

Звіт зі сталого розвитку корпорації “Оболонь”: 30 років успіху

Період звітності: 2010-2011

“Оболонь” у цифрах

4 559 млн грн.

виручка від реалізації продукції у 2010 році

991 млн грн.

загальні відрахування (податки, акцизи, збори) корпорації “Оболонь” у 2010 році

90 млн грн.

незважаючи на кризу, корпорація «Оболонь» закінчила 2010 рік із прибутком

500 млн грн.

інвестиції у власний солодовий завод у смт Чемерівці (Хмельницька обл.)

80%

частка корпорації “Оболонь” в українському експорті пива

6500 осіб

кількість працівників усіх корпоративних структур АТ “Оболонь”

2,7 літра води на літр готової продукції

витрати води на виробництво продукції

1 181 тис. грн.

продуктивність праці одного працівника АТ “Оболонь”

16,8%

частка бренда “Оболонь” на українському ринку пива за підсумком 2010 року

21%

загальне зменшення утворення відходів АТ “Оболонь” у 2010 році

23 млн пластикових пляшок об'ємом 1 літр

саме такий еквівалент пластикових відходів переробляє “Оболонь” за рік

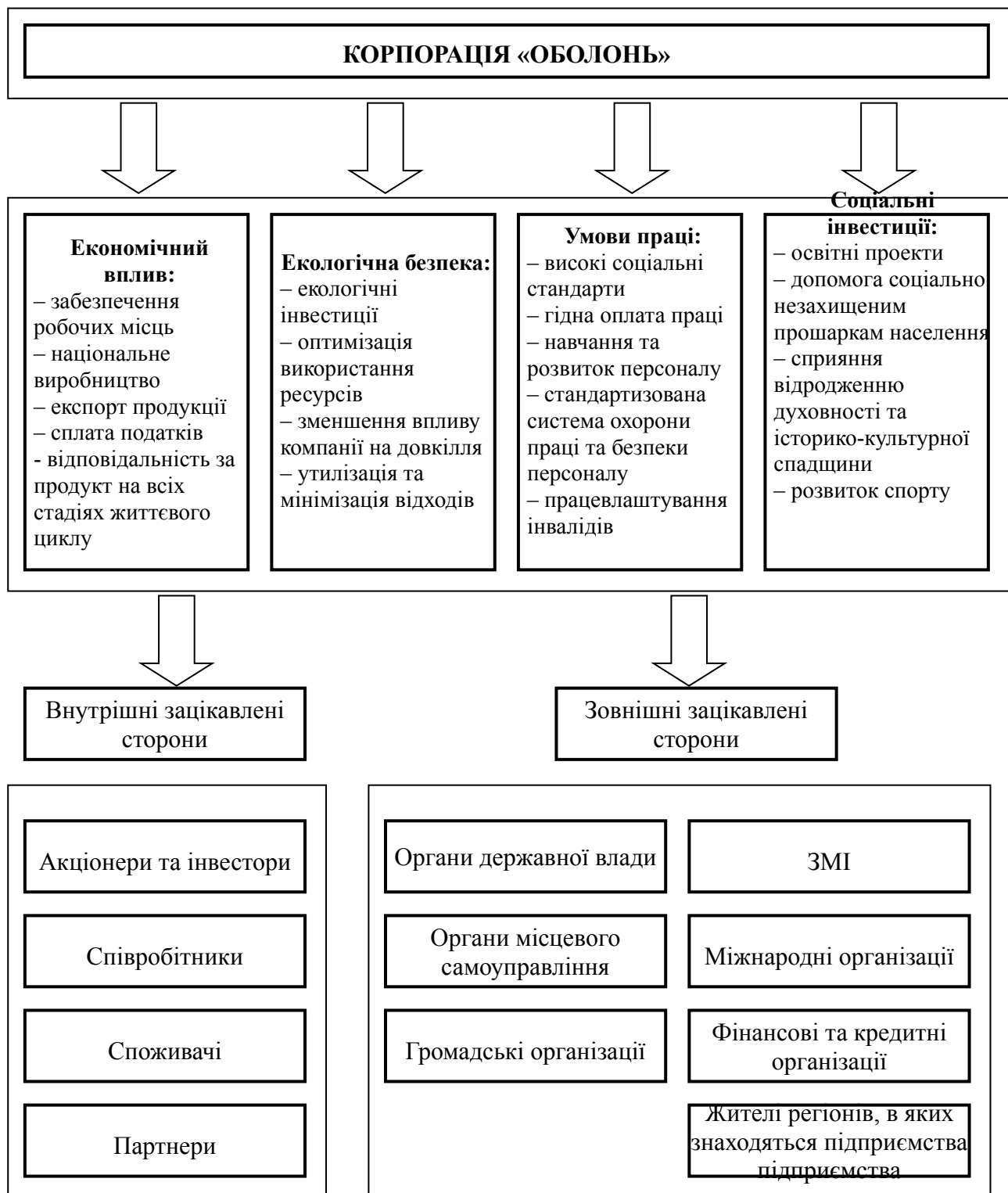
11 982 осіб

чисельність екскурсантів, які відвідали за останній рік київську пивоварню

ЗМІСТ

Вступне слово керівництва	5
Про Соціальний звіт	6
ПРО КОРПОРАЦІЮ “ОБОЛОНЬ”	7
Структура корпорації “Оболонь”	7
Антикорупційні практики	8
Економічні результати діяльності та вплив кризи	9
Головні новини компанії і брендів	10
ПРОДУКЦІЯ	12
Бренди корпорації “Оболонь”	12
Позиція на внутрішньому ринку	14
Експорт продукції	15
Комплексна система якості	16
Взаємовідносини із постачальниками і споживачами	18
ПЕРСОНАЛ	20
Умови праці та розвитку персоналу	21
Охорона і безпека праці	23
Корпоративна культура та волонтерство	25
КОМПЛЕКСНА ЕКОЛОГІЧНА КУЛЬТУРА	28
Екологія виробничих процесів	29
Екологічні інноваційні проекти	31
Розвиток екологічної свідомості	33
СОЦІАЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ	34
Нагороди, отримані у 2010 році	37
Таблиця відповідності стандарту GRI v.3	39

КАРТА КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОРПОРАЦІЇ «ОБОЛОНЬ»



Вступне слово керівництва

Місія корпорації «Оболонь»:

«Щодня ми працюємо, щоб бути кращими та не залишити спраглих на планеті»

Шановні партнери та колеги!

Ми горді представити вам Звіт корпорації «Оболонь», в якому показано наш шлях до сталого розвитку.

Минулий рік став знаковим для «Оболоні» - ми зуміли подолати кризові явища, попри невпинний тиск на галузь і виробника змогли втримати і наростити виробництво. За минулий рік у корпорації відбулося багато позитивних змін – підвищення ефективності, вихід нових продуктів, оновлення головного бренда «Оболонь». Попри активну господарську діяльність, ми ніколи не забуваємо про принципи корпоративної відповідальності, адже сім тисяч оболонців працюють для 45 мільйонів українців.

Запроваджені зміни в корпоративному управлінні підтверджують вірність обраного нами шляху на побудову української корпорації зі штаб-квартирою у Києві. Реорганізація у публічне акціонерне товариство накладає додаткові обов'язки на «Оболонь» - тепер ми будемо ще більш відкритими для світу.

Стратегічним економічним завданням залишається прагнення лідерства на всіх ринках присутності корпорації. Крім цього, ми прагнемо диверсифікувати бізнес і зробити його менш залежним від кризових явищ. Одним із таких методів є експорт продукції на міжнародні ринки.

Корпоративна соціальна відповідальність для нас є дуже важливим інструментом на шляху до сталого довгострокового розвитку. Саме прагненням сталого розвитку ми керуємося у розробці всіх стратегій корпорації, вивчаючи наш вплив на всі групи зацікавлених сторін, що і дає нам такий успіх. У період кризи нам вдається утримувати фінансову стабільність, і це стало можливим зокрема і завдяки реалізації стратегії сталого розвитку корпорації.

Попри все, корпорація «Оболонь» продовжує неухильно дотримуватися принципів гармонійного співіснування, взаємодії та постійного діалогу з суспільством. Переконалий, що цей Звіт продовжить розвиток ефективного діалогу корпорації «Оболонь» із працівниками, споживачами, широкими колами громадськості, державними органами та партнерами.

***Олександр Слободян,
президент корпорації «Оболонь»***

Про Звіт зі сталого розвитку

Період звітності: 2010 рік. Більшість статистичних даних подана у динаміці за 5 років. Інформація також актуалізована згідно діяльності у першій половині 2011 року. Відповідає стандарту для нефінансової звітності GRI v.3 (таблиця відповідності на сторінці №.....).

У Звіті корпорації “Оболонь” викладені фактичні дані по всій корпорації (по більшості показників). Ці дані відображають ситуацію в основних напрямках КСВ по всій корпорації. Це стало можливим завдяки роботі із віддаленими виробничими майданчиками, дочірніми підприємствами та підприємствами із корпоративними правами.

Інформація, представлена у звіті, покликана презентувати діяльність організації в широкому контексті сталого розвитку. Наведені факти і статистичні дані дають можливість читачам оцінити вплив корпорації на економіку, навколишнє середовище, суспільство.

У цьому звіті ми дотримувались принципу збалансованості і відображали як позитивні, так і негативні аспекти результативності корпорації. Також всі дані за можливості представлені у динаміці за останні п'ять років, а також є факти для порівняння діяльності корпорації із іншими підприємствами.

Методи вимірювання даних та ведення розрахунків, у випадку відхилень від запропонованих GRI, відповідають внутрішнім корпоративним стандартам.

ЦИТАТА:

Олександр Пучок (генеральний директор АТ “Оболонь”):

“Минулого року “Оболонь” продовжила розвивати, крім інших, такі програми, як відповідальне споживання пива, енергоефективність виробничих процесів, гендерна рівність на робочому місці. Також саме у 2010 році АТ “Оболонь”, за результатами незалежних рейтингових оцінювань, відзначено серед кращих компаній у таких сферах, як ділова репутація, репутація роботодавця, гендерна політика. Але найважливіше для нас — це визнання високої якості нашої продукції споживачами, які підтверджують це, щодня купуючи напої корпорації “Оболонь”.

Окрім іншого, діяльність у сфері КСВ є складовою репутаційного капіталу АТ “Оболонь”. За даними досліджень, поліпшення рівня корпоративної репутації збільшує кількість споживачів, які б рекомендували компанію та її продукти іншим. Споживачі також готові говорити позитивно і підтримувати в часи кризи компанії з найкращою репутацією. Це стає конкурентною перевагою при виведенні нових продуктів на ринок і встановлення преміальних цін на товари і послуги”.

ПРО КОРПОРАЦІЮ “ОБОЛОНЬ”

Структура корпорації “Оболонь”

ЦИТАТА:

Олександр Слободян (президент корпорації “Оболонь”):

“Наприкінці квітня результатом зборів акціонерів товариства “Оболонь” стало рішення про зміну назви закритого акціонерного товариства на публічне акціонерне товариство. Законодавство України вимагає від акціонерних товариств, де кількість акціонерів перевищує сто осіб, провести таку зміну. Це означає, що наше акціонерне товариство буде більш відкритим для суспільства. Крім того, відповідно до вимог законодавства, на зборах акціонерів прийнято рішення про обов’язкове переведення акцій із документарної форми в бездокументарну.

Стратегія двадцятирічної давності, яка направлена на побудову потужної національної компанії “Оболонь”, залишається в силі і на майбутнє. “Оболонь” надалі залишається компанією на ринку України, якою стовідсотково володіють українці. Ми продовжуємо писати історію українського бізнесу, цього разу через упровадження новацій у корпоративному управлінні. “Оболонь” черговий раз доводить, що існування успішного вітчизняного бізнесу зі штаб-квартирою у Києві є реальним”.

Основні структурні одиниці корпорації “Оболонь”

Головне підприємство (штаб-квартира) у місті Київ, що також є найбільшим пивоварним заводом Європи¹:

- ПАТ “Оболонь”, м. Київ (виробництво пива, безалкогольної продукції, мінеральної води, солоду, пивної дробини та ін.)

Територіально відокремлені структурні підрозділи:

- Виробничий комплекс у м. Олександрія, Кіровоградська обл. (виробництво безалкогольних та слабоалкогольних напоїв, переробка ПЕТ пляшки, виробництво бандажної стрічки)

- Солодовий завод у смт Чемерівці, Хмельницька обл. (виробництво солоду)

- Спортивно-оздоровчий комплекс “Оболонь Арена”, м. Київ

Дочірні підприємства:

- ДП “Пивоварня Зіберта”, м. Фастів, Київська обл. (виробництво пива)

- ДП ПАТ “Оболонь” “Красилівське”, м. Краси́лів, Хмельницька обл. (виробництво питної води, слабоалкогольних та безалкогольних напоїв)

- ТОВ “Оболонь Агро”, смт Чемерівці, Хмельницька обл.
(сільськогосподарське виробництво, вирощування ячменю, великої рогатої худоби та свиней)

Підприємства з корпоративними правами:

- ПАТ “Охтирський пивоварний завод”, м. Охтирка, Сумська обл.
(виробництво пива, безалкогольних напоїв, питної води, солоду)

- ПАТ “Севастопольський завод напоїв”, м. Севастополь
(виробництво безалкогольних напоїв, питної води)

- ПрАТ “Бершадський комбінат”, м. Бершадь, Вінницька обл.
(виробництво слабоалкогольних напоїв, солоду)

- ПрАТ “Дяtkівці”, м. Коломия, Івано-Франківська обл.
(виробництво солоду)

- ПрАТ “Рокитнівський скляний завод”², смт. Рокитне, Рівненська обл. (виробництво склотари)

¹ – у розрахунку за номінальною виробничою потужністю

² – “Оболонь” володіє значним, але не контрольним пакетом акцій ПрАТ “Рокитнівський скляний завод”

Антикорупційні практики

Корпорація “Оболонь” повністю поділяє та виконує десятий принцип Глобального Договору ООН, в якому йдеться про те, що ділові кола повинні протидіяти корупції, включаючи здирництво і хабарництво.

З метою протидії корупції та іншим негативним явищам, які можуть впливати на нормальну життєдіяльність корпорації, на ПАТ “Оболонь” діють такі локальні нормативні документи, як:

- положення, які регулюють посадові права та обов’язки працівників, а також їх взаємовідносини з працівниками інших структурних підрозділів та служб;

- положення, що регулюють вибір постачальників сировини, товарів, робіт, послуг;

- положення, які регулюють договірну роботу в корпорації.

У випадку виявлення з боку працівника корупційних дій, які спричинили або можуть спричинити майнову шкоду корпорації, до нього застосовуються заходи згідно з чинним законодавством.

Економічні результати діяльності та вплив кризи

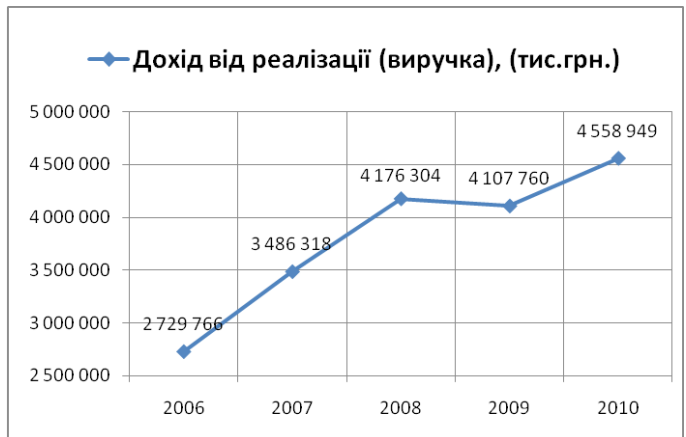
Корпорація «Оболонь» у 2010 році в складних економічних умовах зуміла все ж таки наростити обсяги виробництва основного продукту (пива) у порівнянні із 2009 роком на майже 3%.

Під впливом багатьох факторів (світова економічна криза, зменшення купівельної спроможності населення, збільшення ставок акцизів і податків) 2008-2009 роки стали одними із найскладніших у 30-річній історії «Оболоні».

Корпорація «Оболонь» збільшила виробництво пива у 2010 році на 3% відносно 2009, досягши 99,4 млн дал.

Попри те, що тиск на галузь не припинився, а лише збільшився у 2010 році, в корпорації «Оболонь» було відмічено кілька позитивних тенденцій. По-перше, **зупинено падіння виробництва пива**: у 2010 році воно підвищилось на 3%, досягши 99,4 млн дал. По-друге, корпорація «Оболонь» зуміла закінчити **2010 рік із прибутком** у більш ніж 89 млн грн. По-третє, на 12,3% зросла **продуктивність праці** у корпорації «Оболонь» (номінальна, за обсягом виручки на працівника). Все це стало наслідком комплексної програми із підвищення економічної ефективності діяльності підприємств корпорації.

Крім цього, корпорація «Оболонь» у 2010 році сплатила 991 млн грн. податків, акцизів та зборів, що на 50% більше, ніж за 2009 рік. Чесна і прозора сплата податків завжди була принципом діяльності «Оболоні» у фінансовій сфері.



Головні новини компанії і брендів

= січень 2010 =

= Корпорація “Оболонь” підтримала освітній проект Фонду “Люди Майбутнього”. Фонд “Люди Майбутнього” в рамках проекту “Освіта Країною” визначив імена 30-ти переможців, які отримують грант на навчання в університеті.

= “Оболонь” виступила спонсором Українського Дому у Ванкувері під час Зимової Олімпіади. В рамках всіх офіційних вечорів, гала-концертів і заходів гостей Українського Дому пригощали справжнім українським пивом і напоями.

= квітень 2010 =

= На честь святкування 30-річчя київської броварні випущено спеціальне святкове преміальне пиво “Оболонь Ювілейне”, що стало справжнім подарунком всім шанувальникам “Оболоні”.

= “Оболонь” вивела на ринок безалкогольних напоїв новий продукт - квас живого бродіння “Богатирський”. Напій виробляється на дочірньому підприємстві АТ “Оболонь” “Пивоварня Зіберта” у м. Фастів Київської області.

= травень 2010 =

= Під час святкування 30-річчя корпорації “Оболонь” відбулося встановлення нового рекорду України. Представники «Книги Рекордів України» зафіксували найчисельніший пивний тост “За Оболонь!”, який одночасно проголосили 2123 працівника корпорації.

= Бренд “Оболонь” визнано найціннішим і незамінним для українців. У рамках ініційованого маркетинговим виданням MMR дослідження “Яким компаніям і брендам віддані серця українців” більшість респондентів назвали саме “Оболонь” своїм улюбленим вітчизняним брендом.

= серпень 2010 =

= ТМ “Оболонь” - генеральний спонсор Прем’єр-ліги. Корпорація “Оболонь” продовжила співпрацю з Прем’єр-лігою у статусі генерального спонсора Чемпіонату України з футболу. Згідно з контрактом, співпраця корпорації “Оболонь” та Прем’єр-ліги триватиме три роки.

= На київській пивоварні “Оболонь” відновлено випуск легендарного пива “Жигулівське” за старою рецептурою.

= Корпорація “Оболонь” збирає рекордну кількість нагород на Святі пива-2010. За результатами Міжнародного професійного конкурсу, продукція корпорації “Оболонь” отримала 38 нагород.

= вересень 2010 =

= У кінці вересня в ефір “Нового каналу” вийшов третій сезон популярної дитячої спортивно-розважальної програми “Живчик-Старти”.

= грудень 2010 =

= ТМ “Оболонь” визнано добре відомою в Україні. Це не тільки підвищує комерційну вартість ТМ “Оболонь”, а й забезпечує їй безстрокову охорону на всі класи міжнародної патентної класифікації товарів та послуг.

= Розроблено новий дизайн для ТМ “Beermix”. “Оболонь” вдихнула в ТМ “Beermix” нове життя, зробивши упаковку більш яскравою, барвистою і динамічною.

= “Оболонь” - одна із найбільш шанованих компаній в Україні. На початку грудня в рамках Днів репутації в Україні відбулося оголошення результатів дослідження “Найбільш шановані компанії України 2010”, організованого Reputation Capital. Корпорація «Оболонь» зайняла 12 місце серед компаній із найкращою репутацією в Україні.

= Компанія “Оболонь” посіла перше місце серед кращих роботодавців, які впроваджують принципи справедливої гендерної політики. Конкурс проводився під егідою та за активної підтримки Міністерства праці та соціальної політики України, проекту ЄС та Міжнародної організації праці “Рівність жінок та чоловіків у світі праці” та Європейської бізнес асоціації.

= січень 2011 =

= “Оболонь” серед найбільш шанованих роботодавців України. Корпорація зайняла 13 місце в загальному рейтингу (включно з міжнародними компаніями, які працюють в Україні) серед компаній із найкращою репутацією роботодавця.

= березень 2011=

= Улюблений сімейний напій “Живчик негазований” з’явився у новій непрозорій жовтій упаковці. Вдосконалення пляшки допомагає легко знайти корисний напій без газу та виокремлює його з основної лінійки «Живчика».

= квітень 2011 =

= “Оболонь Світле” стало кращим. Оболонські пивовари скоротили термін придатності пива “Оболонь Світле”. Нововведення покликане глобально змінити ситуацію на ринку пива. Відтепер споживачі мають можливість завжди пити свіже пиво. Одночасно з покращенням смаку та скороченням терміну зберігання змінено дизайн упаковки “Оболонь Світле”.

ПРОДУКЦІЯ

Основними видами продукції, яку випускає корпорація “Оболонь”, є пиво, безалкогольні напої, питна вода, слабоалкогольні напої, пивоварний солод. Крім цього, іншими видами діяльності є виробництво пластмасових виробів (із перероблених ПЕТ пляшок), різних продуктів агровиробництва тощо.

Далі ми сконцентруємо увагу на результатах діяльності по виробництву основної продукції. Основним ринком збуту продукції є Україна, оскільки понад 80% продукції реалізується на вітчизняному ринку.

Бренди корпорації “Оболонь”

Пиво

Основний бренд:

ТМ “Оболонь”

Кожного року в Україні виробляється 300 мільйонів декалітрів пива. Більшість основних сортів пива мають загальний термін придатності 180 діб. Однак, вивчивши ринок, фахівці “Оболоні” встановили, що все більше людей до основних переваг пива відносять свіжість продукту і особливо те, скільки часу минуло з моменту розливу напою. Адже чим свіжіше пиво, тим кращий смак. Тож оболонські пивовари освіжили смак пива «Оболонь Світле». Зокрема, скоротили термін придатності зі 180 до 60 діб. Це саме той термін, коли смак і аромат пива залишаються без змін. За результатами дегустацій фахівці встановили, що пиво “Оболонь”, якому більше 60 діб, не змінюється за фізико-хімічними показниками. Однак, через те, що при виготовленні продукту не використовуються консерванти, пиво змінює свій смак та аромат.

ЦИТАТА

Віталій Ткаченко (директор з маркетингу корпорації “Оболонь”):

“Рішення про зміну дизайну далось нам нелегко. Бренд “Оболонь” з’явився у 1992 році, і за цей час споживачі звикли до нього. Ми ніколи не змінювали смак пива і лише один раз — у 2007 році - оновили дизайн етикетки. Дизайн “Оболоні” вважається класикою українського пивного дизайну. Під час проведення досліджень більшість опитуваних вказували, що дизайн марки є консервативним. При цьому споживачі стверджували, що вони хочуть бути прогресивними, сучасними і споживати тільки якісний продукт. Таке сприйняття стало для нас підтвердженням необхідності змін”.

Преміальне пиво:

ТМ «Magnat»

ТМ «hike»

Ліцензійне пиво:

ТМ «Bitburger»

ТМ «Carling»

Спеціальне пиво:

ТМ «BeerMix»

Середньоціновий сегмент:

ТМ «Zibert»

Низькоціновий сегмент:

ТМ “Жигулівське”

ТМ “Десант”

ТМ “Охтирське”

Слабоалкогольні напої

Класичні слабоалкогольні напої:

ТМ “Джин-тонік”

ТМ “Ром-кола”

ТМ “Бренді-кола”

Серія нових напоїв:

ТМ “Icelife”

Безалкогольні напої

Соковмісні напої:

ТМ “Живчик”

Лимонади:

ТМ “Оболонь Лимонад”

ТМ “Оболонь Ситро”

ТМ “Кола Нова”

ТМ “Оболонь Ситро”

ТМ “Оболонь Ананас”

Мінеральна та питна вода

Питна вода:

ТМ «Прозора»

Мінеральна вода:

ТМ «Оболонська»

Вода регіональних підприємств:

ТМ “Охтирська”

ТМ “Підгірна”

Промислові товари

Пивоварний солод

Пивна дробина

Бандажна стрічка

Позиції на внутрішньому ринку

Пивний ринок

Середньоєвропейський рівень споживання пива становить близько 70 літрів на рік на душу населення, при цьому в декількох високорозвинених країнах споживання сягає 100-150 літрів на рік. Як свідчать численні дослідження, рівень доходів споживачів пива істотно впливає на прихильність до цього напою. Саме тому середнє споживання пива в Україні складає близько 63 літрів на рік на кожного мешканця. Попри це пивний ринок відзначається високим рівнем конкуренції.

Корпорація “Оболонь” залишається єдиним великим гравцем пивного ринку з виключно українським капіталом і штаб-квартирою у Києві. Бренд “Оболонь” є другим за обсягом продажів в Україні із 16,8% ринку (за підсумками 2010 року).

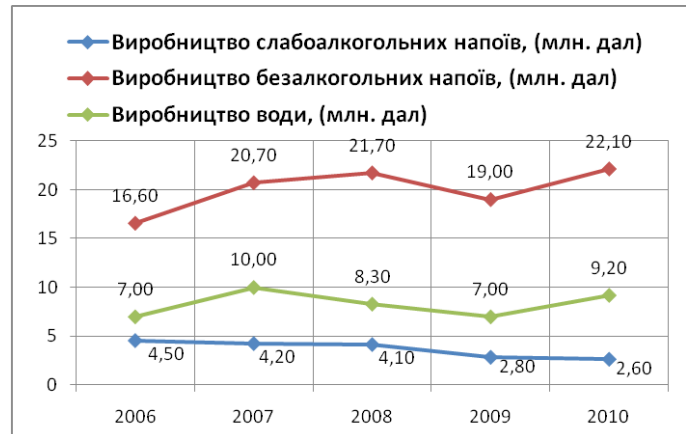
“Оболонь” залишається єдиним великим гравцем пивного ринку з виключно українським капіталом і штаб-квартирою у Києві

Основні пивні бренди компанії	% на ринку України, 2010 р.
ТМ “Оболонь”	16,8%
ТМ “Zibert”	6,5%
ТМ “Десант”	1,2%
ТМ “BeerMix”	1,0%
ТМ “Жигулівське”	0,7%
ТМ “hike”	0,4%
ТМ “Охтирське”	0,2%
ТМ “Magnet”	0,04%
ТМ “Bitburger”	0,03%
Загалом	26,9%



Інші ринки

На інших ринках основними брендами компанії в категорії безалкогольних напоїв є ТМ “Живчик”, питної води - ТМ “Прозора” і ТМ “Оболонська”, слабоалкогольних напоїв - ТМ “Джин-тонік”, “Бренді-кола”, “Ром-кола”.



Солодове виробництво

Крім цього, “Оболонь” є єдиною великою пивоварнею, що забезпечує себе солодом власного виробництва.

“Оболонь” є єдиною великою пивоварнею, що забезпечує себе солодом власного виробництва

З 2010 року на повну потужність запрацював найсучасніший солодовий завод Європи вартістю 500 млн грн., що розташований у смт Чемерівці Хмельницької області.

Цей промисловий гігант є не лише гордістю оболонців, але і важливим фактором економічного розвитку цілого регіону на Поділлі, адже він працює на сировині місцевих фермерів.



Експорт продукції

Корпорація “Оболонь” підтвердила свій статус найбільшого експортера пива з України. В 2010 році “Оболонь” успішно розвивала експортну програму і реалізувала за кордоном майже 80% пива, що експортується з України. У натуральному вираженні цей показник склав 24 млн декалітрів, що складає 23,8% від загального обсягу виробництва компанії.



У структурі експорту за видами продукції основним є пиво – 97%. Решта

припадає на безалкогольні напої та мінеральну воду.

Експортна стратегія корпорації “Оболонь” направлена на розбудову довготривалих партнерських відносин із дистриб’юторами. “Оболонь” не прагне будь-якою ціною здійснити разову поставку і поставити ще одну точку на карті світу. Наша мета – стабільні поставки і міцне партнерство.

Продукція корпорації “Оболонь” експортується у 33 країни світу всіх континентів.

Антидемпінгова проблема в Білорусі. Білоруський ринок пива є важливим для корпорації “Оболонь”, адже ця країна за обсягом експорту українського пива поступається лише Росії. “Оболонь” вже більше 17 років присутня на ринку Республіки Білорусь. За цей час у нас склалися довірливі партнерські стосунки з нашими білоруськими колегами.

У 2010 році білоруський уряд прийняв рішення ввести ліцензування українського пива. Приводом стали звинувачення у демпінгу (якого фактично не було, бо наші ціни в роздробі були вищі від середніх на 15%), які учасники пивного ринку Білорусі пред’явили українським пивоварам навесні 2010 року. Після довгих розглядів українські виробники були змушені підписати угоду з білоруською стороною про те, що беруть на себе зобов’язання підняти відпускні ціни на 48%.

ЦИТАТА:

Олександр Слободян (президент корпорації “Оболонь”):

“Переговори корпорації “Оболонь” з концерном “Білдержхарчопром” завершилися підписанням двосторонньої угоди про поставки пива до Білорусі. Це був вимушений крок. Довелося зробити все можливе, щоб не втратити ринок остаточно, тому було підвищено відпускні ціни для білоруських контрагентів, а також є наміри розвивати ліцензійну програму з ВАТ “Брестське пиво” по розливу пива нашого бренда “Десант”. Тим не менш, ми вважаємо впровадження ліцензування на українське пиво дискримінаційним і неринковим методом регулювання ринку”.

Комплексна система якості

ЦИТАТА:

Валентина Микусевич (директор з якості):

“Питання безпеки і якості продукції для підприємств є ключовим питанням у становленні їх конкурентноздатності і завоюванні репутації серед споживачів. Прагнучи випустити високоякісну, корисну і безпечну продукцію, яка була б конкурентноздатною не тільки на українському, а й на зарубіжних ринках, у 1998 році компанія “Оболонь” першою серед вітчизняних підприємств харчової галузі отримала міжнародний сертифікат на систему управління якістю ISO-9001 версії 1994 року. В подальшому “Оболонь” продовжила практику сертифікації якості процесів, що підтверджуються

щорічними незалежними аудитами”.

У 2008 році АТ “Оболонь” першим серед підприємств харчової промисловості сертифікувало чотири системи управління одразу.

На даний час в АТ “Оболонь” діє система управління, яка складається з:

- системи управління якістю (ISO 9001:2008),
- системи управління безпечністю харчових продуктів (ISO 22000:2005),
- системи екологічного керування (ISO 14001:2004),
- системи управління гігієною та безпекою праці (OHSAS 18001:2007).

Усі вони підтверджені зовнішнім незалежним аудитом.

Міжнародна сертифікація компанії “Оболонь” за чотирма системами управління є перепусткою на ринки збуту країн-членів СОТ. Більшість країн-членів СОТ вважають обов'язковим виконання вимог стандарту ISO 22000, інакше продукція просто забороняється для продажу. На підприємствах компанії діє інтегрована система управління, яка забезпечує відповідальність перед персоналом, споживачами, суспільством та державою в цілому.

Процес виробництва пива

Для виготовлення пива використовуються чотири основні компоненти - вода, солод, хміль та дріжджі.

Вода видобувається з артезіанських свердловин юрського і сеноманського горизонтів глибиною 290 м. Найкращі сорти натурального хмелю вирощуються в Україні, Чехії, Німеччині. Солод виготовляється із зерен ячменю (іноді пшениці), пророщених та висушених за певної температури та вологості.

На початку виробництва подрібнений **солод** змішується з водою. Суміш нагрівається у заданому температурному режимі. На цьому етапі білки і крохмаль, які містяться в солоді, переходять у розчин і перетворюються на цукри, які потім зброджуються дріжджами. Отриманий розчин (сусло) фільтрується, після чого до нього додають **хміль** і деякий час кип'ятять, щоб надати пиву аромат і приємну гіркоту. Після цього сусло проходить освітлення.

Освітлене сусло охолоджують до температури бродіння, після чого додають **дріжджі**. Компанія «Оболонь» ретельно відбирає найкращі раси дріжджів, що забезпечує оптимальні умови бродіння пива. Цукри зброджуються дріжджами, перетворюючись на алкоголь та вуглекислоту. Для остаточного дозрівання «молоде» пиво витримують певний час у спеціальних танках при температурі -1-2°C. Так воно набуває неповторного смаку та аромату, а також природно насичується вуглекислим газом.

У процесі виготовлення пиво жодного разу не контактує з повітрям, оскільки кисень згубно діє на смак напою. Після бродіння пиво фільтрують для того, щоб воно стало прозорим, і розливають у пляшки, банки або кеги.

Взаємовідносини із постачальниками та споживачами

Відповідальні закупівлі

У корпорації “Оболонь” забезпечується виконання встановлених вимог щодо якості та безпечності сировини, матеріалів, обладнання та технічних засобів, а також послуг, які закупаються, з метою запобігання використання невідповідної та небезпечної продукції.

Це забезпечується через визначення та встановлення вимог до постачальників, систему їх оцінки та моніторингу, що дозволяє чітко визначити і документувати процеси відбору і залучення постачальників до співпраці.

На головному підприємстві корпорації “Оболонь” у Києві діє лабораторія радіологічного контролю.

У корпорації “Оболонь” забезпечується відповідність продукту, що закупається, заданим при закупівлі вимогам, зокрема в області екології.

Вид і обсяг контролю постачальника і закупленого продукту/послуги залежить від впливу останніх на подальший випуск продукції чи готовий продукт. Для перевірки закупленої продукції в АТ “Оболонь” встановлено і запроваджено вхідний контроль та інші заходи.

Співробітництво встановлюється з тими постачальниками, які знаходяться найближче до споживача (підприємства з виробництва, переробки чи заготівлі) за умов однакової конкурентної ціни та якості. Це дозволяє зменшити транспортні витрати та плату посередникам та демонструє відповідальне ставлення корпорації “Оболонь” до регіонів своєї діяльності.

Відповідальний маркетинг

Відповідальний маркетинг корпорації “Оболонь” полягає в особливій увазі до певних аудиторій (наприклад, до так званої групи ризику - людей, молодших за 18 років) та веденні діалогу зі споживачами (розповсюдження правдивої інформації про продукцію та виховання відповідального споживання).

У своїх маркетингових комунікаціях компанія “Оболонь” не лише дотримується всіх законодавчих вимог, а й свідомо орієнтується на споживачів, старших за 18 років. Наприклад, розміщення зовнішньої реклами (біг-бордів, банерів тощо) не суперечить законодавству - відповідні рекламні засоби алкогольних продуктів розташовані на значній відстані від освітніх закладів.

Рекламна активність компанії “Оболонь” у телевізійному просторі проводиться відповідно до Європейської Конвенції про трансграничне телебачення. Це передбачає деякі обмеження:

- особи, які знімаються у рекламі пива, не повинні виглядати як неповнолітні;

- не можна пов'язувати споживання пива з фізичною працею чи керуванням автомобілем;

- заборонено стверджувати про лікувальні властивості пива або про те, що цей напій є стимулюючим або заспокійливим засобом, або засобом вирішення особистих проблем;

—не можна заохочувати до зловживання алкоголем, висвітлювати утримання від алкоголю або його помірне споживання як негативне;

—не можна приділяти особливу увагу вмісту алкоголю у продуктах.

Компанія “Оболонь” першою в Україні робить кроки назустріч споживачу і впроваджує принципи відповідального ставлення до продукції, яку виробляє. Зокрема, ми почали маркувати усі пляшки із пивом повідомленням про норми споживання.

Добровільна ініціатива “Оболоні” щодо розміщення позначки про необхідність відповідального споживання у рекламі є одним із послідовних кроків реалізації програми розвитку культури споживання пива в Україні. Етикетки продукції і реклама на телебаченні є найбільш масовими інструментами інформування споживачів. Крім того, логотипом «Споживай відповідально!» будуть маркуватися POS-матеріали та сувенірна продукція. Поширення інформації серед споживачів здійснюватиметься також за допомогою спеціалізованого веб-сайта і пізнавальних брошур. Детальніше про програму “Споживай відповідально!” можна дізнатись, завітавши на сайт www.enjoyobolon.com.

Відповідальні комунікації

У 2009 році “Оболонь” відкрила нову багатоканальну гарячу лінію для обслуговування споживачів за номером 0-800-507-300.

Впровадження безкоштовної гарячої лінії є одним із важливих кроків для розвитку лояльності споживачів та збору інформації про корпорацію “Оболонь”.

Гаряча лінія компанії “Оболонь” покликана забезпечити більш тісне спілкування зі споживачами і є одним із заходів вдосконалення їх обслуговування. Ми працюємо над тим, щоб всі звернення до нашої гарячої лінії мали відповідь.

Завдяки новій гарячій лінії ми змогли швидше виявляти проблемні питання і реагувати на запити споживачів, більш якісно доносити їм знання про продукцію корпорації і культуру споживання пива.

Загальна кількість прийнятих дзвінків на номер “гарячої лінії” корпорації “Оболонь” 0-800-507-300 за 2010 рік склала понад 97 тисяч.

ПЕРСОНАЛ ТА УМОВИ ПРАЦІ

Одним із найважливіших економічних та соціальних аспектів діяльності нашої організації є створення робочих місць, а також виплата зарплати та інших компенсацій працівникам за виконану роботу. Адміністрація корпорації “Оболонь” поділяє точку зору, що осмислена та продуктивна робота є важливим елементом розвитку людини, а стандарти життя покращуються через повну та надійну зайнятість. Її відсутність є першою причиною соціальних проблем, особливо в Україні, де не дуже належним чином організований соціальний захист. Трудові практики головним чином впливають на почуття справедливості, наявне у суспільстві: соціально відповідальні трудові практики є важливими для соціальної справедливості, стабільності та миру.

На всіх підприємствах корпорації «Оболонь» працює близько 6500 людей, а на одній лише київській пивоварні – 3860 працівників.

Показник	Вимір	2006	2007	2008	2009	2010
Загальна кількість працівників*	осіб	4 885	5 583	6 111	6 333	6 376
Частка жінок *	%	32,24%	30,75%	29,88%	29,92%	30,10%
Кількість працівників з обмеженими можливостями*	осіб	188	217	257	269	278
Витрати на охорону праці*	тис.грн	1 884	40 707	3 060	3 458	5 164
* Дані по ПАТ “Оболонь” (включаючи територіально відокремлені структурні підрозділи, дочірні підприємства та підприємства із корпоративними правами).						
** Більше інформації можна знайти на офіційному сайті корпорації “Оболонь” за посиланням http://obolon.ua/ukr/corporate-responsibility/staff/						

ЦИТАТА:

Сергій Блощаневич (голова Ради ПАТ “Оболонь” та директор з кадрових питань і побуту):

“Для компанії “Оболонь” її працівники є найбільшою цінністю і разом із тим гордістю. Діяльність компанії спрямована на підвищення професіоналізму працівників, покращення умов праці, безпеки виробничих процесів та гарантування їх соціального захисту. Саме тому на АТ «Оболонь» впроваджена і сертифікована система управління безпекою та гігієною праці OHSAS 18001:2007. Саме завдяки систематичному виконанню обов'язків перед своїми працівниками компанія “Оболонь” має високу репутацію як працедавець. У нашій компанії діє колективний договір, що свідчить про захищеність працівників. Крім цього, корпоративна культура компанії покликана розвивати кожного спеціаліста”.

Умови праці та розвитку персоналу

Як роботодавець “Оболонь” сприяє одному з найширше прийнятих завдань суспільства, а саме покращенню стандартів життя шляхом повної та надійної зайнятості і належної роботи.

Корпорація «Оболонь» забезпечує працівників належними умовами праці та життя. Кожного року передбачено підвищення рівня кваліфікації працівників, медичне обстеження, надання першої медичної допомоги, профілактичне лікування, розвиток соціальної сфери.

Корпорація «Оболонь» є одним із кращих роботодавців України. Середня заробітна плата в компанії перевищує середню в країні та галузі і у 2010 році збільшилась на 10% в порівнянні до 2009 року. Вся заробітна плата і премії сплачуються офіційно, тобто компанія повністю сплачує всі обов’язкові податки, внески у пенсійний та інші фонди.

Соціальна політика АТ «Оболонь» щодо персоналу спрямована на забезпечення необхідного рівня продуктивності праці, зменшення плинності кадрів та підвищення соціального захисту працівників.

Кожен працівник корпорації «Оболонь» має можливість отримати додаткову професійну освіту, підвищити кваліфікацію відповідно до програми розвитку і навчання персоналу.

991 працівник АТ “Оболонь” був залучений у процес навчання у 2010 році

У ПАТ «Оболонь» проводиться постійна професійна підготовка, підвищення кваліфікації та навчання всього персоналу. Для цього проводяться оцінка компетентності персоналу, підготовка та навчання, тренінги, інструктажі тощо.

Соціальний пакет, що поширюється і на тих співробітників, які вийшли на пенсію, включає: разову матеріальну допомогу на оздоровлення, путівки для дітей, грошові премії на свята, матеріальну допомогу при народженні дитини, при виході на пенсію, в разі одруження, в критичних ситуаціях. На підприємстві функціонує сучасно обладнаний медпункт, тренажерний зал.

Відповідно до законодавчих норм, близько 4% від загальної кількості працюючих в АТ «Оболонь» складають люди з обмеженими можливостями.

Практика компанії “Оболонь” у сфері працевлаштування людей з особливими потребами

Компанія “Оболонь”, слідуючи нормам чинного українського законодавства та виявляючи свою соціальну відповідальність, створює умови праці також і для людей із особливими потребами. Відповідно до законодавчих норм, 4% від загальної кількості працюючих у АТ «Оболонь» складають люди із різними ступенями інвалідності. На київському підприємстві це 161 особа. Свою допомогу людям із особливими потребами компанія “Оболонь” виражає

не лише у співчутті тим випробуванням, які перепали на їхню долю, а головне — у створенні можливостей для їхньої соціальної адаптації та професійного розвитку.

Виноска:

Понад 650 мільйонів людей, що становить приблизно 10-15 % населення світу, живуть із інвалідністю. За даними Програми розвитку ООН (ПРООН), 80% інвалідів живуть у країнах, що розвиваються. Згідно з оцінками Світового Банку, 20 % найбільш бідних жителів Землі – це інваліди. За офіційною статистикою, кількість людей з обмеженими можливостями в Україні становить 2,67 мільйона, тобто близько 5% від загальної кількості населення, при цьому 80% інвалідів – люди працездатного віку.

Більшість людей із особливими потребами працює у відділі маркетингу на посадах агентів, але частина також задіяна і на виробництві. Основні захворювання цих людей — це цукровий діабет, кардіологічні, онкологічні, офтальмологічні захворювання, хвороби опорно-рухового апарату. Агенти мають гнучкий графік, який залежить від обсягу робіт. У функції агентів входить підтримка проведення акцій, створення і поповнення бази даних клієнтів тощо. Для виконання цих обов'язків агенти свого часу проходили навчання - освоювали спеціальні комп'ютерні програми, здобували навички спілкування із клієнтами тощо.

“Оболонь” всіма силами підтримує людей із особливими потребами, створюючи спеціальні умови для їхньої роботи. Старші агенти мають окремий кабінет. Оскільки більшість із них хворіють на цукровий діабет, їм життєво необхідно постійно контролювати рівень цукру у крові та приймати їжу кілька разів на день. У їхньому розпорядженні є спеціально обладнана медично-профілактична кімната, де вони можуть поїсти, зробити собі ін'єкцію інсуліну, прийняти ліки, виміряти артеріальний тиск та рівень цукру у крові, просто перепочити. Повноцінний обід наші співробітники отримують у їдальні.

Усі працівники з обмеженими можливостями інтегровані у життя компанії і є невід'ємною частиною колективу. По-перше, вони мають такий самий статус, як інші працівники, і на них також поширюється дія колективного договору. Тобто вони користуються всіма пільгами — на оздоровлення, матеріальну допомогу, преміювання тощо. По-друге, всі такі працівники залучаються до корпоративних заходів компанії “Оболонь”, святкувань тощо. Також, що дуже важливо для них, працівники безкоштовно проходять обстеження у всіх лікарів і мають можливість робити всі необхідні аналізи в Оболонській поліклініці №1.

ЦИТАТИ:

Людмила Яницька (перший заступник начальника відділу маркетингу ринків напоїв, опікується роботою людей із особливими потребами):

“Люди з інвалідністю можуть бути такими ж ефективними працівниками, як і всі інші, якщо при працевлаштуванні врахувати стан їхнього здоров'я та уважно поставитися до підбору професії, місця роботи й

посадових функцій. Працевлаштування дає не лише заробіток, а й інші блага: спілкування, змогу самореалізації та кар'єри, певний соціальний статус, наповненість життя тощо.

До розповсюдженого міфу працедавців про роботу інвалідів належить той, що особи з інвалідністю не можуть знайти спільної мови з іншими співробітниками. Реальні ж факти такі: особи з інвалідністю в середньому є більш лояльними, надійними і продуктивними, аніж їхні колеги без інвалідності. Вони цінують соціальні контакти, які їм надає робота. Адаптація до трудового колективу – справа індивідуальна й залежить від рис характеру і культури організації, а не інвалідності людини. Головне - це бажання працювати, бути корисним суспільству, самореалізовуватися, професійно зростати. А підприємство отримує натомість стабільних та ініціативних робітників з непідробним патріотизмом, які роблять свій вагомий внесок у підтримку вітчизняного виробника”.

Роман Громський (старший агент відділу маркетингу ринків напоїв):

“Для людей з особливими потребами “Оболонь” є чимось більшим, ніж просто роботодавець. Адже саме тут ми спілкуємось, залучаємось до соціального життя. Фактор людського ставлення є дуже важливим у нашій роботі. Ми бачимо, що нам довіряють із року в рік все більше, — з'являються нові цікаві завдання. Також я на власному досвіді відчув, що в компанії приділяють багато уваги умовам праці людей з особливими потребами. Мені довелося попрацювати на кількох фірмах, де графік роботи був жорсткішим і таким же було і ставлення керівництва до підлеглих. У нас все інакше, людяніше. Адже це основа успішної роботи”.

На фото:

Верхній ряд (зліва направо): Андрій Богданов, Олександр Луценко, Артем Каменєв, Сергій Мельник, Роман Громський, Олексій Мовчан, Юрій Мітьолкін

За столом (зліва направо): Анастасія Онищук, Людмила Яницька, Олена Гаюк

Охорона і безпека праці

Останнім часом питання охорони праці на підприємствах набуває все більшого значення. Всі працівники прагнуть працювати в комфортних та безпечних умовах. «Оболонь» має сучасний підхід до охорони праці – це сертифікована система управління безпекою та гігієною праці OHSAS 18001:2007 та ефективна система моніторингу. Красномовним є показники результативності «Оболоні» у сфері охорони праці (відсутність смертельних випадків, зменшення кількості нещасних випадків).

Одним із ключових елементів політики «Оболоні» є спрямованість на пріоритет життя і здоров'я людей, які працюють на підприємствах корпорації.

За 2010 рік на АТ “Оболонь” виконано інженерно-технічних та організаційних заходів, що спрямовані на охорону праці, на суму 5 164 тис. грн.

За 2010 рік на АТ “Оболонь” виконано інженерно-технічних та організаційних заходів, що спрямовані на охорону праці, на суму 5 164 тис. грн. Проведено атестацію 141 робочого місця, а також навчання та перевірку знань у 4675 працівників. Крім цього, «Оболонь» активно залучає працівників у процес забезпечення охорони праці. Наприклад, квітень 2011 року був визнаний місячником із охорони праці, підсумки якого підбивали у Всесвітній день охорони праці 28 квітня. Одним із заходів цього місячника став тематичний конкурс, що був покликаний виявити кращих і стимулювати інших дотримуватись норм з охорони праці. За підсумками комплексних перевірок і аналізу було визначено кращі підрозділи та кращих керівників в аспектах охорони праці.

“Оболонь” за рівні можливості чоловіків і жінок

Практика компанії “Оболонь” у забезпеченні рівних можливостей жінок і чоловіків

Так традиційно сталося, що у харчовій промисловості завжди працювало досить багато жінок. І АТ “Оболонь” не виключення — зараз у нас працює більше 28% жінок. У компанії розуміють, що якщо підтримувати права жінок на родини, на відпочинок тощо, то це надасть їм більшу мотивацію для роботи. Відтак продуктивність їхньої праці зростає, і компанія отримує від цього тільки вигоду. До того ж, грамотна гендерна політика в компанії поліпшує мікроклімат у колективі.

Базові права жінок і чоловіків завжди закладались у колективному договорі, що діє на АТ “Оболонь” із самого початку роботи підприємства, і відразу були встановлені рівні трудові права для всіх — і жінок, і чоловіків. Із часом у компанії тільки розширювали можливості і покращували умови праці. Наприклад, по догляду за дітьми, по сімейному відпочинку тощо.

Гендерну рівність ми забезпечуємо навіть у рівному доступі обох статей до декретної відпустки. Хоча в Україні традиційно в декрет ідуть жінки, але ми маємо випадки, коли наші чоловіки брали догляд за дитиною на себе. Але основне - компанія гарантує всім місце роботи після повернення з відпустки, що дуже важливо в наш час.

Новим колективним договором, що діє з початку 2010 року, у компанії також уведена посада уповноваженого із гендерних питань.

До речі, “Оболонь” зайняла перше місце серед кращих роботодавців, які впроваджують принципи справедливої гендерної політики. У грудні 2010 року у Києві відбулося підбиття підсумків першого Національного конкурсу “Рівні можливості: Кращий роботодавець 2010”. Мета цього конкурсу полягала у визначенні українських компаній з найкращою політикою забезпечення рівності жінок та чоловіків. Конкурс проводився під егідою та за активної підтримки Міністерства праці та соціальної політики України, проекту ЄС та Міжнародної організації праці “Рівність жінок та чоловіків у світі праці” та Європейської

бізнес асоціації. Компанія “Оболонь” отримала найвищу відзнаку в категорії «Рівні можливості - найкращий роботодавець (понад 1000 працюючих)».

У планах “Оболоні” на 2011 рік є розробка гендерного плану підприємства для узагальнення трудових прав жінок і чоловіків та впровадження нових практичних дій із поліпшення вже існуючих практик.

Корпоративна культура та волонтерство

За довгі роки в корпорації “Оболонь” склалась унікальна корпоративна культура, яка базується на найвищих людських та патріотичних цінностях.

Однією зі складових внутрішніх корпоративних комунікацій компанії “Оболонь” є випуск корпоративного видання - журналу «Вісник компанії «Оболонь», який спрямований, у першу чергу, на розвиток корпоративної культури та підвищення інформованості працівників.

Крім цього, працівники відвідують футбольні матчі футбольного клубу “Оболонь” на новому стадіоні “Оболонь Арена”.

Одним із сучасних елементів розвитку корпоративної культури є впровадження принципів «зеленого офісу».

У 2010 році всі працівники корпорації святкували 30-ліття київської пивоварні “Оболонь”.

Як “Оболонь” відсвяткувала своє 30-річчя

Свято пройшло в Києві на футбольному стадіоні “Оболонь Арена”, що вмістив більше 2000 оболонців (працівників корпорації).

Гості проходили за спеціальними запрошеннями, які дозволяли взяти участь у лотереї та виграти цінні призи.

Свято проводилось у вигляді великого сімейного пікніку. Запрошені могли вдовольнитись прохолодним пивом, квасом та іншими напоями, посмакувати гарячі барбекю-закуси.

Окрім смачного пригощання, на гостей чекали пивні естафети: перетягування канату, ігри з м'ячем, великий волейбол та інші. Кожен бажаючий міг залишити своє повідомлення у майбутнє у Капсулі часу, а також зробити собі унікальну святкову футболку на пам'ять.

Офіційна частина розпочалася з привітання Олександра Слободяна, президента корпорації “Оболонь”, який побажав усім оболонцям “міцного здоров'я, великого людського щастя, успіхів задля сімей, задля підприємства та задля рідної України!”. Своє привітання президент закінчив тостом “За Оболонь!”, здійнявши келих із пивом. Його підтримали 2123 працівника, встановивши таким чином новий рекорд України.

Святковий настрій гостям забезпечували ведучі заходу Сергій Притула та Андрій Молочний з гумористичного дуету “Файна Юкрайна”, позитивну

святкову хвилю підхоплювали гурти “Мандри” та Mad Heads XL.

Своєрідною родзинкою святкування стало групове фото працівників у вигляді серця.

Продовжилося свято лотереєю, в якій можна було виграти цінні подарунки та головний приз – сертифікат на суму 5000 гривень на подорож удвох Україною.

А на закінчення святкування гостям додав рок-драйву гурт “Воплі Відоплясова” зі своїм фронтменом Олегом Скрипкою.

“Оболонь” заохочує і підтримує участь своїх працівників у добровільних роботах в різних соціальних програмах для збільшення суспільного блага. Корпоративне волонтерство є частиною корпоративної благодійності, що передбачає добровільне виділення компанією ресурсів (у тому числі і волонтерських) на підтримку соціально значущих сфер з метою збільшення суспільного блага та створення сприятливої громадської думки про компанію. Одним із перших проявів корпоративного волонтерства на “Оболоні” є донорських рух, який діє вже десять років.

Корпоративне волонтерство: внесок працівників “Оболоні” в донорство крові

У нашому суспільстві існує думка, що проблема донорської крові у сучасному світі вирішена. Думають, що лікарні повністю забезпечені донорською кров’ю, а особливо найбільш поширених першої та другої групи. Насправді, донорської крові в світі не вистачає постійно, а в Україні ця проблема дуже гостра.

Необхідність у донорській крові може виникнути у кожного із нас. Щодня життя тисяч хворих знаходяться під загрозою через те, що не вистачає донорської крові. Також кров потрібна для виготовлення багатьох життєво необхідних ліків.

За даними МОЗ, в Україні на одного жителя необхідно 12-15 мл крові, а у нас є лише 8-8,5 мл. Іноді потенційні донори відмовляються від здачі крові через те, що думають що їхня група крові нікому не потрібна. Насправді, чим більш поширена група крові (перша чи друга), тим більша потреба у ній існує, адже і хворих із цією групою більше, ніж із іншими.

«Оболонь» має багату корпоративну культуру, і вже майже 10 років наші працівники беруть участь у Днях донорства. Компанія підтримує і заохочує благі наміри своїх працівників. Ми пишаємось тим, що все більше і більше оболонців долучаються до донорського руху!

На київській пивоварні “Оболонь” донорський рух започаткований ще у 2001 році, і щороку все більше і більше оболонців стають донорами крові. Кожного року у листопаді на території підприємства розташовується пересувна лабораторія Київського міського центру переливання крові. Всі бажаючі працівники беруть участь у здачі крові. Це відбувається без шкоди основній

діяльності, адже узгоджується із безпосереднім керівництвом, і всі процеси завчасно налагоджуються із урахуванням відсутності донорів на робочому місці. Адміністрація повністю дотримується всіх вимог законодавства і забезпечує донорів не лише днем відпочинку у день здачі крові, а й додатковим днем відпустки.

Значення донорського руху ПАТ “Оболонь” для Києва є надзвичайним, адже окрім великої кількості зданої крові, наші донори є у списку Київського міського центру переливання крові, і за гострої необхідності вони здають кров повторно.

Іноді буває, що комусь із працівників або їх родичів терміново необхідна донорська кров, і тоді наша компанія одразу ж приходить на допомогу. В таких випадках лікарі мають доступ до бази донорів, які доставляються автобусами у Центр здачі крові.

У 2010 році дні донорства відбувались на київській пивоварні “Оболонь” 23-24 червня. За цей час 73 працівника підприємства змогли здати кров, ставши таким чином донорами.

КОМПЛЕКСНА ЕКОЛОГІЧНА КУЛЬТУРА

АТ “Оболонь” неухильно дотримується принципів гармонійного співіснування, взаємодії та постійного діалогу з суспільством. Ми усвідомлюємо свою відповідальність за стан навколишнього природного середовища. Саму тому корпорація “Оболонь” формує комплексну екологічну культуру, яка підкріплюється впровадженням стандартом систем екологічного керування ISO 14000. Результатом діяльності є постійне зменшення питомого впливу на навколишнє середовище (утворення відходів, споживання енергоресурсів і води, викидів в атмосферу).

Вставка:

Основи екологічного керування, які дотримуються корпорацією “Оболонь”:

- постійний контроль та аналіз впливу виробництва на навколишнє середовище;
- вдосконалення технологій відповідно до екологічних аспектів;
- мінімізація шкідливих викидів завдяки використанню найсучаснішого обладнання;
- виховання екологічної свідомості персоналу шляхом забезпечення довідковою інформацією, інструкціями та навчальними матеріалами;
- постійний радіологічний контроль на всіх рівнях виробничого процесу.

МАТРИЦЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Екологія виробничих процесів	Екологічні інноваційні проекти	Розвиток екологічної свідомості
водні ресурси	відходи виробництва	колектив
атмосфера	пластикові пляшки	зелений офіс
навколишнє середовище	альтернативна енергетика	зовнішні акції

Витрати корпорації “Оболонь” на охорону навколишнього природного середовища за п’ять років склали 75 млн грн., а за 2010 рік — 21 млн грн.

Екологія виробничих процесів

Водні ресурси

Вода є основою не лише життя, а і виробництва нашої корпорації, саме тому наше ставлення до кожної краплі води особливе, ощадливе. Це проявляється у забезпеченні повторного та зворотного водокористування для досягнення максимальної економії водних ресурсів, у постійній технологічній модернізації.

Результати говорять самі за себе: частка повторно використаної води на ПАТ «Оболонь» зросла на 89% за два роки. Таким чином, 67% води на підприємстві використовується повторно.

Середні витрати води АТ «Оболонь» на виготовлення 1 літра продукції становлять близько 2,7 літра. В середньому в галузі у світі витрачається 5 літрів води на 1 літр готової продукції. У процесі саме пивоваріння, який є більш затратним, на ПАТ «Оболонь» витрачається в середньому 3,5 літра води на виготовлення літра готової продукції



Атмосфера

Питання викидів в атмосферу також є актуальним, адже основне виробництво корпорації розташоване у густонаселеному Києві. І в цьому питанні корпорація проявляє свою відповідальність. Основні забруднювачі атмосфери у нас – це теплова станція, елеватор і автотранспорт.

Теплова станція, яка виробляє пару для варіння пива, є надсучасною і працює на газу. Відтак викиди, які спричиняє дія теплової станції, настільки мінімізовані, що є значно меншими за нормативи. І хоч теплова станція вже запущена, процес її будівництва ще не завершений, адже на черзі – розширення потужностей. Інженери постійно впроваджують новації для уловлення теплової енергії і повторного її використання.

На *елеваторі* встановлені найефективніші системи очистки від пилу, що дозволило зменшити викиди зернового пилу на 40%.

Автотранспортний парк також зменшує викиди в атмосферу як за рахунок логістики, так і за рахунок переобладнання. Наприклад, поступово переводиться парк вантажних карів із газу і палива на електрику.

Енергоефективність пивоварні “Оболонь”: проект повторного використання тепла

“Оболонь” постійно реалізовує заходи зі зниження енерговитрат. Енергетична політика компанії відповідає не лише законодавству України, але й орієнтована на міжнародні стандарти та досвід. Окрім цього, непрості умови, в яких опинилась пивоварна галузь в останні роки, і постійне підвищення акцизів спонукають “Оболонь” ще активніше зменшувати витрати і підвищувати ефективність. Цьому сприяє впровадження програм енергоефективності, які не лише підвищують продуктивність виробничих процесів, а ще й зменшують вплив виробництва на навколишнє середовище.

Цього разу ми розповідаємо про систему рекуперації енергії на варильних порядках київської пивоварні.

Рекуперація — повернення частини енергії для повторного використання у тому ж технологічному процесі.

Рекуперація енергії складається із двох етапів: установки попереднього підігріву сусла й установки вакуумного випаровування.

22% - економія пари на 1 варку після впровадження технології рекуперації енергії на пивоварні “Оболонь”.

Установка попереднього підігріву сусла дає можливість накопичити теплову енергію вторинної пари сусловарильного котла в танку для акумуляції енергії. Ця накопичена енергія направляється в подальшому на підігрів сусла, зменшуючи таким чином загальне споживання пари.

Установка вакуумного випаровування дозволяє додатково випаровувати вологу з сусла та, відповідно, економити первинну теплову енергію (пару).

Діють ці установки на 2 і 3 варильних порядках київської пивоварні. Завершення реалізації проекту припало на вересень 2010 року. Вартість обладнання з рекуперації енергії склала 1 млн євро, а постачальником стала німецька компанія Ziemann. Введення в дію системи рекуперації енергії дає значну економію - 22% пари при одній варці.

Енергоресурси

Управління витратами енергоресурсів постало особливо гостро в останні два роки зі здорожчанням енергоносіїв та економічною кризою. Корпорація “Оболонь” постійно вдосконалює виробничі процеси для економії ресурсів, що окрім економічного дає і чималий позитивний екологічний ефект.

Наприклад, на київській пивоварні встановлені нові потужні й економні варильні порядки, які повторно використовують тепло і економлять 633 тис.м3 природного газу на рік, або 1,7 млн грн.

Також сусловарильні апарати обладнані установками, які уловлюють тепло, що утворюється під час закипання сусла. Отримане тепло направляється на підтримку температури, необхідної для процесу кипіння сусла. Це мінімізує вплив на довкілля і дозволяє зменшити теплоспоживання.

Окрім наведених прикладів впровадження енергозберігаючого обладнання, на АТ «Оболонь» продовжується пошук зменшення витрат енергетичних ресурсів. Наприклад, на черзі проект реконструкції системи гарячого водопостачання підприємства з використанням тепла вторинної пари.

Вплив на навколишнє середовище

Результат, яким ми пишаємось полягає в тому, що «Оболонь» реалізує, переробляє і повторно використовує понад 84% відходів власного виробництва, тим самим демонструючи відповідальне ставлення до проблем екології в Україні.

Одним із вагомих індикаторів ефективності дій корпорації у екологічній сфері є показник питомого утворення відходів. Цей показник постійно знижується, що доводить успіхи екологічної політики корпорації «Оболонь».

Загалом у 2010 році компанія «Оболонь» досягла значних успіхів у зменшенні впливу на довкілля:

- на 33% зменшено викиди зернового пилу від роботи елеватора;
- на 43% зменшено утворення відходів вологої дробини;
- на 21% зменшено загальне утворення відходів.



Інноваційні екологічні проекти

Корпорація «Оболонь» спрямовує значні інвестиції в екологічні проекти, що не лише покращують стан навколишнього середовища, але і є корисними для основної діяльності компанії. Ми усвідомлюємо екологічні проблеми України, і саме тому «Оболонь» відповідально ставиться не лише до виробничої культури, але і до свого продукту на всіх етапах його життєвого циклу. Ми усвідомлюємо, що екологічні проблеми України полягають не лише у забрудненні атмосфери, а й, звісно, в утворення побутових відходів. Так, ми вибудовуємо систему збору і переробки упаковки, в якій виробляється наша продукція, мінімізуючи цим самим вплив на довкілля.

Переробка пивної дробини

Компанія «Оболонь» першою в Україні розпочала переробку пивної дробини (відходів пивоваріння).

Це інноваційна технологія, що дозволяє перетворювати відходи виробництва на екологічно чистий продукт, який використовується сільськими господарствами в якості поживного корму для худоби. Установка з виробництва

сухих гранул працює на київському підприємстві з квітня 2008 року. Установка здатна переробляти до 700 тонн сирої дробини на добу без шкідливого впливу на довкілля. Як результат - значне зменшення утворення відходів вологої дробини – на 71% за три роки; покращення санітарного стану території; зменшення викидів в атмосферу відпрацьованих газів автотранспорту у результаті зниження кількості перевезень вологої дробини.

Переробка і збір ПЕТ пляшки

Компанія “Оболонь”, усвідомлюючи свою відповідальність перед суспільством, власноруч займається переробкою ПЕТ пляшки з 2002 року, що є унікальним явищем для українського ринку. В 2003 році підприємство в Олександрії встановило обладнання, яке переробляло використані ПЕТ-пляшки. Спочатку це було просто подрібнення пляшок та продаж так званого флексу на експорт, де його піддавали вторинній обробці. Проте 2008 року компанія вирішила самостійно виробляти з флексу кінцевий продукт. Для цього було придбане сучасне німецьке обладнання потужністю 125 кг на годину, яке виготовляє з 100% вторинного флексу бандажну стрічку. Це є першим виробництвом бандажної стрічки в Україні. За рік на цьому підприємстві піддається вторинній переробці на сировину понад 800 тонн ПЕТ тари.

За рік корпорація «Оболонь» переробляє еквівалент 23 млн пластикових пляшок.

Також протягом останніх років АТ «Оболонь» впроваджує екологічний проект зі збору ПЕТ пляшки у м. Києві, що полягає у встановленні спеціальних контейнерів.

Альтернативна енергетика: виробництво палива із відходів пластмаси

Для розвитку цього напрямку корпорація заснувала енергетичну компанію “Оболонь-Ойл”, що виготовила у м. Городок Хмельницької обл. дослідно-промислову установку отримання пального із полімерних відходів. Ця установка здатна переробляти та утилізувати як промислові, так і побутові вторинні полімерні відходи.

У майбутньому ми плануємо інвестувати у збільшення виробництва альтернативних джерел енергії вже у промислових масштабах для забезпечення власних потреб у паливі та утилізації шкідливих відходів. З цією метою ведеться пошук постачальників такого виду сировини.

Розвиток екологічної свідомості

«Оболонь» за останні два роки активізувала роботу з виховання екологічної свідомості персоналу і населення загалом.

Вже не перші роки на підприємствах корпорації запроваджуються ощадливі технології не тільки на виробництві, а і в будівлях і офісах. Дбайливе ставлення до навколишнього середовища є однією із складових корпоративної культури.

Екологічні знання є обов'язковою кваліфікаційною вимогою для всіх посадових осіб, діяльність яких пов'язана з використанням природних ресурсів та призводить до впливу на стан навколишнього природного середовища.

В рамках програми внутрішніх комунікацій всі працівники ознайомлені із принципами «зеленого офісу» і впроваджують їх у життя.

Екологічна статистика*

Показник	Вимір	2006	2007	2008	2009	2010
Витрати на охорону навколишнього природного середовища	тис.грн	3 535	37 131	5 047	7 828	20 920
Загальний обсяг утворення відходів	тонн	141 519	196 081	131 442	103 449	66 923
Власна переробка, реалізація і повторне використання відходів	%	90,09%	86,83%	75,72%	88,66%	84,29%
Викиди в атмосферу від виробництва тепла та пари	тонн	32 521	35 181	46 940	47 426	54 188
Споживання води	тис.м3	4 409	4 608	4 525	3 614	3 537
Споживання електроенергії	тис.кВт/год.	78 008	78 165	83 255	64 558	68 759
Споживання природного газу	тис.м3	15 960	18 532	23 160	24 829	26 260
* Дані по ПАТ «Оболонь».						

* Більше інформації можна знайти на офіційному сайті корпорації «Оболонь» за посиланням <http://www.obolon.ua/ukr/corporate-responsibility/ecology/>

СОЦІАЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ

Понад півтора десятиліття корпорація “Оболонь” активно займається інвестуванням в соціальні проекти. Цей напрямок діяльності компанії багатогранний і включає: освітні проекти, допомогу соціально незахищеним прошаркам населення, сприяння відродженню духовності та історико-культурної спадщини, розвиток спорту. “Оболонь” щороку формує соціальний бюджет, а також виділяє частину продукції в рамках соціально значущих для суспільства проектів.

Сприяння відродженню духовності та історико-культурної спадщини

Програма розвитку українського книговидання. За останні 15 років компанія «Оболонь» сприяла виходу більше двох сотень підручників, посібників, збірок, каталогів, довідників, художньої, наукової, історичної та дитячої літератури. Особливий акцент робиться на підтримку книг, які сприяють вихованню національної свідомості, українських підручників, історичної літератури.

Підтримка історичних та архітектурних пам'яток. Компанія «Оболонь» долучається до відбудови історичних та архітектурних пам'яток, зокрема храму Покрови Пресвятої Богородиці в Маріуполі, церкви Володимира Великого у м. Вишгород, Свято-Георгіївського чоловічого монастиря на Козацьких Могилах в с. Пляшева (Рівненська область), Свято-Пантелеймонівської церкви у м. Лубни (Полтавська обл.), церкви святої мучениці Людмили у м. Городок та інші. Також компанія допомагає закладам культури, наприклад Національний музей Тараса Шевченка в Києві, Музей Гетьманства, Національний музей українського народного декоративного мистецтва музею Івана Гончара та іншим.

Розвиток українського спорту

Ми дуже пишаємось тим, що корпорація «Оболонь» сприяє розвитку дитячого футболу в СДЮШОР «Зміна», де тренується діти віком з 7 до 18 років. Також компанія є спонсором міжнародних спортивних змагань, зокрема Міжнародного дитячо-юнацького турніру з футболу, який проводиться уже в 15 раз на базі школи № 170 м. Києва та спортивної школи «Зміна».

Особливе місце у системі соціальних інвестицій корпорації займає професійний футбольний клуб «Оболонь», який грає у Прем'єр-лізі.

Також на кошти підприємства збудовано сучасний стадіон “Оболонь-Арена” для клубу в Оболонському районі м. Києва. Цей футбольний комплекс зможе приймати ігри найвищого рівня, а також стане однією з тренувальних баз Євро-2012.

У 2010 році корпорація «Оболонь» продовжила співпрацю з Прем'єр-лігою у статусі генерального спонсора Чемпіонату України з футболу.

Освітні проекти

«Оболонь» вже кілька років поспіль є меценатом Міжнародного конкурсу з української мови імені Петра Яцика, який проводить Ліга українських меценатів. Щороку компанія встановлює премії для переможців та призерів конкурсу – дітей з усіх куточків України та діаспори.

«Оболонь» підтримує Школу мистецтв №5 м. Києва, де навчаються творчо обдаровані діти.

У 2010 році «Оболонь» підтримала фонд Святослава Вакарчука «Люди Майбутнього» в рамках проекту «Освіта Країною».

Допомога соціально незахищеним прошаркам населення

Корпорація підтримує партнерські стосунки з громадськими організаціями, які об'єднують дітей-сиріт, інвалідів та людей з особливими потребами, ветеранів.

Також надається допомога окремим громадянам, багатодітним сім'ям, трьом дитячим будинкам сімейного типу. Це особлива адресна допомога, яка надається напряду родинам. Такий формат співпраці є найбільш ефективним і найголовніше — довгостроковим. Навіть під час економічної кризи «Оболонь» не припинила і продовжила фінансування дитячих будинків сімейного типу.

Список основних партнерських організацій, яким регулярно надається матеріальна та фінансова допомога АТ «Оболонь»:

ІСТОРІЯ, КУЛЬТУРА ТА МИСТЕЦТВО:

МБФ «Ліга українських меценатів»

Національний академічний драматичний театр імені Івана Франка

газета письменників України «Літературна Україна»

церква Святого Миколи (Притиски) в Києві

храм Покрови Пресвятої Богородиці в Маріуполі

церква Володимира Великого у м. Вишгород

Свято-Георгіївський чоловічий монастир на Козацьких Могилах в с. Плещева (Рівненська область)

Свято-Пантелеймонівська церква м. Лубни (Полтавська обл.)

церква святої мучениці Людмили у м. Городок (Хмельницька обл.)

церква Покрови Пресвятої Богородиці в смт Теофіполь (Хмельницька обл.)

церква Святого Миколая у м. Фастів (Київська обл.)

церква Успіння Пресвятої Богородиці у м. Охтирка (Сумська обл.)

Український інститут національної пам'яті

Національний музей Тараса Шевченка в Києві

Музей Гетьманства

Національний музей українського народного декоративного мистецтва

музей Івана Гончара

ОСВІТА ТА СПОРТ:

Київський міський центр соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді
Управління у справах сім'ї та молоді Оболонської РДА
СДЮШОР «Зміна»

ДГО «Оболонь-Гросмейстр»

Фонд розвитку дитячо-юнацького регбі в Україні

школа №170 м. Києва

дитяча школа мистецтв №5 м. Києва

Міжнародний благодійний фонд «Спорт і діти»

громадська організація «В дитячих долонях»

Всеукраїнська молодіжна громадська організація «Лідерство, молодь, новації»

спудейське братство НаУКМА

Шишацька обласна гімназія-інтернат для обдарованих дітей (Полтавська обл.)

приймальник-розподільник для неповнолітніх ГУ МВС України у м. Києві

Мостищенська спеціальна школа-інтернат I-II ступенів

Національний фонд соціального захисту матерів і дітей «Україна-дітям»

БО «Діти — наше майбутнє»

Міжнародний благодійний фонд Святої Марії

ОРГАНІЗАЦІЇ ІНВАЛІДІВ:

Спілка матерів інвалідів Оболонського району м. Києва «Сонячний промінь»

Творче об'єднання дітей і молоді з фізичними обмеженнями «Дімфо», м. Київ

Товариство реабілітації дітей інвалідів «Дитинство», м. Київ

Оболонська районна організація «Діти Чорнобиля»

Фонд інвалідів Чорнобиля Оболонського району міста Києва

Київська асоціація інвалідів з церебральним паралічем «КАСЦЕП»

Громадська організація «Центр реабілітації інвалідів-спінальників «Відродження»

Подільський районний центр інвалідів «Єдність»

Київська організація Українського товариства сліпих

Київська організація Українського товариства глухих

Спілка громадських організацій інвалідів Києва

Дніпровське районне товариство інвалідів з порушенням опорно-рухового апарату

Дитяча громадська організація «Церебрал» Дарницького району м. Києва

Київський Центр профорієнтації дітей-інвалідів

Громадська організація «Горицвіт» (Новобілицький психоневрологічний інтернат для чоловіків)

ВETERАНИ:

Всеукраїнське об'єднання ветеранів II світової війни

Київський міський благодійний фонд соціального захисту в'язнів - жертв

нацистських переслідувань

Організація інвалідів війни та збройних сил Оболонського району м. Києва

Спілка ветеранів Афганістану Оболонського району м. Києва

Київський шпиталь інвалідів ВВВ

Нагороди, отримані у 2010 році

Назва конкурсу, виставки	Об'єкт відзнаки	Нагорода
Свято пива-2010 (Київ, Україна)	ТМ "Оболонь" (за найбільший обсяг випуску пива)	Бурштинова зірка, диплом
	ТМ "Живчик" (за найбільший обсяг випуску напою)	
	ТМ "Живчик" (за кращий дизайн зовнішнього оформлення)	Почесний кубок, диплом
	"BeerMix Малина"	Гран-прі, диплом
	"Оболонь Живе"	
	"Живчик Груша"	
	"Оболонь Пшеничне"	
	"Оболонь Соборне"	Золота медаль, диплом
	"Оболонь Міцне"	
	"BeerMix Лимон"	
	"BeerMix Energy"	
	"BeerMix Грейпфрут"	
	"Оболонь Світле"	
	"hike premium"	
	"hike premium light"	
	"Оболонь Преміум"	
	"Bitburger Premium Beer"	
	"Магнат"	
	"Живчик Лимон"	
	"Живчик Яблуко"	
	"Живчик негазований"	
	вода "Оболонська"	
	"Зіберт Світле"	
	"Зіберт Баварське"	
	"Зіберт Біле"	
	"Оболонь Оксамитове"	
	квас "Богатирський"	
	"Прозора" газована	
	"Прозора" негазована	
	питна вода "Охтирська"	
	"Icelife Грейпфрут"	
	"Cosmopolitan"	
	питна вода "Підгірна"	
	"Жигулівське"	Срібна медаль, диплом
	"Оболонь Безалкогольне"	
	"Десант Світле"	
	"Охтирське Світле"	
	напій "Оболонь Ананас"	
Конкурс "Кращі корпоратив"	Корпоративний сайт	Диплом "За бездоганну відповідність цілям бізнесу"

ні медіа України 2010"	Соціальний звіт за 2009 рік	Диплом "За стиль та якість оформлення"
	Журнал "Вісник компанії "Оболонь"	Гран-прі, диплом
Подяка від Ера ФМ за ексклюзив не партнерств о в трансляції ЧС з футболу FIFA 2010	АТ "Оболонь"	Подяка
Книга рекордів України	TM hike	Диплом за рекорд України "Наймасовіший hike танець" - 1300 чол.
XIII Бердянськ ий Міжнародн ий кінофестив аль	Олександр Слободян, АТ "Оболонь"	Диплом партнера
ДЗОВ "Лісова пісня"	Олександр Слободян, АТ "Оболонь"	Подяка
2010 Ukraine's Most Reputable Companies Award	АТ "Оболонь"	Диплом (12-те місце)
"Рівні можливост і - найкращий роботодаве ць 2010"	АТ "Оболонь"	Диплом, нагорода (золотий призер у номінації від 1000 працівників)
Українська Umbro Ліга	АТ "Оболонь"	Подяка за внесок у розвиток любительського футболу в Україні
20-річчя створення Державної служби зайнятості України	АТ "Оболонь"	Пам'ятний знак, диплом (Кращий роботодавець 2010 року)

Таблиця відповідності стандарту GRI

Цей Соціальний звіт корпорації “Оболонь” складено у відповідності із міжнародними стандартами нефінансової звітності зі сталого розвитку GRI v3 і відповідає вимогам стандарту “В”. Повну розширену таблицю відповідності даного Соціального звіту стандарту GRI можна прочитати на офіційному сайті у розділі: <http://obolon.ua/ukr/corporate-responsibility-reporting/>



GRI	Стор.	UNGC	GRI	Стор.	UNGC	GRI	Стор.	UNGC
СТРАТЕГІЯ ТА АНАЛІЗ			4.15	*		ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ		
1.1	5		4.16	6		LA1	20	
1.2	4, 8		4.17	7		LA2	20	6
ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНІЗАЦІЇ			ЕКОНОМІЧНІ ПОКАЗНИКИ			LA3 (дод.)	20, 21	
2.1	41		EC1	9		LA4	*	1, 3
2.2	12, 14		EC3	21		LA5	*	3
2.3	7		EC4	-		LA6 (дод.)	20, 23	
2.4	41		EC5 (дод.)	21	1	LA7	20, 23	
2.5	15		EC6	18		LA8	23	
2.6	7		EC7	-		LA9 (дод.)	*	
2.7	15		EC8	34		LA10	20	
2.8	7		EC9 (дод.)	34		LA11 (дод.)	-	
2.9	7		ЕКОЛОГІЧНА БЕЗПЕКА			LA12 (дод.)	-	
2.10	37		EN1	33	8	LA13	20, 24	1, 6
ПАРАМЕТРИ ЗВІТУ			EN2	29, 33	8, 9	LA14	20, 24	1, 6
3.1	6		EN3	30, 32	8	ПРАВА ЛЮДИНИ		
3.2	6		EN4	31	8	HR1	-	
3.3	6		EN5 (дод.)	30		HR3 (дод.)	-	
3.4	41		EN6 (дод.)	31		HR4	-	1, 2, 6
3.5	6		EN7 (дод.)	30, 33		HR5	21, *	1, 2
3.6	6		EN8	33	8	HR6	21, *	1, 2, 5
3.7	6		EN9 (дод.)	29	8	HR7	21, *	1, 2, 3, 4
3.8	6		EN10 (дод.)	33	8, 9	HR8 (дод.)	-	
3.9	6		EN11	-	8	HR9 (дод.)	-	
3.10	6		EN12	-	8	СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ		
3.11	6		EN13 (дод.)	-	8	SO2	-	
3.12	39		EN14 (дод.)	-	8	SO3	8	10
ВЗАЄМОДІЯ ІЗ ЗАЦІКАВЛЕНИМИ СТОРОНАМИ			EN15 (дод.)	-	8	SO4	8	10
4.1	7		EN16	33	8	SO7 (дод.)	8	10
4.2	*		EN17	33	8	ПРОДУКТ ТА СПОЖИВАЧІ		
			EN18	29	8, 9	PR1	16	1
						PR2 (дод.)	16, 19	1

4.3	*		EN19	-	8	PR3	-	
4.4	*		EN20	33	8	PR4 (дод.)	-	
4.5	-		EN21	33	8	PR5 (дод.)	18	
4.6	-		EN22	33	8	PR6	18	
4.7	-		EN23	33	8	PR7 (дод.)	-	
4.8	5, 25		EN24 (дод.)	-	8	PR8 (дод.)	-	
4.9	-		EN25 (дод.)	-	8	PR9	-	
4.10	-		EN26	31	8, 9			
4.11	28		EN27	31	8, 9	Показники, за якими дані не включені у Соціальний звіт, не показані у таблиці.		
4.12	6		EN28	-	8			
4.13	*		EN29 (дод.)	33	8			
4.14	3		EN30 (дод.)	31, 33	8, 9			

* - питання розкриті на корпоративному сайті www.obolon.ua

Для друку Соціального звіту корпорації “Оболонь” використано екологічно чистий папір, який сертифіковано за міжнародним стандартом FSC (Forest Stewardship Council). Ця сертифікація гарантує, що папір виготовлений у відповідності із принципами відповідального використання лісу, без шкоди довкіллю і громадам.

Публічне акціонерне товариство “Оболонь”

вул. Богатирська 3, м. Київ, 04655, Україна

Ви можете залишити свої відгуки та побажання або замовити копію Соціального звіту, звернувшись до контактної особи корпорації “Оболонь”:

Менеджер з корпоративної соціальної відповідальності

Олексій Яцюк

+38 (044) 201-47-81

E-mail: csr@obolon.com, o.iatsyuk@kiev.obolon.ua

Текст і фото (с) Публічне акціонерне товариство “Оболонь”

Розробка дизайну: IV дизайн

Переклад на англійську мову: АBBYY-Україна