



# ВІДПОВІДАЛЬНА ПОВЕДІНКА БІЗНЕСУ: РЕКОМЕНДАЦІЇ

**Відповідальна поведінка бізнесу: рекомендації. Укладачі: Зінченко А.,  
Деркач Т., Саприкіна М. – К.: Видавництво «Юстон», 2017. – 33 с.**

Координація роботи: ФОП Янковська О.

Рекомендації для відповідальної поведінки бізнесу засновані на Керівних принципах ОЕСР для багатонаціональних компаній. Передбачається, що компанії мають дотримуватися їх у своїй бізнес-діяльності. В даній публікації Керівні принципи були перекладено на мову, зручну для бізнесу, і викладено у вигляді коротких тверджень для самооцінки організацій. Представники компаній, як іноземних, так і українських, можуть перевірити свої компанії та запропонувати зміни до політик і практик організації з метою покращення своєї діяльності. Публікація буде корисною для представників компаній, університетів, експертів з розвитку бізнесу.

Публікацію розроблено та видано за фінансової підтримки Посольства Королівства Норвегії в Україні. Публікація не є відображенням офіційної позиції Посольства Королівства Норвегії.

# СТРУКТУРА

Резюме	2
Про Керівні принципи ОЕСР	3
Вступ	4
1. Загальна політика компанії	6
2. Розкриття інформації	11
3. Права людини	13
4. Трудові й виробничі відносини	15
5. Довкілля	18
6. Боротьба з корупцією	21
7. Інтереси споживача	24
8. Наука і техніка	26
9. Конкуренція	27
10. Оподаткування	28
Термінологія	29



# РЕЗЮМЕ

Дані принципи є рекомендаціями для бізнесу щодо відповідальної поведінки. Автори впевнені, що у багатьох компаній ці принципи закладено у філософію своєї діяльності.

Будь-яка компанія у своїй операційній діяльності має дотримуватися законодавства країни, де вона веде свій бізнес. Однак, у глобальному світі, що швидко розвивається, іноді політики одних країн значним чином відрізняються від інших. І тоді питання, за якими правилами працювати корпораціям, вирішується відповідно до цінностей організації – за кращими світовими або за тими, що існують в країні.

Розроблені рекомендації засновано на кращих міжнародних стандартах ОЕСР з ведення бізнесу. Вони є основними рекомендаціями урядів-підписантів Декларації ОЕСР «Про міжнародні інвестиції та багатонаціональні підприємства» до компаній, що ведуть свою діяльність в декількох країнах. В той же час, ці рекомендації відображають кращі практики для національних приватних і державних компаній, а також малого та середнього бізнесу.

Дані рекомендації охоплюють всі 10 тем Керівних принципів ОЕСР для багатонаціональних компаній, і є підказкою для бізнесу щодо очікувань держави України від іноземних інвесторів, та від українських державних і приватних компаній, що працюють в різних країнах світу.

Рекомендації охоплюють різні питання відповідальної бізнес-поведінки і дають можливість читачам оцінити свою компанію, знайти точки впливу і розробити ще кращі політики і практики з відповідальної бізнес-поведінки.

Такі рекомендації в міжнародній практиці було розроблено і видано двома мовами вперше, Національний контактний пункт і Центр «Розвиток КСВ» вдячні Посольству Королівства Норвегії в Україні за підтримку цієї важливої ініціативи.

## Керівні принципи

### ОЕСР для багатонаціональних підприємств

– рекомендації урядів країн, в яких багатонаціональні підприємства ведуть свою діяльність. Керівні принципи є частиною Декларації ОЕСР «Про міжнародні інвестиції та багатонаціональні підприємства», в якій також йдеться про національний режим, про колізійні вимоги до корпорацій і про міжнародні інвестиції: прямі та портфельні.

Керівні принципи ОЕСР спрямовані на забезпечення узгодження діяльності підприємств з політикою уряду, посилення основ взаємної довіри між корпораціями і громадами, в яких вони ведуть свою діяльність, надання допомоги в поліпшенні іноземного інвестиційного клімату і на збільшення внеску цих компаній у сталий розвиток.

**Національний контактний пункт ОЕСР (НКП)** створено при Міністерстві економічного розвитку і торгівлі України після приєднання України до Декларації ОЕСР «Про міжнародні інвестиції та багатонаціональні підприємства» і входження до Комітету з інвестицій ОЕСР.

#### Основними цілями НКП є:

1. збільшення обізнаності серед бізнесу про Керівні принципи ОЕСР на 20%;
2. збільшення обізнаності про функції та роль НКП на 30%;
3. внесення змін в корпоративні політики компаній щодо відповідального ведення бізнесу на 10%.

З метою перевірки досягнень цих цілей НКП планує щорічно проводити дослідження серед українського та іноземного бізнесу.

**КОНТАКТНІ** **Марина Купчук,**

**ОСОБИ:** Національний контактний пункт, Міністерство економічного розвитку і торгівлі України,  
kupchuk@me.gov.ua

**Марина Саприкіна,**

член Робочої групи Національного контактного пункту, Центр «Розвиток КСВ», ms@csr-ukraine.org



Керівні принципи ОЕСР  
для багатонаціональних підприємств

НАЦІОНАЛЬНИЙ КОНТАКТНИЙ ПУНКТ  
УКРАЇНА



# Вступ

## Чому відповідальна поведінка бізнесу важлива?

Бізнес активно розвивається. В Україні та світі з'являється багато компаній. В той же час, нові інвестори готові вкладати не тільки у великі компанії, а й у середній та малий бізнес. Більше того, свій економічний вплив інвестори посилюють внеском у інноваційний, соціальний і екологічний розвиток країни.

Бізнес стає глобальним. Партнери, постачальники і підрядники мають ще тісніші контакти з компаніями, і ділять з ними не тільки успіхи, а й репутаційні втрати. По-рушення прав людини в компаніях-постачальниках стає фактором, що впливає на саму компанію.

Нещодавно це на власному бренді відчула компанія Zara. У стамбульських магазинах компанії покупці виявили на бирці виробів записки від турецьких робітників, де було написано: «Я зшив виріб, який ви збираєтеся придбати, але мені за це не заплатили». Як виявилось, компанія-постачальник Bravo закрилася напередодні ввечері і заборгувала робітникам заробітну плату за три місяці та вихідну допомогу. В той же час Inditex, власник бренду Zara, заявила, що виконала свої контрактні зобов'язання по відношенню до Bravo Textil. Тим не менше, Mango і Next, що входять до холдингу Inditex, прийняли рішення створити фонд для потерпілих від закриття компанії Bravo робітників, обіцяючи відшкодувати збитки та покрити витрати на відшкодування необхідних виплат.

Приклад Zara продемонстрував, наскільки зростає відповідальність компанії за свій вплив. Саме тому, у світі з'являються соціально відповідальні інвестори та інвестори в мінімізацію свого впливу на навколишнє середовище (impact investors).

Вплив компаній може бути в екологічних, соціальних і економічних (управлінських) сферах (Таб. 1)

Екологічний вплив	Соціальний вплив	Корпоративне управління
Прямі і непрямі викиди	Зарплата керівників	Правління і розподіл обов'язків
Інтенсивність викидів CO <sub>2</sub>	Рівень зарплати чоловікам та жінкам	Прозорість управління
Енергоспоживання	Плинність кадрів	Політика заохочень членів правління
Енергоємність	Гендерне різноманіття	Чесні операційні практики
Відновлювальні джерела енергії	Недискримінаційна політика	Кодекс поведінки постачальників
Управління водними ресурсами	Кількість травм на виробництві	Кодекс етики
Управління відходами	Політика охорони праці	Політика з антикорупції
Екологічна політика	Невикористання дитячої і примусової праці	Податкова прозорість
Біорізноманіття	Політика порушень прав людини	Звіти зі сталого розвитку
	Різноманіття в Правлінні	

Таб. 1. Приклади впливів компаній ([http://business.nasdaq.com/media/ESG-Reporting-Guide\\_tcm5044-41395.pdf](http://business.nasdaq.com/media/ESG-Reporting-Guide_tcm5044-41395.pdf))



У світі розроблено декілька керівництв для бізнесу з метою допомоги мінімізації впливів. Серед керівництв можна виділити наступні:

- **Керівництво ОЕСР для багатонаціональних компаній:** вимоги відповідальної поведінки бізнесу від урядів країн-підписантів Декларації про інвестиції ОЕСР;
- **Глобальні стандарти звітності GRI:** серія стандартів Глобальної ініціативи звітності для підготовки звітності з нефінансових питань, а саме економічного, екологічного і соціального впливів;
- **Керівництво зі звітності з економічних, соціальних та управлінських ризиків бірж** (наприклад, програма підтримки для емітентів Nasdaq).

Вищеназвані керівництва демонструють певні стандарти для бізнесу. Іноді інвестори деяких країн мають вищі стандарти, ніж ті, що перелічені в вищезазначених керівництвах (напр. Франція ввела обов'язкову звітність про постачальників у 2017 році, або звітність англійських компаній відповідно до Закону про сучасне рабство). Тим не менше, ці рекомендації – гарний приклад для компаній, з чого можна розпочинати.

Саме тому, Центр «Розвиток КСВ» за підтримки Посольства Королівства Норвегії в Україні і Національного контактного пункту, за участі багатьох стейкхолдерів розробили дані Рекомендації для компаній на основі Керівництва ОЕСР для багатонаціональних компаній.

Ці рекомендації представлені у вигляді системи оцінювання, що є зручною для компаній.



# 1. ЗАГАЛЬНА ПОЛІТИКА КОМПАНІЇ

У своїй діяльності компанії мають дотримуватися законодавства України. Це є обов'язком всіх організацій.

В той же час компанії мають враховувати думки заінтересованих сторін (стейкхолдерів) задля сталого розвитку своїх організацій і країн, де вони ведуть свою діяльність. Форми діалогу зі стейкхолдерами можуть включати круглі столи, дискусії, конференції, особисті зустрічі та консультативні процедури.

Загальна політика компанії в цілому має бути спрямована на наступні ключові питання:

## СТАЛИЙ РОЗВИТОК

### 1. Діяльність компанії має сприяти економічному, соціальному і екологічному розвитку України:

- ☐ Компанія співпрацює з державою в процесах розробки політик і законодавчих актів.
- ☐ Компанія враховує думки своїх заінтересованих сторін.
- ☐ Компанія сприяє досягненню цілей сталого розвитку через досягнення своїх економічних, соціальних і екологічних цілей.

### 2. Компанія поважає визнані на міжнародному рівні права людини:

- ☐ Компанія не намагається шукати законодавчі лазівки для недотримання законодавства щодо прав людини, питань навколишнього середовища, здоров'я та безпеки праці, оподаткування, фінансових та інших питань.



### 3. Особливо важлива участь заінтересованих сторін під час планування і прийняття рішень компанією щодо проектів або планування своєї діяльності. Ефективна участь заінтересованих сторін включає двосторонню комунікацію і залежить від доброчесності учасників. Форми участі заінтересованих сторін можуть бути різними, в тому числі: зустрічі, слухання і консультативні процедури.

Особливо важлива участь заінтересованих сторін під час планування і прийняття рішень компаній щодо проектів або планування своєї діяльності. Ефективна участь заінтересованих сторін включає двосторонню комунікацію і залежить від доброчесності учасників. Форми участі заінтересованих сторін можуть бути різними, в тому числі: зустрічі, слухання і консультативні процедури.

- ☐ У компанії прийнято політику роботи зі стейкхолдерами.
- ☐ Компанія визначила своїх основних стейкхолдерів і має план діалогу з ними.
- ☐ Компанія має систему подання скарг ззовні і процедури для їх вирішення, в тому числі компанія звітується щодо вирішення скарг.
- ☐ Компанія відкрито говорить про проблеми і як їх вирішити, дослухаючись до своїх стейкхолдерів.
- ☐ Компанія звітує про діалог зі стейкхолдерами щорічно.

## КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ

### 4. Компанія розробляє ефективні системи корпоративного управління, що важливо для розбудови довіри між компанією і суспільством:

- ☐ Компанія має ефективну і прозору систему корпоративного управління, засновану на Принципах корпоративного управління ОЕСР (для державних підприємств – на Керівних принципах управління ОЕСР на підприємствах з державною участю).
- ☐ Компанія забезпечує захист і підтримку прав акціонерів, в тому числі рівне ставлення до акціонерів.
- ☐ Компанія активно співпрацює із заінтересованими сторонами задля створення економічної цінності, робочих місць і фінансово сталою підприємства.
- ☐ Рада директорів (материнської компанії) забезпечує стратегічне керівництво підприємством і ефективний моніторинг дій менеджменту.
- ☐ Рада директорів має забезпечити цілісність і ефективність роботи систем бухгалтерської і фінансової звітності підприємств, включаючи незалежний аудит, відповідні системи контролю, в тому числі управління ризиками, фінансово-операційного контролю, дотримання законодавства і відповідних стандартів.

- ☐ Рада директорів має постійно перевіряти напрями діяльності різних департаментів компанії задля забезпечення і дотримання чітких сфер відповідальності менеджменту організацій.
- ☐ Менеджмент є підзвітним підприємству і акціонерам.
- ☐ Менеджмент приймає до уваги думку заінтересованих сторін.
- ☐ На іноземні компанії, що працюють в Україні, розповсюджуються системи контролю і комплаєнс материнської компанії.

#### **5. Компанія розвиває потенціал місцевих громад, в тому числі через ділові стосунки:**

- ☐ Компанія розробляє стратегію соціальної відповідальності бізнесу, що сприяє розвитку конструктивних відносин між підприємствами і суспільством, в якому організація веде свою діяльність.
- ☐ Компанія має політику або принципи, відповідно до якої компанії заборонено втручатися в політичну діяльність в країні присутності.

#### **6. Компанія проводить процедури дью ділідженс (комплексної експертизи), в тому числі оцінює свої фінансові і нефінансові ризики (екологічні, управлінські та соціальні) через створену систему управління ризиками.**

Процедура дью ділідженс (комплексної експертизи) – процес, за допомогою якого компанії можуть виявити, запобігти і знизити свої фактичні і потенційно негативні наслідки, а також процес підготовки звітів щодо вирішення пов'язаних проблем як невід'ємної частини системи прийняття стратегічних і операційних рішень в компанії і управління ризиками.

Характер і сфера комплексної експертизи залежить від розміру підприємств, їх діяльності, а також ступеня важкості негативних наслідків.

- ☐ Якщо у компанії велика кількість постачальників, то компанія ідентифікує основні сфери, де ризик виникнення негативних наслідків є великим, а також визначає чергу проведення комплексної експертизи щодо ключових постачальників, враховуючи результати проведеної оцінки ризиків.

#### **7. Компанія мінімізує негативний вплив не тільки від своєї операційної діяльності, а й той, що пов'язаний з її послугами, продуктами та ланцюгами постачання, навіть якщо прямого впливу компанія не має.**

У разі якщо компанія визначила негативний вплив постачальника, вона має:

1. продовжити співпрацю з ним після забезпечення комплексу заходів зі зниження впливів і потенційних ризиків;
2. тимчасово призупинити роботу до реалізації комплексу заходів зі зниження впливів і потенційних ризиків;
3. повністю призупинити роботу з постачальником після того, як різноманітні заходи для зниження негативного впливу не принесли результатів.

У компанії є обмеження свого впливу на мережу поставань, що може бути пов'язано з характеристикою товару, кількістю постачальників, структурою і комплексністю системи поставань, позицією підприємства на ринку.

У разі, коли у постачальника є різні замовники з різними, іноді суперечливими одна з іншою, політиками і стандартами, то замовникам пропонується здійснювати координацію політик у сфері поставання і стратегії управління ризиками, в тому у числі через обмін інформацією:

- ☐ Компанія оцінює негативний вплив, пов'язаний не тільки з її операційною діяльністю, а її послугами, продуктами, партнерами і постачальниками, і намагається його мінімізувати.
- ☐ Компанія має Політику роботи з постачальниками (управління ланцюгом поставань), де прописано врахування соціального та екологічного впливів і мінімізація негативного впливу.
- ☐ Компанія проводить оцінку як свого позитивного і негативного впливу, так і своїх постачальників.
- ☐ Компанія розробляє план дій по мінімізації негативного впливу з урахуванням думки заінтересованих сторін.



## ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ

### 8. Компанія відкриває нові вакансії:

- ☐ Компанія наймає представників місцевої громади на території ведення своєї діяльності.
- ☐ Компанія виплачує достатню заробітною плату для комфортного проживання співробітників і їх родин.

### 9. Компанія навчає своїх співробітників і не допускає дискримінації:

- ☐ Компанія має політику недискримінації щодо найму співробітників, їх просування по кар'єрі та постійного навчання.
- ☐ Компанія постійно навчає своїх співробітників.

### 10. Компанія сприяє підвищенню інформованості співробітників щодо політик компанії, в тому числі і через навчання:

- ☐ Компанія має систему внутрішніх комунікацій.
- ☐ Компанія моніторить виконання політик.
- ☐ Компанія проводить тренінги щодо своїх політик і відслідковує їх ефективність.
- ☐ Компанія має систему прийому і розгляду внутрішніх скарг.

### 11. Компанія має політики і практики недопущення дискримінації або дисциплінарних дій відносно працівників, які подають законні звернення\* до адміністрації або компетентних державних органів, щодо дій фірми, які суперечать закону, Керівним принципам ОЕСР або політикам компанії.

- ☐ Компанія має політику інформування про порушення, а також захисту тієї людини, яка звернулась зі зверненням.
- ☐ Керівництво ознайомлено та впроваджує в свою діяльність дану політику.
- ☐ Керівництво сприяє проведенню розслідувань за поданими скаргами.

### 12. Компанія стимулює свободу в мережі Інтернет, поважаючи свободу висловлювань, свободу зібрань та асоціацій в режимі он-лайн:

- ☐ Компанія поважає свободу в мережі Інтернет, а також право людини (співробітника та заінтересованих сторін) вільно висловлювати свою думку.
- ☐ Компанія має відкриту політику щодо свободи зібрань.
- ☐ Компанія має профспілку.

---

\*Найбільше скарг зазвичай від працівників поступає щодо двох питань, а саме: захисту довкілля і боротьби з корупцією і харбарництвом.

# 2. РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ

## 1. Компанія регулярно надає актуальну і достовірну інформацію щодо своєї діяльності, структури, фінансового стану, виробництва, власності і управління.

Головним для компанії є розкрити і надати доступ до суттєвої інформації. Компанія не має розкривати інформацію, розкриття якої загрожує конкурентній позиції організації.

Суттєва інформація – це інформація, нерозкриття або спотворення якої може вплинути на економічні рішення, що приймають користувачі інформації.

- ☐ Компанія готує регулярні фінансові та нефінансові звіти (наприклад, за стандартами, Глобальної ініціативи зі звітності), у яких висвітлює суттєві питання.
- ☐ Компанія надає інформацію як в цілому по підприємству, так і з розбивкою за комерційною спеціалізацією і географічним розташуванням.
- ☐ Компанія відповідає на запити заінтересованих сторін і надає оперативну і прозору інформацію.
- ☐ Компанія постійно оновлює інформацію на сайті.
- ☐ Компанія забезпечує простий і економічний доступ до інформації для усіх груп заінтересованих сторін.



## 2. Компанія розкриває точну і своєчасну інформацію з питань корпоративного управління, фінансових результатів, соціальної політики щодо працівників і заінтересованих сторін, екологічної політики.

### **Питання корпоративного управління для звітності:**

- структура власності;
- структура корпоративного управління;
- корпоративний кодекс управління і практики його дотримання;
- заяви про цінності або ділову поведінку;
- структура прийняття рішень в компанії;
- інформація про членів правління, включно з їх кваліфікацією, процесом відбору і незалежністю;
- політика винагороди праці для членів правління та керівників (це може бути як розкриття загальної суми або з розбивкою за окремими особами);
- політики та інші норми поведінки, якими підприємство керується, дата їх ухвалення, та країни і юридичні особи, яких такі документи стосуються, і результати реалізації таких політик;
- інформація про системи внутрішнього аудиту, управління ризиками та виконання законодавчих вимог.

### **Фінансові питання для звітності:**

- результати фінансової та операційної діяльності;
- завдання і цілі діяльності підприємства;
- транзакції з пов'язаними сторонами;
- передбачені фактори ризику.

### **Питання довкілля для звітності, наприклад:**

- викиди CO<sub>2</sub> (прямі, непрямі, теперішні та майбутні, корпоративні та виробничі);
- біорізноманіття;
- вплив партнерів та постачальників на довкілля.

### **Соціальні питання для звітності, наприклад:**

- інформація про кількість співробітників (з розбивкою за віком, гендерною ознакою);
- інформація про заробітну плату та бонуси;
- інформація про системи навчання.

## **3. Підприємства мають застосовувати високі стандарти якості щодо розкриття бухгалтерської, фінансової і нефінансової інформації, в тому числі звітність щодо питань охорони навколишнього середовища і соціальних питань:**

- ☐ Компанія має надавати інформацію про стандарти і політику, відповідно до якої формується і публікується інформація
- ☐ Щорічний аудит має проводитись незалежним і кваліфікованим аудитором щодо об'єктивної верифікації стосовно того, що фінансова звітність належним чином розкриває фінансовий стан і результати діяльності компанії у всіх матеріальних аспектах.



# 3. ПРАВА ЛЮДИНИ

Держави зобов'язані захищати права людини, як записано в Керівних принципах підприємницької діяльності ООН в аспекті прав людини. Серед інших документів, що знайомлять з правами людини, можна виокремити ключовий Міжнародний білль про права людини, що включає:

- Всесвітню декларацію з прав людини;
- Міжнародний пакт про громадянські і політичні права;
- Міжнародний пакт про економічні, соціальні і культурні права.

Також до ключових документів важливо додати Декларацію МОП про основоположні принципи та права у сфері праці.

**В той же час підприємства, незалежно від їх розміру, сектору, видів діяльності, форм власності і структури, місця ведення діяльності, мають дотримуватися прав людини.**

Особливу увагу потрібно приділяти окремим групам та народностям, які потребують особливої уваги, а саме корінним народам; особам, які належать до національних, етнічних, релігійних та мовних меншин; жінкам та дітям; людям з обмеженими можливостями; робочим-мігрантам та членам їх сімей.

В умовах війни компанії мають дотримуватися стандартів міжнародного гуманітарного права.

**1. Компанія має не допускати порушення прав людини і усувати негативні наслідки щодо прав людини як результат своєї діяльності або бездіяльності.**

**2. Компанія має не допускати порушення прав людини і усувати негативні наслідки щодо прав людини як результат діяльності/бездіяльності своїх ділових партнерів, навіть, якщо причини знаходяться за її межами впливу.**



Ділові стосунки включають відносини з діловими партнерами, суб'єктами в ланцюгу постачань та іншими державними і недержавними суб'єктами, що напряду пов'язані з господарською діяльністю, товарами та послугами.

### **3. Компанія має політику щодо дотримання прав людини.**

- ☐ Політика з прав людини має бути схвалена вищим керівництвом компанії.
- ☐ Політика з прав людини має бути підтверджена внутрішньою або зовнішньою експертизою.
- ☐ Політика з прав людини передбачає очікування персоналу компанії, її ділових партнерів та заінтересованих сторін.
- ☐ Політика з прав людини знаходиться у відкритому доступі.
- ☐ Персонал компанії, партнери і заінтересовані сторони організації обізнані про корпоративну Політику з прав людини.
- ☐ Політика з прав людини відповідним чином знаходить застосування в операційній політиці та процедурах компанії.

### **4. Компанія проводить комплексну експертизу (дью ділідженс) з прав людини з урахуванням об'ємів, характеристик і сфери своєї діяльності/бездіяльності, а також ступеня суттєвості ризиків, пов'язаних з негативними наслідками щодо**

### **прав людини, що можуть бути спричинені діяльністю/бездіяльністю компанії:**

- ☐ Комплексна експертиза передбачає проведення оцінки фактичних і потенційних наслідків щодо прав людини в компанії та у її ділових відносинах, аналіз результатів експертизи і розробку відповідних заходів, відслідкування результатів і інформування про боротьбу з негативними наслідками.
- ☐ Комплексна експертиза може входити у розширені системи управління ризиками в Компанії.
- ☐ Комплексна експертиза є тривалою процедурою, спрямованою на мінімізацію ризиків порушення прав людини як самою компанією, так і її діловими відносинами.

### **5. Компанія співпрацює у досудових, судових та інших процедурах для правового захисту жертв порушень прав людини, до яких вона причетна.**

- ☐ Компанія має внутрішні процедури для виправлення ситуації, пов'язаної з порушенням прав людини.
- ☐ Компанія має бути готовою до співробітництва з судовими і державними органами.
- ☐ Компанія має бути готова до діалогу із тими, на кого потенційно впливає діяльність Компанії.

# 4. ТРУДОВІ Й ВИРОБНИЧІ ВІДНОСИНИ

Міжнародна організація праці (МОП) є уповноваженим органом щодо розгляду і прийняття міжнародних стандартів праці. Одним з важливих документів МОП є Декларація МОП про основоположні принципи та права у сфері праці та Декларація МОП про багатонаціональні корпорації.

- 1. Компанія сприяє у створенні професійної спілки.**
- 2. Компанія має колективний договір.**
- 3. Компанія не використовує дитячу працю і сприяє усуненню найгірших форм дитячої праці:**
  - ☐ Компанія виконує законодавство країни щодо встановленого мінімального віку для прийому на роботу.
  - ☐ Компанія створює високоякісні і високооплачувані робочі місця, і таким чином бореться з бідністю.
  - ☐ Компанія сприяє підвищенню освітніх стандартів для дітей, які живуть в країні, де працює компанія.
- 4. Компанія не використовує примусову чи обов'язкову працю і робить адекватні кроки, що б примусової або обов'язкової праці не існувало в країні.**
- 5. Компанія дотримується принципів рівних можливостей і недискримінації своїх співробітників за расовою ознакою, кольором шкіри, гендерною ознакою, релігії, політичних переконань, національного походження або соціальної приналежності:**





- ☐ Компанія не має дискримінації при прийомі на роботу, розподілі праці, звільненні, виплаті винагороди і бонусів, кар'єрному зростанні, навчанні та виході на пенсію.
- ☐ Компанія не допускає дискримінації за гендерною ознакою під час прийому на роботу, звільненні, виплаті винагороди і бонусів, кар'єрному зростанні. Компанія не допускає дискримінації з причини сімейного стану, вагітності й батьківства.

**6. Компанія допомагає профспілкам, надаючи різні можливості для створення ефективної колективної угоди, в тому числі і через ведення перемовин на робочому місці.**

**7. Компанія надає профспілкам та представникам співробітників інформацію для ведення конструктивних перемовин щодо умов зайнятості та результатів діяльності компанії, а саме:**

- ☐ структура компанії;
- ☐ фінансово-економічний стан і перспективи розвитку компанії;
- ☐ тенденції щодо суттєвих змін у кількості співробітників компанії;
- ☐ очікувані суттєві зміни в діяльності компанії з врахуванням вимог до конфіденційності, коли деякі дані не можуть бути надані взагалі.

**8. Компанія сприяє консультаціям і співробітництву між роботодавцями і співробітниками з наступних питань:**

- ☐ дотримання стандартів зайнятості і виробничих відносин, не нижче тих, яких дотримуються аналогічні роботодавці в країні, в тому числі домовленостей щодо виплат винагороди і робочого часу;
- ☐ дотримання стандартів охорони професійного здоров'я і безпеки діяльності з метою мінімізації ризиків виникнення нещасних випадків і збитків для здоров'я;
- ☐ припинення роботи, якщо вона представляє ризики для здоров'я і безпеки співробітників.

**9. Компанія формує персонал з місцевого населення, в тому числі і керівні кадри.**

**10. Компанія організовує навчання з метою збільшення ступеня майстерності, у співпраці з профспілками і органами влади, забезпечуючи рівні можливості і принципи недискримінації для різних категорій співробітників.**

**11. Компанія за два місяці (у відповідності до законодавства України) повідомляє працівників про істотні зміни у організації, а краще – раніше, до того, коли буде прийнято остаточне рішення щодо змін.**

- ☐ Компанія співпрацює з профспілками щодо пом'якшення негативних наслідків закриття компанії на співробітників.
- ☐ Компанія надає можливості профспілкам вести переговори з колективного договору з представниками підприємства, які уповноважені приймати рішення.



# 5. ДОВКІЛЛЯ

Компанії в рамках законів та практик тих країн, де вони ведуть свою діяльність, та відповідно до діючих міжнародних угод, принципів, цілей і стандартів, в належній мірі мають враховувати необхідність охорони навколишнього середовища, забезпечення здоров'я та безпеки громадян. Компанії мають вести свою діяльність таким чином, щоб сприяти досягненню мети сталого розвитку.

Основні міжнародні документи, на які варто звернути увагу – це:

- Декларація Ріо-Де-Жанейро щодо навколишнього середовища і розвитку;
- Конвенція про доступ до інформації, участь громадськості в процесі прийняття рішень та доступ до правосуддя з питань, що стосуються довкілля (Орхуська конвенція);
- Стандарт ISO 14001 – міжнародний стандарт із сукупності вимог та рекомендацій щодо екологічного аспекту системи управління.

Зниження негативного впливу на навколишнє середовище є обов'язком і можливістю для бізнесу. Основні переваги для компанії від розробленої системи охорони довкілля:

- зниження операційних та страхових витрат;
- підвищення економії енергії та ресурсів;
- полегшений доступ до капіталу і кваліфікованих співробітників;
- покращення задоволеності запитів споживачів;
- покращення відносин з місцевою громадою.

Саме тому компанії мають включити питання довкілля в свої бізнес-стратегії та розробити систематичний підхід до природоохоронної діяльності. Система управління навколишнім середовищем передбачає внутрішню структуру для контролю за впливом на довкілля та інтеграції екологічних питань в ділові відносини.





## 1. Компанія підтримує створення системи охорони довкілля в Компанії:

- ☐ Компанія збирає та проводить оцінку релевантної та своєчасної інформації стосовно наслідків діяльності компанії на охорону навколишнього середовища, здоров'я та безпеку.
- ☐ Компанія має завдання і цілі щодо ефективної охорони навколишнього середовища та використання ресурсів, включаючи в тому числі корегування цілей у відповідності до національних пріоритетів і міжнародних зобов'язань щодо довкілля.
- ☐ Компанія моніторить і проводить перевірку результатів у сфері охорони навколишнього середовища, здоров'я і безпеки.
- ☐ Компанія готує звіти про досягнення результатів у сфері охорони довкілля з метою розбудови довіри у суспільстві, в том числі серед заінтересованих сторін. Для підготовки звіту компанія може використовувати міжнародні стандарти Глобальної ініціативи зі звітності (GRI).

## 2. Компанія надає населенню і працівникам адекватну і своєчасну інформацію про можливі наслідки впливу компанії на довкілля, здоров'я та безпеку, в тому числі у вигляді звіту про прогрес.

- ☐ Компанія проводить консультації з громадськістю щодо політик та їх результатів з питань довкілля, здоров'я та безпеки.
- ☐ Компанія використовує систему добровільного маркування і сертифікації.

## 3. Компанія постійно проводить оцінку можливих наслідків від виробництва, користування товарами і послугами на довкілля, здоров'я людей; та розробляє політики безпеки, що пом'якшують негативні наслідки.

- ☐ У разі, коли діяльність компанії може мати негативні наслідки на навколишнє середовище, а також там, де продовження діяльності компанії залежить від компетентного органу, то компанія готує звіт про оцінку впливу на навколишнє середовище.
- ☐ Компанія не може використовувати відсутність наукових досліджень про доцільність щодо відстрочки необхідних заходів із запобігання та мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище.

## 4. Компанія має плани щодо запобігання і зведення до мінімуму нанесення шкоди довкіллю і здоров'ю, у тому числі в результаті нещасних випадків і надзвичайних ситуацій:

- ☐ Компанія має механізми для негайного сповіщення компетентних органів у разі нещасних випадків і надзвичайних ситуацій.

**5. Компанія постійно шукає нові можливості для вдосконалення своєї діяльності в сфері довкілля та її ланцюга постачання:**

- ☐ Компанія запроваджує у виробництво нові технології і стандарти захисту довкілля.
- ☐ Компанія розробляє і просуває товари і послуги, що не роблять шкідливого впливу на довкілля; є безпечними у застосуванні; зменшують викиди парникових газів; спряють енергозбереженню і збереженню природних ресурсів; є придатними для повторного використання, відновлення або безпечної утилізації.
- ☐ Важливо відмітити потенціал «ефекту демонстрації», коли іноземні або інші компанії можуть надихнути інші підприємства використовувати кращі еко-технології і еко-практики.

**6. Компанія сприяє поінформованості покупців про екологічні наслідки використання продуктів і послуг компанії, включно з наданням точної інформації про свою продук-**

**цію** (наприклад, про парникові викиди, вплив на біорозмаїття, ефективність використання природних ресурсів або інші екологічні проблеми).

**7. Компанія постійно оцінює засоби покращення екологічних наслідків у довгостроковій перспективі** (наприклад, шляхом розробки стратегій скорочення викидів, ефективного використання природних ресурсів і переробки відходів, заміни або зниження використання токсичних речовин, або стратегій, націлених на збереження біологічного розмаїття).

**8. Компанія забезпечує відповідну професійну підготовку працівників з питань екології, здоров'я і безпеки** (наприклад, правильне поводження з небезпечними матеріалами та запобігання екологічним нещасним випадкам, екологічні наслідки застосовуваних нових технологій і відносини з громадськістю).

**9. Компанія створює партнерства та реалізує ініціативи для розробки ефективної екологічної національної політики і покращення обізнаності суспільства з питань довкілля.**

# 6. БОРОТЬБА З КОРУПЦІЄЮ

Корпорації не повинні прямо або побічно пропонувати, обіцяти, давати або вимагати хабарі чи будь-яку іншу не передбачену винагороду для розвитку або стримування виробництва, або іншу неправомірну винагороду. Підприємства також мають чинити опір пропозиціям чи вимогам хабара.

Основними міжнародними документами ОЕСР у боротьбі з хабарництвом є: Конвенція про боротьбу з підкупом, Рекомендації по боротьбі з підкупом, Рекомендації з податкових заходів для подальшої боротьби з підкупом під час реалізації міжнародних ділових операцій, Рекомендації щодо хабарництва і експортного кредитування. Доповнює цей перелік Конвенція ООН проти корупції, що включає широкий перелік стандартів, заходів і правил у сфері боротьби з корупцією.

- 1. Компанія не пропонує, не обіцяє і не надає неналежні грошові чи інші переваги офіційним особам або працівникам ділових партнерів.**
- 2. Компанія не заохочує надання та не приймає неналежні грошові чи інші переваги від державних службовців або працівників ділових партнерів.**
- 3. Підприємство не використовує треті сторони для направлення неналежних грошових чи інших переваг державним службовцям, або працівникам своїх ділових партнерів, або їх родичам чи іншим особам, які є частиною ланцюгу ведення бізнесу.**



Третіми сторонами можуть бути: агенти, інші посередники, консультанти, представники, дистриб'ютори, консорціуми, підрядники і постачальники, а також партнери по спільних підприємствах.

**4. Компанія має кодекс ділової етичної поведінки і програми комплаєнсу.**

**5. Компанія має антикорупційні програми, в яких враховано ризики хабарництва, з якими стикається підприємство (наприклад, через своє географічне положення й сектор економіки), в тому числі й у фінансових і бухгалтерських процедурах:**

- ☐ Компанія розробила і запроваджує адекватні механізми внутрішнього контролю за виконанням антикорупційних програм.
- ☐ Компанія регулярно моніторить і повторно оцінює ефективність розроблених антикорупційних програм і заходів.
- ☐ Компанія підвищує свою відкритість щодо боротьби з хабарництвом через публічні повідомлення, розкриття систем управління та системи внутрішнього контролю.

**6. Компанія забороняє і протидіє сплаті невеликих сум стимулювання своїх ділових партнерів та стейкхолдерів, що є зазвичай незаконним у країнах, де вони здійснюються, а коли такі платежі надходять, точно обліковує їх в бухгалтерських книгах і фінансових записах.**



**7. Компанія забезпечує процедуру дью ділідженс щодо найму та відповідного регулярного нагляду за діяльністю і винагородою агентів, що має бути відповідною і тільки за законні послуги:**

- ☐ Компанія, за можливістю, зберігає список агентів, задіяних у операціях з державними підприємствами, і надає їх компетентним уповноваженим органам, відповідно до діючих вимог публічного оприлюднення інформації.

**8. Компанія заохочує відкритість і діалог з громадськістю з питань хабарництва:**

- ☐ Компанія підтримує колективні ініціативи з протидії фактам пропозиції та вимагання хабарів.

**9. Компанія сприяє обізнаності своїх працівників з антикорупційної політики та інших заходів:**

- через розповсюдження інформації;
- через проведення спеціальних тренінгів;
- через прийняття дисциплінарних процедур.

**10. Компанія не робить незаконних внесків на користь кандидатів на державні посади або політичним партіям:**

- ☐ Внески на політичні цілі повинні повністю відповідати вимогам законодавства країни, де компанія веде свою діяльність і про них має бути повідомлено.



# 7. ІНТЕРЕСИ СПОЖИВАЧІВ

Маючи справу зі споживачами, підприємства повинні діяти у відповідності з сумлінною ринковою та рекламною практикою і робити всі необхідні кроки, щоб гарантувати надійність та якість вироблених ними товарів та послуг.



**1. Компанія забезпечує, щоб вироблені товари та послуги відповідали всім встановленим за законом стандартам безпеки і здоров'я покупців:**

- ☐ Компанія має робити інформаційні ярлики-попередження, що стосуються здоров'я і безпеки товару.

**2. Компанія надає точну, таку, що її можна перевірити, прозору інформацію, що є достатньою, щоб дозволити покупцеві зробити вірний вибір, включно з інформацією відносно цін і, де можливо, вмісту, безпечного використання, екологічних властивостей, ремонту, зберігання й утилізації товарів і послуг:**

- ☐ Компанія, де можливо, надає вищезазначену інформацію в спосіб, що покращує здатність споживача порівнювати з іншими товарами та послугами.
- ☐ Враховуючи великий інтерес споживачів до питань довкілля, компанія надає інформацію щодо екологічних характеристик товарів, в тому числі:
  - енергоефективність товарів;
  - ступінь їх придатності до переробки для повторного використання;



- у випадках з харчовими продуктами – інформацію про сільськогосподарську практику.

☐ Компанії варто надавати інформацію про свою соціальну відповідальність для своїх споживачів.

**3. Компанія надає споживачам доступ до чесного, легкого у користуванні, вчасного та дійового позасудового розв'язання спірних питань та механізмів відшкодування, без зайвих виплат чи відшкодування:**

☐ Компанія ефективно реагує на скарги споживачів.

☐ Компанія підвищує обізнаність споживачів про існуючі механізми позасудового розв'язання спірних питань.

**4. Компанія не вводить в оману споживачів і не практикує шахрайство.**

**5. Компанія підвищує освіченість споживачів з метою:**

- приймати поінформовані рішення щодо товарів, послуг і ринків;
- краще розуміти економічний, екологічний і соціальний вплив своїх рішень;
- підтримувати стале споживання.

**6. Компанія захищає особисті дані співробітників і споживачів, що компанія збирає, зберігає чи поширює, в тому**

**числі і завдяки розвитку електронної комерції.**

**7. Компанія співпрацює з органами влади з метою запобігання та боротьби з оманними маркетинговими практиками (включно з рекламою, що надає невірну інформацію, та з шахрайством у сфері торгівлі) та зменшує або попереджає серйозну шкоду здоров'ю або довкіллю, що виникла в результаті споживання або утилізації їх товарів чи послуг.**

**8. Компанія враховує потреби уразливих груп чи споживачів у важких обставинах під час маркетингу своїх товарів та послуг.**

# 8. НАУКА І ТЕХНІКА



- 1. Компанія намагається забезпечити,** щоб її діяльність відповідала науковій і технологічній політиці (НТ) і стратегіям розвитку України, і робила свій внесок у розвиток місцевої і національної новаторської думки.
- 2. Компанія розповсюджує** нові технології і ноу-хау, враховуючи питання захисту прав інтелектуальної власності.
- 3. Компанія представляє** наукові і технічні роботи в Україні для задоволення потреб місцевого ринку, залучає місцевий персонал для виконання науково-технологічних робіт, а також сприяє їх навчанню з врахуванням комерційних потреб.
- 4. Видаючи ліцензію на використання прав інтелектуальної власності** або при іншій передачі технології, Компанія робить це в розумні строки і на розумних умовах і таким чином, роблячи свій внесок в сталий довгостроковий розвиток країни.
- 5. Компанія розвиває** зв'язки з місцевими університетами, науково-дослідними інститутами і бере участь у спільних дослідницьких проектах разом з місцевим бізнесом.

# 9. КОНКУРЕНЦІЯ

Основною метою політики у сфері конкуренції є підвищення загального добробуту і посилення економічного зростання через просування ринкових умов, під час яких характер, якість і ціна товарів і послуг визначається конкурентними ринковими силами.

- 1. Компанія веде свою діяльність** у відповідності до діючого законодавства і нормативних актів щодо конкуренції, беручи до уваги законодавство щодо конкуренції усіх інших юрисдикцій, в яких діяльність компанії може призвести до обмеження конкуренції.
- 2. Компанія не входить** в монопольні угоди між конкурентами або виконання їх, включно з наступними домовленостями: фіксування цін (цінова змова); фальсифікування надбавок; встановлення обмежень або квот на виробництво; розділ ринків, розподіл покупців, поставальників, території або ділянок торгівлі.
- 3. Компанія співпрацює** зі слідчими антимонопольними органами держави, що розслідують питання конкуренції та виконання законодавства, надаючи якомога швидше повні відповіді на їхні запити, та з урахуванням використання таких наявних інструментів, як відмова від конфіденційності, де це можливо, з метою сприяння ефективному та дійовому співробітництву з органами що розслідують.
- 4. Компанія регулярно забезпечує** обізнаність своїх співробітників про важливість узгодження своєї діяльності з відповідними антимонопольними законами і правилами, в тому числі навчаючи вище керівництво підприємства у сфері конкуренції.



# 10. ОПОДАТКУВАННЯ



**1. Компанія оплачує** свої податкові зобов'язання в країні:

- ☐ Компанія надає відповідним органам необхідну інформацію для правильного визначення розміру податку, розрахованого відповідно до їх операцій, і узгодження встановлених умов діяльності.

**2. Компанія виконує** українське законодавство.

**3. Компанія ставить**ся до управління податками і виконання податкових вимог як до важливих складових своїх систем нагляду та управління задля розвитку країни.

**4. Корпоративні органи управління ухвалюють** стратегії управління податковими ризиками з метою гарантування, що фінансовий, регуляторний та репутаційний ризики, пов'язані з оподаткуванням, повною мірою ідентифіковані та оцінені.

# ТЕРМІНОЛОГІЯ

**БЕЗПЕКА ПРОДУКЦІЇ** – відсутність будь-якого ризику для життя, здоров'я, майна споживача і навколишнього природного середовища при звичайних умовах використання, зберігання, транспортування, виготовлення і утилізації продукції (Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991).

**ВПЛИВ** – «вплив» [на навколишнє середовище] означає будь-які наслідки запланованої діяльності для довкілля, включаючи здоров'я і безпеку людей, флору, фауну, ґрунт, повітря, воду, клімат, ландшафт, історичні пам'ятки та інші матеріальні об'єкти, чи взаємозв'язок між цими факторами; він охоплює також наслідки для культурної спадщини чи соціально-економічних умов, які є результатом зміни цих факторів (Конвенція про оцінку впливу на навколишнє середовище у транскордонному контексті, ратифікована 19.03.1999).

**ВПЛИВ НА НАВКОЛИШНЄ ПРИРОДНЕ СЕРЕДОВИЩЕ** – будь-яка несприятлива чи сприятлива зміна в навколишньому природному середовищі, що повністю або частково спричинена виробничими процесами, товарами чи послугами. (Постанова КМУ «Про затвердження Технічного регламенту з екологічного маркування» від 18.05.2011).

**ЗАІНТЕРЕСОВАНІ СТОРОНИ** – особи, які мають легітимний інтерес у діяльності товариства і до яких передусім належать працівники, кредитори, споживачі продукції товариства, територіальна громада, на території якої розташоване товариство, а також відповідні державні органи та органи місцевого самоврядування (Принципи корпоративного управління України, затверджені рішенням Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку від 11.12.2003 N 571).

**ЕКОЛОГІЧНА ЕКСПЕРТИЗА** – вид науково-практичної діяльності уповноважених державних органів, еколого-експертних формувань та об'єднань громадян, що ґрунтується на міжгалузевому екологічному дослідженні, аналізі та оцінці передпроектних, проектних та інших матеріалів чи об'єктів, реалізація і дія яких може негативно впливати або впливає на стан довкілля. Підготовка висновків про відповідність запланованої чи здійснюваної діяльності нормам і вимогам законодавства про охорону навколишнього природного середовища, раціональне використання і відтворення природних ресурсів, забезпечення екологічної безпеки (ЗУ «Про Екологічну експертизу від 09.02.1995 р.»).

**ЕКОЛОГІЧНЕ МАРКУВАННЯ** – коротко і точно сформульований напис, символ чи зображення, що наноситься на етикетку або пакування продукції чи наводиться у документації на продукцію, технічних бюлетенях, рекламних матеріалах з метою зазначення певної екологічної характеристики продукції, компонента або пакування. Відповідність продукції встановленим екологічним критеріям підтверджується сертифікатом екологічного маркування (Постанова КМУ «Про затвердження Технічного регламенту з екологічного маркування» від 18.05.2011).

**ЕТИЧНА ПОВЕДІНКА** – система універсальних і специфічних моральних вимог і норм поведінки, що відповідає прийнятим принципам правильної поведінки в контексті конкретної ситуації та міжнародним нормам.

**ІНТЕГРОВАНА ЗВІТІСТЬ** – форма звіту, що розкриває фінансову і нефінансову інформацію про стратегію компанії, її бізнес-модель, включаючи і дані про те, як створюється вартість у короткостроковому, середньостроковому і довгостроковому періодах (Міжнародний комітет з інтегрованої звітності (IIRC), 2013).

**КЕРІВНІ ПРИНЦИПИ** Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) для багатонаціональних підприємств – рекомендації урядів для багатонаціональних корпорацій щодо принципів і стандартів відповідальної поведінки, яких компанії повинні добровільно дотримуватися в таких сферах, як: прозорість і розкриття інформації, працевлаштування і трудові відносини, права людини, навколишнє середовище, боротьба з хабарництвом і корупцією, інтереси споживачів, конкуренція та оподаткування.

**КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ** – система відносин між виконавчим органом товариства, його радою, акціонерами та іншими заінтересованими особами (Принципи корпоративного управління України, затверджені рішенням Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку від 11.12.2003 N 571).

**КОРУПЦІЯ** - використання особою наданих їй службових повноважень чи пов'язаних з ними можливостей з метою одержання неправомірної вигоди або прийняття такої вигоди чи прийняття обіцянки/пропозиції такої вигоди для себе чи інших осіб або відповідно обіцянка/пропозиція чи надання неправомірної вигоди особі (Закон України «Про запобігання корупції» від 14.10.2014).

**МЕРЕЖА ПОСТАЧАЧЬ** – сукупність заінтересованих сторін, що включає франчайзинг, дистрибуторів, ліцензування і субпідрядників.



**МОНОПОЛІЗАЦІЯ** – досягнення суб'єктом господарювання монопольного (домінуючого) становища на ринку товару, підтримання або посилення цього становища (Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11.01.2001).

**НЕДОБРОСОВІСНА КОНКУРЕНЦІЯ** – будь-які дії у конкуренції, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності (Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» 07.06.1996).

**НЕДОБРОСОВІСНА РЕКЛАМА** - реклама, яка вводить або може ввести в оману споживачів реклами, завдати шкоди особам, державі чи суспільству внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, замовчування, порушення вимог щодо часу, місця і способу розповсюдження (Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 р).

**НЕФІНАНСОВИЙ ЗВІТ** – затверджений компанією (верифікований або не верифікований) документ, що містить опис інших, аніж фінансові, показників діяльності компанії. Повинен відображати інформацію про вплив економічної, екологічної, соціальної діяльності компанії на заінтересовані сторони.

**ПРИХОВАНА РЕКЛАМА** – інформація про особу чи товар у програмі, передачі, публікації, якщо така інформація слугує рекламним цілям і може вводити в оману осіб щодо дійсної мети таких програм, передач, публікацій (Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 р.)

**ПРОЗОРИСТЬ** – відкритість рішень і дій, що впливають на суспільство, економіку та навколишнє середовище, прагнення висвітлювати ці питання чітко, вчасно, чесно та у повному обсязі

**ПРОЦЕДУРА ДЬО ДІЛІДЖЕНС (КОМПЛЕКСНА ЕКПЕРТИЗА)** – процес, за допомогою якого компанії можуть виявити, запобігти і знизити свої фактичні і потенціальні негативні наслідки. Компанії також мають звітуватись за рішення відповідних проблем як невід'ємної частини системи прийняття стратегічних і операційних рішень і управління ризиками.

**СПОЖИВАЧ** – фізична особа, яка купує, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника.

**СУТТЄВА ІНФОРМАЦІЯ** – інформація, не розкриття або спотворення якої може вплинути на економічні рішення, що приймають користувачі інформації.







Київ 2017