

МОНІТОРИНГ ТА
ОЦІНЮВАННЯ
ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ
ОРГАНІЗАЦІЙ У РІЗНИХ
КРАЇНАХ

Виконала:
Бершадська Т.О.
Група:
ФДМ-501

В СТАНДАРТІ ISO 26000 ПЕРЕРАХОВАНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНФОРМАЦІЇ, ЯКА ПОВИННА БУТИ НАДАНА ЩОДО СВ. ІНФОРМАЦІЯ З КСВ МАЄ БУТИ:

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

ПОПИТ НА КСВ-ЗВІТНІСТЬ В СВІТІ



МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ СОЦІАЛЬНОЇ ЗВІТНОСТІ

<i>№ з/п</i>	<i>Назва стандарту</i>	<i>Характеристика</i>
1	The Global Reporting Initiative (GRI)1996	Формулює універсальний підхід до звітності, щодо сталого розвитку підприємства. В ньому наведені індикатори, які відображають соціальну та екологічну політику підприємства. Широко використовується корпораціями, асоціаціями бізнесу, ООН та іншими міжнародними і недержавними організаціями, а також університетами
2	Стандарти Саншайн з надання корпоративних звітів для заінтересованих сторін (1996)	Прийняті в США асоціацією, яка поєднує природоохоронні, релігійні організації та організації з захисту прав споживачів. Наводяться керівні принципи відносно того, яку інформацію корпорації повинні регулярно надавати в щорічному «корпоративному звіті для зацікавлених сторін»: інформація, що надається клієнтам (про продукцію та послуги); інформація призначена для співробітників(гарантії зайнятості, безпеки то охорони здоров'я, рівні можливості при наймі), інформація для місцевої спільноти (структура власності, фінансові показники, вплив на зовнішнє середовище, сума податкових виплат, кількість створених робочих місць, інвестиції та благодійна діяльність); інформація для широкої спільноти (торгівля з ворожими країнами, державні замовлення, штрафи, які стягуються з підприємства)
3	Міжнародний стандарт із соціальної відповідальності компанії SA 8000 (1997)	Забезпечує підтвердження «етичного не експлуатаційного походження» товарів та послуг. Зобов'язує підприємства дотримуватися вимог національного трудового законодавства, а також Конвенції МОП, загальної декларації прав людини. Конвенції ООН про права дітей
4	Accounting Ability (AA1000)(1999)	Призначений для вимірювання результатів діяльності підприємства з етичних позицій, підвищення прозорості та якості діяльності підприємства шляхом залучення із нею агентів. Описує процедуру та набір критеріїв, за допомогою яких може бути проведений соціальний та етичний аудит їх діяльності
5	United National Global Compact (2000)	Зведення 9-ти принципів корпоративної практики та соціальної політики корпорацій, розроблених ООН
6	ISO 26000«Соціальна відповідальність" (2010р.)	Міжнародний стандарт, в якому викладені методологічні принципи. Не призначений для сертифікації
7	Міжнародний Стандарт Інтегрованої (2013 р.)	В даний час Міжнародна рада з інтегрованою звітності (МСМО) опублікував Міжнародний Стандарт Інтегрованої звітності версія 1,0.

ВИГОДИ, ЯКІ ОТРИМУЄ КОМПАНІЯ ВІД НАДАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ЗВІТНОСТІ:

- компанії в очах суспільства, що стимулює попит на товари набагато суттєвіше, ніж традиційні звичайні рекламні кампанії;
- отримання «зустрічних» пропозицій від громадських організацій та благодійних фондів, які дозволяють компанії відібрати ті ідеї та програми, які принесуть максимальний сукупний результат – як для суспільства, так і для самої компанії.

ЕТАПИ ПІДГОТУВАННЯ ТА РОЗПОВСЮДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОГО СОЦІАЛЬНОГО ЗВІТУ:

- ⦿ визначення підрозділу (чи створення зведеної робочої групи) та формування процедур з підготовки та розповсюдження корпоративного соціального звіту;
- ⦿ підготовки та розповсюдження корпоративного соціального звіту;
- ⦿ визначення ключових аспектів, проблематики та напрямків, інформація про які входить до соціального звіту, а також визначення показників та джерел інформації, що характеризують ці напрямки;
- ⦿ визначення зовнішніх та внутрішніх зацікавлених груп, які прийматимуть участь у складанні та оцінці результатів звіту;
- ⦿ збирання та аналіз необхідної інформації (включаючи консультації із зацікавленими групами);
- ⦿ підготування тексту звіту та забезпечення (по можливості) незалежної оцінки процесу його складання;
- ⦿ розповсюдження звіту та збирання коментарів від цільових аудиторій;
- ⦿ аналіз усього процесу з точки зору ефективності соціальної стратегії компанії; практичної реалізації цілей соціальних програм; відгуків цільових аудиторій; вдосконалення соціальних програм.

Соціальні звіти компаній розміщуються через:

- Корпоративні веб-сайти;
- публікуються у вигляді окремих брошур та екземплярів для вільного користування;
- розповсюджуються через офіси компаній всім зацікавленим у діяльності компанії сторонам (органам державного управління;
- об'єднанням споживачів та індивідуальним споживачам;
- бізнес-партнерам;
- громадським організаціям);
- презентуються на публічних ділових заходах (конференціях, круглих столах, ділових сніданках).

ГЛОБАЛЬНА ІНІЦІАТИВА ЗІ ЗВІТНОСТІ

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

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

ГЛОБАЛЬНА ІНІЦІАТИВА ЗІ ЗВІТНОСТІ

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

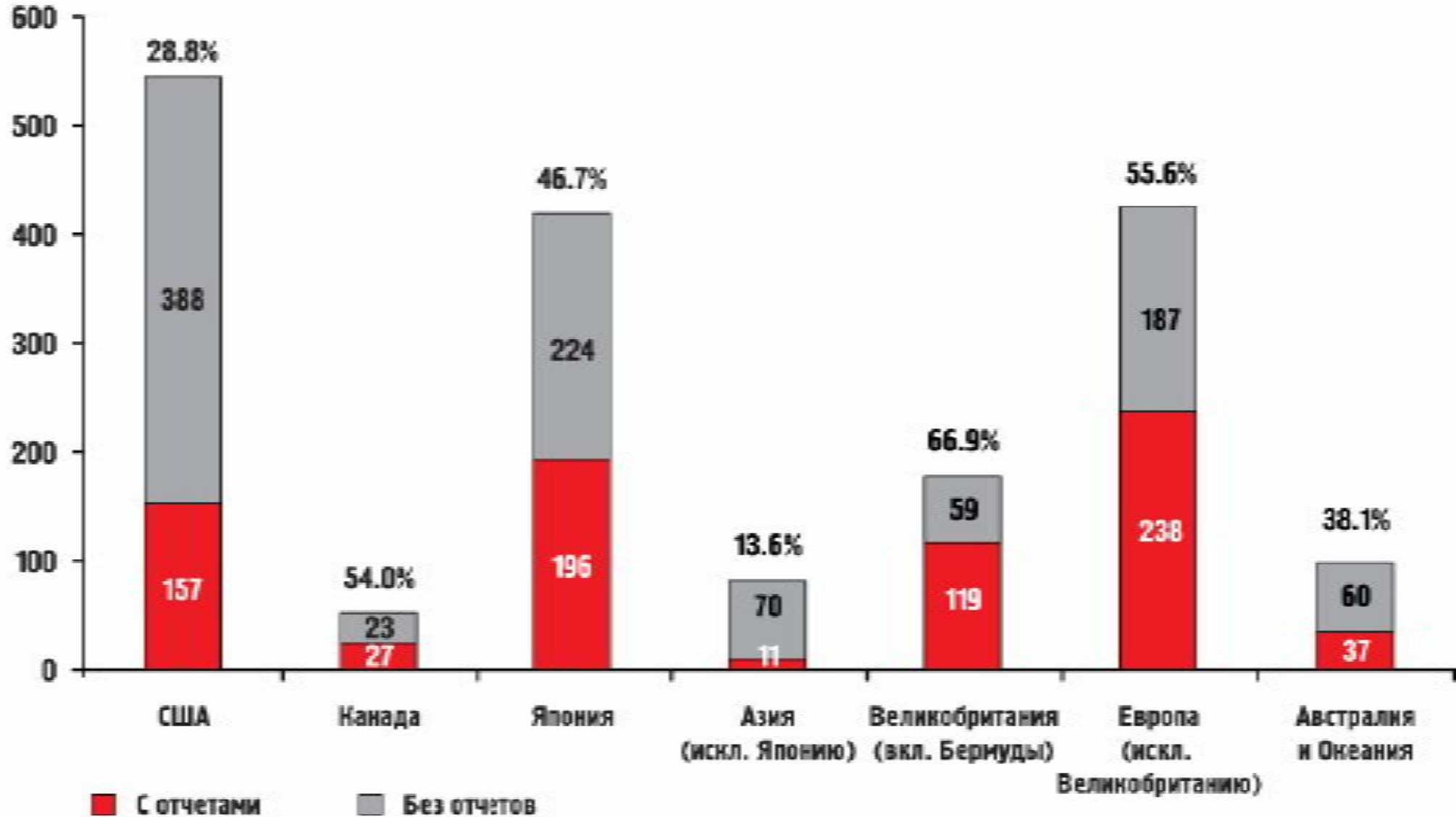
Звіти можуть використовуватися, для наступних цілей:

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

КІЛЬКІСТЬ КОМПАНІЙ, ЩО ВИПУСКАЮТЬ ЗВІТИ З КСВ ЗА КРАЇНАМИ

*Компании, входящие в DJ STOXX Global 1 800 index

количество компаний

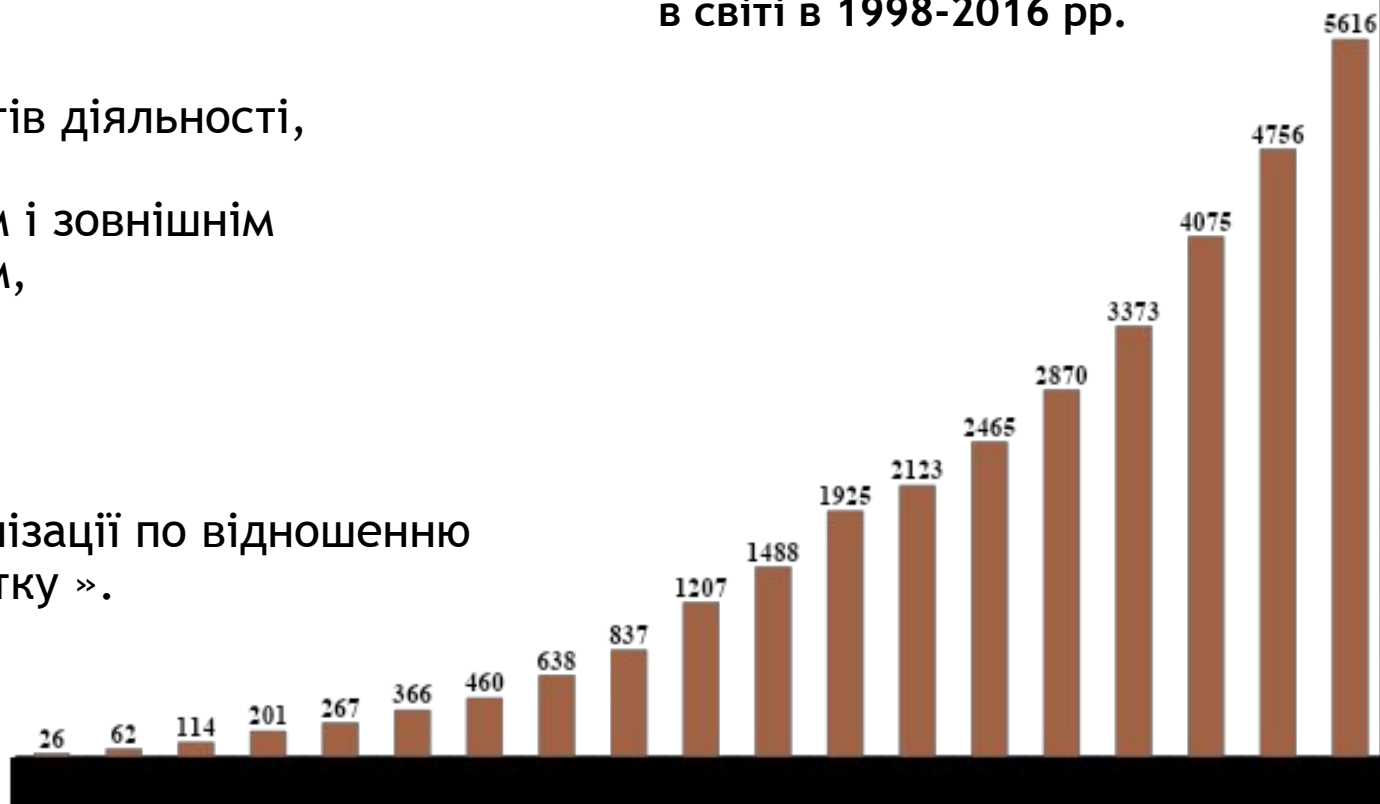


Развитие практики отчетности в области устойчивого развития

«Звітність в галузі сталого розвитку - це практика:

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

Ріст кількості звітів з КСВ
в світі в 1998-2016 рр.

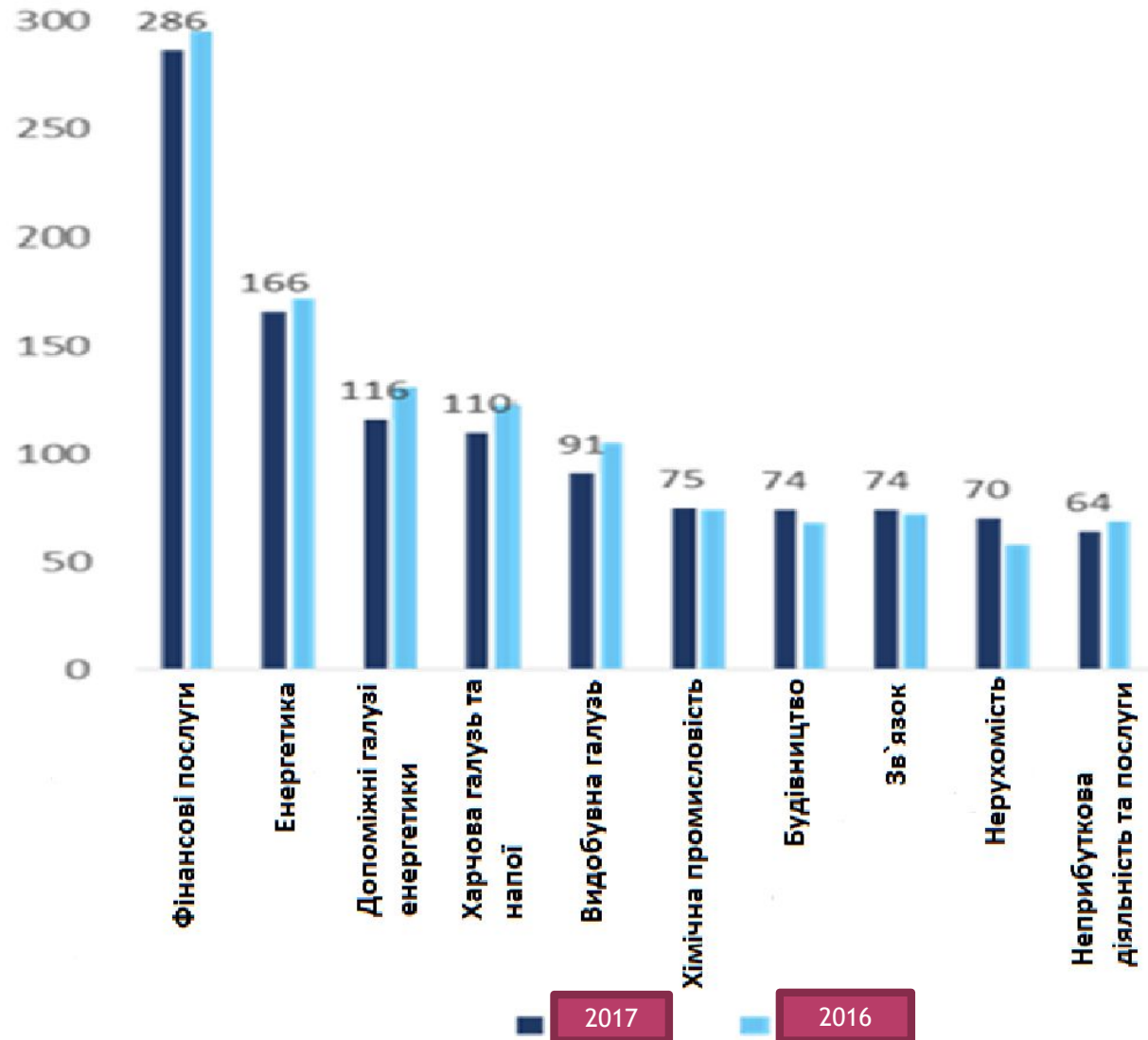


Синоніми та близькі поняття: нефінансова звітність, звітність в області корпоративної відповідальності, соціальна звітність, звітність по триєдиному підсумку і т.і.

РОЗВИТОК НЕФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ



GRI ЗВІТНІСТЬ ЗА СЕКТОРАМИ



РІВНІ ЗАСТОСУВАННЯ GRI

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

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

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

Звітуюча організація може використати одну або обидві нижченаведені можливості:

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

РІВНІ ЗАСТОСУВАННЯ GRI

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

Стандарти по підтвердженню нефінансової звітності

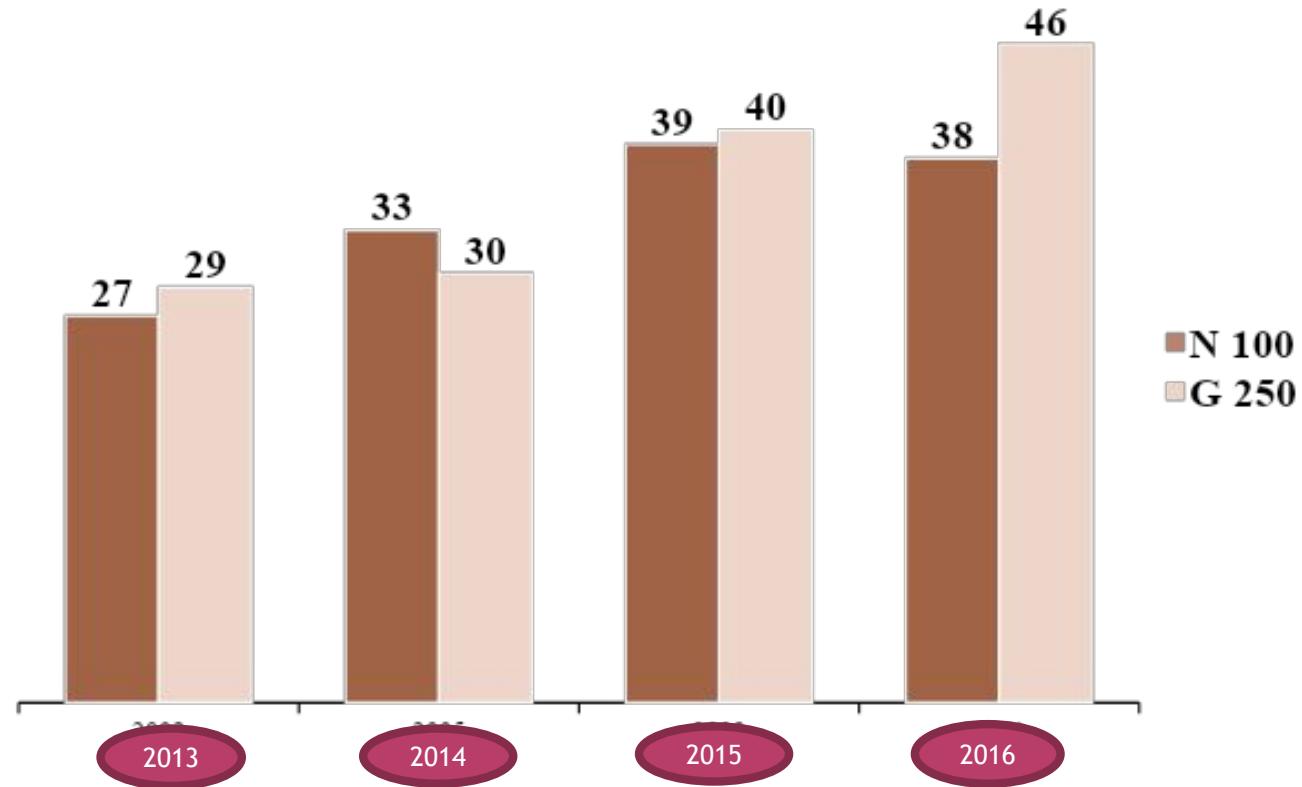
Існують два основних міжнародних стандарту перевірки нефінансової звітності. Базовим є міжнародний стандарт з проведення аудиторських перевірок ISAE 3000. Він найбільш часто застосовується аудиторами в якості основи для перевірки нефінансових звітів. Цей стандарт був розроблений Радою з міжнародних стандартів аудиту та підтвердження достовірності інформації, чий стандарти переважно застосовуються для проведення аудиту фінансової інформації. Стандарт ISAE 3000 був прийнятий в 2004 році.

Другий стандарт перевірки, AA1000AS, був розроблений британським інститутом AccountAbility, його остання версія вийшла в 2008 році. У деяких країнах також можуть застосовуватися національні стандарти, наприклад стандарт AT101, прийнятий Американським інститутом дипломованих громадських бухгалтерів, і Розділ 5025 керівництва, опублікованого Канадським товариством привілейованих бухгалтерів.

Керівництво GRI - найбільш поширений в світі де-факто стандарт формування нефінансової звітності, містить в т.ч. вимоги до завіренню.

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

СТАТИСТИКА ПО ВИКОРИСТАННЮ «ЗАВІРЕННЯ» ПРИ ПІДГОТОВЦІ НФЗ В СВІТІ, %



N 100 - 100 найбільших по виручці компаній в 34 країнах, врахованих у дослідженні
G 250 - 250 найбільших компаній з рейтингу Global Fortune 500 за підсумками 2010 року

Джерело: KPMG International Corporate Responsibility Reporting Survey, 2016

За даними CorporateRegister.com, в 2015 р інтегровані звіти випустили вже 5% компаній, що публікують нефінансову звітність (більшість з Бразилії і ПАР). За даними GRI, в 2015 р було зареєстровано 185 інтегрованих звітів, в 2016 р їх кількість збільшилася на третину – до 238 звітів. У Росії, за даними KPMG, тільки 2% річних звітів в 2015 р. були заявлені як інтегровані. В Україні станом на 2018 рік, лише 15 компаній склали нефінансові звіти

Оцінка КСВ на рівні підприємства

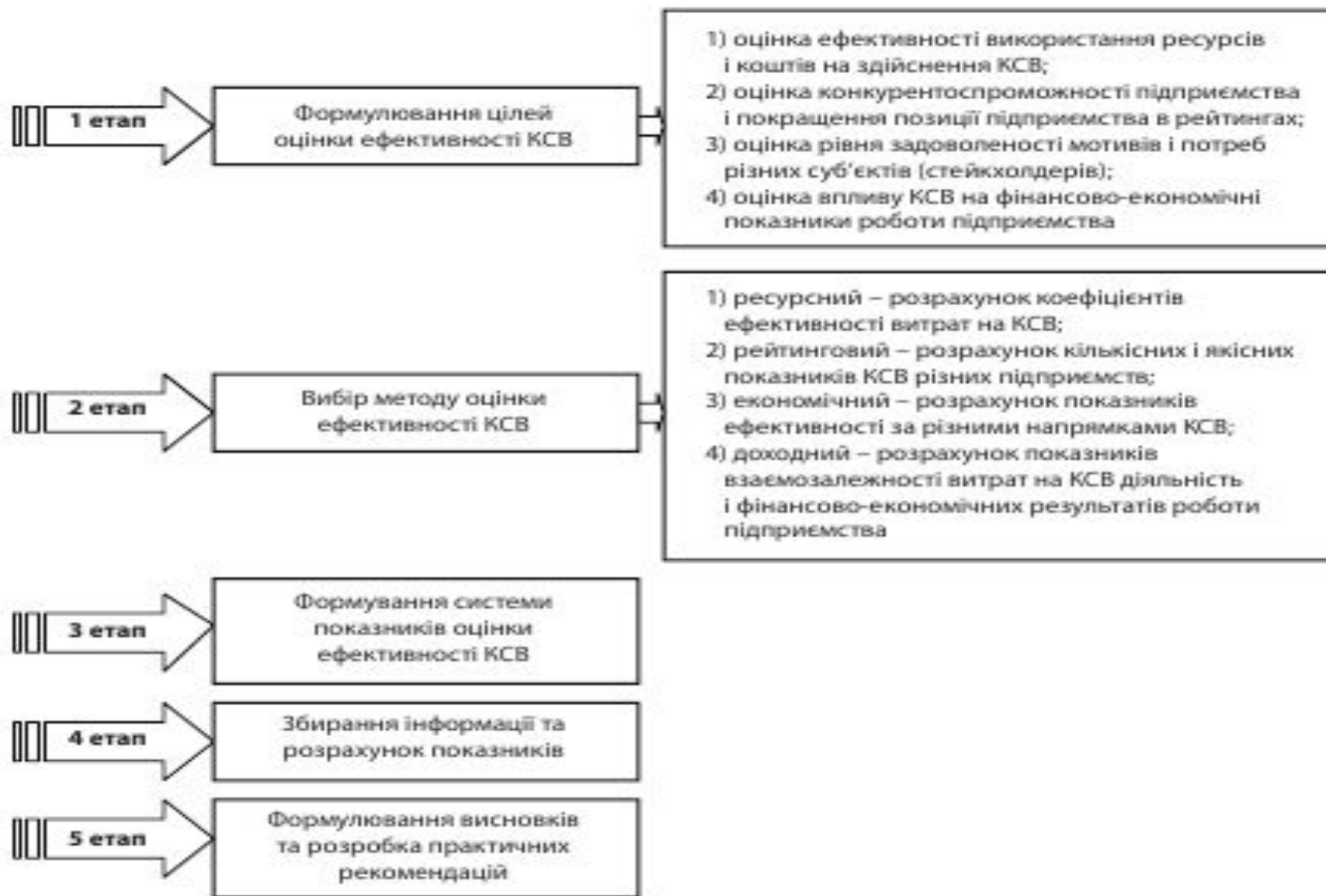


Рис. 1. Методичний підхід до проведення оцінки ефективності соціально відповідальної діяльності підприємства

Ще одним показником вказаної моделі є індикатор соціальних видатків відношення обсягу соціальних видатків, зроблених підприємством протягом звітного періоду, до обсягу чистого прибутку, отриманого в цьому ж періоді:

$$ICVi = \frac{SEi}{NEi},$$

де $ICVi$ - індикатор соціальних видатків підприємства.

ПОКАЗНИКИ ВНУТРІШНЬОЇ КСВ

Внутрішня КСВ:

1. Безпека праці;
2. Стабільність заробітної плати;
3. Підтримка соціально значущої заробітної плати;
4. Додаткове медичне і соціальне страхування співробітників;
5. Розвиток людських ресурсів через програми підготовки і підвищення кваліфікації персоналу;
6. Надання допомоги працівникам в критичних ситуаціях;
7. Турбота про соціальну захищеність працівників;
8. Професійний розвиток та навчання працівників;
9. Гігієна праці;
10. Мотиваційні схеми оплати;
11. Створення умов відпочинку та дозвілля;
12. Підтримка внутрішніх комунікацій;
13. участь працівників в прийнятті управлінських рішень.

ПОКАЗНИКИ ВНУТРІШНЬОЇ КСВ

Цікава методика розрахунку внутрішнього індексу соціальної відповідальності компанії методами експертної оцінки та модифікованої матриці SPACE-аналізу запропонована російськими авторами Лепіхіною Т.П. та Моховою Є.Г.

Для розрахунку індексу соціальних інвестицій працівникам підприємств було запропоновано оцінити соціальну політику, реалізовану менеджментом цих підприємств за наступними критеріями:

- ✓ винагорода і мотивація,
- ✓ професійна підготовка і розвиток персоналу,
- ✓ охорона праці,
- ✓ реалізовані соціальні програми,
- ✓ додаткові стимули для персоналу,
- ✓ задоволеність морально-психологічним кліматом.

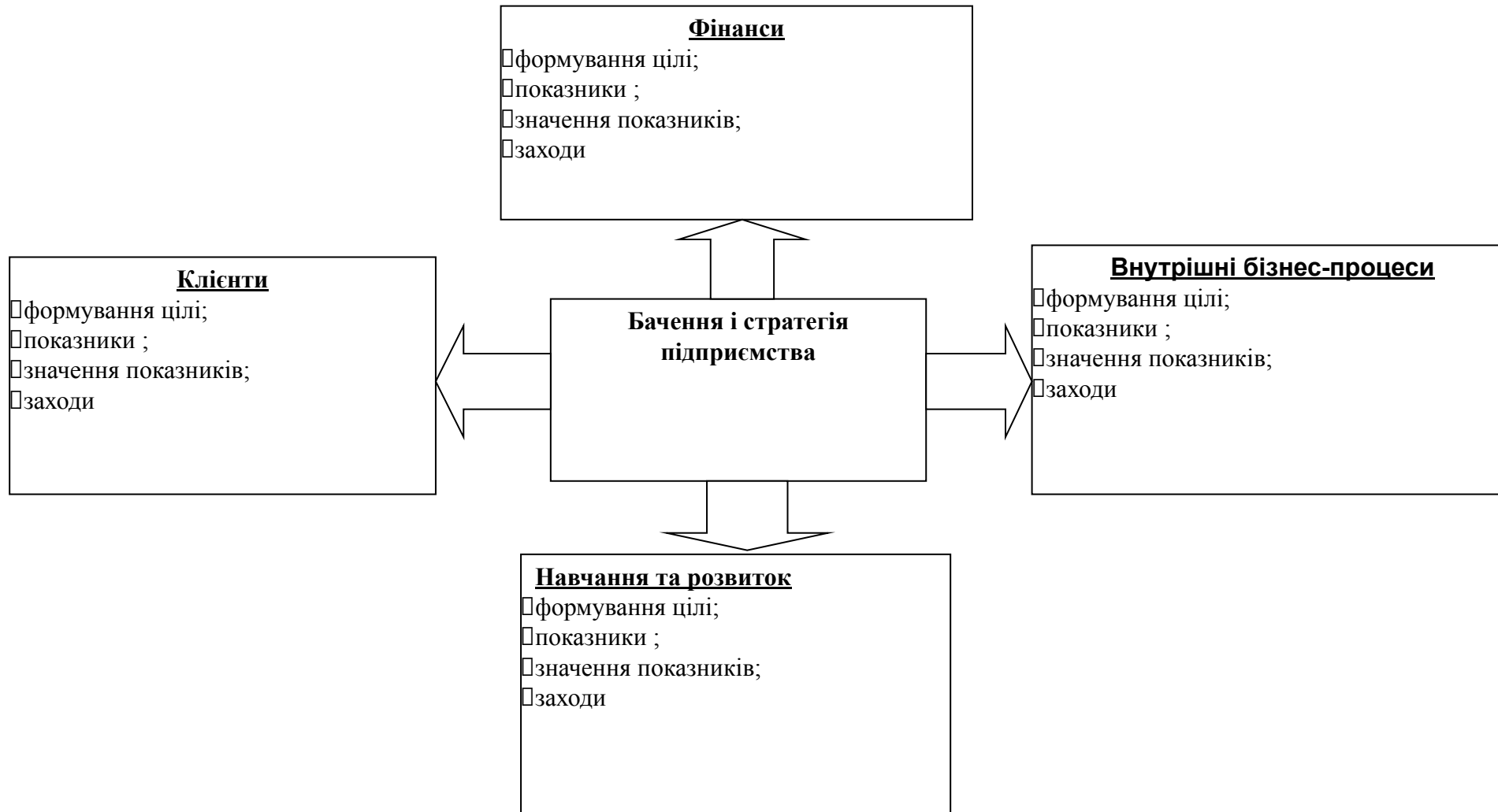
У кожній групі критеріїв сформовано перелік кількісних або якісних показників: від розміру заробітної плати до розвитку волонтерства та медичного обслуговування, які оцінювалися за шкалою від 0 до 100.

SPACE

За принципом матриці SPACE показники були розподілені в 4 групи: фактори, що забезпечують стабільність (додаткові стимули для персоналу, психологічний клімат); фактори, що створюють безпечні умови праці (охорона праці); фактори, що забезпечують конкурентні переваги підприємства для працівників (підготовка та перепідготовка кадрів, соціальні програми); фактори, що забезпечують фінансову привабливість (винагорода і мотивація).

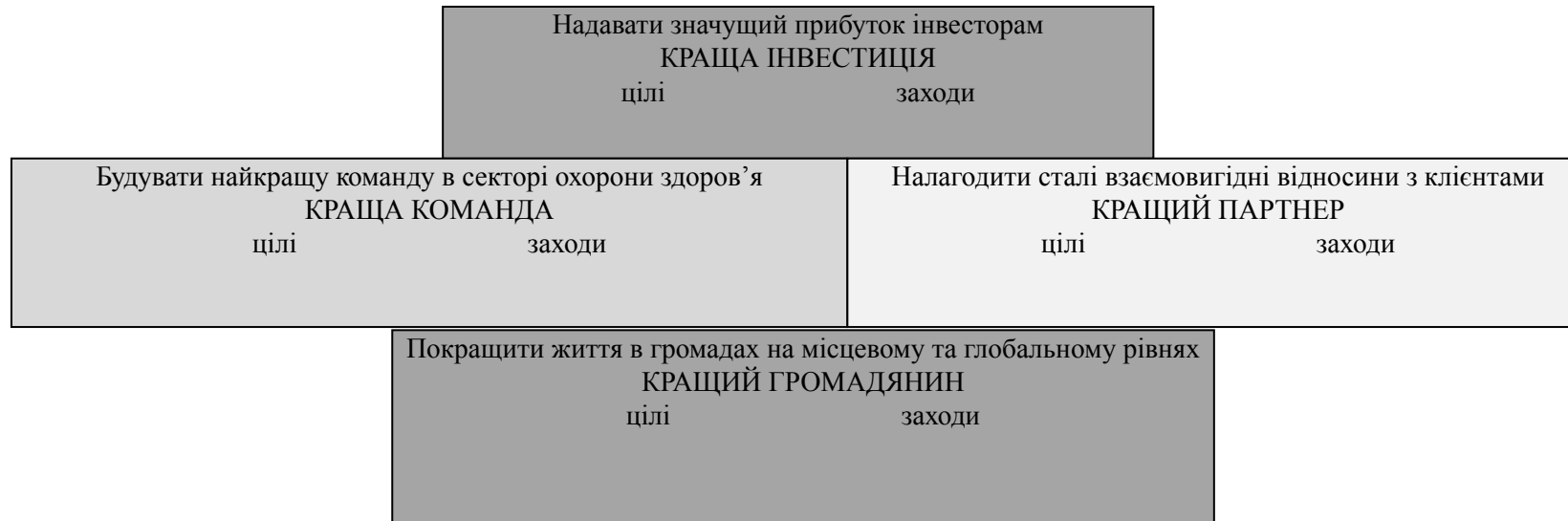
Результати досліджень формувалися в бальній оцінці з урахуванням абсолютної помилки, відносної похибки, надійності та коефіцієнта Стюдента. Потім досліджуваним підприємствам було надано рекомендації щодо заходів по покращенню рівня соціальної відповідальності і підвищенню ефективності соціальної політики. Це доволі трудомістка методика, але досить ефективна для галузевого застосування

ПРИНЦИПОВА СХЕМА ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ



ЗБАЛАНСОВАНА СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ BAKTER INTERNATIONAL

Компанія Baxter International вирішила включити в збалансований набір показників свої власні бізнес-цінності: бути кращою за інвестиціями, партнерством та командою



Зовнішня оцінка соціально відповідальних заходів підприємств

МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ РЕЙТИНГУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОРПОРАЦІЇ У СФЕРІ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН НА ОСНОВІ КІЛЬКІСНОЇ ОЦІНКИ КСВ.

Рейтинг соціальної відповідальності корпорації визначається послідовно

- 1) через розрахунок часткових соціально-трудова показників (їх 24), згрупованих за шістьма предметними областями:
 - ✓ загальні показники (індекс соціальної відповідальності, індекс перспективного розвитку, співвідношення соціальних інвестицій та прибутку тощо);
 - ✓ показники зайнятості (частка звільнених протягом досліджуваного періоду з ініціативи роботодавця в загальній чисельності працівників, коефіцієнт плинності кадрів тощо);
 - ✓ оплати праці (співвідношення середнього розміру заробітної плати працівників корпорації з середнім по галузі, частка витрат на оплату праці в собівартості продукції тощо);
 - ✓ охорони праці (коефіцієнт виробничого травматизму, витрати на покращення умов праці в розрахунку на одного працівника корпорації тощо);
 - ✓ навчання та охорони здоров'я працівників (витрати корпорації на охорону здоров'я працівників в розрахунку на одного працівника, частка працівників, що проходять щорічний медичний огляд коштом корпорації в загальній чисельності працівників тощо)
- 2) складання рейтингу за предметними областями (6) і визначення інтегрованого рейтингового показника КСВ.

ЗАГАЛЬНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ КСВ

Загальні методи оцінки КСВ та їх короткі характеристики

Методи оцінки КСВ	Критерії оцінки	Недоліки
Індекс Domini Social Investment (DSI 400)	<ul style="list-style-type: none">- соціальні, екологічні й управлінські показники найбільших по капіталізації підприємств, що не відносяться до «заборонених галузей»;- оцінка на основі рейтингу KLD за 9 факторами, що характеризуються за принципом «сильних та слабих сторін»	<ul style="list-style-type: none">- не розглядаються характер взаємозв'язків і форми взаємодії підприємства з усіма стейкхолдерами;- неможливо оцінити всі підприємства
Індекс стійкості Доу Джонса (Dow Jones Sustainability Index)	<ul style="list-style-type: none">- економічна основа для розвитку підприємства;- соціальна активність;- екологічна діяльність	<ul style="list-style-type: none">- не береться в розрахунок характер взаємозв'язків і форм взаємодії підприємства з усіма стейкхолдерами;- неможливо оцінити всі підприємства
Індекс FTSE4Good	<ul style="list-style-type: none">- фінансові, соціальні й екологічні показники підприємства, що не відносяться до «заборонених галузей»	<ul style="list-style-type: none">- не враховуються характер взаємозв'язків і форми взаємодії підприємства з усіма стейкхолдерами;- неможливо оцінити всі компанії
Соціальний індекс (Social Index – SI) Данського міністерства соціальної політики	<ul style="list-style-type: none">- внутрішні і зовнішні соціальні програми	<ul style="list-style-type: none">- не розглядаються економічні і екологічні результати діяльності підприємства, взаємини з органами влади
Індекс корпоративної доброчесності (Corporate Philanthropy Index)	<ul style="list-style-type: none">- добродійність;- взаємини з основними партнерами	<ul style="list-style-type: none">- не враховуються економічні й екологічні результати діяльності підприємства, взаємовідносини з державою
Стандарт SA 8000	<ul style="list-style-type: none">- соціальні аспекти системи управління компанії	<ul style="list-style-type: none">- не враховуються економічні й екологічні результати діяльності, а також зовнішня соціальна активність підприємства

ЗАГАЛЬНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ КСВ

Метод потрійного підсумку (Triple Bottom Line)	<ul style="list-style-type: none">- економічні показники;- екологічні показники;- соціальні результати діяльності	<ul style="list-style-type: none">- не враховуються характер і форми взаємодії підприємства з усіма стейкхолдерами, а також ефективність цієї взаємодії;
Метод збалансованої карти оцінки (Balanced Scorecard)	<ul style="list-style-type: none">- фінансові показники,- відносини з клієнтами,- внутрішні бізнес-процеси,- інновації і навчання;	<ul style="list-style-type: none">- не розглядаються характер взаємин і форми взаємодії з державою і місцевим співтовариством, а також екологічні результати діяльності підприємства
Метод Лондонської групи порівняльного аналізу (London Benchmarking Group)	<ul style="list-style-type: none">- соціальна залученість підприємства	<ul style="list-style-type: none">- не враховуються фінансові й екологічні показники, взаємини і взаємодії підприємства з усіма стейкхолдерами
Європейська модель якості (European Foundation for Quality Management Model for Business Excellence)	<ul style="list-style-type: none">- якість продукції;- відповідальність перед споживачами	<ul style="list-style-type: none">- не враховуються фінансові і соціальні результати діяльності підприємства, взаємини з державою і місцевим співтовариством

МЕТОДИ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ ФІРМИ

<i>№ з/п</i>	<i>Методи оцінки</i>	<i>Характеристика</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
1	Витратний	вартість визначатиметься як сума витрат на формування ділових зв'язків, створення ділової репутації, на рекламу, розвиток та підтримання такої репутації фірми, її рейтингу тощо, за цінами сьогодення
2	Ринковий	вартість ділової репутації та ділових зв'язків фірми визначатиметься на основі інформації про ціну відчуження ділової репутації та ділових зв'язків ряду інших конкуруючих суб'єктів господарювання, разом з тим для об'єктивної оцінки за даним методом необхідним є активно функціонуючий ринок купівлі-продажу ділової репутації та ділових зв'язків
3	Економічний	ділова репутація та ділові зв'язки фірми за останні кілька років оцінюватимуться з врахуванням «ринкової стійкості» (стабільності) даного суб'єкта господарювання

