Эволюция и Филантропия
Evolution & Philanthropy

**Тематическая подборка материалов
из выпусков «Дайджеста публикаций
международного филантропического сообщества»**

№ 1, август 2016 г.

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ: ОПЫТ, ИДЕИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

***Подписаться на рассылку и найти все выпуски
и тематические подборки статей из архивов Дайджеста
можно на сайте http://ep-digest.ru/***

© Составление, оформление.
Некоммерческая организация "Эволюшн энд Филантропи" (Великобритания), Филиал в Российской Федерации, 2016

Содержание

1) Идеи устойчивого развития и социальные цели бизнеса: основные тренды.....4
В мире становится все больше компаний, которые ставят перед собой социальные цели. Эксперты всемирной ассоциации Sustainable Brands считают, что движение ответственных корпораций будет набирать обороты, и акцентируют внимание на ключевых тенденциях, свидетельствующих в пользу данного прогноза.

2) Отчетность корпораций в области устойчивого развития выходит на новый уровень.....4
В 2017 году «отчетность о вкладе в устойчивое развитие общества» (SR - sustainability reporting) станет обязательной для всех крупных компаний Европейского союза. Чтобы оценить трудности переходного периода и перспективы широкого внедрения и развития SR, специалисты глобального онлайн-ресурса 2degrees провели опрос, который помог составить представление о сложившейся практике и настроениях делового сообщества.

3) «КПД» рейтингов, оценивающих компании по вкладу в устойчивое развитие общества..5
Сегодня по всему миру работают около 80 организаций, которые оценивают деятельность более 50 000 компаний по экологическим, социальным и управленческим показателям (ЭСУ). Рейтинги, возникающие по итогам анализа этих сведений, улавливают то, что не могут зафиксировать финансовые отчеты – это подлинное отношение компаний к природе и обществу, представляющее огромный интерес для инвесторов, потребителей и общественных кругов.

4) Опыт получения и применения актуальных данных в сфере международного развития.6
Утверждение Целей устойчивого развития на период после 2015 года (Post-2015 Sustainable Development Goals) повысило спрос на достоверные данные, необходимые игрокам глобального уровня для успешной реализации социально-экономических программ. Чтобы усилить полезную отдачу от «доказательной информации» (evidence), фонд MasterCard Foundation разработал серию рекомендаций, позволяющих привести исследовательскую и оценочную практику в соответствие с этическими нормами и потребностями заинтересованных субъектов.

5) Драйверы устойчивого развития: межсекторное партнерство и эффективные Советы директоров.....7
Проблемы устойчивого развития имеют комплексный характер, и чтобы справиться с их решением, многие корпорации создают альянсы с государством, некоммерческим сектором, и даже со своими конкурентами. Данное наблюдение озвучено в отчете о результатах исследования, проведенного по инициативе Обозрения управленческой практики Бизнес-школы Слоуна (MIT Sloan Management Review; штат Массачусетс, США), консалтинговой организации The Boston Consulting Group и Глобального договора ООН (The UN Global Compact).

6) Создание общей ценности ускорит выполнение Целей устойчивого развития.....8
Всемирный экономический форум – 2015 (The 2015 World Economic Forum), прошедший в швейцарском Давосе, показал, что концепция «создания общей ценности» (CSV – creating shared value) стремительно расширяет ряды своих сторонников. Делегаты отметили, что мировое сообщество выполнило всего лишь три из восьми Целей развития тысячелетия (Millennium Development Goal), принятых странами-членами ООН в 2001 году, и в ожидании новых Целей устойчивого развития (Sustainable Development Goals) обсудили перспективы использования стратегий CSV для решения сложнейших проблем XXI века.

7) Корпоративное содействие развитию общества: итальянский опыт.....9
В июле 2015 года телекоммуникационная компания TIM (Telecom Italia) преобразовала свою модель участия в устойчивом развитии общества в более совершенную корпоративную практику, которая опирается на подход, известный как «создание общей ценности» (CSV – creating shared value). Смысл происходящих изменений заключается в органичном сочетании экономических, финансовых и социальных целей организации в рамках основного бизнеса.

8) Устойчивое развитие необходимо обществу, но как измерить его «КПД»– пока не ясно...9
Эксперты международной сети PRI (The Principles for Responsible Investment / «Принципы ответственных инвестиций») изучили отношение институциональных инвесторов к вопросам устойчивого развития и пришли к выводу, что содействие общественному прогрессу уже осознается как критерий добросовестной практики, но подходы к оценке социальной и/или экологической эффективности инвестиций все еще нуждаются в тщательной проработке.

9) Инвесторам нужны истории об участии компаний в устойчивом развитии 10
Международная сеть PRI (The Principles for Responsible Investment / «Принципы ответственных инвестиций», г. Лондон) опубликовала «Суждения инвесторов-участников инициативы PRI» (Investor Study: Insights from PRI Signatories), отражающие результаты опроса более 100 организаций. В документе говорится о том, что многим соискателям финансирования пока не удается продемонстрировать связь между бизнес-стратегиями, финансовой эффективностью, и содействием предприятия устойчивому развитию общества.

10) Инвестиции в общую ценность: аргументы для инвесторов 11
Успешные примеры «создания общей ценности» (CSV – creating shared value) вдохновляют лидеров корпораций на разработку бизнес-стратегий, оказывающих положительное воздействие на природу и общество. Чтобы обеспечить инициативам CSV необходимую финансовую поддержку, эксперт консалтинговой организации FSG (США) Марк Крамер (Mark Kramer) предлагает определить самые важные показатели эффективности, позволяющие держателям капитала ориентироваться в океане информации и принимать обоснованные инвестиционные решения.

11) Цели устойчивого развития: преобразующая ценность добровольчества и коалиция прогрессивного бизнеса 12
Удачный опыт добровольческой работы не только влияет на жизнь благополучателей, но и меняет мировоззрение волонтеров. Появление пространства, в котором «взаимно преобразуются» все вовлеченные субъекты – это и есть главная ценность безвозмездной деятельности на благо общества. По мнению экспертов, стартовыми площадками для создания этой ценности, столь необходимой для выполнения Целей устойчивого развития (ЦУР), могут стать корпорации. Развитию подобных инициатив активно содействует коалиция IMPACT 2030, мобилизующая корпоративных волонтеров по всему миру.

12) Результаты опроса: вклад компании в устойчивое развитие – неотъемлемая черта прогрессивного работодателя 13
Институт экологического менеджмента и оценки (IEMA - The Institute of Environmental Management & Assessment) провел опрос «специалистов по экологии и устойчивому развитию» (environment and sustainability professionals) и выяснил, что данная группа профессионалов является одной из самых счастливых на британском рынке труда: большинство членов IEMA «полностью удовлетворены своей работой».

1) Идеи устойчивого развития и социальные цели бизнеса: основные тренды

В мире становится все больше компаний, которые ставят перед собой социальные цели. Эксперты всемирной ассоциации Sustainable Brands считают, что движение ответственных корпораций будет набирать обороты, и акцентируют внимание на ключевых тенденциях, свидетельствующих в пользу данного прогноза.

- Цели устойчивого развития (ЦУР), утвержденные странами-членами ООН, и высший руководящий орган участников Рамочной конвенции ООН об изменении климата (Framework Convention on Climate Change), известный как Конференция сторон / COP21 (21st Conference of the Parties), стимулируют развитие бизнеса, который бережно относится к природе и действует с учетом общественных потребностей. Такие компании, как британо-нидерланский производитель продуктов питания Unilever или мировой лидер рынка биотехнологий Novozymes (Дания), являются вдохновляющими примерами для многих игроков частного сектора. Число компаний в списке «зеленых гигантов» - таких как Nike, Chipotle, Toyota, Tesla, General Electric, IKEA и т.д. – продолжает расти. Движущими силами данного процесса являются «продвинутые» потребители и прогрессивные представители делового мира.
- Разработка новых стратегических концепций для социально ориентированных корпораций способствует появлению новых междисциплинарных управленческих инструментов. Подобные инициативы поддерживает Фонд Эллен Макартур (The Ellen MacArthur Foundation), Форум «Во имя будущего» (Forum for the Future) и ряд других авторитетных организаций.
- Брендам «старой гвардии» придется считаться с лидерами нового поколения, и совершенствовать свои стратегии с учетом результатов исследований, нацеленных на устранение противоречий между интересами корпораций и ожиданиями социальных инвесторов.
- Программы, позволяющие совмещать профессиональную деятельность с работой на благо общества, будут постоянно эволюционировать. Исследование, проведенное американским центром Imperative, показало, что в этом заинтересованы «28% из 150 млн граждан, представляющих трудовые силы США».
- Создателям контента, маркетологам и другим творческим людям, вовлеченным в пропаганду ответственного отношения к обществу, придется освоить возможности «виртуальной реальности» и тщательно просчитывать последствия каждой публикации. Потому что информация разлетается по Всемирной паутине со скоростью лесного пожара, и становится доступной миллионной аудитории в кратчайшие сроки.

Источник: Sustainable Brands, http://events.sustainablebrands.com/sb16sd/updates/7-must-watch-trends-at-the-intersection-of-sustainability-and-purpose
[Дайджест № 67 (3), июнь 2016 г.]

2) Отчетность корпораций в области устойчивого развития выходит на новый уровень

В 2017 году «отчетность о вкладе в устойчивое развитие общества» (SR - sustainability reporting) станет обязательной для всех крупных компаний Европейского союза. Чтобы оценить трудности переходного периода и перспективы широкого внедрения и развития SR, специалисты глобального онлайн-ресурса 2degrees провели опрос, который помог составить представление о сложившейся практике и настроениях делового сообщества.

1. *Интегрированная (объединенная) отчетность* усиливает лояльность стейкхолдеров и сокращает количество показателей для разных видов эффективности – социальной, экологической и экономической. Однако для четверти участников опроса (25%) освоение интегрированного подхода остается вопросом не самого близкого будущего. Потому что подготовка подобных документов не ограничивается

включением в финансовый отчет дополнительного раздела по теме устойчивого развития: организации должны запустить процессы культурных изменений, переориентировать бизнес на долгосрочные горизонты, и приступить к построению более конструктивных, партнерских отношений с поставщиками, потребителями, акционерами и другими причастными сторонами. Стратегия содействия устойчивому развитию должна учитывать потребности всех заинтересованных субъектов – как внешних, так и внутренних. Для большинства компаний подобная работа уже становится «частью жизни», но 17% респондентов расценили данное направление как новацию.

2. *Регулярная публикация актуального контента*, представляющего интерес для всех причастных сторон, может оказаться достойной альтернативой объемным годовым отчетам. Такое конструктивное предложение озвучили 15% опрошенных компаний.
3. *Интерактивная информация, представленная в цифровом формате и доступная для изучения в режиме реального времени*, укрепляет подотчетность бизнеса перед обществом. Печатное слово статично, а цифровой контент подвижен, разнообразен и привлекателен для читателя. Оригинальная презентация данных – это всегда «плюс», но этому надо учиться.
4. *Универсальные стандарты отчетности* становятся обсуждаемой темой. Авторитетными источниками рекомендаций по подготовке SR-отчетов сегодня являются такие организации, как Глобальная инициатива по отчетности (GRI - The Global Reporting Initiative), Международный совет по интегрированной отчетности (IIRC - The International Integrated Reporting Council), Совет по стандартам финансовой отчетности о вкладе в устойчивое развитие общества (SASB – The Sustainability Accounting Standards Board) и ряд других похожих инициатив. В ходе опроса 13% респондентов высказались за разработку единых требований на базе универсальных показателей, открывающих возможности для сравнительного анализа и получения лучшего результата для разных групп стейкхолдеров. Эта идея пока вызывает много вопросов, поскольку каждая организация желает продемонстрировать уникальные особенности своего бизнеса.
5. *Отчетность - фактор подлинной прозрачности*. Вполне возможно, что на смену отчетам однажды придут постоянно обновляемые данные, которыми сможет беспрепятственно пользоваться каждый заинтересованный читатель. Но пока 11% компаний считают разговоры о тотальной прозрачности преждевременными. «Когда мы говорим об устойчивом развитии, мы не имеем в виду отчетность. Тем не менее, она помогает упорядочить процессы, способствующие реальным изменениям в обществе» – так выразил общее настроение участников опроса Клас Холлберг (Klas Hallberg), представляющий шведскую компанию Akzonobel.

Источник: 2degrees, https://www.2degreesnetwork.com/groups/2degrees-community/resources/what-future-reporting/?utm_campaign=Editors_Highlights_NL

[Дайджест № 62 (8), сентябрь 2016 г.]

3) «КПД» рейтингов, оценивающих компании по вкладу в устойчивое развитие общества

Сегодня по всему миру работают около 80 организаций, которые оценивают деятельность более 50 000 компаний по экологическим, социальным и управленческим показателям (ЭСУ). Рейтинги, возникающие по итогам анализа этих сведений, улавливают то, что не могут зафиксировать финансовые отчеты – это подлинное отношение компаний к природе и обществу, представляющее огромный интерес для инвесторов, потребителей и общественных кругов.

«Если рейтинг, составленный на основе ЭСУ, опирается на достоверные сведения, надежные аналитические методики и принципы прозрачности, то он становится катализатором экономических процессов мирового масштаба», - так считает соучредитель Глобальной инициативы по отчетности (GRI – The Global Reporting Initiative) Аллен Л. Уайт (Allen L. White). Сопоставляя свои показатели с достижениями других представителей отрасли, предприятия начинают сокращать выбросы парниковых газов, снижать энергозатраты, обеспечивать работникам безопасные условия труда, и обновлять советы директоров, руководствуясь принципом недискриминации (diversity). Инвесторы, в свою очередь, получают доступ к важным сведениям, позволяющим распознавать лучших

участников рынка, которым можно предоставлять ресурсы с минимальными рисками. Согласно последним данным, в настоящий момент общемировая стоимость «активов под управлением», которые были инвестированы с учетом ЭСУ бизнеса, составляет около 21 млрд долларов, и эта цифра продолжает расти. Принимая решения, держатели капитала изучают «биографии» корпораций, уделяя особое внимание таким аспектам, как экономия воды, этичная реклама, соблюдение прав человека и т.д. В результате «самые лучшие» компании получают заемные средства на более выгодных условиях. Эти ресурсы вкладываются в развитие производственной инфраструктуры или в обновление оборудования, создавая получателям инвестиций дополнительные конкурентные преимущества. Также, по итогам изучения практики 2 300 компаний, ученые Гарвардской школы бизнеса (Harvard Business School) пришли к выводу, что организации с высокими показателями ЭСУ наращивают рыночную стоимость акций намного интенсивнее, чем менее ответственные субъекты. Все эти факты свидетельствуют о том, что несмотря на некоторые трудности (такие как чрезмерное количество анкет, поступающих бизнесу от рейтинговых агентств, нюансы законодательства и др.) рейтинги ЭСУ будут развиваться и внесут существенный вклад в реализацию новой повестки дня устойчивого развития, нацеленной на решение самых сложных проблем человечества в XXI веке.

Источник: MIT Sloan Management Review, http://sloanreview.mit.edu/article/why-sustainability-ratings-matter/?utm_source=facebook

[Дайджест № 64 (10), декабрь 2015 г.]

4) Опыт получения и применения актуальных данных в сфере международного развития

Утверждение Целей устойчивого развития на период после 2015 года (Post-2015 Sustainable Development Goals) повысило спрос на достоверные данные, необходимые игрокам глобального уровня для успешной реализации социально-экономических программ. Чтобы усилить полезную отдачу от «доказательной информации» (evidence), фонд MasterCard Foundation разработал серию рекомендаций, позволяющих привести исследовательскую и оценочную практику в соответствие с этическими нормами и потребностями заинтересованных субъектов.

- *В процессе подготовки технического задания на проведение исследования или оценки, выясните, каких знаний и сведений не хватает в данной сфере деятельности.* Для этого можно воспользоваться Инструментом картирования недостающих данных (Evidence Gap Map tool), разработанным Международной инициативой по оценке социальных изменений (The International Initiative for Impact Evaluation или 3ie). Данный ресурс помогает точно сформулировать задачи, а также распознать и привлечь к разработке дизайна оценки потенциальных пользователей информации. Благодаря такому подходу результаты исследования быстрее найдут заинтересованного потребителя и станут реальным вкладом в развитие конкретной отрасли.
- *Знания, которые формируются в ходе исследования или оценки, согласуйте с потребностями вовлеченных сторон и практикующих специалистов.* Оценивая социальную полезность инвестиций, не ограничивайтесь поиском «эффективных моделей и практик». Также выясните, «на кого повлияли эти практики» и «при каких условиях». Чтобы найти ответы на подобные вопросы, необходимо обратиться к широкому спектру методик, предназначенных для сбора и анализа количественных и качественных данных разного уровня. Сочетание новых подходов, составляющих достойную альтернативу экспериментальным и квази-экпериментальным методам, уже стало привычной практикой для таких солидных учреждений, как британский Департамент международного развития (DFID – The Department for International Development) и партнерская инициатива «Образцовая оценка» (The BetterEvaluation collaborative).
- *Определите тех, кто генерирует знания, и чьи знания наиболее ценны для вас и других причастных субъектов.* Игроки сферы развития должны обогащать местные базы знаний посредством укрепления исследовательских и оценочных центров локального уровня, действующих в соответствии с высокими профессиональными стандартами. Помимо этого, необходимо осваивать совещательные методики, которые вовлекают разных стейкхолдеров в

процессы формирования актуальных данных и обсуждение решений, влияющих на качество жизни людей и выполнение Целей устойчивого развития.

Источник: The Stanford Innovation Review, http://ssir.org/articles/entry/making_evidence_practical_for_development
[Дайджест № 63 (9), октябрь 2015 г.]

5) Драйверы устойчивого развития: межсекторное партнерство и эффективные Советы директоров

Проблемы устойчивого развития имеют комплексный характер, и чтобы справиться с их решением, многие корпорации создают альянсы с государством, некоммерческим сектором, и даже со своими конкурентами. Данное наблюдение озвучено в отчете о результатах исследования, проведенного по инициативе Обозрения управленческой практики Бизнес-школы Слоуна (MIT Sloan Management Review; штат Массачусетс, США), консалтинговой организации The Boston Consulting Group и Глобального договора ООН (The UN Global Compact).

В отчете «Объединение усилий: сотрудничество и лидерство во имя устойчивого развития» (Joining Forces: Collaboration and Leadership for Sustainability) говорится о том, что различные виды сотрудничества, как правило, преследуют несколько целей: это разработка единых стандартов и подходов к решению социальных / экологических проблем; активизация обмена опытом с внешними стейкхолдерами; консолидация ресурсов с целью влияния на социально-экономическую политику; и формирование совместных инвестиционных пулов, позволяющих снижать риски и расходы. Компания Intel, например, за период с 2001 года вложила 500 млн долларов в программы и проекты, позволяющие юным жителям удаленных территорий реализовать право на качественное образование. Чтобы обеспечить высокую отдачу от этих инициатив, корпорация выстраивает партнерские отношения с издательскими домами, исследователями и профессиональными объединениями учителей. Аналогичным образом действует немецкая химическая компания BASF, которая стремится решить глобальную проблему недоедания в сотрудничестве с Всемирным альянсом по повышению качества питания (The Global Alliance for Improved Nutrition), правительственными структурами и органами власти муниципального уровня. Подобные примеры из практики свидетельствуют о том, что участие корпораций в устойчивом развитии постепенно отходит от устаревшей модели, которая нередко противопоставляла социальную деятельность бизнеса неэффективным действиям правительства, и приобретает форму совместных стратегических инициатив, стимулирующих развитие новых рынков. В такую работу пока вовлечены менее половины опрошенных компаний (47%), и в этой группе всего лишь 30% респондентов оценили полученный опыт как «вполне» или «очень» успешный. А что касается позиции советов директоров (СД), то степень их активности тоже оставляет желать лучшего: 86% управленцев ждут от своих СД энергичных действий, а на деле вопросы устойчивого развития «умеренно волнуют» чуть более 40% высших руководящих органов. Зато немногочисленные компании с прогрессивными СД практически всегда сообщают о больших успехах. Известный производитель обуви Timberland, например, работает в постоянном контакте с Рабочей группой по вопросам изготовления кожаных изделий (The Leather Working Group), которая следит за тем, чтобы кожа поступала с экологически чистых предприятий, и тем самым укрепляет репутацию компании. А Гражданская коалиция сферы производства электроники EICC (The Electronic Industry Citizenship Coalition) помогает корпорациям создавать цепочки поставок с учетом принципов социальной ответственности. Авторы отчета отмечают, что успех подобных альянсов зависит от внутренней готовности корпораций к сотрудничеству, способности вовлеченных субъектов «договариваться о терминах», наличия стратегий запуска и выхода, а также от структуры партнерства.

Источник: Sustainable Brands, http://www.sustainablebrands.com/news_and_views/collaboration/mike_hower/study_businesses_strengthening_sustainability_through_collab?utm_source=newsletter
[Дайджест № 59 (5), май 2015 г.]

6) Создание общей ценности ускорит выполнение Целей устойчивого развития

Всемирный экономический форум – 2015 (The 2015 World Economic Forum), прошедший в швейцарском Давосе, показал, что концепция «создания общей ценности» (CSV – creating shared value) стремительно расширяет ряды своих сторонников. Делегаты отметили, что мировое сообщество выполнило всего лишь три из восьми Целей развития тысячелетия (Millennium Development Goal), принятых странами-членами ООН в 2001 году, и в ожидании новых Целей устойчивого развития (Sustainable Development Goals) обсудили перспективы использования стратегий CSV для решения сложнейших проблем XXI века.

Ожидается, что Цели устойчивого развития (SDGs) будут утверждены в ближайшем будущем – в сентябре 2015 года. Они представляют собой новый общественный договор, который определяет роли частного сектора, гражданского общества и государственных структур в процессе искоренения бедности, обеспечения продовольственной безопасности, формирования инклюзивной и равноправной системы образования, развития регенеративной энергетики, сохранения биоразнообразия планеты, укрепления мира и т.д. В обширном меню, отражающем 17 целей и 169 задач / ожидаемых результатов, корпорации смогут выбрать идеи, соответствующие специфике их бизнеса, и обновить свои стратегии с учетом приоритетов глобального масштаба. Чтобы ускорить создание межсекторных партнерств, необходимых для успешного выполнения SDGs, Инициатива «Общая ценность» (The Shared Value Initiative) в сотрудничестве с Фондом ООН (The UN Foundation) провела в рамках Форума специальное совещание, в котором приняли участие 45 лидеров корпораций и некоммерческих организаций. Участники встречи оценили накопленный опыт, обсудили перспективы создания общей ценности в контексте выполнения целей SDGs, и подготовили рекомендации для тех, кто собирается освоить практику CSV:

- *Формируйте единое представление о проблеме*. Успешные партнерские инициативы, объединяющие усилия многих стейхолдеров (multi-stakeholder partnerships), всегда опираются на общее понимание причин, порождающих социальную проблему. Когда основные потребности установлены, организациям следует провести диагностику системы, определить ее слабые места, и сформировать список субъектов, влияющих на состояние дел в данной отрасти.
- *Разрабатывайте способы решения проблемы совместными усилиями*. Наличие общего взгляда на запросы целевых аудиторий создает благоприятные условия для совместного творчества, позволяющего выполнять намеченные планы с учетом сильных сторон каждого партнера.
- *Учитесь взаимодействовать с конкурентами на партнерских началах*. Чтобы устранить ограничения системного характера, создающие проблемы для всех субъектов рыночного сегмента или отрасли, нужно действовать сообща. «Неконкурентное сотрудничество» (non-competitive collaboration) хорошо показало себя в рамках таких направлений, как развитие кластеров и/или цепочек поставок сельскохозяйственной продукции; развитие предпринимательства; и проведение конкурсов для соискателей заказов на местные закупки.
- *Вовлекайте в создание общей ценности сотрудников корпораций*. Чтобы стратегия CSV стала «частью жизни» организации, ее должны поддержать работники компании, действующие на всех организационных уровнях. Разработайте систему стимулов, которая поможет мобилизовать сотрудников с активной гражданской позицией (внутренних «агентов изменений») и ускорит модернизацию корпоративной культуры.
- *Инвестируйте ресурсы в развитие институционального потенциала*. Успешные партнерства никогда не экономят на «опорной структуре», которая должна поддерживать процессы коммуникации, координировать работу всех участников инициативы, и обеспечивать согласованное движение к поставленной цели.

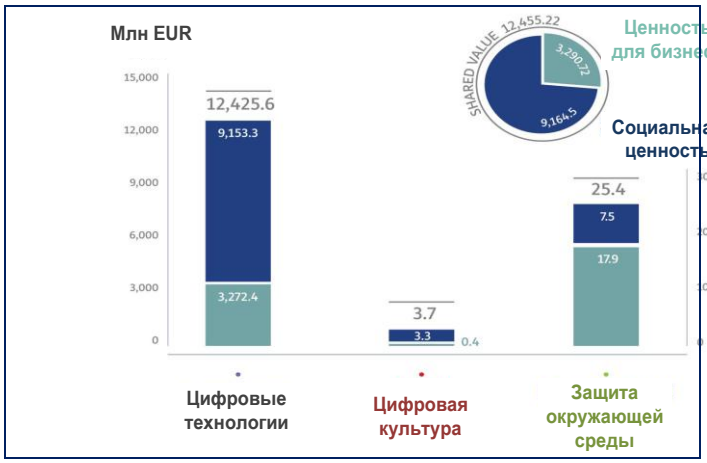
Размышляя о результатах дискуссий и рекомендациях участников Форума, администратор Программы развития ООН (UNDP - The United Nations Development Programme) Хелен Кларк (Helen Clark) отметила: «Бизнес является частью общества. Если он не сыграет отведенную ему роль, то никакого прогресса не будет, а устойчивое развитие станет недостижимой мечтой».

Источники: Shared Value Initiative,

(1) http://sharedvalue.org/groups/addressing-sustainable-development-goals-shared-value-agenda-2015-world-economic-forum-davos
(2) http://sharedvalue.org/groups/davos-roundtable-shared-value-and-multi-stakeholder-partnerships
[Тематический выпуск дайджеста «Создание общей ценности» № 5, август 2015 г.]

7) Корпоративное содействие развитию общества: итальянский опыт

В июле 2015 года телекоммуникационная компания TIM (Telecom Italia) преобразовала свою модель участия в устойчивом развитии общества в более совершенную корпоративную практику, которая опирается на подход, известный как «создание общей ценности» (CSV – creating shared value). Смысл происходящих изменений заключается в органичном сочетании экономических, финансовых и социальных целей организации в рамках основного бизнеса.



Модель «Корпоративная общая ценность» (The Corporate Shared Value Model) охватывает три направления: (1) укрепление связей в сообществах и продвижение социальных инноваций посредством цифровых технологий, (2) развитие цифровой культуры, и (3) защита окружающей среды. Планы решения этих стратегических задач включают специальные мероприятия и проекты, способствующие появлению результатов, которые представляют интерес как для общества, так и для бизнеса. Информация о создании ценностей постоянно обновляется и отражается на дэшбордах в виде финансовых и нефинансовых «ключевых показателей эффективности» (KPIs – key performance indicators), разработанных для каждого проекта. Данные сведения вошли в публичный отчет за 2015 год, в котором компания TIM информирует своих стейкхолдеров о содействии общественному прогрессу. В документе говорится о том, что благодаря реализации 17 проектов корпорация и общество получили выгоду, эквивалентную 12,45 млрд евро. Данное заключение получено по итогам оценки, проведенной по методике KPMG - ведущей аудиторской компании, осуществляющей профессиональный консалтинг в сфере международной отчетности.

Источник: Shared Value Initiative, http://sharedvalue.org/groups/tim-commits-shared-value
[Тематический выпуск дайджеста «Создание общей ценности» № 7, май 2016 г.]

8) Устойчивое развитие необходимо обществу, но как измерить его «КПД»– пока не ясно

Эксперты международной сети PRI (The Principles for Responsible Investment / «Принципы ответственных инвестиций») изучили отношение институциональных инвесторов к вопросам устойчивого развития и пришли к выводу, что содействие общественному прогрессу уже осознается как критерий добросовестной практики, но подходы к оценке социальной и/или экологической эффективности инвестиций все еще нуждаются в тщательной проработке.

Signatory of: PRI Principles for Responsible Investment

Отчет о результатах опроса более ста организаций «Суждения инвесторов-участников инициативы PRI» (The Investor Study: Insights from PRI Signatories) является логическим продолжением исследования, в ходе которого специалисты Глобального договора ООН и международной организации Accenture изучили мнения более 1000 руководителей корпораций и подготовили обзор практики, содействующей устойчивому развитию общества (The UN Global Compact-Accenture CEO Study on Sustainability). Сопоставив результаты двух опросов, команда PRI установила, что 38% управленцев высшего звена убеждены в том, что их компании способны точно оцифровать ценность, которую создает для их основного бизнеса социально значимая деятельность, однако эту уверенность разделяют не более 7% инвесторов.

Аналогичным образом, 74% опрошенных бизнес-лидеров сообщили о том, что их компании измеряют как положительные, так и отрицательные эффекты, но с этим утверждением согласились только 17% инвесторов. Помимо этого, инвесторы признают, что их организации тоже не имеют отчетливого представления об оценке вклада в устойчивое развитие, и сообщают о таких неблагоприятных обстоятельствах, как структурные ограничения финансовых рынков, несовместимость социальных показателей и традиционных индикаторов успешного бизнеса, высокая потребность в новых компетенциях, и ограниченное взаимодействие между сотрудниками разных подразделений. Основываясь на полученных сведениях, эксперты PRI определили приоритеты деятельности, которая, во-первых, поможет укрепить взаимопонимание между инвесторами и получателями ресурсов, и, во-вторых, ускорит внедрение идей устойчивого развития в инвестиционную практику:

- *Перемещение акцента с краткосрочных инвестиций на долгосрочные стратегии.* Ориентация на долгосрочные временные горизонты создает условия, при которых инвесторы и компании могут оценивать не только финансовые результаты, но и воздействие бизнеса на экологию и общество.
- *Выход за рамки управления рисками и укрепление бизнеса через содействие устойчивому развитию.* Увидев выгоду для основного бизнеса, компании, как правило, начинают искать или разрабатывать инструменты, которые предназначаются для оценки как финансовых, так и социальных / экологических результатов.
- *Распространение новых знаний среди специалистов, вовлеченных в инвестиционные процессы.* Развитие навыков и компетенций должно сопровождаться изменениями в подходах к оплате труда, совершенствованием системы стимулов, и обновлением показателей индивидуальной эффективности сотрудников.
- *Разработка единых показателей успешного бизнеса для сектора / отрасли.* Воплощение этой идеи открывает возможности для сравнительного анализа и формирования объективного представления об эффективной деловой практике в различных сегментах рынка.
- *Взаимодействие с органами власти и участниками нормотворческих процессов.* Инвесторы и корпорации должны избегать конфронтации с государством и делать все возможное для построения конструктивных отношений. Благодаря официальной поддержке они смогут перестроить рынки, модифицировать системы, и направить ресурсы частного сектора на решение мировых проблем.

Источник: Principles for Responsible Investment, http://www.unpri.org/press/investors-see-benefit-of-sustainability-but-at-odds-with-business-leaders-on-measuring-its-value/
[Дайджест № 56 (2), февраль 2015 г.]

9) Инвесторам нужны истории об участии компаний в устойчивом развитии

Международная сеть PRI (The Principles for Responsible Investment / «Принципы ответственных инвестиций», г. Лондон) опубликовала «Суждения инвесторов-участников инициативы PRI» (Investor Study: Insights from PRI Signatories), отражающие результаты опроса более 100 организаций. В документе говорится о том, что многим соискателям финансирования пока не удается продемонстрировать связь между бизнес-стратегиями, финансовой эффективностью, и содействием предприятия устойчивому развитию общества.

Авторы отчета[1] отмечают, что более половины опрошенных компаний (57%) уверено заявили о том, что их организации разработали и утвердили «стратегии вклада в устойчивое развитие общества» (sustainability strategies), однако с этим утверждением согласились всего лишь 9% инвесторов. Такое существенное расхождение в оценке одного и того же обстоятельства свидетельствует о том, что предприятиям пока не удается наладить коммуникации с держателями капитала.

[1] С некоторыми выводами, вошедшими в данный документ, также можно ознакомиться в статье «**Устойчивое развитие необходимо обществу, но как измерить его 'КПД' – пока не ясно**», вошедшей в Дайджест № 56 (2), февраль 2015 г. Архив: http://ep-digest.ru/

Очевидно, что соискателям инвестиций следует активнее информировать ключевых стейкхолдеров о перспективах бизнеса и возможностях создания ценностей для общества. Чтобы ускорить этот процесс, эксперты инициативы PRI (действующей под эгидой Глобального договора ООН / The United Nations Global Compact) разработали краткую инструкцию по подготовке историй, способных впечатлить даже самого взыскательного читателя:

- Точно обозначьте ценности компании и сформулируйте их с учетом взглядов и предпочтений целевых аудиторий;
- Чтобы создать для внутренних и внешних стейкхолдеров общий ориентир, озвучьте социальную и/или экологическую миссию организации;
- Покажите, что компания приветствует увеличение финансового вклада в развитие общества;
- Согласуйте историю участия компании в устойчивом развитии с историей бренда и приоритетами бизнеса;
- Проясните, каким образом инвестиции в устойчивое развитие содействуют укреплению бренда;
- Озвучьте показатели прогресса и успешности дальнейших действий.

Следует учитывать, что принимая финансовые решения, инвесторы хотят сформировать о бизнесе отчетливое представление. Описание бренда, отражающее причастность компании к устойчивому развитию, и различные виды количественных данных – это хорошо, но недостаточно. Нужны истории из жизни организации, которые запомнятся гораздо лучше, чем сухие цифры, и наполнят сведения о целях и видении компании глубоким смыслом и емким содержанием. Чтобы сообщить заинтересованным субъектам о ценностях и полезной отдаче от участия в устойчивом развитии, необходимо подключить не только разум, но и сердце. Воссоздавая контекст социально значимых инициатив, рассказывая об участниках программ и проектов, и сопровождая повествование сведениями количественного и качественного характера, предприятия составляют карту, по которой инвесторы могут проследить траекторию создания общественных благ, и сделать вывод о целесообразности сотрудничества с данной организацией.

Источник: CSRwire, http://www.csrwire.com/blog/posts/1503-storytelling-can-help-better-communicate-sustainability-value-to-investors

[Дайджест № 58 (4), апрель 2015 г.]

10) Инвестиции в общую ценность: аргументы для инвесторов

Успешные примеры «создания общей ценности» (CSV – creating shared value) вдохновляют лидеров корпораций на разработку бизнес-стратегий, оказывающих положительное воздействие на природу и общество. Чтобы обеспечить инициативам CSV необходимую финансовую поддержку, эксперт консалтинговой организации FSG (США) Марк Крамер (Mark Kramer) предлагает определить самые важные показатели эффективности, позволяющие держателям капитала ориентироваться в океане информации и принимать обоснованные инвестиционные решения.

Активисты движения за устойчивое развитие (которое существует уже более 50 лет) неоднократно пытались совместить этические принципы «социально ответственных инвестиций» (socially responsible investing) с возрастающими требованиями к отчетности корпораций о социальной и экологической эффективности. В итоге появилось множество рейтинговых систем, которые сбивают с толку инвесторов и других стрейкхолдеров, а корпорации получили пространный список экономических и нефинансовых показателей, которые порой не согласуются с целями и содержанием их бизнеса. В этом списке перечислены разнообразные аспекты, определяющие качество жизни людей на всей планете, но не имеющие прямого отношения к хозяйственной практике и кредитоспособности соискателей финансирования.

Нередки случаи, когда банки, например, информируют общественность о сокращении эмиссии парниковых газов, но ничего не сообщают о социальных и финансовых рисках субстандартных кредитов, предназначенных для заемщиков с низким кредитным рейтингом. В такой обстановке очень сложно формировать данные, с помощью которых заинтересованные стороны могли бы принимать взвешенные решения.

Чтобы изменить ситуацию, специалисты Совета по стандартам отчетности о вкладе в устойчивое развитие (The Sustainability Accounting Standards Board) и Международного совета по интегрированной отчетности (The International Integrated Reporting Council) стали уделять больше внимания связи между социальной и экономической эффективностью предприятий. Инициатива «Общая ценность» (The Shared Value Initiative), в свою очередь, (1) обозначила ряд социальных проблем, решение которых открывает самые впечатляющие перспективы для бизнеса, и (2) подготовила серию типовых сценариев CSV, основанных на опыте конкретных организаций. Следует отметить, что компании, создающие общую ценность, не всегда являются лидерами различных рейтингов, но их деятельность уже начинает привлекать инвестиционных менеджеров нового поколения – таких, например, как аналитики и финансовые советники компании Generation Investment Management LLC (г. Лондон). Благодаря работе «продвинутых» команд, пропагандирующих системный подход к оценке эффективности бизнеса, начинает формироваться сообщество субъектов, которые (a) вкладывают ресурсы в инициативы CSV, и (b) подают достойный пример традиционным инвесторам.

Источник: The Huffington Post, http://www.huffingtonpost.com/mark-r-kramer/investing-in-shared-value_b_5952802.html?1412783809
[Тематический выпуск дайджеста «Создание общей ценности» № 4, май 2015 г.]

11) Цели устойчивого развития: преобразующая ценность добровольчества и коалиция прогрессивного бизнеса

Удачный опыт добровольческой работы не только влияет на жизнь благополучателей, но и меняет мировоззрение волонтеров. Появление пространства, в котором «взаимно преобразуются» все вовлеченные субъекты – это и есть главная ценность безвозмездной деятельности на благо общества. По мнению экспертов, стартовыми площадками для создания этой ценности, столь необходимой для выполнения Целей устойчивого развития (ЦУР), могут стать корпорации. Развитию подобных инициатив активно содействует коалиция IMPACT 2030, мобилизующая корпоративных волонтеров по всему миру.

Коалиция IMPACT 2030, созданная в 2010 году международным агентством Realized Worth и Бюро ООН по вопросам партнерства (The UN Office of Partnerships) обеспечивает частный сектор ресурсами, позволяющими расширять существующие программы корпоративного добровольчества (КД) и координировать действия разных игроков.

Наряду с этим, уникальное глобальное объединение распространяет информацию о значении и содержании ЦУР, содействует развитию межсекторного диалога и сотрудничества между представителями разных сфер деятельности, разрабатывает стандарты и протоколы КД для разных отраслей, оценивает результаты КД, и участвует в разработке законодательства, поддерживающего добровольческую идеологию и практику. Компании всех размеров, действующие в разных географических регионах, могут вступить в коалицию в любой момент. Им предлагается широкий спектр партнерских проектов и разнообразных возможностей для совместного финансирования социально значимых программ.

Источник: Causecast Blog, http://www.causecast.com/blog/why-does-corporate-volunteering-matter?utm_campaign=Sustainable+Development+2015&utm_source=hs_email&utm_medium=email&utm_content=23920251&_hsenc=p2ANqtz-_kRLxlceOln4cUJDZdronMWz68CMLE-IiFM6nqqpIaiwIY9lx5CxnaraRrS8vTZEyaqPbn7KdMUGELoNrAkonHNJi-UQ&_hsmi=23920251
[Дайджест № 62 (2), апрель 2016 г.]

12) Результаты опроса: вклад компании в устойчивое развитие – неотъемлемая черта прогрессивного работодателя

Институт экологического менеджмента и оценки (IEMA - The Institute of Environmental Management & Assessment) провел опрос «специалистов по экологии и устойчивому развитию» (environment and sustainability professionals) и выяснил, что данная группа профессионалов является одной из самых счастливых на британском рынке труда: большинство членов IEMA «полностью удовлетворены своей работой».

Благоприятные отзывы «экологов» о своем профессиональном амплуа (82%) складываются из трех положительных аспектов – это (1) высококвалифицированный и хорошо оплачиваемый труд, основанный на практическом использовании специальных знаний; (2) перспективы карьерного роста и развития при активном содействии со стороны работодателя; и (3) «этическая» природа деятельности. Опрос показал, что 38% респондентов имеют степень бакалавра, и 55% - степень магистра или доктора. Средняя зарплата данной категории специалистов в 2015 году достигла 43 812 фунтов стерлингов (что на 60% выше общенационального показателя – 27 000 фунтов), а стартовый заработок молодых специалистов за прошедший год повысился на 500 фунтов и составил 24 500 фунтов. По мнению экспертов, в настоящий момент мы наблюдаем две встречные тенденции: с одной стороны, становится больше людей, желающих получать моральное удовлетворение от своей работы, и, с другой стороны, увеличивается число адекватных предложений со стороны работодателей. Комментируя результаты опроса, глава IEMA Тим Бэлкон (Tim Balcon), в частности, отметил: «Крупные акционерные компании открытого типа [PLC - public limited liability companies] начинают осознавать перспективы и возможности, которые открываются перед ними благодаря высоким показателям экологической эффективности и соблюдению принципов устойчивого развития. Корпорации поощряют сотрудников, которые помогают их бизнесу оставаться ‘в бизнесе’... и спрос на ‘экологов’ постоянно растет». Опрос также показал, что «экологи» ставят идеи сохранения природы и принципы добросовестной практики выше стремления к личному обогащению. А это значит, что на наших глазах происходит становление профессии, которая внесет в развитие общества весомый, существенный вклад.

Источник: Edie.net, http://www.edie.net/news/7/environment-and-sustainability-professionals-among-happiest-in-UK/?utm_medium=facebook&utm_source=dlvr.it

[Дайджест № 68 (4), август 2016 г.]