

Отчет о корпоративной ответственности за 2009 год

# Наше будущее – наша ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

## Содержание

Вступление	3
Обращение управляющего партнера PricewaterhouseCoopers в России Петера Герендаши	4
PricewaterhouseCoopers в России: факты и цифры	6
Корпоративная ответственность	7
Актуальные вопросы корпоративной ответственности	8
Наше воздействие на клиентов и рынки	8
Наше взаимодействие с сотрудниками	9
Наше воздействие на окружающую среду	9
Наше воздействие на общество	9
Заинтересованные стороны (стейкхолдеры)	10
Руководство и управление вопросами корпоративной ответственности в PwC в России	11
Наш отчет	11
Клиенты и рынки	12
Наши цели	12
Оказание услуг клиентам	12
Формируем общественную повестку дня	12
Сотрудничество с регулирующими органами	13
Интеллектуальное лидерство	14
Профессиональные и деловые ассоциации	14
Бывшие сотрудники	14
Средства массовой информации	15
Поставщики	15
Задачи и планы на будущее	15
Сотрудники	16
Наши цели	16
Наш ответ на экономический спад	16
Обучение и развитие	17
Здоровье и хорошее самочувствие	18
Обмен информацией	18
Деловая этика	18
Культурное многообразие	19
Задачи и планы на будущее	19
Окружающая среда	20
Наши цели	20
Диалог с заинтересованными сторонами	20
Ключевые показатели эффективности, при помощи которых мы проводим оценку	21
«Шаг за шагом» и другие инициативы	21
Задачи и планы на будущее	22
Общество	23
Наши цели	23
Тратить свое личное время и делиться своими знаниями и навыками	24
Сотрудничество с НКО	25
Вести за собой	25
Результаты	26
Высшие учебные заведения	26
Задачи и планы на будущее	27
Глобальная инициатива по отчетности в области устойчивого развития (GRI):	
Указатель	28
Глоссарий	30
Уровень использования показателей GRI при составлении отчета	31
Контактная информация	31

## Вступление

Руководство сети фирм PricewaterhouseCoopers в Центральной и Восточной Европе рассматривает принципы корпоративной ответственности как неотъемлемую составляющую нашей стратегии, направленной на создание устойчивого конкурентного преимущества. Стратегические приоритеты PricewaterhouseCoopers региона Центральной и Восточной Европы включают в себя концентрацию усилий на поддержание взаимоотношений с клиентами на новом качественном уровне, создание отвечающих новейшим требованиям условий для накопления знаний и обмена ими, развитие корпоративной культуры, ориентированной на высокие личные показатели, а также защиту нашего бренда. В настоящее время фирмы PwC в России работают над тем, чтобы наша деятельность в области корпоративной ответственности полнее соответствовала указанным стратегическим приоритетам.

В основе этого процесса лежит прозрачность. Целью данного отчета является изложение наших целей и нашей программы корпоративной ответственности. Однако этот документ не содержит полного описания всех видов нашей деятельности в области корпоративной ответственности, наших достижений и проблем, которые мы решаем. В своем отчете мы хотим показать, насколько важными для фирм PwC в России являются вопросы корпоративной ответственности, и надеемся, что он будет способствовать диалогу по этой теме с заинтересованными сторонами. Ваши отзывы и комментарии помогут нам улучшить работу в области корпоративной ответственности. Мы будем рады услышать ваше мнение о нашей работе и об отчете.

### Наиболее важные факты о PricewaterhouseCoopers в России:

- Более **2 000** клиентов, включая **124** фирмы, вошедшие в рейтинг Expert **400**;
- **2 123** сотрудника (по состоянию на 30 июня **2009** года);
- **104** часа на повышение квалификации и развитие в расчете на каждого сотрудника в год;
- **70** сотрудников фирмы, получивших профессиональную квалификацию в **2009** году, включая **54** сотрудника, получивших квалификацию ACCA;
- **1 500** часов лекций в университетах России силами сотрудников PwC на безвозмездной основе;
- **220** волонтеров, отдавших более **2 000** часов на нужды общества;
- **29** проектов в области корпоративной филантропии.



## Обращение управляющего партнера PricewaterhouseCoopers в России Петера Герендаши

Уважаемые читатели!

Я рад предложить вашему вниманию первый отчет о деятельности в области корпоративной ответственности фирм PricewaterhouseCoopers в России за 2009 финансовый год (с 1 июля 2008 года по 30 июня 2009 года). Всякое упоминание о 2009 годе в этом отчете относится именно к этому периоду. Наш следующий отчет будет охватывать период с 1 июля 2009 года по 31 декабря 2010 года. В дальнейшем мы намерены создавать отчеты на основе календарного, а не финансового года.

Несмотря на то, что мы подготовили такой отчет впервые, концепция корпоративной ответственности реализуется в PwC в России уже несколько лет. Мы считаем, что как лидеры рынка и заслужившие доверие бизнес-сообщества консультанты мы несем ответственность за повышение социальной и экологической устойчивости мира, в котором мы живем и работаем: мы помогаем клиентам добиться успеха, предоставляя им услуги, отвечающие высоким профессиональным стандартам; мы стремимся стать фирмой, работой в которой гордятся сотрудники; мы находимся в контакте с местными сообществами и прилагаем усилия к тому, чтобы наши возможности были сполна использованы для удовлетворения их потребностей; и последнее (но очень важное) – мы всё больше заботимся о том влиянии, которое оказывает наша деятельность на окружающую среду. Мы вошли в число фирм, которые считают своим долгом заботиться о мире, в котором мы живем. Но нам мало быть рядовыми в строю фирм, заботящихся о своем вкладе в окружающий нас мир, – мы хотим вести других за собой.

Примерно полтора года назад мы выделили проекты, связанные с нашей деятельностью в области корпоративной ответственности, в отдельный блок, что, по нашему мнению, позволило нам четко сформулировать понимание долгосрочных перспектив этой деятельности, ее содержания и наших целей в этой области. Кроме того, мы разработали обоснованные ключевые показатели эффективности, которые должны помочь нам оценить движение вперед. Мы представляем первый отчет о том, чего нам удалось достичь за этот короткий промежуток времени, понимая, как много еще предстоит сделать. Мы гордимся тем, чего нам уже удалось достичь, и намерены и дальше развивать нашу стратегию в области корпоративной ответственности.

Наши клиенты все чаще рассматривают корпоративное управление, деловую этику, нормативно-правовое соответствие и прозрачность как пути повышения стоимости и обеспечения дальнейшего устойчивого развития компании, а не просто мероприятия, которые проводят «для галочки». В сложившихся условиях во всем мире возрастает роль компаний, которым безразлично, какое долгосрочное воздействие окажет их деятельность на заинтересованные стороны. Без сомнения, эти вопросы приобретут большую значимость в России по мере развития рынков и дальнейшей интеграции России в мировую экономику. В преддверии этих событий мы увеличиваем свой вклад в построение устойчивого мира, формулируя свою стратегию в этой области и помогая в этом своим клиентам.

Все фирмы, входящие в состав международной сети фирм PwC, ведут деятельность в области корпоративной ответственности по четырем направлениям: Клиенты и рынки, Сотрудники, Окружающая среда и Общество. В России мы используем такой же подход, и за последний год мы сумели выстроить свою деятельность в соответствии с этими направлениями.

2009 год оказался трудным для компаний во всем мире. Эти трудности заставили нас с еще большим вниманием относиться к потребностям **клиентов** и нашим услугам, направленным на повышение стоимости бизнеса. Мы стали вести более активный диалог с бизнес-сообществом по наиболее важным вопросам и принимали меры для их решения: мы открыли серию публикаций об управлении бизнесом в период экономического спада, повысили частоту и тщательность

проверок качества работы по проектам со стороны старших партнеров, а также внесли свой вклад в определение наиболее важных вопросов для обсуждения на целом ряде важных экономических форумов.

Мы понимаем, что наше лидирующее положение на рынке зависит от наших **сотрудников**. В этом году нам, как и другим компаниям, пришлось принимать непростые решения, затронувшие наш персонал; мы вели регулярный диалог с сотрудниками, вовлекая их в процесс принятия этих решений. Когда снизился объем работы, мы проанализировали и выбрали ряд гибких вариантов, которые позволили нам сохранить лучших специалистов и по-прежнему оказывать клиентам услуги такого качества, которое принято ожидать от PwC. В то же время мы не стали жертвовать программами обучения и профессионального развития.

В этом году мы запустили программу защиты **окружающей среды** «Шаг за шагом», в разработке которой участвовали наши сотрудники. Были приняты меры по сокращению объемов потребляемой бумаги и одноразовой посуды из пластика, а также по снижению выбросов углекислого газа в результате деятельности фирмы. Кроме того, мы стараемся привлекать внимание наших сотрудников, клиентов и поставщиков к вопросам охраны окружающей среды и повышать их информированность в этой области.

Сложная финансовая ситуация заставила нас пересмотреть наше взаимодействие с **обществом**. Мы начали уделять больше внимания вопросам использования интеллектуального потенциала наших сотрудников и наших ключевых компетенций в области корпоративной ответственности и сегодня можем предложить более интенсивный обмен знаниями, большую вовлеченность волонтеров и более эффективное сотрудничество в целом. Мы продолжаем прилагать усилия к вовлечению новых участников в нашу инициативу под названием «Благотворительность вместо сувениров», в рамках которой средства, выделяемые на корпоративные подарки, направляются нами на организацию новогодних праздников для детей из подмосковных детских домов, а также на образовательные программы для нуждающихся в поддержке детей и подростков. Мы гордимся тем, что инициативу поддержали многие российские и международные компании, и начали продвигать этот проект в регионы, где мы ведем свою деятельность.

И наконец, мы гордимся наградой PwC, полученной фирмами региона Центральной и Восточной Европы за деятельность, направленную на улучшение жизни сообществ, – вклад российской фирмы был оценен очень высоко и сыграл важную роль в присуждении этой награды.

Лично я понимаю корпоративную ответственность как тот след, который мы оставляем после себя как фирма и как отдельные личности. Мы хотим, чтобы нас признавали фирмой-лидером, с которой хотят сотрудничать другие ведущие фирмы – везде, где мы ведем свою деятельность, и во все времена. Мы начали с того, что определили, в чем заключается наша ответственность перед заинтересованными сторонами. Пришло время выполнять свои обещания, сделав эти обязательства неотъемлемой частью нашей стратегии и процесса принятия решений на последовательной основе, во всех группах и во всех офисах на территории России. Мы находимся в начале большого и увлекательного путешествия и намерены служить примером для других и вести их за собой.



Петер Герендаши  
Управляющий партнер PwC, Россия

### Наши клиенты:

- 7 из 10 крупнейших компаний отрасли черной металлургии
- 5 из 10 крупнейших компаний отрасли розничной торговли
- 6 из 10 крупнейших нефтегазовых компаний
- 9 из 10 крупнейших банков
- 5 из 9 крупнейших компаний телекоммуникационной отрасли

## PricewaterhouseCoopers в России: факты и цифры

PricewaterhouseCoopers – крупнейшая в мире фирма по предоставлению профессиональных услуг. PricewaterhouseCoopers предоставляет аудиторские и консультационные услуги, а также юридические услуги и услуги в области налогообложения компаниям разных отраслей. Наши услуги направлены на увеличение стоимости бизнеса клиентов, а также его ценности для общества в целом. Более **163 000** сотрудников в **151** стране используют свои знания, богатый опыт и творческий подход для разработки практических советов и решений, открывающих новые перспективы для бизнеса.

Фирмы PwC, ведущие деятельность в России, играют ключевую роль в регионе Центральной и Восточной Европы. PricewaterhouseCoopers присутствует в **26** странах региона, а общее число сотрудников и партнеров в фирмах региона составляет **7 000** человек. Российские фирмы PwC являются крупнейшей группой в регионе Центральной и Восточной Европы как по объему оказываемых услуг, так и по численности персонала. Российские фирмы получили признание как одни из наиболее крупных и важных в стратегическом отношении фирм международной сети PwC.

В **2009** году мы отметили двадцатилетие деятельности PricewaterhouseCoopers в России. За это время фирма изменилась до неузнаваемости: на смену двум небольшим офисам с **30** сотрудниками пришли офисы в шести городах России – в Москве, Санкт-Петербурге, Казани, Екатеринбурге, Южно-Сахалинске и Владикавказе, – в которых работает более **2 000** человек.

В **2009** году наша клиентская база насчитывала **2 000** российских и международных компаний, включая **124** компании из списка Expert **400**, на долю которых приходится 62% выручки всех компаний списка.

### В 2009 году PwC в России получила следующие награды и рейтинги:

- Номер **1** в рейтинге «**50** работодателей мечты для молодых специалистов» среди аудиторских и консультационных фирм, газета «Акция», **2009** г.
- Второе место в списке лучших работодателей для молодых специалистов, составленном компанией Graduate consulting и журналом Career, июль **2008** г.
- Крупнейшая аудиторско-консультационная группа в России по объему выручки по данным рейтингового агентства «Эксперт РА», март **2009** г.
- Первое место среди крупнейших консультационных фирм России, по версии журнала «Финанс», апрель **2009** г.
- Награда фирмам региона Центральной и Восточной Европы от глобального руководства за деятельность, направленную на улучшение жизни сообществ, **2008** г., в категории «Общество»
- Лучшая налоговая практика в России, журнал World Finance, **2009** г.
- Фирма года в области трансфертного ценообразования в России, журнал International Tax Review, май **2009** г.
- Лучшая налоговая команда года в России, журнал The New Economy, сентябрь **2008** г.
- Ведущий финансовый консультант **2009** г. в России, журнал Acquisitions Monthly, **2009** г.
- Лауреат всероссийской премии в области страхования «Золотая саламандра» в номинации «Лучшая аудиторская и консультационная фирма по предоставлению услуг сектору страхования», **2008** г.

## Корпоративная ответственность

В течение многих лет наша программа поддержки общества носила название «*Вместе с Россией*»\*. Это название отражает приверженность российских фирм PwC идее участия во всех аспектах жизни страны, а не только в деловой жизни. Мы понимаем, что для настоящего успеха нам нужно расширять связи со страной, в которой мы работаем, – связи с клиентами, собственными сотрудниками, окружающей средой, обществом и заинтересованными сторонами в целом.

Такой подход привел к возникновению и развитию целого ряда инициатив: мы создали *Комитет по благотворительности*, начали реализацию инициативы «*Благотворительность вместо сувениров*» и программы «*Шаг за шагом*», наши сотрудники читают лекции в вузах России, мы предлагаем стажировку студентам, оказываем поддержку некоммерческим организациям в достижении их целей и делаем многое другое (более подробная информация содержится в разделе «*Окружающая среда*»). Все эти инициативы и различные виды благотворительной деятельности в ходе своего развития стали частью единой программы в области корпоративной ответственности, тесно связанной с нашей профильной деятельностью и откликающейся на широкий спектр общественных и экологических проблем.

Наша концепция корпоративной деятельности, которую мы называем «*Опыт PwC*», отражает основные ценности и принципы, которые, по нашему мнению, определяют культуру компании и следование которым делает PwC уникальной компанией как по мнению наших клиентов, так и по мнению сотрудников. Вот эти основные принципы:

- **Мы инвестируем в отношения;**
- **Мы обмениваемся опытом и сотрудничаем;**
- **Мы ставим себя на место других;**
- **Мы повышаем ценность, добиваясь более высокого качества.**

Эта концепция во многих отношениях служит дополнением к нашим целям в области корпоративной ответственности: обе концепции направлены на поддержание и укрепление взаимоотношений с заинтересованными сторонами - как внутренними, так и внешними, – а также на усиление позитивного воздействия, оказываемого нашей деятельностью. Как «*Опыт PwC*», так и программа корпоративной ответственности черпают вдохновение в наших ключевых ценностях: лидерстве, высоком качестве и командной работе. Наши программы корпоративной ответственности предоставляют прекрасную возможность для воплощения в жизнь принципов поведения, лежащих в основе концепции «*Опыт PwC*». Мы намерены и дальше прилагать усилия для того, чтобы разрабатывать и реализовывать программы корпоративной ответственности в соответствии с концепцией «*Опыт PwC*».

### Комитет по благотворительности

Наш Комитет по благотворительности был образован в 2004 году. В настоящий момент в него входит 17 человек. В центре нашего внимания всегда были такие вопросы, как забота о детях, образование и культура. В 2009 году мы осуществили 29 проектов, их реализацией руководили три подкомитета. Наша работа по поддержке местного сообщества в рамках программы корпоративной благотворительности ведется по трем направлениям: финансирование, профессиональная помощь и волонтерская работа сотрудников фирмы. Вы можете больше узнать об этой работе в разделе «*Общество*».

### Благотворительность вместо сувениров

Программа, инициированная PwC и поддержанная российским бизнес-сообществом, в рамках которой средства из бюджета на корпоративные подарки клиентам передаются на благотворительность.

### «Опыт PwC»

Концепция «*Опыт PwC*» отражает наше стремление своими последовательными действиями обеспечить устойчивое конкурентное преимущество PwC и способствовать успеху наших клиентов и сотрудников. Следование принципам этой концепции – одна из наиболее важных целей для всей международной сети фирм PwC.

\* Термины и выражения, выделенные курсивом, определены в Глоссарии на стр. 30

## Актуальные вопросы корпоративной ответственности

Международная сеть фирм PwC присоединилась к *Глобальному договору ООН* под названием *Global Compact*. Кроме того, в начале 2009 года PwC подписала Социальную хартию российского бизнеса Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП), которая представляет собой систему принципов ответственной деловой практики. Компании могут взять на себя добровольное обязательство следовать этим принципам, которые распространяются на взаимодействие с местным сообществом, инвесторами и деловыми партнерами, властными структурами, работниками и гражданским обществом в целом.

Мы выбрали для себя следующий путь: вести бизнес добросовестно, действовать ответственно во взаимоотношениях с заинтересованными сторонами, оказывать долгосрочное позитивное воздействие на общество, служить примером для других компаний и четко формулировать наше представление об устойчивом будущем. При этом работа, которую мы ведем в сфере корпоративной ответственности, всё лучше согласуется с нашей общей бизнес-стратегией.

Мы определяем, в чем заключается воздействие нашей деятельности, и оцениваем его в четырех основных областях:

- **Клиенты и рынки**
- **Сотрудники**
- **Окружающая среда**
- **Общество**

Мы управляем воздействием нашей деятельности на общество в целом и на окружающую среду, соотнося его с одним из указанных четырех направлений, но это не означает, что каждое из этих направлений существует изолированно от других. По мере возможности мы согласовываем мероприятия, проводимые в различных направлениях, чтобы повысить их эффективность. Во всех регионах России, где PwC ведет свою деятельность, мы управляем своим воздействием и реализуем программы в соответствии с единым общим стандартом. Мы постоянно совершенствуем свою деятельность в области корпоративной ответственности, последовательно реализуя наши программы.

До внедрения этого подхода многие наши программы и усилия носили несистематический и разрозненный характер. В прошедшем году наша цель заключалась в том, чтобы определить, какие мероприятия входят в состав каждого из направлений, и установить, кто является их заинтересованными сторонами. Это привело к пересмотру и изменению ряда программ, имеющих отношение к корпоративной ответственности, для обеспечения их более тесной связи с нашей стратегией и организационной структурой.

### Наше воздействие на клиентов и рынки

Наиболее сильное влияние на рынок мы можем оказать благодаря качеству наших услуг, профессиональным знаниям и принципам поведения. Наши клиенты рассчитывают на то, что мы честно ведем свой бизнес, следуя этическим принципам, стремимся к повышению стоимости их бизнеса путем достижения более высокого качества и являемся признанными интеллектуальными лидерами в своей области. Мы помогаем клиентам обеспечить более высокий уровень прозрачности, доверия и устойчивости применяемых ими бизнес-процессов. Мы сотрудничаем с государственными структурами и регулирующими органами и помогаем сформулировать наиболее значимые для делового сообщества вопросы. Мы тщательно отбираем своих клиентов, относимся к ним с уважением и строим



отношения с ними на долгосрочной устойчивой основе. Кроме того, мы приобретаем в больших объемах услуги и продукты у поставщиков, в связи с чем мы разработали политику в области закупок, которая призвана не только повысить нашу эффективность, но и строить отношения с поставщиками на основе принципов корпоративной ответственности.

## Наше взаимодействие с сотрудниками

Содействие профессиональному росту и развитию талантливых сотрудников, устойчивая система выплаты вознаграждений и создание стимулирующей рабочей среды – вот основные направления нашей деятельности в области корпоративной ответственности с точки зрения взаимодействия с сотрудниками фирмы. Эти принципы легли в основу нашей корпоративной культуры, ориентированной на достижение высоких результатов. Эта культура подразумевает инвестирование в высокое качество путем обучения, развития, коучинга и расширения опыта наших сотрудников в целях их профессионального и карьерного роста, а также заботу о здоровье, безопасности и благополучии наших сотрудников. Это культура, основанная на взаимном доверии и уважении друг к другу.

## Наше воздействие на окружающую среду

Несмотря на то, что мы не являемся промышленным предприятием, нас беспокоит наше воздействие на окружающую среду: в ходе нашей деятельности мы потребляем электроэнергию, используем бумагу и пластик, наши сотрудники часто ездят в командировки. Мы намерены снизить вредное влияние нашей деятельности на окружающую среду, повысив информированность персонала о воздействии, оказываемом каждым из них лично и деятельностью фирмы в целом.

Мы осуществляем программу «Шаг за шагом», цель которой – уменьшить воздействие, возникающее в результате деловых поездок, уменьшив количество производимых отходов и повысить уровень повторного использования материалов. Кроме того, мы ведем соответствующую работу с клиентами и поставщиками, чтобы помочь им снизить уровень отрицательного воздействия на окружающую среду.

## Наше воздействие на общество

Мы хотим быть компанией с высокой гражданской ответственностью. Мы берем на себя часть ответственности за благополучие местных сообществ, на территории которых мы осуществляем свою деятельность. Мы разработали программу корпоративной филантропии, реализацией которой руководит Комитет по благотворительности, а также программу взаимодействия с высшими учебными заведениями России. Мы поощряем волонтерскую деятельность и оказываем поддержку незащищенным слоям населения, а также некоммерческим организациям (НКО). Приоритетами в этой работе являются обмен знаниями и желание сотрудников потратить свое личное время на взаимодействие с теми, кто нуждается в помощи, а также предоставление финансовой поддержки.



## Заинтересованные стороны (стейкхолдеры)

Заинтересованные стороны – это группы или отдельные лица, на которых так или иначе воздействует деятельность PwC в России или которые могут повлиять на нашу деятельность. Как станет ясно из этого отчета, для нас важны самые разные внутренние и внешние заинтересованные стороны, и взаимодействие с ними лежит в основе отчетности по корпоративной ответственности.

В прошедшем году мы уделили много времени составлению «карты стейкхолдеров». Для начала мы определили ключевые стратегически важные заинтересованные стороны по каждому из четырех направлений нашей деятельности в области корпоративной ответственности и критически оценили результаты диалога с ними. Нам стало ясно, что с отдельными заинтересованными сторонами (например, с клиентами и нашими сотрудниками) мы ведем активный регулярный диалог, в то время как регулярность и качество диалога с другими заинтересованными сторонами (например, с поставщиками и НКО) оставляют желать лучшего. Мы хотим, чтобы данный отчет стал инструментом в диалоге с заинтересованными сторонами, особенно по вопросам, имеющим отношение к корпоративной ответственности. В таблице ниже перечислены основные группы наших заинтересованных сторон, а также различные каналы информационного обмена с ними.

Заинтересованная сторона	Направления сотрудничества	Каналы сотрудничества
Сотрудники (работающие, бывшие и потенциальные)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Гарантии продолжения работы и удержание персонала</li> <li>Карьерный рост и перспективы</li> <li>Вопросы этики</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Глобальный опрос сотрудников</li> <li>Внутрикорпоративная сеть</li> <li>Фокусные группы</li> <li>Коучинг</li> <li>Комитет по этике</li> <li>Мероприятия в рамках Клуба бывших сотрудников</li> </ul>
Клиенты	<ul style="list-style-type: none"> <li>Вопросы ведения бизнеса: задачи и возможности</li> <li>Удовлетворенность качеством услуг PwC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Программа мониторинга отзывов клиентов</li> <li>Индекс состояния бренда</li> <li>Контрольные визиты старшего партнера</li> <li>Регулярные встречи</li> </ul>
Поставщики	<ul style="list-style-type: none"> <li>Стратегия PwC в области корпоративной ответственности и требования к поставщикам</li> <li>Задачи для поставщиков</li> <li>Обмен знаниями по вопросам корпоративной ответственности</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Семинары</li> <li>Регулярные встречи</li> </ul>
Государственные и регулирующие органы	<ul style="list-style-type: none"> <li>Нормативно-правовая база</li> <li>Новое или пересмотренное законодательство</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Регулярные встречи</li> <li>Рабочие группы (при ведущем участии PwC)</li> <li>Участие в профессиональных организациях</li> </ul>
Высшие учебные заведения	<ul style="list-style-type: none"> <li>Содействие в получении профессиональной квалификации студентами</li> <li>Воспитание будущих ответственных лидеров</li> <li>Возможности для выпускников</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Клуб ректоров</li> <li>Лекции</li> </ul>
Местные сообщества, НКО	<ul style="list-style-type: none"> <li>Потребности местных сообществ</li> <li>Использование опыта и знаний сотрудников PwC для удовлетворения потребностей сообществ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Общественные мероприятия</li> <li>Волонтерство</li> <li>Повышение эффективности НКО</li> </ul>
Деловые и профессиональные ассоциации	<ul style="list-style-type: none"> <li>Вопросы, представляющие взаимный интерес</li> <li>Формирование общественной повестки дня</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Активное участие</li> <li>Ведущая роль в качестве председателей рабочих групп и комитетов</li> </ul>
Средства массовой информации	<ul style="list-style-type: none"> <li>Потребность в актуальной и существенной информации</li> <li>Необходимость понимания бизнеса и позиции PwC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Тренинги для журналистов по актуальным вопросам бизнеса</li> <li>Пресс-конференции о тенденциях в бизнесе</li> </ul>

Сотрудничество с заинтересованными сторонами носит постоянный характер и не стоит на месте. По мере изменения ситуации и степени важности отдельных заинтересованных лиц мы будем вносить изменения в этот список. Наша цель заключается в том, чтобы систематизировать этот процесс и обеспечить его прозрачность и структурированность.

## Руководство и управление вопросами корпоративной ответственности в PwC в России

Работой в области корпоративной ответственности в России занимается Группа по корпоративной ответственности. В состав этой группы, возглавляемой партнером, входят четыре руководителя, отвечающих за работу по отдельным направлениям. Они отвечают за разработку стратегии в области корпоративной ответственности и ее согласованность с общей стратегией фирмы, а также за контроль над ее реализацией. В каждом офисе PwC в России есть лидер по корпоративной ответственности, который организует выполнение проектов на местах. Ежеквартально партнер, руководящий выполнением стратегии корпоративной ответственности, отчитывается перед Операционным комитетом, в состав которого входят старшие партнеры PwC в России.

Партнер, руководящий выполнением программы корпоративной ответственности в России, входит в группу лидеров региона Центральной и Восточной Европы, *Центрального кластера* и Глобальную руководящую группу PwC по корпоративной ответственности.

### Наш отчет

Совместив четыре направления корпоративной ответственности и вопросы, волнующие заинтересованные стороны, мы получили перечень существенных вопросов, которые считаем необходимым осветить в нашем первом отчете. Мы планируем и впредь отчитываться по этим вопросам, и, опираясь на продолжающийся диалог с заинтересованными сторонами, будем включать в отчет материалы о существенном воздействии, оказываемом нашей деятельностью в области корпоративной ответственности.

В настоящем отчете подробно рассказано только о наиболее ярких примерах деятельности нашей фирмы в России, чтобы не загромождать текст излишними подробностями. В ближайшие месяцы мы планируем опубликовать в Интернете и другие примеры своей работы в этой сфере.

При составлении отчета мы ориентировались на Руководство по подготовке отчетности в области устойчивого развития *глобальной инициативы GRI* (версия G3 – сокращенно *GRI G3*), что позволило нам представить сбалансированное описание нашей деятельности. Нашей целью при подготовке первого отчета было достижение уровня применения "С" в соответствии с Системой отчетности GRI. Мы считаем, что достигли этого уровня.



# Клиенты и рынки

Наиболее сильное влияние, которое мы как организация можем оказать, вытекает из нашей повседневной работы и зависит от того, как мы действуем на рынке и как предоставляем услуги своим клиентам. Мы убеждены, что наша компания играет важную роль в экономике, помогая другим организациям вести устойчивую деятельность и добиваться успеха.

## Наши цели

Мы видим свою цель на рынке в том, чтобы формировать общественное доверие и повышать стоимость бизнеса клиентов, а также его ценность для общества в целом. В число наших главных заинтересованных сторон входят имеющиеся и потенциальные клиенты и деловое сообщество в целом, законодательные, исполнительные и регулирующие органы, региональные органы власти, профессиональные и деловые ассоциации, бывшие сотрудники PwC, СМИ и наши поставщики.

## Оказание услуг клиентам

Наше первоочередная обязанность заключается в том, чтобы повышать эффективность деятельности наших клиентов, обеспечивая высокое качество услуг. Мы проводим ежегодные глобальные исследования с участием руководителей крупнейших компаний и другие отраслевые и тематические обзоры, что помогает нам определить наиболее значимые вопросы и внести вклад в их решение.

Чтобы объективно оценивать наши достижения и недостатки в этой области, четыре года назад мы начали программу ежегодного *исследования отзывов клиентов* и стали организовывать регулярные проверки качества работы на проектах, проводимые старшими партнерами. В ходе этой работы мы собираем отзывы высшего руководства клиентов о нашей работе, чтобы убедиться в том, что мы предоставляем клиентам высококачественные услуги. В прошлом году мы распространили 307 анкет и получили 100 отзывов. В 96% случаев отзывы были положительными. В прошлом году старшие партнеры провели 45 проверок с выездом к клиенту.

Наши клиенты высоко оценивают качество и ценность услуг и консультаций PwC. Изучение отзывов клиентов показало, что в 2009 году индекс лояльности клиентов нашей фирмы в России составил 8,7 из 10, что больше, чем в среднем по всей Центральной и Восточной Европе.

Изучение отзывов клиентов показало, что в 2009 году индекс лояльности клиентов нашей фирмы в России составил 8,7 из 10

## Формируем общественную повестку дня

Мы считаем, что очень важно использовать наше влияние, чтобы инициировать широкое обсуждение вопросов, которые имеют большое значение для состояния российской экономики в долгосрочной перспективе. Мы надеемся тем самым способствовать совершенствованию форм и методов ведения бизнеса в России. В 2009 году мы предложили для обсуждения в деловом сообществе следующие приоритетные, с нашей точки зрения, темы:

- **Совершенствование бухгалтерского учета и аудита в России.** Тесное сотрудничество с регулирующими органами; проведение обучения по международным стандартам финансовой отчетности (МСФО) для сотрудников Центрального Банка РФ; поддержка ведущих вузов, проводящих обучение по финансовым и экономическим специальностям, связанным с ведением бизнеса.
- **Повышение корпоративной прозрачности.** Разработка и поддержка таких инициатив, как рейтинг корпоративной благотворительности российского бизнеса и Российская премия за лучшую отчетность в области устойчивого развития; поддержка Ассоциации независимых директоров и Международного форума лидеров бизнеса.
- **Улучшение инвестиционного климата.** Содействие в разработке российского законодательства в области трансфертного ценообразования; подписание соглашений о сотрудничестве с региональными властями (в 2009 году были подписаны соглашения с Правительством Республики Татарстан, Правительством Свердловской области и Администрацией Краснодарского края) и публикация «Путеводителей инвестора» по этим регионам; спонсирование крупнейших экономических форумов и выступление на них, например, на Международном экономическом форуме в Санкт-Петербурге.

### Российская премия за лучшую отчетность в области устойчивого развития за 2008 г.

PwC была в числе учредителей российской премии за лучшую отчетность в области устойчивого развития и начиная с 2005 года является ее спонсором. За четыре года существования премии число отчетов, участвующих в конкурсе, выросло с 10 до 24 (столько было представлено отчетов в конкурсе за 2007 год). Но выросло не только число участников – значительно улучшилось и качество самой отчетности.

Целью присуждения премии является распространение передового опыта в области отчетности по устойчивому развитию среди российских компаний, поощрение усилий, направленных на достижение высокого качества отчетности, и поощрение стремления к прозрачности при ее составлении. Роль PwC заключалась в разработке методологии и проведении аудита процесса оценки с точки зрения последовательности применения членами жюри единых критериев при оценке участников в соответствии с предложенной методологией. Разработанные критерии продемонстрировали проверенные временем методы подготовки отчетности по устойчивому развитию, которые должны будут содействовать ее совершенствованию.

С 2007 года присуждение российской премии проходит под патронатом Комитета по предпринимательству и собственности Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, что говорит о значении, придаваемом российскими государственными органами достоверной отчетности по устойчивому развитию. Это послужило своего рода платформой для компаний и иных организаций для выражения своего мнения о затрагиваемых проблемах через парламентские слушания и процедуру присуждения премии.

## Сотрудничество с регулирующими органами

Для отрасли, в которой работает PwC, характерен высокий уровень регулирования и строгие правила в области профессиональной этики и независимости, нарушение которых чревато серьезными последствиями. Чтобы обеспечивать соблюдение правил и норм всеми сотрудниками, фирма вкладывает много сил и средств в системы внутреннего контроля качества, обучение и механизмы поддержки. Все сотрудники, работающие с клиентами, обязаны ежегодно подтверждать соблюдение принципов независимости и проходить обязательные тренинги.

### Рейтинг корпоративной благотворительности (совместно с газетой «Ведомости»)

Компания PricewaterhouseCoopers и газета «Ведомости» провели совместное исследование в области реализации программ по корпоративной благотворительности в России для оценки их общей эффективности. Помимо рассмотрения уровня прозрачности предоставленной информации, цель исследования заключалась в том, чтобы оценить стратегию, лежащую в основе этих программ, и их организационные аспекты. Мы разработали методологию исследования с учетом особенностей российского рынка. Этот проект осуществлялся с июня 2008 года по март 2009 года и преследовал следующие цели:

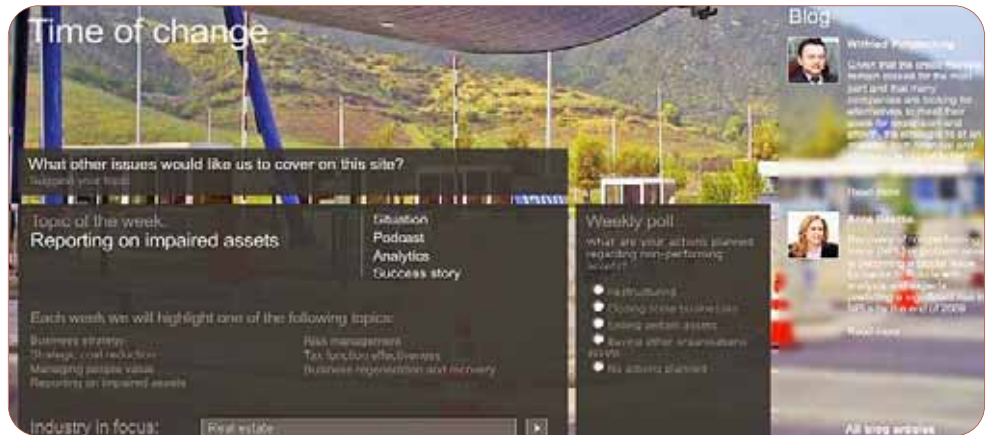
- раскрыть информацию о фактических суммах, выделяемых на благотворительность российскими компаниями;
- инициировать дискуссию об эффективности затрат на благотворительность.

В мае 2009 года мы начали подготовку к проведению опроса и созданию рейтинга следующего года. Чтобы объяснить респондентам опроса основополагающие понятия, используемые при его проведении, мы провели семинар и написали руководство по вопросам корпоративной благотворительности. Кроме того, мы переработали анкету, чтобы упростить ее заполнение респондентами.



## Проект «Время перемен»

В рамках проекта «Время перемен» мы собирали информацию о международном опыте управления бизнесом в период экономического спада и предоставляли консультации по целому ряду областей. Эта информация публиковалась на специальном веб-сайте, где еженедельно или раз в две недели мы размещали статьи, сообщения и подкасты. Вместе с Ассоциацией менеджеров России мы провели исследование среди 100 российских компаний различных секторов, чтобы узнать, как кризис повлиял на их стратегию и планы. Этот проект осуществлялся с ноября 2008 года по июнь 2009 года.



Чтобы вовлечь регулирующие органы в диалог, PwC использует различные каналы – от участия в работе делегаций, брифингах, исследованиях и проектах до консультирования и обмена передовым международным опытом. На международном уровне PwC входит в состав Рабочей группы по регулированию. Ряд партнеров PwC в России принимают активное участие в работе комитетов и комиссий Совета по аудиторской деятельности при Министерстве финансов РФ, а также Аудиторской палаты России, саморегулируемой организации аудиторских организаций, в состав которой входит более 7 100 членов.

### Интеллектуальное лидерство

Мы вкладываем много сил и средств в исследования и инновации. Наши отраслевые публикации из серии «Интеллектуальное лидерство» о ключевых тенденциях рынка позволяют нам активно обмениваться знаниями с клиентами и деловым сообществом в целом. Передача знаний, как при работе на объектах, так и в ходе специального обучения, составляет часть нашей концепции оказания услуг. В 2009 году мы выпустили более 100 таких публикаций.

Третий год подряд мы проводили исследование «Карьерные возможности женщин в бизнес-сфере», посвященное карьерному росту женщин в российском бизнесе. Результаты исследования были направлены нашим клиентам, в правительство, образовательные учреждения и другие организации.

### Профессиональные и деловые ассоциации

PwC сотрудничает с рядом профессиональных и деловых ассоциаций, чтобы расширять свое влияние на рынке, поддерживать формирование и распространение знаний, а также обмениваться передовым опытом. Эти ассоциации служат для нас платформами для вовлечения в диалог заинтересованных сторон и форумом для обсуждения важных профессиональных, социальных и экономических вопросов.

Чтобы сделать наше участие более ценным и целенаправленным, в этом году мы пересмотрели перечень ассоциаций, с которыми мы работаем, и уровень нашего сотрудничества с ними. Мы отказались от членства в некоторых из них, зато стали активнее участвовать в работе других и играть в них более значимую роль. Партнеры PwC возглавляют налоговые комитеты Международного совета по сотрудничеству и инвестициям и Ассоциации европейского бизнеса. Наши сотрудники входят в состав различных комитетов РСПП, Ассоциации менеджеров России и Американской торговой палаты.

### Бывшие сотрудники

Бывшие сотрудники нашей фирмы работают во многих российских и международных компаниях и играют в них не последнюю роль. Чтобы бывшие сотрудники могли поддерживать связь с фирмой и друг с другом, мы учредили Клуб бывших сотрудников. Мы выпускаем ежеквартальные бюллетени, поддерживаем сайт и проводим различные мероприятия для бывших сотрудников. Взаимодействие с бывшими сотрудниками помогает нам углублять знание о рынке и отраслях. Но Клуб дает нам еще одно преимущество в области управления персоналом: некоторые сотрудники в итоге принимают решение вернуться в PwC. Зарегистрированное членство в клубе имеют более 2 000 человек, из них 400 человек занимают высокие посты в российских и международных компаниях, государственных органах, профессиональных и деловых ассоциациях.



## Средства массовой информации

Использование средств массовой информации – это один из способов обратиться к многочисленным заинтересованным сторонам в деловом сообществе и правительстве и обсудить с ними новейшие тенденции в бизнесе и другие актуальные темы. В 2009 году мы провели 15 мероприятий по взаимодействию с прессой, среди них деловые завтраки, брифинги, пресс-конференции и тренинги по таким темам, как слияния и поглощения в России, деятельность банковского сектора в период экономического спада и международные стандарты финансовой отчетности. За период с сентября 2008 г. по июнь 2009 г. по данным агентства, осуществляющего мониторинг публикаций в СМИ, наша доля информационного присутствия в конкурентном поле фирм «большой четверки» составила 52 % – это почти в два раза больше, чем доля ближайшего конкурента. Число положительных упоминаний в прессе о PwC составило 3 277, что позволило нам занять первое место по этому показателю среди фирм «большой четверки», при этом упоминаний в негативном контексте было всего 257.



## Поставщики

Мы ожидаем, что наши поставщики, которые хотят вести бизнес с PwC, будут следовать установленным нами минимальным стандартам, и намереваемся продолжить работу в этом направлении в ближайшие годы.

В прошлом году мы сосредоточили усилия на следующих областях:

- разработка политики в сфере материально-технического снабжения, направленной на рационализацию процесса снабжения и осуществление всех существенных закупок через группу по закупкам;
- внимание к социальным и экологическим аспектам при принятии решений о закупке того или иного товара для фирмы;
- формирование и поддержание долгосрочных отношений с поставщиками на основе доверия, что даст нам возможность способствовать соблюдению ими этических стандартов ведения бизнеса.

Участники нашей цепочки поставок играют важную роль в поддержании репутации фирмы. Мы хотим, чтобы наша фирма ассоциировалась только с ответственными поставщиками. Примером такого поставщика в 2009 году является наш долгосрочный партнер по бизнесу Swissotel, получивший сертификаты ISO за соблюдение стандартов ISO 9001 (система управления качеством), ISO 14001 (система экологического менеджмента) и OHSAS 18001 (система управления вопросами промышленной безопасности и охраны труда).

Наш план конкретных действий в этом направлении включает в себя:

- обеспечение соблюдения требований политики в области материально-технического снабжения PwC в России, повышение информированности персонала в этой сфере, а также обмен информацией и сотрудничество с поставщиками по вопросам ответственного ведения бизнеса;
- инициирование диалога с поставщиками об их опыте взаимодействия с PwC и действиях в ответ на полученные отзывы;
- дальнейшие шаги по обеспечению соблюдения всеми отобранными поставщиками установленных требований.



**Наша стратегическая цель заключается в том, чтобы и дальше укреплять наше положение на рынке и сохранять положение лидера в области предоставления профессиональных услуг.**

## Задачи и планы на будущее

Наша стратегическая цель заключается в том, чтобы и дальше укреплять наше положение на рынке и сохранять положение лидера в области предоставления профессиональных услуг. Рынок доверяет нам и ждет от нас услуг высокого качества, инновационных решений тех проблем, с которыми сталкивается бизнес в постоянно меняющемся мире, и действий в духе ответственного лидерства на пути к устойчивому будущему. Мы намерены оправдать эти ожидания.

Мы видим свою главную задачу в том, чтобы поощрять и поддерживать развитие устойчивого бизнеса и следование принципам корпоративной ответственности как внутри фирмы, так и в рамках российского бизнес-сообщества. Что же касается целей фирмы с точки зрения влияния на общественную жизнь, то мы видим их в том, чтобы и дальше вносить посильный вклад в формирование конкурентной экономики путем обеспечения большей прозрачности и эффективности, а также содействовать диверсификации и повышению инвестиционной привлекательности России.



Сотрудники фирм PricewaterhouseCoopers, ведущих деятельность в России, – это наш основной и самый ценный актив. Мы инвестируем в их обучение и развитие и предлагаем им много возможностей, благодаря которым они могут реализовать свой потенциал. Мы признаем заслуги и отмечаем наградами наиболее достойных сотрудников за отличную работу. Мы создаем такую рабочую среду, которая способствует профессиональному и личному росту и в которой людям удобно работать. Это, в свою очередь, помогает нашим сотрудникам оказывать клиентам услуги высокого качества. Для нас корпоративная ответственность по отношению к сотрудникам заключается в том, чтобы принимать во внимание воздействие, оказываемое решениями руководства, на моральное состояние и мотивацию сотрудников; в уважении ко всем сотрудникам, в прозрачности и справедливости решений, затрагивающих их интересы; и наконец, в формировании у сотрудников качеств и опыта, необходимых для ответственных лидеров.

### Наши цели

Фирмы PwC, ведущие деятельность в России, стремятся заслужить звание лучшего работодателя на российском рынке. Мы хотим добиться того, чтобы работать в компании PwC было удобно и приятно, и потому прилагаем максимум усилий, чтобы создать безопасную и отвечающую современным требованиям рабочую обстановку. Наши программы признания заслуг и поощрения достижений разработаны таким образом, чтобы поддерживать мотивацию сотрудников. Мы хотим, чтобы сотрудники чувствовали, что их ценят и уважают, им благодарны за их успехи и достижения. Мы прилагаем большие усилия, чтобы привлекать и удерживать в своем штате самых лучших и талантливых специалистов и открывать перед ними интересные карьерные возможности. Мы берем на работу таких людей, которые сумеют закрепить и развить сегодняшние успехи PwC.

### Наш ответ на экономический спад

В 2009 году мы сделали акцент на сохранении наиболее квалифицированных и одаренных специалистов. Мы вынесли урок из кризиса 1998 года и понимаем, что в это сложное время нужно постараться сохранить людей, чтобы при выходе из кризиса иметь силы и возможности для роста. Поэтому наш ответ на кризис состоит в том, чтобы заложить фундамент для будущего роста. Мы называем такой подход



«Готовность к будущему». Мы активно взаимодействуем с другими фирмами международной сети и ищем эффективные пути сохранения ценных сотрудников и продолжения их профессионального обучения. Мы внедрили целый ряд решений, позволивших свести сокращение персонала к минимуму. Одним из способов решения этой проблемы является перевод сотрудников из одного отдела или направления бизнеса в другое. Тем самым мы даем нашим специалистам возможность развиваться в новой области. Направление на работу в другие фирмы сети по программе *Глобальной мобильности* – еще один способ делиться знаниями, черпать новые идеи и расширять свой круг общения. В 2009 году 54 наших сотрудника были направлены на работу в другие фирмы сети. Кроме того, мы предложили нашим сотрудникам выбирать между гибким и жестким графиком работы. Мы провели заседания фокусных групп с участием сотрудников, на которых обсуждались наиболее важные, с их точки зрения, льготы, которые фирма предлагала своим сотрудникам до кризиса, и сумели сохранить большую часть этих льгот и после того, как разразился кризис. В число этих льгот вошло добровольное медицинское страхование и награды за выдающиеся достижения. Отдел управления персоналом разработал рекомендации на основе проанализированных ответов сотрудников и передал эту информацию руководству фирмы для принятия решений.

## Обучение и развитие

Мы считаем, что обучение и развитие сотрудников PwC – это наша обязанность как перед клиентами, так и перед сотрудниками, так как оно позволяет полнее реализовать потенциал наших специалистов. Несмотря на экономический спад, нам удалось сохранить самые главные программы обучения и повышения квалификации, в том числе Летнюю академию аудита и все важнейшие программы: вводный курс для недавно принятых сотрудников, курс для руководителей групп и *Академию новых менеджеров*.

В 2009 году 832 наших сотрудника участвовали в программе ACCA и готовились к сдаче экзаменов для получения квалификации ACCA (Ассоциации дипломированных бухгалтеров Великобритании), и 54 сотрудника получили либо статус членов Ассоциации, либо дипломы. В ходе последней экзаменационной сессии в июне 2009 года экзамен успешно сдали 69% экзаменуемых.

Мы перераспределили свои ресурсы таким образом, чтобы задействовать больше собственных специалистов по обучению (из числа сотрудников) и активнее использовать местные программы, а также конкретизировали учебные планы исходя из потребностей нашего бизнеса. Наш отдел обучения и повышения квалификации вносит изменения в учебные программы, повышая долю обучения «на рабочем месте». В дополнение к формализованным курсам обучения ширится процесс обмена знаниями.

PwC применяет подход «70:20:10» к обучению и повышению квалификации сотрудников – это делает обучение более индивидуализированным и помогает талантливым специалистам фирмы полнее реализовать свой потенциал. В процентном отношении виды обучения распределяются следующим образом:

- развитие лидерских навыков, экспертных знаний с помощью выполнения сложных рабочих проектов и руководства стратегическими инициативами (70%);
- коучинг и общение с руководителями старшего звена, обучение на их примере (20%);
- тренинги по развитию профессиональных и деловых навыков, программы по развитию лидерских качеств (10%).

Мы продолжаем разрабатывать и новые программы. Например, отдел налоговых и юридических услуг начал реализацию проекта «*Налоговая академия*», в который входят обязательные курсы по специальности и курсы по развитию деловых навыков. Целевой аудиторией проекта являются консультанты и старшие консультанты в первые четыре года их работы в PwC.

Мы считаем, что очень важно признавать достижения наших сотрудников. Наша фирма вручает им награды за отлично выполненную работу и за особые достижения в роли руководителя, начиная с уровня менеджера, а также отмечает тех, кто проработал в фирме длительное время.

## Программы, нацеленные на развитие лидерских качеств

Для менеджеров, показывающих высокие результаты, у нас разработаны региональные программы *Аполло (Apollo)* и *Вызов лидерства (Leadership Challenge)* по развитию потенциала будущего руководителя. Каждая программа построена на обучении в ходе практической работы и обмена опытом в нестандартной обстановке. В рамках программы создаются условия для совместной работы в тесном контакте с руководителями более высокого уровня и клиентами.

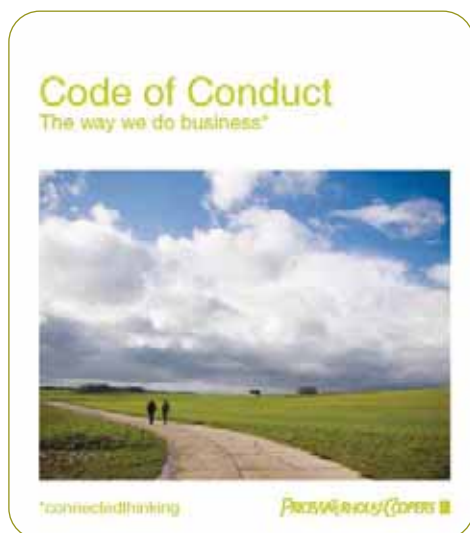
Генезис парк (Genesis Park) – это рассчитанный на четыре месяца международный проект по развитию лидерских качеств. Он позволяет нашим лучшим сотрудникам быстрее развить профессиональные качества и стать выдающимися руководителями. Благодаря длительности программы, многонациональному составу участников и вниманию к вопросам бизнеса и личностного развития Genesis Park открывает перед участниками исключительные возможности для роста.

“ Я очень рад, что мне довелось принять участие в этой программе, поскольку я смог увидеть себя со стороны, лучше понять свою роль в повседневной жизни фирмы, а также узнать, чего от меня ждут в плане наших будущих достижений. И, что самое важное, я лучше узнал самого себя и свои способности и понял, как мне развивать свои лидерские качества.

На меня произвел большое впечатление профессионализм людей, которые руководили нашим обучением, партнеров из фирм PwC в регионе Центральной и Восточной Европы, принимавших участие в программе, а также тот факт, что в ней участвовали и высшие руководители некоторых крупнейших компаний-клиентов PwC.”

Давид Хохобая,  
юрист, участник программы  
*Leadership Challenge*

В 2009 году показатель вовлеченности сотрудников PwC в России составил 73% – это выше, чем показатель по региону Центральной и Восточной Европы, составляющий 66%.



## Здоровье и хорошее самочувствие

Мы убеждены, что важно вести здоровый образ жизни и поддерживать равновесие между работой и личной жизнью. Всем сотрудникам мы предоставляем медицинскую страховку с большим набором услуг, покрывающую не только деятельность, связанную с работой, но и зарубежные поездки. Ежегодно в мае мы проводим специальную кампанию под названием «Месячник здоровья и хорошего самочувствия». В течение этого месяца наши сотрудники могут получить консультацию психолога, пройти медицинский осмотр и воспользоваться специальными скидками в SPA-салоне. Быть здоровым и хорошо себя чувствовать нашим сотрудникам помогают бесплатные занятия йогой. Кроме того, в московском офисе каждый день ведет прием терапевт, у нас есть своя футбольная команда и реализуется много других проектов, направленных на сохранение здоровья сотрудников.

## Обмен информацией

Мы считаем, что ответственный работодатель должен давать своим сотрудникам возможность высказаться и получить ответ. Поэтому в PwC существует ряд каналов для обмена информацией, с помощью которых наши сотрудники могут задавать вопросы, давать свои комментарии и обращать внимание руководства на проблемы, которые их волнуют. На каждой странице нашего внутреннего портала *Your Connection* есть кнопка «Выскажитесь!», нажав которую пользователи могут оставлять комментарии. Это можно сделать анонимно. Более половины предложений, полученных в течение года, были воплощены в жизнь.

Другой способ получить отзывы сотрудников – проведение официальных опросов о степени удовлетворенности сотрудников. Наиболее полный из них – это *Глобальный опрос сотрудников*, который проводится внешним поставщиком услуг во всех фирмах международной сети PwC. Опрос проводится анонимно и позволяет нам лучше понять, что надо сделать для того, чтобы фирма PwC с каждым годом становилась всё более привлекательным местом работы.

Одна из основных задач опроса – определить показатель вовлеченности сотрудников PwC, который представляет собой сумму таких показателей, как степень удовлетворенности сотрудников, уровень их приверженности общей идее, гордости за компанию, лояльности, личной ответственности и желания защищать интересы фирмы. В 2009 году показатель вовлеченности сотрудников PwC в России составил 73% – это выше, чем показатель по региону Центральной и Восточной Европы, составляющий 66%. Более того, 81% респондентов готовы подписаться под следующим утверждением: «Я считаю, что в PwC мне была предоставлена возможность личного роста и развития».

Глобальный опрос сотрудников служит важным инструментом для определения областей, в которых мы можем совершенствоваться. Изучив результаты опроса, руководство собирает фокусные группы, проводит обсуждения и формулирует план действий по устранению недостатков. В 2009 году наш план действий был направлен на обеспечение открытого, честного и прозрачного информационного взаимодействия на всех уровнях.

В 2009 году в опросе приняло участие 62% сотрудников PwC в России, в будущем году мы хотели бы улучшить этот показатель (показатель по региону Центральной и Восточной Европы – 70%).

При принятии других решений использовалась такая форма вовлечения сотрудников, как фокусные группы.

## Деловая этика

Фирма PwC в России гордится своей репутацией, основанной на добросовестности и профессиональной честности. Наша строгая политика в области деловой этики и *Кодекс поведения* PwC помогают нам укреплять доверие клиентов и сотрудников к фирме.

Есть несколько способов, которыми могут воспользоваться наши сотрудники, чтобы сообщить о возможных нарушениях деловой этики. Они могут позвонить по *горячей линии* или отправить электронное сообщение с анонимного почтового ящика. *Комитет по этике*, возглавляемый партнером, анализирует все

поступившие жалобы и предпринимает необходимые ответные действия. Комитет по этике отчитывается перед Операционным комитетом на ежеквартальной основе.

В этом году мы предприняли ряд шагов, позволяющих подчеркнуть роль, которую фирма отводит политике в области деловой этики. Также мы сделали более регулярным обмен информацией по этим вопросам, провели семинары для лидеров в области деловой этики и добились лучшей посещаемости занятий по этике среди сотрудников, недавно принятых на работу. По результатам Глобального опроса сотрудников в 2009 году 77% сотрудников согласились со следующим утверждением: «Мои коллеги по группе следуют высоким стандартам делового поведения».

В следующем году мы продолжим рассказывать сотрудникам о ситуациях, которые могут рассматриваться как нарушение деловой этики, о том, как сообщать о таких нарушениях и какими ресурсами располагает наш Комитет по этике для оказания помощи сотрудникам в этих вопросах.

### Культурное многообразие

Фирмы PwC, ведущие деятельность в России, многонациональны как по составу персонала, так и по составу клиентов. На 30 июня 2009 года у нас работало 153 иностранных специалиста (это составляет почти 7% от общего числа сотрудников) из 34 стран мира. Мы набираем сотрудников, которые обучались на разных факультетах в разных вузах. Например, в 2009 году в отдел аудита были приняты выпускники 34 вузов.

В PwC в России давно и прочно закреплен принцип равных возможностей. В 2009 году мы приняли на работу больше выпускниц вузов, чем выпускников, и это соотношение сохраняется на всех уровнях компании вплоть до директоров.

Наша задача – добиться лучшего численного соотношения мужчин и женщин на уровне партнеров и высшего руководства фирмы. В 2009 году мы предприняли определенные шаги для решения этих вопросов, и в Операционный комитет PwC была избрана женщина. Это сделало состав комитета более сбалансированным. Чтобы помочь женщинам в достижении высокого положения в руководстве фирмы, в ноябре 2008 года мы запустили первый учебный курс «Программа поддержки для женщин-руководителей», помогающий женщинам-руководителям преуспеть в непростых условиях конкуренции с мужчинами. Программа рассчитана на женщин-директоров и партнеров. Участники приняли ее очень хорошо, и в этом году мы ее продолжили.

Многообразие для нас – это не просто равенство полов. Мы стремимся к многообразию при реализации наших программ поиска и найма персонала, при составлении учебных программ, при объединении различных культурных традиций под крышей одной фирмы – мы учитываем вопросы культурного многообразия во многих наших действиях и инициативах. Мы стремимся привлечь больше внимания к вопросу культурного многообразия, повышая информационное взаимодействие по этой теме внутри фирмы и поощряя дискуссии среди персонала. Кроме того, мы планируем разработать и включить разделы о гендерном и культурном многообразии в программу развития деловых навыков.

### Задачи и планы на будущее

Свою долгосрочную стратегическую задачу мы видим в том, чтобы занять устойчивое лидирующее положение на рынке и сделать PwC уникальной фирмой как с точки зрения сотрудников, так и с точки зрения клиентов. Чтобы укрепить наши отличительные черты как компании, мы поддерживаем культуру высоких достижений, которая помогает нашим сотрудникам демонстрировать такие необходимые для успеха качества, как интеллект, инициативность, умение поставить себя на место другого человека и умение работать сообща.

Мы реализуем ряд проектов, благодаря которым у наших сотрудников есть возможность развивать в себе эти качества.

В 2010 году мы предпримем ряд шагов, чтобы усовершенствовать нашу систему поощрения, повысить прозрачность системы принятия решений и добиться большей последовательности в действиях руководства, улучшить систему обмена информацией, а также систему персонального коучинга и развития сотрудников.



В PwC в России работают партнеры из 11 стран:	
Австралия	4
Великобритания	13
Германия	1
Ирландия	1
Канада	2
Новая Зеландия	1
Россия	43
США	14
Франция	1
Швейцария	1
Южная Африка	2
<b>Всего</b>	<b>83</b>





# Окружающая среда

PwC признает, что вопросы устойчивого развития, изменения климата и защиты окружающей среды являются сегодня приоритетными для мирового бизнес-сообщества. Мы также признаем прямое и косвенное воздействие деятельности нашей фирмы на окружающую среду.

## Наши цели

Одной из наших первоочередных задач является оценка и снижение нашего негативного воздействия на окружающую среду. Мы все несем ответственность за собственные действия дома и на работе, и, понимая, какое влияние могут иметь наши поступки, и немного изменив свои привычки, совместными усилиями мы можем существенно повлиять на уровень нашего воздействия на окружающую среду.

Мы надеемся добиться этого посредством следующих мер:

- соблюдение политики в области защиты окружающей среды, охраны труда и здоровья персонала;
- снижение выбросов, связанных с потреблением электроэнергии и использованием транспортных средств;
- разработка программ по использованию ресурсосберегающих технологий;
- повышение информированности наших сотрудников и сообщества в целом о воздействии, оказываемом корпоративным и индивидуальным поведением на окружающую среду.

## Шаг за шагом



PRICEWATERHOUSECOOPERS 

## Диалог с заинтересованными сторонами

Диалог с нашими сотрудниками по вопросам экологии имеет решающее значение для достижения успеха в этой области, так как наше воздействие на окружающую среду преимущественно связано с использованием бумаги и пластика и выбросами загрязняющих веществ от транспортных средств. Следовательно, уровень снижения этих выбросов в значительной степени зависит от поддержки со стороны наших сотрудников.

Мы понимали, что поднять вопрос об экологической ответственности будет непросто, ведь не для всех очевидна важность для такой фирмы, как PwC, вопросов защиты окружающей среды. Одним из первых шагов в этом направлении стала кампания «Шаг за шагом», которую мы начали в 2008 году (подробнее о ней будет рассказано ниже). Мы не просто изложили цели PwC в области охраны окружающей среды, но и информировали наших сотрудников о других

экологических проблемах в ходе общих собраний фирмы. Был снят специальный фильм для показа на этих мероприятиях.

Наша работа дала положительные результаты. Программа «Шаг за шагом» принесла ощутимые плоды и, как показал Глобальный опрос сотрудников, получила хорошие отзывы. В последнем Глобальном опросе сотрудников 71% сотрудников заявили о том, что, по их мнению, мы правильно решаем вопросы, связанные с воздействием нашей деятельности на окружающую среду. Это на 8% больше, чем в прошлом году (для сравнения: в регионе Центральной и Восточной Европы это показатель составил 60%).

Как отмечалось в разделе «Клиенты и рынки», мы начали активный диалог с поставщиками и внесли изменения в свою политику закупок. Вместе с поставщиками мы стараемся изыскать возможности по переработке отходов и снижению потребления.

Мы также ведем постоянный диалог со многими нашими клиентами по вопросам экологии, с которыми они сталкиваются. Это касается как их повседневных операций и сделок, так и специальных экологических проектов. Мы понимаем, что экологические риски и открывающиеся возможности могут оказать воздействие на любую организацию, и полагаем, что эти факторы следует учитывать в рамках обычной деятельности.

### Ключевые показатели эффективности, при помощи которых мы проводим оценку:

- потребления и переработки бумаги,
- потребления и переработки пластика,
- выбросов углекислого газа.

В апреле 2008 года для оценки нашего воздействия на окружающую среду была создана система отчетности по *ключевым показателям эффективности* (КПЭ). В качестве первого шага по снижению выбросов углекислого газа в атмосферу фирма PwC начала их подсчет. Мы оцениваем выбросы углекислого газа от парка автомобилей, такси, авиаперелетов и потребления электроэнергии. Выбросы углекислого газа подсчитываются раз в три месяца.

Пиковые периоды выбросов углекислого газа соответствуют циклу проведения аудита финансовой отчетности клиентов, когда нам приходится много ездить к клиентам для выполнения работы. Хотя проводить аудиторскую проверку дистанционно невозможно, мы предприняли шаги по сокращению числа командировок по мере возможности. Личное общение является важной частью нашей работы, но благодаря более активному использованию видеоконференций мы надеемся еще больше сократить наш «углеродный след».

### «Шаг за шагом» и другие инициативы

За последний год мы провели несколько мероприятий в рамках кампании «Шаг за шагом». Успех этих мероприятий зависит от степени вовлеченности сотрудников:

- **Шаг 1:** подумайте, действительно ли необходимо печатать документ. Для того чтобы коллеги и клиенты осознали, насколько легко снизить негативное воздействие на окружающую среду, фирма добавила к электронным подписям сотрудников следующую фразу: Пожалуйста, оцените воздействие на окружающую среду перед тем, как распечатать это электронное сообщение или приложение
- **Шаг 2:** переработка бумаги. Мы разместили по всему офису контейнеры для бумаги, которую можно переработать.
- **Шаг 3:** двусторонняя печать. Во всех принтерах по умолчанию активирована опция двусторонней печати.
- **Шаг 4:** снижение потребления электроэнергии. Сотрудникам настоятельно рекомендовано выключать все электроприборы перед уходом из офиса.

**71% сотрудников  
заявили о том, что, по  
их мнению, мы  
правильно решаем  
вопросы, связанные  
с воздействием нашей  
деятельности на  
окружающую среду**



## Новый офисный комплекс в Москве

Ко времени написания этого отчета наши московские сотрудники переехали в новый офис класса А, оборудованный современными системами охраны труда и здоровья и защиты окружающей среды. При проектировании офисного комплекса наша цель заключалась в том, чтобы сократить выбросы от нашей деятельности за счет конструктивных энергосберегающих решений и систем управления. Кроме того, мы планируем ввести ряд мер по снижению воздействия нашего офиса на окружающую среду, таких как освещение на базе датчиков движения, энергосберегающие электроприборы, системы с низким энергопотреблением и рациональное отопление. Мы рассчитываем на то, что в дальнейших отчетах будут отражены преимущества, связанные с эксплуатацией нашего нового офисного здания.

## Достижения в течение 2009 года

- Потребление бумаги в фирме снизилось на **18%**.
- Мы сэкономили около **1 866** деревьев за счет повторной переработки **108 846** кг бумаги.
- Было повторно переработано свыше **35%** закупленных изделий из пластика.
- Переход на онлайн-печатные издания не только снизил наше воздействие на окружающую среду, но также привел к экономии **1 023 135** рублей.
- По данным внутреннего опроса, более **150** сотрудников приняли участие в международной экологической акции «Час Земли».

- **Шаг 5:** переработка пластиковой посуды. В кухонных помещениях московского офиса установлены специальные мусорные корзины для использованной пластиковой посуды.
- **Шаг 6:** пилотный проект по использованию керамических кружек вместо пластиковых стаканов.

В преддверии реформирования подписки на печатные издания было решено сократить число журналов и газет для персонала PwC. Данная инициатива исходила от наших сотрудников и была нацелена на снижение воздействия на окружающую среду и сокращение операционных затрат.

Фирма PwC приняла участие в международной экологической акции «Час Земли», организованной Всемирным фондом дикой природы. Акция проводится в последнюю субботу марта. В этот день всех частных лиц, а также коммерческие и государственные учреждения призывают отключить свет на один час в поддержку мер по предотвращению изменения климата.

## Задачи и планы на будущее

Среди основных проблем, с которыми фирма PwC столкнулась в ходе реализации мер по снижению своего воздействия на окружающую среду, следует отметить следующие.

- Отсутствие общей осведомленности в экологических вопросах в России. В основном только промышленные компании обращают внимание на экологические аспекты своей деятельности.
- Низкий уровень инфраструктуры экологически безопасных отраслей в России, где рынок утилизации отходов является слабо развитым.
- Отсутствие возможностей по зачету выбросов углекислого газа в России. Мы изучаем способы зачета наших выбросов углекислого газа в России и стараемся увязать их с другими нашими инициативами, например, по направлению «Общество».

Экологическая программа фирмы PwC находится на начальном этапе реализации по сравнению с нашими усилиями в других направлениях деятельности в области корпоративной ответственности, однако мы считаем, что добились значительных успехов в определении политики, выработке КПЭ и повышении осведомленности и информированности персонала. После переезда в новый офис, когда мы лучше поймем свои исходные позиции, мы сможем определить более конкретные цели по сокращению нашего воздействия на окружающую среду.

В следующем году мы расширим обмен информацией по экологическим вопросам в рамках фирмы с целью повышения информированности сотрудников. Мы также намерены увеличить число заинтересованных сторон, чтобы охватить не только наших сотрудников и поставщиков, но и НКО и бизнес-ассоциации. В частности, мы планируем вести работу по повышению осведомленности в вопросах охраны окружающей среды в рамках деятельности, которую мы осуществляем в детских домах.





# Общество

Мы понимаем, что наша деятельность оказывает воздействие на общество, в котором мы работаем. Но мы также понимаем, что изменить это общество к лучшему мы можем и своими личными усилиями. Быть социально ответственной компанией значит оказывать поддержку местным сообществам и вносить свой вклад в решение основных социальных вопросов. Наша деятельность по направлению «Общество» включает программу корпоративной благотворительности «Вместе с Россией», в рамках которой мы сосредоточили усилия на проектах в сфере образования и культуры, защиты детства и сотрудничестве с высшими учебными заведениями.

## Наши цели

Наша цель заключается в оказании позитивного и долгосрочного влияния на общество, в котором мы живем и работаем. Чтобы такое влияние было возможным, мы делимся своими знаниями и ресурсами и затрачиваем на это немало времени. Практически во всех благотворительных проектах мы уделяем особое внимание вопросам образования (например, приводим детей из детских домов на репетиции симфонического оркестра, чтобы познакомить их с классической музыкой, организуем учебные семинары для представителей НКО). В ближайшие годы мы планируем продолжать деятельность в этом направлении. Мы верим в силу обучения по принципу: «дай голодному рыбу – и он будет сыт весь день, научи его ловить рыбу – и он будет сыт всю жизнь» – и стараемся максимально использовать принципы обмена знаниями и сотрудничества как внутри нашей фирмы, так и в работе с другими заинтересованными сторонами.



### Тратить свое личное время и делиться своими знаниями и навыками

Основу программы «Вместе с Россией» составляет принцип добровольной помощи, или волонтерства. Практически во всех случаях, когда фирма выделяет средства на благотворительные мероприятия, наши сотрудники принимают в них активное участие. Добровольная помощь дает возможность нашим сотрудникам вносить свой вклад в развитие общества, а также укреплять отношения с коллегами. В 2009 году фирма организовала четыре мероприятия с участием волонтеров. Мы регулярно проводим открытые встречи с волонтерами, чтобы наши сотрудники были в курсе запланированных мероприятий, могли высказать свое мнение о благотворительной деятельности PwC и поделиться своими идеями. Мы стараемся сделать эти встречи конструктивными; например, перед проведением мероприятий с участием детских домов фирма проводит собрания волонтеров с участием профессионального психолога, что помогает сотрудникам в общении с детьми и подростками.

Нас радует, когда наши сотрудники предлагают свои собственные благотворительные проекты. Если они отвечают нашим целям, мы с удовольствием помогаем инициаторам этих проектов воплотить свои идеи в жизнь. Нас особенно радует такое участие в проектах, которое происходит в форме обмена знаниями и навыками. Например, некоторые из наших сотрудников по собственной инициативе стали давать уроки английского языка выпускникам детских домов. Мы также гордимся тем, что в наших благотворительных проектах принимают участие члены семей наших сотрудников.

Добровольная помощь дает возможность нашим сотрудникам вносить свой вклад в развитие общества, а также укреплять отношения с коллегами.

“ Мне очень понравился организованный подход к проведению благотворительных мероприятий PwC в Москве и, что не менее важно, критерии выбора людей и организаций, нуждающихся в поддержке. Комитет по благотворительности обратил мое внимание на программу «Шанс на работу», после чего я начала помогать молодым людям – выпускникам детских домов – изучать английский язык. Эта работа мне очень по душе, и я чувствую себя здесь на своем месте, но кроме того, меня совершенно очаровала эта небольшая группа ребят – в них столько энтузиазма! До встречи с ними у меня не было контактов с молодыми москвичами из этой социальной среды. И оказалось, что мы нужны друг другу.”

*Джеролин Дитрих,  
жена партнера фирмы Джона Кэмпбелла*





## Сотрудничество с НКО

Помимо наших сотрудников, другой важной заинтересованной стороной с точки зрения направления «Общество» являются НКО. Содействие, которое мы оказываем этим организациям, осуществляется в форме финансирования, поддержки волонтеров, а также помощи в натуральном выражении. Мы поддерживаем постоянный диалог с НКО на индивидуальных встречах и на встречах *Благотворительного клуба*, учрежденного нами в 2008 году. Благотворительный клуб дает возможность представителям НКО встречаться с представителями бизнес-сообщества, проявляющими интерес к корпоративной благотворительности, для обсуждения волнующих их вопросов и обмена мнениями. В 2009 году было организовано четыре таких встречи в тесном сотрудничестве с Charities Aid Foundation. Как правило, на таких встречах присутствует до 40 человек.

Фирма PwC понимает, что НКО прежде всего нужна помощь в повышении эффективности их работы, и мы вносим свой вклад в достижение этой цели, делаясь с ними своими знаниями и навыками и оказывая им иную помощь в соответствии с их потребностями. Например, партнер PwC Крис Скирроу сотрудничает с межрегиональной общественной организацией «Достижения молодых», основной целью которой является обучение молодых людей основам бизнеса и предпринимательства. Каждый год по всей стране около 700 000 студентов и старшеклассников проходят обучение в организации «Достижения молодых».

Другим примером является наша работа с благотворительным фондом «Даунсайд Ап», цель которого заключается в том, чтобы изменить к лучшему жизнь детей с синдромом Дауна в России. Эта организация предоставляет образовательные и социальные услуги детям и их семьям. В начале июля 2008 года девять партнеров фирмы поднялись на вершину горы Эльбрус – самой высокой горы в Европе – для сбора средств в поддержку «Даунсайд Ап». С помощью наших бывших и нынешних сотрудников, а также наших клиентов мы собрали 100 000 долларов для этой организации, что стало началом нашего продолжающегося сотрудничества.



## Вести за собой

Роль интеллектуального лидера в обществе не менее важна, чем в бизнесе, и мы стараемся привлекать клиентов и бизнес-партнеров к участию в наших общественных инициативах. В 2005 году мы инициировали программу «Благотворительность вместо сувениров», передавая средства из бюджета, выделявшегося на корпоративные подарки, на благотворительные инициативы, и предложили другим компаниям последовать нашему примеру. Инициатива получила дальнейшее развитие. Вместе с другими сторонниками данного начинания фирма PwC сформировала рабочую группу по продвижению программы «Благотворительность вместо сувениров» в России и за рубежом. С момента повторного запуска программы в более широком масштабе в сентябре 2007 года к ней подключились 236 компаний, и их взносы на благотворительность на начало 2009 календарного года составили около 180 млн рублей.

“ Я всегда считал, что «Достижения молодых» – это достойная организация, так как она знакомит молодежь с бизнесом и экономикой, способствует расширению кругозора и развитию способностей молодых людей. Когда я приехал в Россию в 2001 году, мы уже помогали этой организации, и развитие отношений с ней, продолжающееся и по сей день, представлялось нам вполне естественным. Эта организация всегда высоко ценила наше участие и признавала наши заслуги. Однако самое большое удовольствие – видеть этих начинающих предпринимателей на так называемой ярмарке, где они представляют результаты своих проектов. Подростки со всех уголков России, независимо от своего образования, стараются воплощать в жизнь лучшие идеи и добиваться лучших результатов в своих компаниях, и так приятно видеть их целеустремленность и энтузиазм!”

Крис Скирроу, партнер





## Результаты

Прогресс, достигнутый за время реализации программы «Вместе с Россией», нашел отражение в результатах Глобального опроса сотрудников 2009 года. Около 80% сотрудников PwC отметили, что удовлетворены действиями, предпринимаемыми фирмой PwC в сфере социальной ответственности (такими как поддержка, оказываемая общественным мероприятиям и организациям, а также благотворительным учреждениям). Для сравнения: в других фирмах по предоставлению профессиональных услуг этот показатель составляет 75%.

Программа «Вместе с Россией» продолжает набирать обороты. В этом году в ней приняло участие больше сотрудников, чем в прошлом, растет число совместных инициатив и проектов, ориентированных на потребности местного населения. В 2009 году более 220 сотрудников PwC в России затратили на различные виды благотворительной деятельности свыше 2 000 часов. Фирмы PwC в России сделали пожертвований денежными средствами и подарками на сумму свыше 8 566 400 руб. в течение года. Наши сотрудники передали на благотворительные цели 2 011 728 рублей.

Хотя вследствие кризиса наш бюджет на благотворительность был скорректирован в сторону уменьшения, мы не закрыли ни один из основных проектов. Мы постарались восполнить пробел, связанный с сокращением выделяемых средств, за счет более интенсивных усилий, направленных на обмен знаниями и профессиональными умениями и навыками. В 2009 году компания осуществила 29 благотворительных проектов. Информация о проектах, возможных формах участия, расходовании средств, опыте работы с НКО регулярно размещается на внутреннем коммуникационном портале фирмы Your Connection.



## Высшие учебные заведения

Главная цель нашего сотрудничества с университетами – внести свой вклад в подготовку ответственных лидеров завтрашнего дня, делиться знаниями и практическим опытом и углубить представление студентов о профессии аудитора и консультанта. Наши длительные отношения с ведущими высшими учебными заведениями позволяют нам рассчитывать на то, что студенты и преподаватели этих вузов будут видеть в нас ведущую фирму по оказанию профессиональных услуг, работа в которой открывает перед выпускниками интересные карьерные возможности и широкие перспективы для профессионального и личного роста.

В настоящее время среди сотрудников различных офисов нашей фирмы около 20 преподавателей вузов. Помимо того что в 2009 году наши сотрудники потратили более 300 часов на участие в различных мероприятиях по подбору кадров в вузах, свыше 1 500 академических часов было отведено на лекции по специализированной тематике и практическим вопросам. В 2009 году наши сотрудники читали лекции в 10 высших учебных заведениях в Москве, Санкт-Петербурге, Казани, Екатеринбурге и Владикавказе.

Наша цель – передача знаний, навыков и корпоративных ценностей выпускникам высших учебных заведений. Помимо лекций мы имеем в своем распоряжении



целый арсенал средств для достижения нашей цели – от оказания финансовой помощи отдельным кафедрам и университетам до мероприятий по реализации программы «Интеллектуальное лидерство». В качестве примера можно привести участие фирмы в образовательном мероприятии в Ставропольском крае, организованном Ассоциацией европейского бизнеса (АЕБ). Фирму PwC пригласили выступить с презентацией по вопросам приема на работу молодых специалистов в период кризиса и сотрудничества между работодателями и высшими учебными заведениями.

Чтобы наиболее полно использовать преимущества нашего сотрудничества с высшими учебными заведениями, мы общаемся не только со студентами, но и с руководством вузов – людьми, которые играют важную роль в формировании будущего российской экономики и общества в целом. В мае 2008 года мы выступили с инициативой создания *Клуба ректоров* – открытой площадки для диалога между PwC и ведущими высшими учебными заведениями. Клуб проводит свои встречи ежеквартально. Сама идея клуба была хорошо принята его участниками. В результате проведенных в клубе дискуссий в двух университетах была начата реализация двух проектов – проект АССА и пилотная программа для магистров. Ректор Финансовой академии Михаил Эскиндаров прокомментировал эти события так: «Это единственная инициатива такого рода в России, и я считаю ее инновационным, важным и своевременным проектом, который должны поддержать ведущие вузы страны». В настоящее время мы сотрудничаем с руководством высших учебных заведений Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбурга, Казани и Северной Осетии.

“ Презентация внесла немалый вклад в успех этого мероприятия, и мы надеемся, что фирма PwC продолжит оказывать содействие проектам АЕБ, значение которого трудно переоценить.”

*Фрэнк Шауфф,  
Генеральный директор АЕБ,  
благодарственное письмо*

**Главная цель нашего сотрудничества с университетами – внести свой вклад в подготовку ответственных лидеров завтрашнего дня.**

## Задачи и планы на будущее

Наши ближайшие цели – повысить уровень участия волонтеров в благотворительных проектах и уровень нашей поддержки индивидуальных инициатив. Для этого необходимо прежде всего разработать специальную политику в отношении волонтерства и бесплатной профессиональной помощи. Мы также планируем улучшить взаимодействие с волонтерами, с тем чтобы они могли получать своевременную информацию о проектах, поддерживаемых PwC, и оставлять свои отзывы.

Мы планируем проверить порядок отбора проектов, учитывая нашу стратегию и результат, которого мы хотим достичь. Консолидировав проекты и сделав их более долгосрочными, мы надеемся повысить их эффективность и получить более существенные результаты. Эта работа была начата в 2009 году в ответ на сложную экономическую ситуацию, и в следующем году мы планируем приложить еще больше усилий этом направлении.



## Глобальная инициатива по отчетности в области устойчивого развития: Указатель

### РwС в России: отчетность по КО

Раздел	Раздел	Показатели деятельности	Стр.
1	1	Заявление первого лица организации (например, генерального директора, председателя правления или лица, занимающего аналогичную должность) об актуальности устойчивого развития для организации и ее стратегии	4
1	2	Описание основных видов воздействия, рисков и возможностей	8, 9
2	1	Название организации	6
2	2	Основные бренды, продукты и/или услуги	6
2	3	Организационная структура организации, включая основные подразделения, операционные компании, дочерние общества и совместные предприятия	6
2	4	Местоположение головного офиса организации	6
2	5	Количество стран, в которых организация осуществляет свою деятельность, и названия стран, где осуществляется основная деятельность организации, либо стран, имеющих непосредственное отношение к вопросам устойчивого развития, освещенным в данном отчете	6
2	6	Вид собственности и организационно-правовая форма	6
2	7	Обслуживаемые рынки (включая разбивку по географическим регионам, обслуживаемые секторы рынка и категории клиентов/бенефициаров)	6
2	8	Масштаб организации, представляющей отчетность, включая следующие параметры: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Численность персонала;</li> <li>• Чистый объем продаж (для организаций частного сектора) и чистая выручка (для организаций государственного сектора);</li> <li>• Общая капитализация с разбивкой на заемные и собственные средства (для организаций частного сектора);</li> <li>• Объем поставляемой продукции или услуг</li> </ul>	6
2	10	Награды, полученные в течение отчетного периода	6
3	1	Отчетный период (например, финансовый/календарный год) применительно к представляемой информации	4
3	3	Цикл отчетности (годовая, полугодовая и т.д.)	4
3	4	Контактное лицо для направления вопросов по отчету и его содержанию	31
3	5	Процесс определения содержания отчета, включая: <ul style="list-style-type: none"> <li>• определение существенности;</li> <li>• определение приоритетности вопросов, рассматриваемых в отчете;</li> <li>• выявление заинтересованных сторон, рассматриваемых в качестве потенциальных пользователей отчета</li> </ul>	10, 11
3	6	Границы отчета (например, страны, подразделения, дочерние общества, арендуемые активы, совместные предприятия, поставщики)	4
3	12	Таблица с указанием места расположения стандартной информации в отчете	28, 29
4	1	Структура корпоративного управления организации, включая комитеты, подотчетные высшему органу управления, ответственные за выполнение конкретных задач, таких как формирование стратегии организации и общий контроль за ее деятельностью	11

Раздел	Раздел	Показатели деятельности	Стр.
4	4	Механизмы для предоставления рекомендаций или указаний высшему органу управления, имеющиеся в распоряжении акционеров и сотрудников	18
4	8	Сформулированные внутри компании цели или задачи, кодекс поведения и принципы, относящиеся к результатам экономической, экологической и социальной деятельности, а также уровень их применения	7, 12, 15, 16, 18, 19, 20, 23
4	9	Процедуры, используемые высшим органом управления организации, для надзора за тем, как организация определяет результаты экономической, экологической и социальной деятельности, включая соответствующие риски и возможности, и управляет этими результатами, и как организация обеспечивает соблюдение согласованных на международном уровне стандартов, кодексов поведения и принципов	11
4	12	Разработанные вне компании экономические, экологические и социальные программы, принципы и инициативы, которые были приняты организацией или к которым она присоединилась	8
4	13	Членство в ассоциациях (например, отраслевых или профессиональных ассоциациях) и/или национальных/международных информационно-пропагандистских организациях, где организация: <ul style="list-style-type: none"> <li>• входит в состав управляющих органов;</li> <li>• участвует в проектах или работе комитетов;</li> <li>• предоставляет значительное финансирование сверх стандартных членских взносов или</li> <li>• рассматривает членство в этих организациях как стратегически важное</li> </ul>	13, 14
4	14	Перечень групп заинтересованных сторон, с которыми сотрудничает организация	10
4	15	Основа для определения и выбора заинтересованных сторон для сотрудничества	10
4	16	Подходы к сотрудничеству с заинтересованными сторонами, включая частоту взаимодействия по видам сотрудничества и группам заинтересованных лиц	10
4	17	Ключевые темы и вопросы, поднятые в ходе сотрудничества с заинтересованными сторонами, меры, принятые в ответ на обозначенные вопросы, включая их отражение в отчетности	10
5	EC8	Разработка и воздействие инвестиций в инфраструктуру и услуг, предоставляемых главным образом для блага общества, в результате коммерческой деятельности, пожертвований в неденежной форме и деятельности на безвозмездной основе	3, 13, 25, 26
5	EN26	Инициативы по уменьшению неблагоприятного воздействия продуктов и услуг на окружающую среду и объем уменьшения неблагоприятного экологического воздействия	15, 21
5	LA1	Общая штатная численность по категориям сотрудников, трудовым договорам и регионам	3
5	LA10	Среднее число учебных часов в год на одного сотрудника с разбивкой по категориям сотрудников	3
5	LA12	Процент сотрудников, регулярно проходящих аттестацию с оценкой эффективности работы и обсуждением вопросов карьерного роста	30
5	SO4	Меры, принятые в ответ на выявленные случаи коррупции	18
5	PR5	Методы, относящиеся к оценке качества обслуживания клиентов, включая результаты опросов по оценке степени удовлетворенности клиентов	12

## Глоссарий

<b>ACCA</b>	Ассоциация дипломированных бухгалтеров Великобритании
<b>«Аполло» (Project Apollo)</b>	Модульная программа, направленная на развитие наиболее важных качеств будущего руководителя, таких как лидерство, умение строить отношения с клиентами, руководство людьми и умение мыслить стратегически
<b>Академия новых менеджеров (New Managers's Academy)</b>	Интерактивная учебная программа по введению в должность менеджера
<b>Благотворительность вместо сувениров (Charity Instead of Gifts)</b>	Программа, инициированная PwC и поддержанная российским бизнес-сообществом, в рамках которой средства из бюджета на корпоративные подарки клиентам передаются на благотворительность ( <a href="http://www.realgifts.ru">www.realgifts.ru</a> )
<b>Благотворительный клуб (Charity Club)</b>	Клуб учрежден фирмой PwC в 2008 г. с целью предоставления некоммерческим организациям возможностей встречаться с представителями бизнес-сообщества и обсуждать вопросы, обмениваться опытом работы в сфере корпоративной филантропии
<b>«Вместе с Россией» (Connected to Russia)</b>	Программа корпоративной благотворительности фирм PwC в России
<b>«Вызов лидерства» (Leadership Challenge)</b>	Специально разработанная долгосрочная программа развития будущих руководителей PwC
<b>Глобальная инициатива по отчетности в области устойчивого развития G3 (Global Reporting Initiatives G3)</b>	Принципы отчетности, которым могут следовать организации для измерения и раскрытия результатов своей деятельности по трем направлениям: экономическая деятельность, охрана окружающей среды и социальная деятельность ( <a href="http://www.globalreporting.org">www.globalreporting.org</a> )
<b>Глобальная мобильность (Global Mobility)</b>	Программа PwC по подбору работы для талантливых сотрудников в разных фирмах международной сети фирм PwC в целях создания для них возможностей карьерного роста, профессионального и личного развития, расширения культурного опыта, укрепления рабочих и личных связей между сотрудниками в рамках международной сети. Данная программа также предоставляет сотрудникам возможность жить, работать и путешествовать за рубежом
<b>Глобальный договор ООН (Global Compact)</b>	Стратегическая инициатива для компаний, которые стремятся привести принципы ведения бизнеса в соответствие с 10 общепринятыми принципами в области прав человека, трудовых отношений, охраны окружающей среды и противодействия коррупции ( <a href="http://www.unglobalcompact.org">www.unglobalcompact.org</a> )
<b>Глобальный опрос сотрудников (Global People Survey)</b>	Ежегодный опрос сотрудников PwC по всему миру, с помощью которого фирма получает важную информацию о степени удовлетворенности сотрудников и об их приоритетах. Данный опрос предоставляет всем сотрудникам PwC возможность высказать свое мнение, при этом руководители получают крайне важную для них информацию о том, какие меры необходимо принять в будущем
<b>Горячая линия по этическим вопросам (Ethics Helpline)</b>	Наша система сообщения о возможных нарушениях: внутренняя горячая линия для партнеров и сотрудников для обращений по телефону или анонимно на адрес электронной почты по вопросам этики и делового поведения, сообщений о возможных нарушениях или за советом
<b>Интеллектуальное лидерство (Thought Leadership)</b>	Исследования, отчеты, анализ и прогнозы, представляющие точку зрения PwC на важные тенденции на рынке и на бизнес-события
<b>Ключевой показатель эффективности (Key Performance indicator)</b>	Ключевой показатель эффективности: количественный или статистический показатель, оценивающий степень достижения поставленных целей и служащий инструментом выявления областей, в которых следует совершенствовать деятельность
<b>Клуб ректоров (Rectors Club)</b>	Платформа для открытого регулярного диалога между PwC и ведущими университетами
<b>Кодекс поведения (Code of Conduct)</b>	Глобальное руководство международной сети фирм PwC в области деловой этики
<b>Комитет по благотворительности (Charity Committee)</b>	Комитет, созданный в PwC Россия, который определяет стратегию фирмы в области благотворительности и принимает решения, какие проекты фирма будет поддерживать. Комитет включает в себя три подкомитета: поддержка детства, поддержка культуры и поддержка образования
<b>Комитет по этике (Ethics Committee)</b>	Созданный в PwC Россия комитет по рассмотрению жалоб по этическим вопросам и формированию в фирме устойчивой корпоративной культуры, в основе которой лежат основные корпоративные ценности PwC, порядочность, уважение и социальная ответственность

## Глоссарий

<b>Лидеры в области деловой этики (Ethics Champions)</b>	Старшие сотрудники фирмы, чье поведение считается образцом для подражания и к чьему мнению, в первую очередь, прислушиваются другие сотрудники в случае возникновения у них вопросов, связанных с этикой и Кодексом поведения
<b>Месячник здоровья и хорошего самочувствия (Wellness month)</b>	Ежегодная специальная кампания, в ходе которой сотрудники имеют возможность пройти медицинский осмотр и попробовать изменить свой образ жизни в лучшую сторону
<b>Налоговая академия (Tax Academy)</b>	Четырехлетняя программа обучения, нацеленная на развитие профессиональных навыков выпускников. Программа включает модули по техническим аспектам профессиональной деятельности и развитию личностных навыков, которые необходимы профессиональным налоговым консультантам. По окончании каждого модуля проводится тестирование и оценка
<b>«Опыт PwC» (PwC Experience)</b>	Концепция «Опыт PwC» отражает наше стремление своими последовательными действиями обеспечить устойчивое конкурентное преимущество PwC и способствовать успеху наших клиентов и сотрудников. Следование принципам этой концепции - одна из наиболее важных целей для всей международной сети фирм PwC
<b>Программа ежегодного исследования отзывов клиентов (Client Feedback Programme)</b>	Способствует содержательному диалогу с клиентами, направлена на укрепление взаимоотношений и повышение качества услуг. Программа позволяет оценить степень лояльности клиентов PwC с помощью заполненных ими онлайн-опросников и последующих встреч между клиентами и старшими партнерами фирмы для обсуждения полученных результатов. Показатель лояльности является одним из наших КПЭ
<b>Система персонального коучинга и развития сотрудников (PC&amp;D)</b>	Подход, принятый PwC в отношении управления результатами деятельности сотрудников и основанный на персональном регулярном коучинге. Результаты деятельности сотрудников оцениваются в ходе аттестаций в середине и в конце каждого года
<b>Центральный кластер (Central Cluster)</b>	Часть международной сети фирм PwC, включающая в себя фирмы, расположенные в Великобритании, континентальной Европе, на Ближнем Востоке, в Индии, Пакистане, Шри-Ланке, Африке, Нормандских островах, Гибралтаре, Исландии и острове Мэн
<b>Your Connection (YC)</b>	Внутренний интернет-портал фирм PwC в России

## Уровень использования показателей GRI при составлении отчета

		C	C+	B	B+	A	A+
<b>Обязательный</b>	Самооценка	✓					
	Проверено внешней стороной		Отчет заверен аудитором		Отчет заверен аудитором		Отчет заверен аудитором
<b>Необязательный</b>	Проверено GRI						

## Контактная информация

**Мы будем с нетерпением ждать ваших отзывов и предложений!**

Ваши отзывы очень важны для нас, потому что они помогут нам лучше работать и усовершенствовать нашу отчетность. Пожалуйста, поделитесь с нами своим мнением о том, что мы делаем.

Пожалуйста, заполните электронную [форму отзыва](#).

Или просто позвоните нам по тел. 7 (495) 232-56-02

или напишите нам по адресу [lioudmila.mamet@ru.pwc.com](mailto:lioudmila.mamet@ru.pwc.com)

Настоящая публикация подготовлена исключительно для создания общего представления об обсуждаемом в ней предмете и не является профессиональной консультацией. Не рекомендуется действовать на основании информации, представленной в настоящей публикации, без предварительного обращения к профессиональным консультантам. Не предоставляется никаких гарантий, прямо выраженных или подразумеваемых, относительно точности и полноты информации, представленной в настоящей публикации. Если иное не предусмотрено законодательством РФ, компании сети ПрайсвогтерхаусКуперс, их сотрудники и уполномоченные представители не несут никакой ответственности за любые последствия, возникшие в связи с чьими-либо действиями (бездействиями), основанными на информации, содержащейся в настоящей публикации, или за принятие решений на основании информации, представленной в настоящей публикации.

© 2010 PricewaterhouseCoopers. Все права защищены. Под «PricewaterhouseCoopers» и «PwC» понимаются фирмы, входящие в глобальную сеть фирм PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL). Каждая фирма сети является самостоятельным юридическим лицом и не выступает в качестве агента PwCIL или любой другой фирмы сети. PwCIL не оказывает услуги клиентам. PwCIL не несет ответственность за действия или бездействие любой фирмы сети, не может контролировать профессиональные суждения, высказываемые фирмами сети, и не может никаким образом связать их каким-либо обязательством. Ни одна из фирм сети не несет ответственность за действия или бездействие любой другой фирмы сети, не может контролировать профессиональные суждения другой фирмы и не может никаким образом связать другую фирму сети или PwCIL каким-либо обязательством.