіт про прогрес	14/12/2006
	Звіт з прогресу Групи компаній «ФОКСТРОТ» 2009 рік	2009	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/4404/original/zvit_UN_.pdf?1265280324	Звіт про прогрес	

Назва компанії	Назва звіту	Період охоплення у таблиці звіто-періодів*	Посилання на звіт	Тип звіту	Член Глобального Договору з:
BAT Україна	Соціальний звіт 2006-2007	2006-2007	http://www.bat.ua/oneneweb/sites/BAT_6N4ED2.nsf/vwPagesWebLive/DO7Q2H7Y/\$FILE/medMD7Q2HLF.pdf?openelement	Нефінансовий звіт*, верифікований	-
TNK-VP Commerce	Нефінансовий звіт Глобальному договору Організації Об'єднаних Націй	2007	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/3673/original/COP.pdf?1262614914	Звіт про прогрес	08/05/2006
	Нефінансовий звіт за 2008 рік: Повідомлення про прогрес Глобальному договору ООН	2008	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/2761/original/COP.pdf?1262614350	Звіт про прогрес	
XXI Століття	Звіт про корпоративну соціальну відповідальність 2007 р.	2007	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/3597/original/COP.pdf?1262614909	Звіт про прогрес	15/09/2006
	Звіт про корпоративну соціальну відповідальність за 2008 рік	2008	http://www.unglobalcompact.org/system/attachments/4228/original/COP.pdf?1262614958	Звіт про прогрес	

* – компанії BAT Україна та Міжнародна Маркетингова Група подали таблицю відповідності показникам GRI і весь опис, що вимагається при оформленні цієї таблиці. При цьому компаніями не була здійснена самооцінка своєї нефінансової звітності, що не дозволяє нам віднести їх до списку звітів за стандартами GRI.

ДОДАТОК С. ПОКАЗНИКИ GRI, ЩО НАЙЧАСТІШЕ ЗАСТОСОВУЮТЬ В УКРАЇНСЬКИХ ЗВІТАХ

В табл. наведені найпоширеніші показники GRI, за якими прозвітувались три і більше компаній. В аналізі враховувались ті показники, які визначені на

відповідних сторінках звітів компаній:

- СКМ – с. 46–47 Звіту за 2007 рік, с. 72–73 Звіту за 2008–2009 роки;
- ДТЕК – с. 83–84 Звіту за 2007 рік;
- «Метінвест» – с. 56–57 Звіту за 2008 рік
- «Оболонь» – с. 58–67 Звіту за 2007–2008 років
- «Надра Банк» – с. 66–72 Звіту за 2007 рік, с. 58–62 Звіту за 2008 рік

Табл. 9 Застосування показників GRI в українських звітах

Група показників	Позначення показника	Значення показника	Компанії, які звітувались
Економічні – 5 із 9	EC 1	Створена і розподілена пряма економічна вартість	СКМ, ДТЕК, «Метінвест», «Надра Банк», «Оболонь»
	EC 3	Виконання зобов'язань організації щодо пенсійного плану зі встановленими пільгами	ДТЕК, «Оболонь», «Надра Банк»
	EC 5	Діапазон відношення стандартної заробітної плати початкового рівня і встановленої заробітної плати в істотних регіонах діяльності організації	СКМ, ДТЕК, «Метінвест», «Оболонь»
	EC 7	Процедури найму місцевого населення і частка вищого керівництва, найнятих із місцевого населення, в істотних регіонах діяльності організації	ДТЕК, «Оболонь», «Надра Банк»
	EC 8	Розвиток і вплив інвестицій в інфраструктуру і послуг, наданих, передусім, для суспільного блага за допомогою комерційної, натуральної чи благодійної діяльності	СКМ, ДТЕК, «Метінвест», «Надра Банк», «Оболонь»
Екологічні – 7 із 30	EN 3	Пряме використання енергії із вказанням первинних джерел	СКМ, «Метінвест», «Оболонь»
	EN 5	Енергія, зекономлена в результаті дій зі зниження енергоспоживання і підвищення енергоефективності	СКМ, «Метінвест», «Оболонь»
	EN 8	Усього водозабір з розбивкою за джерелами	СКМ, ДТЕК, «Метінвест», «Оболонь»
	EN 10	Частка і загальний обсяг води, яка багаторазово і повторно використовується	СКМ, «Метінвест», «Оболонь»

Група показників	Позначення показника	Значення показника	Компанії, які звітувались
	EN 16	Повні прями і опосередковані викиди парникових газів із вказанням маси	СКМ, ДТЕК, «Оболонь»
	EN 20	Викиди в атмосферу NOx, SOx та інших значних забруднюючих речовин із вказанням типу і маси	СКМ, ДТЕК, «Оболонь»
	EN 21	Загальний обсяг викидів із вказанням якості стічних вод і об'єкта, який їх приймає	СКМ, ДТЕК, Метінвест, Оболонь»
	EN 30	Загальні витрати та інвестиції в охорону навколишнього середовища із розбиттям за типом	СКМ, ДТЕК, «Метінвест», «Оболонь»
Результативності підходів до організації праці і гідної роботи – 9 із 14	LA 1	Загальна кількість робочої сили із розбиттям за типом зайнятості, договору про найм і регіонами	СКМ, ДТЕК, «Метінвест», «Надра Банк», «Оболонь»
	LA 3	Виплати і пільги, що надаються співробітникам, які працюють на умовах повної зайнятості та які не надаються працівникам, що працюють на умовах тимчасової або неповної зайнятості, із розбиттям за основною діяльністю	СКМ, «Метінвест», «Оболонь»
	LA 4	Частка співробітників, охоплених колективними договорами	СКМ, «Метінвест», «Оболонь», «Надра Банк»
	LA 5	Мінімальний(-і) період(-и) повідомлення щодо значних змін в діяльності організації, а також чи визначений він (вони) в колективному договорі	СКМ, «Надра Банк», «Оболонь»
	LA 7	Рівень виробничого травматизму, рівень професійних захворювань, коефіцієнт втрачених днів і коефіцієнт відсутності на робочому місці, а також загальна кількість смертельних випадків, пов'язаних із роботою, із розбиттям за регіонами	СКМ, «Метінвест», «Надра Банк», «Оболонь»
	LA 8	Існуючі програми освіти, навчання, консультування, попередження і контролю ризику для допомоги співробітникам, членам їхніх сімей та представникам населення щодо важких захворювань	СКМ, «Метінвест», «Надра Банк», «Оболонь»

Група показників	Позначення показника	Значення показника	Компанії, які звітувались
	LA 10	Середня кількість годин навчання на одного працівника на рік, із розбиттям за категоріями працівників	СКМ, «Метінвест», «Надра Банк», «Оболонь»
	LA 11	Програми розвитку навичок та освіти протягом життя, призначені для підтримки працездатності працівників, а також для надання їм підтримки при завершенні кар'єри	СКМ, «Метінвест», «Надра Банк», «Оболонь»
	LA 13	Склад керівних органів і розбивка за категоріями працівників за статтю, віком, членством в групах меншин та інших показників різноманітності	СКМ, «Надра Банк», «Оболонь»
Результативності в сфері прав людини – 5 із 9	HR 1	Відсоток і загальна кількість істотних інвестиційних угод, що включають положення про дотримання прав людини або тих, що пройшли оцінку з огляду на права людини	ДТЕК, «Надра Банк», «Оболонь»
	HR 4	Загальна кількість випадків дискримінації і застосовані дії	«Метінвест», «Оболонь», «Надра Банк»
	HR 6	Діяльність, в рамках якої є значний ризик випадків використання дитячої праці, і дії, застосовані для викоринення дитячої праці	СКМ, ДТЕК, «Метінвест», «Оболонь»
	HR 7	Діяльність, в рамках якої є значний ризик випадків використання примусової або обов'язкової праці, і дії, застосовані для викоринення примусової або обов'язкової праці	СКМ, ДТЕК, «Метінвест», «Надра Банк», «Оболонь»
	HR 9	Загальна кількість порушень, що пов'язані із правами корінних і мало чисельних народів, і застосовані дії	ДТЕК, «Надра Банк», «Оболонь»
Результативності взаємодії з суспільством – 1 із 8	SO 1	Характер, сфера охоплення і результативність будь-яких програм і практичних підходів, які оцінюють вплив діяльності організації на спільноти і осіб, які керують цим впливом, враховуючи початок діяльності, її здійснення і завершення	СКМ, ДТЕК, «Метінвест», «Надра Банк», «Оболонь»
Результативності в сфері відповідальності за продукцію – 1 із 9	PR 1	Стадії життєвого циклу, на яких вплив на здоров'я і безпеку продукції та послуг оцінюються для виявлення можливостей покращення, і частка істотних продуктів і послуг, які підлягають таким процедурам	СКМ, «Оболонь», «Надра Банк»

ДОДАТОК D. ГЛОСАРІЙ

Верифікація (*verification*): сертифікація зовнішнім аудитором повноти та достовірності документації, звітів або декларацій організації.

GRI (*Global Reporting Initiative – Глобальна ініціатива зі звітування*) – мережева організація, яка першою розробила найпоширеніші в світі рамкові умови щодо звітування зі сталого розвитку та турбується про його постійний розвиток і застосування у всьому світі. <http://www.globalreporting.org/AboutGRI/WhatsGRI/>

Глобальний договір ООН (*UN Global Compact*) – міжнародна добровільна ініціатива, що об'єднує компанії, агенції ООН, а також трудові та громадські організації, які інтегрують універсальні принципи у сфері прав людини, трудових відносин, екології та протидії корупції у свою щоденну діяльність.

Групи впливу (*заінтересовані сторони, stakeholders*): особи, громади або організації, які зазнають впливу з боку підприємства або впливають на його діяльність. Зацікавлені сторони можуть бути внутрішніми (наприклад, працівники) або зовнішніми (наприклад, клієнти, постачальники, акціонери, фінансисти, місцева громада).

Звіт про прогрес реалізації принципів Глобального договору ООН (*Звіт про прогрес, UN Global Compact Communication on Progress*) – звіт про дотримання принципів Глобального договору ООН, який подає організація-підписант Глобального договору.

Істотність (*materiality*) – ознака інформації, що міститься у нефінансовому звіті та характеризує її як таку, що стосується тих питань та показників, які у значний спосіб визначають економічний, екологічний та соціальний вплив компанії.

Межі звітності (*reporting boundaries, reporting scope*) – опис діяльності, якої стосується та якої не стосується надана у звіті інформація. Межі звіту можуть бути географічними, галузевими та процесними.

Нефінансова звітність / соціальна звітність / звітність зі сталого розвитку (*non-financial report, social report, report on sustainable development*): це документально оформлена сукупність даних комерційної організації, що відображає середовище існування компанії, принципи та методи співпраці з групами впливу, результати діяльності компанії в економічній, соціальній та екологічній сфері життя суспільства. За визначенням Глобальної ініціативи зі звітності (GRI – Global Reporting Initiative) термін «звітність зі сталого розвитку» означає звітність, яка охоплює одночасно економічні, екологічні та соціальні аспекти діяльності організації.

Соціальна відповідальність бізнесу (*CSB, corporate social responsibility*) – це концепція, згідно з якою компанії добровільно інтегрують соціальні та екологічні аспекти у свою комерційну діяльність та взаємодію зі своїми зацікавленими сторонами.

Стандарт (*standard*): загально визнаний набір процедур, практик і специфікацій.

ДОДАТОК Е. ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА

Carrots and sticks – Promoting transparency and sustainability: An update on trends in Voluntary and Mandatory Approaches to Sustainability Reporting by UNEP, GRI, KPMG and the University of Stellenbosch Business School <http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/20F03459-4104-4B6D-AC3C-3C100F307EA2/4198/Carrrots2010final.pdf>

Clear Advantage: Building Shareholder Value by Global Environmental Management Initiative <http://www.gemi.org/resources/GEMI%20Clear%20Advantage.pdf>

CRRA CRReportingAwards'10 Global Winners and Reporting Trends, 2010, <http://www.corporateregister.com/pdf/CRRA10.pdf>

G3 Sustainability Reporting Guidelines by Global Reporting Initiative http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/2619F3AD-0166-4C7C-8FB2-D8BB3C5F801F/O/G3_GuidelinesENU.zip

How to Read a Corporate Social Responsibility Report: A user's guide by Institute for Responsible Investment and Boston College Center for Corporate Citizenship <http://www.bcccc.net/index.cfm?fuseaction=document.showDocumentByID&DocumentID=1353>

Leading the Way in Communication on Progress: Inspiration and perspectives from United Nations

Global Compact participants by the Global Compact http://www.globalcompact.org.ua/img/publications/leading_the_way.pdf

KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2008 by KPMG <http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/International-corporate-responsibility-survey-2008.pdf>

Managing for sustainability published by the Economist Intelligence Unit http://graphics.eiu.com/upload/eb/Enel_Managing_for_sustainability_WEB.pdf

Non-financial reporting by Ernst&Young [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Non-financial_reporting/\\$FILE/Climate%20change_Non%20financial%20reporting.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Non-financial_reporting/$FILE/Climate%20change_Non%20financial%20reporting.pdf)

Small, Smart and Sustainable: Experiences of SME Reporting in Global Supply Chains by GRI <http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/02AF6322-C207-4F79-85B2-ECO17826B60F/O/SSSReport.pdf>

Survey of Reporting on Corporate Social Responsibility (CSR) by the Largest Listed Companies in 11 Central and Eastern European (CEE) Countries. Seventh Comparison with Peers in BRIC and Ukraine by the Partners for Financial Stability (PFS) Program <http://www.pfsprogram.org/file.php?id=PFS+Program+-+Survey+of+Reporting+on+CSR+in+CEE%2C+BRIC+and+Ukraine+-+September+2009.pdf>

Sustainability Management and Reporting: Benefits for Financial Institutions in Developing and Emerging Economies by UNEP Finance Initiative
http://www.unepfi.org/fileadmin/documents/smr_benefits_dec2006_O1.pdf

Sustainability Reporting in Emerging Markets: An analysis of the sustainability reporting in selected sectors of seven emerging market countries by Social Investment Research Analyst Network (SIRAN) and KLD Research & Analytics
http://www.siran.org/pdfs/SIRAN-KLD_Report_for_EM_Transparency_2007.pdf

Sustainable Value: Corporate Responsibility, Market Valuation and Measuring the Financial and Non-Financial Performance of the Firm – EABIS Research Project <http://www.investorvalue.org/home.htm>

The Business Case for Corporate Responsibility by Arthur D. Little and Business in the Community
<http://www.bitc.org.uk/document.rm?id=5253>

The UN Global Compact Operational Guide for Medium-Scale Enterprises by the UN Global Compact http://www.unglobalcompact.org/docs/news_events/8.1/Operational_guide_ME.pdf

The Value of Social Reporting: Lessons learned from a series of case studies documenting the evolution of social reporting at seven companies by Institute for Responsible Investment and Boston College Center for Corporate Citizenship <http://www.bccccc.net/index.cfm?fuseaction=document.showDocumentByID&DocumentID=1305>

The 21st Century Corporation: The CERES Roadmap for sustainability <http://www.ceres.org/roadmap>

Tomorrow's Value: The Global Reporters 2006 Survey of Corporate Sustainability Reporting by SustainAbility, Standard & Poor's and UNEP
http://www.sustainability.com/aboutsustainability/article_previous.asp?id=865

Trends in non-financial reporting published by Global Public Policy Institute <http://www.gppi.net/fileadmin/gppi/nonfinancialreporting01.pdf>

Valuing Business Sustainability: A Systematic Review by Research Network for Business Sustainability
http://www.nbs.net/Docs/RNBS_Valuation_2008.pdf

Устанавливая связь «Руководство по отчетности в области устойчивого развития» Глобальной Инициативы по отчетности и сообщения о достигнутом прогрессе Глобального договора ООН
http://www.unglobalcompact.org/languages/russian/key_documents.html

КОРИСНІ ПОСИЛАННЯ

AccountAbility, <http://www.accountability21.net/>

Business in Society Gateway Resources ,
<http://www.businessinsociety.eu/resources>

CorporateRegister.com: <http://www.corporateregister.com>

European Commission – Sustainable and Responsible Business, <http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sustainable-business/>

Eurosif (the European Sustainable Investment Forum), <http://www.eurosif.org/>

GRI – Global Reporting Initiative, <http://www.global-reporting.org/>

SustainAbility, <http://www.sustainability.com>

UN Global Compact,
<http://www.unglobalcompact.org/>

Valuing non-financial performance: A European framework for company and investor dialogue,
<http://www.investorvalue.org/>

Спільнота Соціально Відповідальний Бізнес,
<http://www.svb.org.ua>



Змінимо майбутнє на краще

Для успішного ведення бізнесу недостатньо досягати лише високих фінансових результатів. Активна позиція компанії в питаннях соціальної відповідальності працює на посилення довіри з боку акціонерів, інвесторів та інших зацікавлених сторін.

Наші фахівці пропонують послуги зі стратегічного консультування в питанні корпоративної соціальної відповідальності, сприяння в підготовці та незалежне підтвердження нефінансових звітів.

ey.com/ua



Global Compact Network Ukraine

ГЛОБАЛЬНИЙ ДОГОВІР ООН

«Ми бажаємо, щоб бізнес надав практичного значення цінностям та принципам, які об'єднують різні культури та людей в усьому світі»

Пан Гі Мун, Генеральний секретар Організації Об'єднаних Націй

Ініціатива Глобального договору (ГД) була започаткована Генеральним секретарем ООН Кофі Аннаном (1997–2007) під час Світового економічного форуму в Давосі у 1999 році. Він запросив світових лідерів бізнесу приєднатися до ініціативи Глобального договору, яка б об'єднала компанії з агентствами ООН, трудовими організаціями та громадянським суспільством навколо десяти універсальних принципів у сфері прав людини, трудових відносин, охорони навколишнього середовища та протидії корупції. Протягом останніх років Глобальний договір з експериментальної ініціативи перетворився на рух, що об'єднує понад 8000 компаній та інших організацій з більш ніж 130 країн. На сьогодні у світі існує близько 80 локальних мереж ГД у різних країнах. Українська мережа Глобального договору розпочала свою діяльність у 2006 році. Нині вона об'єднує понад 150 членів.

Принципи Глобального договору ООН:

Принцип 1: Ділові кола повинні підтримувати та поважати дотримання прав людини, проголошених міжнародним співтовариством.

Принцип 2: Ділові кола повинні забезпечити власну непричетність до порушень прав людини.

Принцип 3: Ділові кола повинні підтримувати свободу асоціацій та на практиці визнавати право на укладання колективних угод.

Принцип 4: Ділові кола повинні виступати за викорінення всіх форм примусової праці.

Принцип 5: Ділові кола повинні сприяти повному зникненню дитячої праці.

Принцип 6: Ділові кола повинні виступати за ліквідацію дискримінації у сфері зайнятості та працевлаштування.

Принцип 7: Ділові кола повинні дотримуватись превентивного підходу до екологічних проблем.

Принцип 8: Ділові кола повинні здійснювати ініціативи, спрямовані на підвищення відповідальності за стан довкілля.

Принцип 9: Ділові кола повинні сприяти розвитку та поширенню екологічно безпечних технологій.

Принцип 10: Ділові кола повинні протидіяти будь-яким формам корупції, включаючи здринцтво і хабарництво.

АЛЬЯНС ГЛОБАЛЬНОГО ДОГОВОРУ



ДТЕК

Coca-Cola

СКМ

PRIMI INTER PARES

ПЕРШІ СЕРЕД РІВНИХ

У 2010 році діяльність мережі Глобального договору в Україні підтримується Альянсом Глобального договору

Представництво ООН в Україні / Ініціатива Глобального договору в Україні

Кловський узвіз, 1, Київ, 01021

Тел. +380 (44) 253 93 63, Факс: + 380 (44) 253 26 07

<http://www.un.org.ua/>, <http://www.globalcompact.org.ua/>