

ЗЕЛЕНИЙ

ОФІС:

З ТУРБОТОЮ ПРО ДОВКІЛЛЯ,
З ВИГОДОЮ ДЛЯ БІЗНЕСУ



Global Compact Network
Ukraine



United Nations
in Ukraine



Global Compact Network
Ukraine



ISBN 978-966-2344-00-4

ТОВ «Інжиніринг»

Друк ФОП Костюченко О.М.

Наклад 1000 прн.

Нині кожен стає свідком того, як відповідальне ставлення до навколишнього середовища стає все більш поширеним серед соціально відповідальних компаній світу, а в останні роки і України. В рамках виконання Національної кампанії «Прямий на зелене!» мережа Глобального договору України за фінансової підтримки НАСК «Оранта» ініціювала проект із популяризації принципів зеленого офісу (ЗО) серед українських ділових кіл та вивчення досвіду реалізації ЗО українськими компаніями.

Ця публікація має на меті висвітлити переваги зеленого офісу для керівників компаній та стати дієвим інструментом для спеціалістів, відповідальних за питання корпоративної соціальної відповідальності в компаніях. Брошура є практичним посібником і містить розширені рекомендації, які об'єднують найкращі закордонні напрацювання та український досвід лідерів у реалізації принципів зеленого офісу.

Науковий редактор та упорядник: **Олена Маслюківська**

Збір інформації та проведення дослідження: **Ігор Сіваш**

Літературний редактор: **Наталя Дорожкіна**

Технічний редактор: **Юлія Мадінова**

Загальна координація проекту: **Юлія Щербініна**

Секретаріат Глобального договору висловлює щирі подяку:

- **членам Глобального договору**, що взяли активну участь у дослідженні «Зелений офіс: з турботою про довкілля, з вигодою для бізнесу»
- **Сергію Волкову**, старшому програмному менеджеру ПРООН в Україні, за експертний супровід публікації.

ЗЕЛЕНИЙ ОФІС:

З ТУРБОТОЮ ПРО ДОВКІЛЛЯ,
З ВИГОДОЮ ДЛЯ БІЗНЕСУ



Шановний читачу!

2009 рік – важливий час для подолання проблеми зміни клімату та забезпечення сталого розвитку. 7 грудня 2009 року світові лідери зберуться у Копенгагені (Данія), щоб домовитись про спільну стратегію протидії зміні клімату.

Організація Об'єднаних Націй (ООН) вважає, що подолання екологічних проблем та досягнення сталого розвитку країни залежить не тільки від дій і рішень уряду, а й від відповідального ставлення кожного з нас та наших організацій. Розпочавши у 2008 році Національну кампанію «Прямуй на зелене!», Представництво ООН в Україні прагне покращити обізнаність населення щодо екологічних питань та заохотити конкретні дії з боку всіх зацікавлених сторін: уряду, громадськості та, безперечно, бізнесу.

І хоча Україні належить пройти ще довгий шлях до вирішення усіх екологічних проблем, сьогодні все більше і більше українських підприємців вважає, що охорона навколишнього середовища пов'язана не тільки з витратами, а й з появою нових можливостей.

Досвід свідчить, що хоча впровадження новітніх енергоефективних технологій у діяльність компаній видається дуже затратним, насправді це не завжди так. Один із найпростіших перших кроків на зустріч довкіллю з боку бізнесу може бути перетворення офісу компанії на екологічно дружній. «Зелене» робоче місце, маючи легший «екологічний слід», сприяє також підвищенню продуктивності праці, що, в свою чергу, позитивно відображається і на прибутковості компанії.

Якщо Ви керівник чи працівник компанії, якщо Ваш офіс вже дружній до довкілля або Ви лише на шляху до цього, ця брошура – ми сподіваємось – стане Вашим путівником у створенні зеленого і екоефективного робочого місця. Оскільки для розробки конкретних цілей необхідно також розуміння цілісної картини, у цій публікації вміщені не лише конкретні рекомендації та поради, а й аналіз того, чому філософія зеленого офісу є важливою і які переваги приносить її реалізація. Надзвичайно цінним у цьому є приклади декількох українських компаній – членів Глобального договору в Україні, які є піонерами з перетворення теорії «зеленого офісу» в практику на національному рівні.

Сподіваємося, що цей poradnik стане джерелом натхнення та сприятиме впровадженню позитивних змін у багатьох компаніях та організаціях в Україні. Від імені Представництва ООН в Україні та наших партнерів, які підтримали друк цього видання, щиро бажаємо успіхів у Вашій «зеленій» подорожі!

Рікарда Рігер

Директор Програми розвитку ООН в Україні



Вступне слово

Розвиток промисловості часто має негативний вплив на довкілля і здоров'я людей. Інтенсивність використання природних ресурсів, утворення викидів і скидів забруднюючих речовин у навколишнє середовище на одиницю продукції скорочується з меншою швидкістю, ніж зростають обсяги виробництва. Наслідком такого співвідношення є швидке виснаження природних ресурсів, деградація навколишнього середовища та збільшення ризиків для здоров'я людей.

Стратегічні інтереси держави полягають у забезпеченні сталого розвитку, який базується на раціональному використанні, охороні та відновленні природного ресурсного потенціалу і збереженні здорового стану довкілля. Це зумовлює необхідність узгодження національної політики у сфері реструктуризації, модернізації і розвитку індустріальних секторів економіки, сфері надання послуг із політикою з питань охорони довкілля, раціонального використання природних ресурсів, формування та запровадження механізмів розв'язання цих проблем на засадах ринкової економіки. Адже економічне зростання може бути справді ефективним лише за умови врахування питань збереження довкілля.

Реалізація стратегії індустріального розвитку національної економіки на інноваційних принципах, її модернізація та оновлення вимагатиме тривалого часу і значних обсягів інвестицій. Тому перехідний період трансформації економіки на ринкові засади, пов'язаний з широким оновленням парку технологій, потребує пошуку стратегій, які забезпечували б мінімізацію фінансових витрат підприємств для забезпечення ринку конкурентоспроможною продукцією та послугами, а також істотного зменшення негативного впливу на довкілля. Досягнення даних цілей передбачає запровадження заходів, необхідних для зменшення кількості відходів у місцях їх утворення; вторинного використання відходів, рециркуляції, перероблення, утилізації відходів; впровадження маловідходних і безвідходних виробництв і технологій; економічне та ефективне використання природних ресурсів, відмова від використання у виробництві високотоксичних та шкідливих речовин та ін.

Іншими словами, енерго- та ресурсозбереження стають важливим чинником економічної доцільності та питанням виживання для України. Одним із ефективних заходів, спрямованих на розповсюдження принципів збереження енергії та природних ресурсів, є поширення серед українських компаній, бізнес-спільноти, державних установ та організацій концепції «зеленого офісу».

Міністерство охорони навколишнього природного середовища України підтримує популяризацію принципів зеленого офісу серед українських компаній, і вірить, що рекомендації, викладені у даному посібнику, знайдуть практичне застосування серед широкого кола читачів.

Георгій Філіпчук

Міністр охорони навколишнього природного середовища України

ЗМІСТ

| | |
|---|-----------|
| ЧАСТИНА 1. Що таке зелений офіс? | 7 |
| КОНЦЕПЦІЯ ЗЕЛЕНОГО ОФІСУ | 8 |
| ЧОМУ ВАРТО БУТИ ДРУЖНИМИ ДО НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА? | 9 |
| ЯК РОЗПОЧАТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЗЕЛЕНОГО ОФІСУ | 10 |
| ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ ЗЕЛЕНОГО ОФІСУ | 12 |
| | |
| ЧАСТИНА 2. Практичні рекомендації | 13 |
| ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ | 14 |
| Енергозбереження | 14 |
| Економія води | 16 |
| Економія тепла | 17 |
| Збереження паперу | 17 |
| ЗМЕНШЕННЯ ВУГЛЕЦЕВОГО СЛІДУ | 20 |
| Подорож на роботу | 20 |
| Ділові зустрічі | 21 |
| Автопарк | 21 |
| ПРИНЦИПИ ЗАКУПІВЕЛЬ | 22 |
| Офісна техніка | 22 |
| Канцелярське приладдя | 23 |
| Меблі | 24 |
| Харчові продукти | 25 |
| ОРГАНІЗАЦІЯ ДОПОМІЖНИХ ОФІСНИХ ПРИМІЩЕНЬ | 26 |
| Ванні кімнати | 26 |
| Кухня та їдальня | 26 |

| | |
|--|-----------|
| ЧАСТИНА 3. Досвід застосування принципів зеленого офісу в Україні | 29 |
| МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ «ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПІВ ЗЕЛЕНОГО ОФІСУ В УКРАЇНІ» | 30 |
| ТЕНДЕНЦІЇ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ | 31 |
| ПРИКЛАДИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗО В УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЯХ | 33 |
| Використання інформаційних технологій компанією «Астеліт» | 33 |
| Стратегія зеленого офісу компанії «Воля» | 35 |
| Інформаційна кампанія ВАТ «Концерн Галнафтогаз» | 37 |
| Програма «Зелений офіс» ВАТ КБ «Надра» | 41 |
| 25-річна традиція ресурсозбереження в ЗАТ «Оболонь» | 42 |
| Ресурсозберігаючі практики НАСК «Оранта» | 43 |
| Вторинна переробка відходів ТОВ «Тетра Пак» | 45 |
| Екологічна програма Групи компаній «ФОКСТРОТ» | 47 |
| ВИСНОВКИ | 49 |
| ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА ТА КОРИСНІ ПОСИЛАННЯ | 51 |



ЧАСТИНА 1
ЩО ТАКЕ ЗЕЛЕНИЙ ОФІС?



КОНЦЕПЦІЯ ЗЕЛЕНОГО ОФІСУ

Зелений офіс (ЗО) – це концепція управління організацією, яка має на меті зменшити негативний вплив діяльності компанії на навколишнє середовище та сприяти раціональному використанню ресурсів. Компанії, які реалізують свою діяльність відповідно до рекомендацій зеленого офісу, раціональніше використовують ресурси та енергію, зменшують кількість відходів при роботі в офісних приміщеннях та покращують свою репутацію в очах споживачів, клієнтів та партнерів.

Поняття «зелений офіс» не є революційно новим, бо його елементи вже більше, ніж 30 років впроваджуються у світовій практиці, самій концепції вже близько 20 років, а в Україну ознайомлення із його принципами прийшло 4–5 років тому.

Добровільні публічні зобов'язання компанії в рамках зеленого офісу не завжди вимагають великих затрат часу чи коштів, а часто навіть можуть допомогти їх зекономити. Адже зрозумілі та прості рекомендації щодо впровадження зеленого офісу закликають економити електроенергію, тепло, воду, папір тощо, що приносить результати всього лише при зміні звичного безгосподарного відношення до спільних ресурсів працівниками офісу. Втім, після певних досягнень може виникнути необхідність і в додаткових інвестиціях, які повертатимуться у формі нематеріальних переваг, таких, наприклад, як збільшення репутаційного капіталу.

Філософією зеленого офісу може скористатися будь-яка компанія, незалежно від її розміру, сфери або фінансового стану. Іншими словами, зелений офіс дозволяє проявити екологічну відповідальність не тільки тим компаніям, діяльність яких пов'язана з небезпечним виробництвом чи негативним впливом на довкілля, а й представникам середнього, малого бізнесу та мікропідприємств. І хоча кількість зекономлених ресурсів у невеликої організації офісного типу може здаватися несуттєвою для покращення загального стану довкілля, включення принципів зеленого офісу до корпоративної культури компанії допомагає досягнути одного з головних завдань ЗО – змінити ставлення працівників до збереження навколишнього середовища як на роботі, так і вдома.

Отже, завдяки програмі «Зелений офіс» компанії не тільки публічно демонструють свою екологічну відповідальність, скорочуючи об'єми спожитих ресурсів та зменшуючи забруднення довкілля, а й отримують практичний зиск, такий, як зниження витрат на утримання офісу і покращення іміджу у стосунках із зацікавленими сторонами.

ЧОМУ ВАРТО БУТИ ДРУЖНИМИ ДО НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА?

Турбота про майбутні покоління підвищує продуктивність праці та конкурентоспроможність компанії

По-перше, як показують дослідження¹, корпоративна культура, орієнтована на турботу про довкілля, приваблює нових клієнтів та покупців, а також покращує конкурентоспроможність компанії на ринку. Впровадження екологічно дружніх принципів функціонування офісу – це один із проявів корпоративної соціальної відповідальності. А як показують численні закордонні дослідження, саме соціальна відповідальність² є одним із чинників, що формує думку покупців та часто впливає на вибір того або того товару серед різноманіття товарів з приблизно однаковою ціною та якістю.

По-друге, компанії із міцними корпоративними цінностями є привабливішими для найпрогресивнішої частини учасників ринку праці. Адже для висококваліфікованих працівників зі значним досвідом роботи важливим фактором при виборі місця праці є не тільки матеріальна винагорода, але й можливість працювати у динамічній, інноваційній і відповідальній команді.

Нарешті, перегляд традиційної організації офісу допомагає усунути джерела небезпеки для здоров'я співробітників, що сприятиме зменшенню респіраторних захворювань, випадків алергій та астм, а також зменшенню таких симптомів, як головний біль, подразнення очей, апатія, що властиві людям, які працюють в офісах з обмеженою вентиляцією.

Турбота про довкілля заощаджує кошти

Адміністративні витрати на утримання офісу (електроенергія, вода, тепло, папір) складають вагому частину бюджету будь-якої компанії. Застосування принципів зеленого офісу дозволяє заощаджувати значні кошти на адміністративні видатки. Для того, щоб почати економити, іноді достатньо переглянути порядок роботи компанії, звички її працівників, їхнє ставлення до ресурсів і довкілля та запровадити необхідні зміни.

Так, вартість експлуатації деякої офісної техніки може в декілька разів перевищувати її ціну при купівлі. Наприклад, великий лазерний копір (ксерокс) вартістю 20 000 гривень упродовж 7 років, використовує електроенергію на суму 7500 гривень, папір вартістю 120 000 гривень і тонер – 75 000 гривень.³ При цьому кількість викинутого в атмосферу парникового газу карбону двоокису вуглецю (CO₂) від виробництва електроенергії та утилізації паперу перевищить за цей період 80 тонн, що є еквівалентом викидам середньостатистичної родини упродовж 7 років.

Отже, впровадження таких нескладних заходів як налаштування копіра у «сплячий» режим і вимкнення його на ніч, повторне заправлення відпрацьованих картриджів та двосторонній друк паперу зможе одночасно як зменшити вплив на довкілля, так і заощадити на експлуатації офісного обладнання.

Іншою альтернативою може бути придбання енергозберігаючої офісної техніки. Її використання зменшує не тільки витрати на електроенергію, але й на кондиціонування, оскільки зменшується кількість тепла, що надходить від офісної техніки.

¹Наприклад, Esty та Winston, 2006; Ambec, et al. 2007.

²Див., наприклад, дослідження *Rethinking Corporate Social Responsibility*, проведене Національною лігою споживачів США та компанією Fleishman-Hillard у 2005 та 2007 рр.

³За умови друку 2 мільйонів копій.

Глобальні екологічні проблеми торкаються кожного

Жодна компанія сьогодні не може стояти осторонь від вирішення глобальних екологічних проблем, таких як зміна клімату, погіршення якості повітря та води, ерозія та зменшення родючості ґрунтів, спричинених бездумною експлуатацією ресурсів для задоволення постійно зростаючих потреб. Залишатися «зайцем» на планеті Земля і продовжувати жити лише заради задоволення своїх сьогоденних потреб стає все складніше, адже деградація довкілля впливає на якість життя кожного з нас.

ЯК РОЗПОЧАТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЗЕЛЕНОГО ОФІСУ

Ефективне впровадження принципів зеленого офісу вимагає системного підходу. Саме тому перед тим, як вдаватися до відносно нескладних кроків – заміни ламп на енергозберігаючі, впровадження програм вторинної переробки або екологічного виховання працівників, – ми радимо зробити декілька підготовчих кроків:

1. Зберіть «зелену» команду.

До складу цієї команди залучіть представників підрозділів, ключових для успішного впровадження принципів 30: фінансового, закупівель, господарчого, внутрішніх комунікацій. Безперечно, критичною є підтримка з боку вищого керівництва компанії. «Зелена» команда відповідатиме за встановлення цілей та моніторинг прогресу. Після встановлення цілей можна створити підкомітети, які відповідатимуть за окремі елементи програми, такі як зменшення використання енергії, принципи

закупівель, якість повітря в офісі, здоров'я і безпека працівників.

2. Зробіть облік споживання ресурсів.

Підрахуйте, скільки компанія платить за споживання електроенергії, води, вивіз та утилізацію сміття, а також витрати компанії на придбання паперу, офісного обладнання тощо. Для встановлення точки відліку, зберіть та проаналізуйте рахунки за комунальні послуги компанії за останні два–три роки. За можливістю залучіть фахівця для проведення повного екологічного аудиту.

3. Вирішіть, які заходи слід впровадити в першу чергу.

Спробуйте відповісти на наступні два запитання:

– Як найкраще компанії мінімізувати свій негативний вплив на навколишнє середовище та скоротити витрати на ведення бізнесу?

– Який бюджет виділено на впровадження концепції «Зеленого офісу»? На перших етапах надавайте перевагу проектам, що мають найвищу окупність та легко впроваджуються.

4. Встановлюйте терміни виконання для проектів.

Визначить досяжні цілі, зважаючи на наявні фінансові та людські ресурси.

5. Заручитися згодою всіх зацікавлених сторін.

Всі, від виконуючого директора або акціонера до працівника заводу, мають бути зацікавлені в зменшенні використання ресурсів в компанії. Якщо всі зацікавлені сторони будуть проінформовані про дружні до довкілля ініціативи компанії, вірогідніше,

що вони сприятимуть досягненню поставлених «зеленою» командою цілей. Винагороджуйте працівників, які сприяють екологізації підприємства та допомагають зменшити використання ресурсів.

6. Інформуйте працівників про досягнення.

Переведення компанії на принципи зеленого офісу вимагає постійної підтримки проекту працівниками підприємства. Намагайтесь проінформувати кожного співробітника про завдання та успіхи у виконанні дружньої до довкілля програми. Якщо компанія має декілька офісів, обов'язково доведіть цю інформацію до відома працівників філій. На щорічній основі видавайте публічний звіт щодо реалізації принципів зеленого офісу.

7. Проведіть тренінги.

Якщо є потреба та можливість, проведіть інтерактивні зустрічі для своїх колег. Знайдіть для цього найзручнішу форму: презентація, семінар, перерва на каву, чи корпоративний пікнік.

8. Переглядайте час від часу завдання проекту.

Оскільки зелений офіс не є кінцевим процесом, а швидше культурою, та й компанія існує у динамічному світі, варто постійно переглядати завдання проекту. Адже цілком реально, що при перегляді відкриваються нові можливості для зменшення впливу діяльності організації на довкілля чи отримання додаткових переваг від впровадженого проекту. Це передусім стосується постійного використання інноваційних технологій.

9. Прагніть до екологічної сертифікації за міжнародними стандартами.

Розгляньте можливість запровадження системи екологічного менеджменту, можливо, навіть з

подальшою сертифікацією за системами ISO чи EMAS.

ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ ЗЕЛЕНОГО ОФІСУ

У цьому розділі наведено деякі загальні рекомендації щодо закупівлі товарів та послуг, використання ресурсів та утилізації відходів в організації. Ці рекомендації корисні для внесення принципів сталого розвитку до стратегічних документів компанії, підготовки річних планів дій та наказів по компанії. Детальні практичні поради наведені у другій частині цієї публікації.

ЗАКУПІВЛЯ

Система закупівель в організації надзвичайно важлива для реалізації принципів зеленого офісу. Адже від того, що купує компанія, залежатимуть можливості екологічно дружнього використання та утилізації.

Головне при закупівлях – дотримуватися вимог екологічного маркування та відповідності енергозберігаючих якостей для усіх товарів та обладнання. Бажано, щоб придбаний товар був місцевого виробництва, що зменшує негативний вплив від транспортування на великі відстані.

Звичайно, комерційним та приватним установам робити дружні стосовно довкілля закупівлі простіше, ніж державним, які мають неухильно дотримуватися вимог проведення тендерів. Тому, користуючись уже набутим деякими державними організаціями досвідом, ми пропонуємо внести у технічні завдання тендерів критерій дружності до довкілля та

екологічного маркування як окрему вимогу, що надає перевагу при розгляді пропозицій. Таке доповнення до технічних завдань матиме ще один позитивний наслідок – стимулювання інвестицій у якісніше та інноваційне обладнання, що служитиме довше, а місцевого виробника відповідно спонукатиме до використання прогресивних технологій та екологічної сертифікації.

ВИКОРИСТАННЯ

Загальні рекомендації досить прості й відповідають правилам розумного господарювання:

- 1.** Вимикайте непрацюючу техніку.
- 2.** Налаштуйте техніку на режим швидкого переходу в режим очікування
- 3.** Спільно використовуйте техніку та інструменти для роботи: сканер, принтер, факс, степлер тощо.
- 4.** Перш ніж скористатися витратними матеріалами, скажімо, папером для друку, впевніться, що вам це справді потрібно.
- 5.** Забезпечуйте негайний ремонт пошкодженої сантехніки, особливо такої, що протікає. Повідомте про це відповідні служби.

УТИЛІЗАЦІЯ

До відходів у офісі, так само, як і в побуті, слід ставитися за концепцією 3-R (від англ. Reduce, Reuse, Recycle): зменшуй, повторно використовуй, переробляй.

Не послішайте викидати непотрібну річ у смітник. Поставте собі наступні запитання: можливо, хтось інший захоче і зможе скористатися тим, що ви плануєте викинути? Чи можна потенційні відходи використати повторно?

Для зменшення частки первинних товарів при закупівлях слід обирати товари з маркуванням «вторинна переробка», це означає, що їх можна повторно переробляти. Використовуйте техніку та папір, які вироблені з додаванням вторинної сировини.



ЧАСТИНА 2
ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ



ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ

До витратних господарських ресурсів компанії, використання яких найбільше впливає на навколишнє середовище, відносять електричну енергію, воду, а також папір і паперові вироби. Ці ресурси не специфічні, їх використовують у будь-якому офісі, проте описані у цьому розділі принципи можна легко поширювати на інші матеріальні ресурси, характерні для певної сфери діяльності компанії – наприклад, поводження зі зразками продукції, носіями інформації тощо.

Якщо приміщення офісу розташоване в окремій будівлі, то є можливість залучати альтернативні відновні джерела енергії, наприклад, сонячні батареї чи вітряки для отримання електроенергії, сонячний нагрів води для системи гарячого водопостачання тощо. Такі інновації не тільки суттєво зменшують негативний вплив офісу на навколишнє середовище та сприятимуть поширенню екологічної культури, а й у довгостроковій перспективі заощадять кошти підприємства та зменшують залежність від централізованих комунальних систем.

Пам'ятайте про важливість моніторингу. Регулярно порівнюєте та аналізуєте витрати на споживання електроенергії та води у ваших приміщеннях.



Енергозбереження

- Вимикайте світло при виході з офісу або місця загального користування.
- Встановіть компактні люмінесцентні лампи. Вони використовують на 75 % менше електроенергії та служать в 10 разів довше (до 10 років) у порівнянні зі звичайними лампами розжарювання. Не важко підрахувати, що за сьогоднішньої ціни на електроенергію, одна енергозберігаюча лампа окуповується за 10–11 місяців.
- Максимально використовуйте природне світло з вікон.
- Замість того, щоб освітлювати всю кімнату, за можливостю, використовуйте настільну лампу для освітлення місця, де ви працюєте.



Міжнародний досвід:
компанія «IBM» (у світовому масштабі)

Комп'ютерний гігант «IBM» підрахував, що компанія зекономила 17,8 мільйонів доларів у представництвах по всьому світі завдяки заохоченню своїх працівників вимикати офісну техніку та світло, коли це необхідно. Компанія вважає, що такими простими діями та змінами можна досягнути такого самого ефекту, як від ліквідації 50 000 авто з доріг, що, в свою чергу, дозволяє уникнути викидів 190 000 тонн двоокису карбону в атмосферу.

- Користуйтеся енергозберігаючими режимами у роботі з комп'ютером. Запрограмуйте активацію переходу в режим очікування («сплячий режим»), якщо технікою не користуються протягом короткого періоду (див. вставку).
- Не залишайте електроприлади в режимі очікування протягом тривалого часу і особливо на ніч, вимикайте їх з електромережі після закінчення робочого дня та наприкінці робочого тижня.
- Не залишайте зарядні пристрої від мобільних телефонів та інших приладів у мережі, коли вони не використовуються за призначенням. Згідно з дослідженнями Національної лабораторії Лоуренса у Берклі, США, до 5 % електроенергії у цій країні витрачається електронікою, яка працює у режимі очікування.
- За можливість вимикайте внутрішнє освітлення в усьому приміщенні на ніч.
- Стежте за щомісячним використанням електроенергії.
- Не використовуйте кондиціонери після закінчення робочого дня.
- Розгляньте можливість інвестувати у системи автоматичного регулювання освітлення: датчики руху, фотореле, астрономічні таймери та ін. Подібні системи можна використовувати в санвузлах, над входами в будинок, для регулювання підсвічування будинку, декоративного підсвічування фасадів, реклами та ін.
- У серверній використовуйте охолоджуюче обладнання, оснащене термостатом, який автоматично переходить в економний режим очікування при досягненні потрібної температури.

Як перевести комп'ютер у «сплячий» режим

На панелі управління відкрийте значок «Електроживлення» (Power Options), для цього натисніть кнопку «Пуск» (Start), виберіть пункт «Панель управління» (Control Panel) і двічі клацніть значок «Електроживлення» (Power Options).

Клацніть вкладку «Сплячий режим» (Hibernate), встановіть прапорець «Після припинення перейти в сплячий режим» (Enable hibernate support) і натисніть кнопку «Застосувати» (Apply).

Якщо вкладка «Сплячий режим» (Hibernate) недоступна, це означає, що комп'ютер не підтримує даної функції.

Клацніть вкладку «АУЖ» (APM), встановіть прапорець «Задіяти автоматичне управління живленням» (Enable Advanced Power Management support) і натисніть кнопку «Застосувати» (Apply).

Клацніть вкладку «Схеми управління живленням» (Power Schemes) і в полі «Сплячий режим через» (System hibernates) виберіть потрібний проміжок часу. Після припинення роботи комп'ютер перейде в «сплячий» режим через вказаний проміжок часу.

- Використовуйте вимикачі із кнопкою повного вимкнення живлення.
- Для охолодження великих приміщень вибирайте кондиціонери та вентиляцію центральної дії, які оснащені термостатами.
- При використанні кондиціонерів локальної дії скористайтеся можливістю їхнього автоматичного вимикання (на випадок, якщо співробітник забув вимкнути прилад після закінчення робочого дня).
- За можливістю замініть наявну офісну техніку обладнанням із маркуванням «Energy Star».
- Підвищуйте культуру енергозбереження та проводьте відповідну роз'яснювальну діяльність серед співробітників. «Ідучи, гасіть світло», «Тут горять енергозберігаючі лампи», «Ми заощаджуємо електроенергію» – плакати можуть добре послугувати цьому.

А чи знаєте ви, що...

Заміна ламп розжарювання енергозберігаючими лампами приводить до зниження споживання енергії в 3–4 рази.

Енергозберігаюча пускорегулювальна апаратура люмінесцентних ламп знижує споживання електроенергії на 20–30 %.

А чи знаєте ви, що...

Один туалетний бачок, що протікає, навіть якщо жодного разу не буде злитий, додасть 34000 л води за рік до господарських витрат офісу, а кран, що протікає, – 13500 л за рік.



Економія води

- Встановіть прилади обліку використання води, проінформуйте співробітників про установку цих приладів та необхідність раціонального використання води.
- Використовуйте натискні крани й водозберігаючі насадки на крани й душі.
- Використовуйте посудомийні машини. Витрата води за цикл мийки становить від 7 до 50 літрів. Це в кілька разів менше, ніж при митті посуду вручну. Використовуючи посудомийну машину, ви заощаджуєте близько 8000 літрів води в рік. Альтернативним варіантом економії може бути миття посуду в раковині із пробкою.
- Наливайте до електрочайника стільки води, скільки потрібно для споживання.
- Терміново ліквідуйте протікання кранів і туалетних бачків.



А чи знаєте ви, що...

Перехід на оплату за показниками лічильників води знижує рахунок за воду на 20–40 %. Зміна поведінки та звичок працівників приводить до економії як мінімум ще на 10–20 %.

Міжнародний досвід:

Пекарня «Фред Мейер Бейкері»

(м. Клакамас, штат Орегон, США)

Пекарня «Фред Мейер Бейкері» в місті Клакамас виявила та відремонтувала місця протікання води, через які компанія втрачала більш ніж 2684 літри води на рік. Регулярний ремонт місць протікання води заощаджує підприємству 3280 доларів на рік.



Економія тепла

- Використовуйте терморегулятори на батареях опалення. Проінформуйте співробітників про необхідність встановлення регуляторів на меншу температуру наприкінці робочого дня й тижня. Оптимальною вважається температура 19 °С для активної роботи та 21–22 °С для сидячої роботи. Якщо можете, використовуйте автоматичні системи регулювання опалення.
- Утеплюйте вікна та вхідні двері. За необхідністю встановіть доводчик дверей.

- Використовуйте тепловідбиваючі екрани за батареями опалення.
- Не заставляйте опалювальні прилади меблями, не закривайте їх декоративними деталями інтер'єру.
- На ніч закривайте штори (актуально взимку), щоб тепло максимально зберігалось в приміщенні.
- Встановіть прилади обліку споживання тепла та проінформуйте співробітників про їх установку й необхідність раціонального використання тепла.
- Зважайте на клас енергоефективності при виборі моделі обігрівача. Переконайтесь, що прилад має відповідне маркування: енергоефективність зменшується від класу А до класу G.



Збереження паперу

Для використання паперу дуже влучно підходить гасло: зменшуй, повторно використовуй, переробляй.

ЗМЕНШУЙ:

- Намагайтесь зменшити обсяг документів, меморандумів та звітів.
- Якщо можливо, використовуйте одинарний інтервал замість подвійного.
- Використовуйте економний шрифт (наприклад, Times New Roman).



- Змініть поля за замовчуванням з 2,5 см до 1 см. Це зменшить кількість використаного паперу на 8 %.
- Намагайтесь друкувати та робити копії з двох сторін аркуша. Перед тим, як роздруковувати, встановіть режим двохстороннього друку в принтері.
- Позбавтесь зайвих частин звіту перед тим, як його роздруковувати.

Міжнародний досвід: **компанія «Овенс Корнінг», США**

Американська компанія «Овенс Корнінг», один із лідерів у виробництві будівельних матеріалів, нещодавно впровадила безпаперове діловодство в своїх офісах в усьому світі. Підприємство почало зберігати документи в електронному форматі й позбавилось 14 000 картотечних шаф у своїх світових представництвах. Орендуючи менші приміщення, компанія вже зекономила близько 30 мільйонів доларів.

Міжнародний досвід:

компанія «Ментор Графікс»
(м. Вілсонвілл, штат Орегон, США)

Компанія «Ментор Графікс» впровадила політику, згідно з якою працівники мають використовувати обидві сторони аркуша при копіюванні всіх розпоряджень компанії. Біля копіїв були розміщені плакати для заохочення персоналу копіювати з обох сторін. Завдяки цьому щорічне використання копіювального паперу зменшилось на 35 %, що економить компанії 15000 доларів.

- Щоб зменшити кількість копій звітів, публікацій, меморандумів та інших документів, діліться цими документами з колегами. Не робіть копій більше ніж треба.
- Перевіряйте документи перед пуском на друк за допомогою автоматичної перевірки правопису, а також функції попереднього перегляду (Preview).
- За можливістю, введіть систему електронного документообігу.
- Використовуйте електронну та голосову пошту для спілкування з колегами і передачі їм різних документів.
- Скористайтесь дошкою об'яв або електронним листом-розсилкою для того, щоб зробити оголошення.
- Зберігайте документи на твердому диску комп'ютера, компакт-дисках багаторазового перезапису чи у мережі замість того, щоб роздруковувати та занести в архів.

- Діліться газетами та журналами з колегами в офісі замість того, щоб викинути пресу після прочитання.
- Замість купівлі програмного забезпечення у фірмовій упаковці, купуйте та завантажуйте його в мережі Інтернет. Це зекономить папір, що використовується на пакування.

ПОВТОРНО ВИКОРИСТОВУЙ:

- Використовуйте односторонньо використаний папір для друку, копій, факсу чи чернеток.

А чи знаєте ви, що...

Переробка купи паперу висотою один метр зберігає одне дерево.

Використання паперу зростає на 20 % кожного року.

У типовому офісі використовується 0,5 кг паперу на кожного працівника на місяць.

Типовий американський юрист використовує одну тунну паперу щороку.

Виробництво повторно переробленого паперу використовує на 65% менше води, забруднює менше повітря на 75%, а воду на 35%.

Здана в макулатуру 1 тонна паперу економить: 4,000 кВт-год електроенергії, 29,000 літрів води, 30 кг кілограм забруднення у повітря⁴.

Повідомляйте персонал про зміни

Надішліть працівникам електронний лист із вказівками щодо використання двохстороннього друку. Почепіть наклейки (повідомлення) біля принтерів. Будьте готові відповісти на запитання та надати допомогу колегам.

- Якщо Ваш принтер має декілька лотків для паперу, наповніть лоток, який принтер використовує за замовчуванням, односторонньо використаним папером. В інший лоток загрузіть чистий, невикористаний папір для друку важливих документів.
- Встановіть коробки для збору односторонньо використаного паперу поблизу принтера чи в іншому зручному місці.
- Проінформуйте щодо паперу, який неможна повторно використовувати (конфіденційні документи Вашої компанії). Встановіть шредер для такого паперу.

ПЕРЕРОБЛЯЙ:

- Зручно розташуйте корзини для збору паперу для подальшої переробки. Встановіть одну велику корзину біля принтера чи копіювальної машини, а менші корзини біля столів кожного з працівників.
- Збирайте папір із шредера для подальшої утилізації.

⁴ Дані кампанії «Тиждень зменшення відходів» у Канаді http://www.wrwcana.com/download_facts.htm

ЗМЕНШЕННЯ ВУГЛЕЦЕВОГО СЛІДУ

Використання енергії, добутої від спалення вуглеводнів (нафта, газ, вугілля) пов'язано з викидами в атмосферу двоокису вуглецю та інших парникових газів, які спричиняють зміни клімату. Щоб порівняти викиди парникових газів особою чи організацією використовують показник вуглецевого (карбонового) сліду.

Вуглецевий слід – показник, що враховує сукупність усіх викидів парникових газів, прямо або побічно спричинених діяльністю окремої людини чи організації. Шляхи зменшення вуглецевого сліду включають скорочення витрат часу та енергії на пересування/транспортування.

Подорож на роботу

Значний вплив на довкілля здійснюється під час подорожі на роботу автомобілем, особливо, якщо у ньому перебуває лише одна людина. Тому компаніям, які планують змінити офісне приміщення, слід вибрати місце, до якого легко дістатися громадським транспортом. Також слід мінімізувати місце для паркування, щоб заохотити працівників діставатися на роботу громадським транспортом. Крім того, варто встановити душові кабінки і кімнати для перевдягання та облаштувати стоянку для велосипедів, щоб заохотити працівників діставатися до офісу пішки або на велосипеді. І звичайно, винагороджуйте співробітників, які дістаються до роботи не на персональному авто, а альтернативними шляхами.



Розрахувати вуглецевий слід легко в мережі Інтернет

Оскільки нині зростає увага до парникових газів і глобального потепління, в Інтернет-мережі з'явилися програмні продукти – калькулятори, які переводять споживання ресурсів у викиди вуглекислого газу. Ці вуглецеві калькулятори фокусуються на потенціалі різних типів транспорту, що змінює клімат, опалення, використання електрики й виробництва відходів. У калькулятор потрібно внести дані про обладнання приміщень, способи пересування та спосіб життя, на підставі яких і буде побудований «енергетичний профіль» організації або індивідуума.

Нижче наведені електронні адреси декількох вуглецевих калькуляторів:

- www.safeclimate.net/calculator/
- http://www.epa.gov/climatechange/emissions/ind_calculator.html
- <http://www.carbonfootprint.com/calculator.aspx> – можливо отримати інструкції російською мовою

Перегляньте політику компанії щодо віддаленої праці персоналу. Де можливо, введіть практику роботи з дому із отриманням працівником завдань електронною поштою. Режим дистанційної праці, віртуальні зустрічі, телеконференції та віддалений доступ до матеріалів зменшують кількість подорожей службовців до офісу і таким чином зменшують їхній «вуглецевий слід». Окрім цього, дослідження показують, що режим дистанційної праці як один із

Міжнародний досвід:
компанія «Ксерокс», США

Відділ обслуговування клієнтів надає можливість своїм працівникам обирати графік та режим роботи. Таким чином, їм не потрібно терпіти незручності від перевантаження громадського транспорту, а окрім того, така практика покращує трудову дисципліну та клієнтське обслуговування, а також зменшує прогули співпрацівників на 30 %.

проявів родинно-орієнтовної корпоративної культури, покращує продуктивність працівників та може розцінюватись як нематеріальна мотивація працівника.

Рекламуйте та розповідайте в компанії про ваші нововведення. Працівники використовуватимуть принципи зеленого офісу за умов, якщо будуть проінформовані про них. Використовуйте якомога більше каналів комунікації (пам'ятки для працівників, орієнтаційні сесії при прийнятті на роботу, плакати в офісі).

Ділові зустрічі

Динамічний темп ведення бізнесу сьогодні передбачає велику кількість ділових зустрічей, відряджень, зустрічей штату компаній регіонального та національного масштабу. Логістика організації подібних заходів вимагає подорожей наземним та авіатранспортом, використання якого призводить до шкідливих викидів CO₂ в атмосферу. Цей підрозділ містить практичні рекомендації щодо проведення ділових зустрічей екологічно дружнім шляхом.

Зменшіть кількість фізичних зустрічей. Розгляньте можливість проведення віртуальної зустрічі з

партнерами, колегами та клієнтами замість того, щоб зустрітись особисто. Групову комунікацію між територіально розподіленими учасниками може бути організовано за допомогою веб-конференції, яка зменшує викиди CO₂, пов'язаних з використанням засобів транспорту. Веб-конференції допомагають компаніям економити кошти на подорожі службовців (вартість квитків чи бензину, витрати на проживання та добові). Сучасні технології дозволяють проводити веб-конференції на високому рівні. Ознайомитися з прикладами програмного забезпечення для веб-конференцій та придбати їх можна на таких сайтах:

- www.gotomeeting.com
- www.webex.com
- www.adobe.com
- www.microsoft.com/us/livemeeting
- www.skype.com

Якщо ви все ж таки організуєте корпоративний захід, намагайтеся зменшити його вплив на навколишнє середовище. Знайдіть готель, що знаходиться якомога ближче до місця проведення заходу або до якого легко дістатися громадським транспортом. Надайте учасникам заходу проїзні квитки.

Автопарк

Ліквідуйте потребу працівників у персональному авто – надавайте ключовим співробітникам можливість користуватися автомобілями компанії. Формуйте власний автопарк з урахуванням екологічно дружніх аспектів, адже марка, потужність та величина автомобіля суттєво визначають його майбутню енерговитраність.

Придбайте автотранспортні засоби, що зберігають паливо або використовують енергію з альтернативних джерел, наприклад гібридні автомобілі чи електромобілі. Це найочевидніший і найпрактичніший

крок, що може зробити компанія для побудови «чистого» автопарку.

Регулярно проводьте технічне обслуговування автопарку. Автомобілі, технічний стан яких регулярно перевіряється, менш часто ламаються або потребують ремонту. Крім того, належний тиск у шинах та справні свічки запалювання зекономлять пальне.

Розгляньте можливість оренди автомобіля замість покупки. Орендувати автомобіль варто тому, що:

1. Технічне обслуговування стає відповідальністю іншої компанії.
2. Страхівка звичайно включена у вартість оренди.
3. Кожний орендований автомобіль, яким користуються кілька компаній, забирає 15–20 машин з дороги.
4. Ви можете вибирати тип транспортного засобу залежно від ваших потреб.

А чи знаєте ви, що...

У найближчому майбутньому відслідковувати вуглецевий слід від дій людини буде так само просто, як заміряти температуру тіла. Андреас Закарія, студент британського Королівського коледжу мистецтв і керівник британської компанії «Carbon Hero», розробив програму для мобільних телефонів за назвою «Carbon Diem», за допомогою якої можна дізнатися, яка кількість CO₂ виділяється в атмосферу в результаті певних дій.

Існують також практики укладання договорів із компаніями – таксі щодо надання послуг з перевезень співробітників.

Якщо у вашої компанії великий автопарк, чи є потреба мати надати особисті автомобілі співробітникам, проведіть навчання щодо екологічно відповідального та економічно вигідного користування автомобілем, наприклад:

- уникайте їзди на короткі відстані, адже у таких випадках рівень використання палива є надзвичайно високим,
- дотримуйтеся належної дистанції до авто, що попереду, так як це дозволяє уникати частого гальмування та пришвидшення руху, що споживає багато пального,
- обирайте раціональні маршрути без заторів на дорогах,
- намагайтеся паркувати машину в тіні.

ПРИНЦИПИ ЗАКУПІВЕЛЬ

Офісна техніка

Офісна електроніка (комп'ютери, принтери та інша техніка) є найбільшим споживачем електроенергії в офісі. Крім того, електроніка містить шкідливі речовини, погіршує якість повітря в закритих приміщеннях і дуже часто створює утилізаційні проблеми наприкінці експлуатаційного циклу. Енергоекономічне, нетоксичне електронне устаткування, функціональні можливості якого можна розширити, дозволяє компаніям мінімізувати свій негативний вплив на навколишнє середовище. Нижче наведені деякі рекомендації щодо закупівлі офісної техніки.



- Перед тим, як купити нове обладнання, спробуйте модернізувати вже наявне. Продовжити термін експлуатації наявних комп'ютерів можна, збільшивши обсяг жорсткого диска, додавши операційну пам'ять або встановивши сучасне програмне забезпечення. Якщо це не можливо на даній стадії, купуйте комп'ютери, які можна буде легко модернізувати в майбутньому.
- Зменшіть кількість офісної техніки. Якщо декілька співробітників користуватимуться, наприклад, одним принтером, сканером або іншим устаткуванням, це не тільки заощадить кошти на покупку техніки, а й зменшить кількість роздрукованих документів і поліпшить якість повітря в офісі.
- Купуйте комп'ютери й техніку з низьким енергоспоживанням. Комп'ютери з маркуванням «Energy Star» економлять енергію й заощаджують кошти, які компанія платить за електроенергію.
- Вибирайте техніку з низьким вмістом токсинів. Шукайте товари, в яких використовується менше токсичних елементів, таких, як кадмій, свинець, ртуть, бромовані вогнезахисні сполуки (brominated flame retardants). Такі товари набагато легше утилізувати наприкінці експлуатаційного періоду, тому що токсини відділені від загального потоку відходів, що сприятливо позначається на здоров'ї співробітників центрів з переробки.
- Розгляньте можливість оренди техніки. Якщо у вашій компанії постійно використовують останні моделі техніки, розгляньте можливість оренди офісної техніки. Оренда продовжує експлуатаційний період техніки, що вважається застарілою для однієї компанії за рахунок здачі цієї техніки в оренду іншій компанії або організації, де ця техніка все ще вважається сучасною.

А чи знаєте ви, що...

Одна четверта частина від загальних витрат енергії типового офісу використовується його електронним устаткуванням.

Рівень потенційно шкідливих часток пилу в 5 разів вищий у період роботи офісу через випромінювання лазерних принтерів.

Щороку в Сполучених Штатах викидається більш ніж 350 мільйонів чорнильних картриджів і картриджів з тонером. Картриджі на 95 % придатні для повторної переробки.

- Повторно використовуйте та реконструюйте. Купівля відремонтованої й відновленої виробником техніки може значно зменшити статтю витрат компанії на офісне устаткування.



Канцелярське приладдя



Цей розділ присвячується дрібним канцелярським товарам, від ручок до степлерів, які мають тенденцію накопичуватися у величезних кількостях в офісах. Потрібно правильно використовувати і поводитися із канцелярськими товарами для того, щоб зменшити негативний вплив компанії на навколишнє середовище. Ось деякі рекомендації.

- Зменшуйте непотрібні витрати. Купуйте товари, які можна повторно використати або наповнити,

а також товари із замінними компонентами й довгим гарантійним терміном. Наприклад: керамічні чашки замість одноразових стаканчиків, кулькові ручки зі змінним стрижнем, картриджі, які можна повторно використовувати.

- Купуйте товари, виготовлені з повторно використаних матеріалів. За можливістю, вибирайте товари, що містять як мінімум 30 % повторно використаних матеріалів. При розширенні площі службового приміщення, розгляньте можливість придбання вживаних меблів, дошок оголошень як, наприклад, пластикові дошки із затиском, металеві скріпки для паперів, виготовлені з повторно використаної сировини тощо.
- Вибирайте товари, придатні для повторної переробки, наприклад, товари, виготовлені з одного матеріалу або товари з компонентами, які легко розбираються.
- Вибирайте прилади з низьким енергоспоживанням або прилади, які зовсім не використовують електроенергію як, наприклад, ручні діркопробивач і степлер.
- Купуйте продукцію місцевого виробника. Це зменшує кількість палива, що використовується для доставки.



Меблі

- Ремонтуйте вже наявні меблі. У разі переїзду в новий офіс або ремонту офісу розгляньте можливість використання вже наявних меблів або купівлі відремонтованих меблів. Для відновлення зовнішнього вигляду меблів можна замовити нову оббивку або ж їх пофарбувати.

- Прорахуйте не тільки витрати на купівлю меблів, а й довгострокові витрати, пов'язані з цією купівлею. Хоча компанії й платять за міцні (надійні та довговічні) меблі більше при покупці, у перспективі такі меблі приносять економію. Після того, як меблі перестають відповідати вимогам компанії, їх можна буде перепродати замість того, щоб платити за вивіз та утилізацію.
- Розгляньте можливість закупівлі вживаних офісних меблів. Меблі, що вже використовувалися в іншій компанії, звичайно коштують на 30–50 % дешевше.
- Вибирайте меблі, конфігурацію яких можна вивозити. Строк експлуатації столів, стільців і офісних перегородок, що можна регулювати, більш тривалий, тому що їх можна вивозити залежно від потреб компанії. Нових співробітників не обов'язково забезпечувати новими офісними меблями, якщо вже наявні меблі ретельно підібрані й можуть вивозитися.
- Правильно вибирайте матеріал, з якого виготовлені меблі. Вибирайте меблі, зроблені із сертифікованої деревини без токсичних смол і відходів. Якщо можливо, купуйте меблі, що містять як мінімум 30 % повторно перероблених матеріалів. Не заощаджуйте на якісних матеріалах, це збереже ваше здоров'я.

- Намагайтеся уникати меблів із ДСП, що містять карбамід-формальдегідні або фенолформальдегідні смоли. При використанні такого ДСП у побуті



А чи знаєте ви, що...

Більшість співробітників проводять 85 % робочого часу в офісі в сидячому положенні. Правильно обрані, ергономічні стільці або крісла поліпшать продуктивність і здоров'я співробітників.

з нього виділяються шкідливі для здоров'я формальдегід і фенол.

- Вибирайте меблі, які можна легко розібрати. Наприкінці строку експлуатації меблі повинні легко розбиратися для того, щоб їх можна було без складнощів утилізувати.
- Уникайте використання тропічних сортів дерев: добування тропічної деревини часто є стихійним та шкодить біорізноманіттю первинних тропічних лісів.

Харчові продукти

- Вибирайте продукти з надійними сертифікатами, виданими незалежними третіми організаціями. Вибирайте екологічно чисті продукти. Устаткуйте кухні та кімнати для відпочинку натуральними й екологічно чистими продуктами. Наприклад: кава, чай, вершки.
- Вибирайте продукти місцевого виробництва. Якщо можливо, вибирайте постачальників, які знаходяться якомога ближче до вашої компанії. Це зменшить шкідливі викиди CO2 при доставці.

- Компостуйте харчові відходи після фуршетів компанії. Використовуйте багаторазовий посуд і упаковку, яку можна компостувати. Організуючи фуршети компанії, використовуйте посуд і столові прибори багаторазового вживання. Якщо це неможливо, використовуйте тарілки, виготовлені з бамбука або паперу. Купуйте харчові контейнери з матеріалів, які можна повторно використовувати або компостувати.

Маркування продуктів харчування

Інформація про натуральність продукції (сировини) органічного походження, вирощеної без застосування хімікатів, виготовленої без барвників і штучних харчових додатків, відображається у вигляді маркування:



Морепродукти, риба, консерви можуть мати маркування «Dolphin-friendly» – це декларування того, що в процесі вилову риби не використовувалися дрифтерні мережі:



ОРГАНІЗАЦІЯ ДОПОМІЖНИХ ОФІСНИХ ПРИМІЩЕНЬ



Ванні кімнати

Є багато методів збереження електроенергії та води у ванних кімнатах:

Освітлення:

- Встановіть сенсорний регулятор освітлення чи енергозберігаючі лампи.
- Не вмикайте світло, якщо є вікно.

Збереження води:

- Ремонтуйте крани та туалети, що протікають.
- Перевіряйте всі крани та труби на предмет протікання. Перекрийте всі прилади, що споживають воду (навіть туалетний бак) та зніміть показники лічильника води. Не використовуйте воду протягом години, а потім знову перевірте лічильник. Якщо показники змінилися, то у приміщенні десь протікає вода. Знайдіть і усуньте протікання.
- Замініть змішувачі поворотного типу на «натискні» або встановіть сенсорні крани, що автоматично вимикаються, коли їх не використовують.
- Встановіть на змішувачі водозберігаючі насадки.
- Купуйте туалети з можливістю економного зливу (з двома кнопками).

Опції для сушіння рук:

Бавовняні рушники є екологічно дружнім та гігієнічним варіантом. У разі використання таких рушників, прати їх бажано малотоксичними порошками та після прання сушити на мотузці для білизни, а не в сушильному апараті.

Енергоефективні *сушильники* для рук позбавляють потреби прання бавовняних рушників і допомагають уникнути сміття від використання паперових рушників. Нові моделі сушильників зазвичай є більш енергоефективними.

У разі використання паперових рушників купуйте ті, що вироблені з переробленого паперу.



Кухня та їдальня

Харчові продукти:

- Купуючи харчові продукти, надавайте перевагу місцевому виробникові. Це допоможе уникнути зайвого транспортування, яке шкідливо впливає на навколишнє середовище.
- Купуйте продукти з мінімально можливим пакуванням, у великих ємностях та упаковках. Це дешевше і зменшить кількість упаковок, які вам доведеться викидати.
- Намагайтеся обирати продукти, що не містять консервантів, стабілізаторів тощо, а також генетично-модифікованих організмів і



вирощуються без використання пестицидів, нітратів та гормонів росту. Така продукція має маркування Organic, BIO та ECO.

- Намагайтесь компостувати харчові відходи.

Кухонні прилади:

- Купуючи мікрохвильову піч, електрочайник, кавоварку чи іншу кухонну техніку, дотримуйтеся загальних правил закупівлі електроприладів – обирайте менший об'єм та більшу енергоефективність. Переконайтеся, що прилад має відповідне маркування: енергоефективність зменшується від класу А до класу G.
- Обирайте «розумні» прилади, наприклад, посудомийні та пральні машини, які контролюють рівень спожитої води залежно від завантаження (заповнення).
- Встановіть енергоефективну витяжку, щоб позбавити кухню від запахів готування та вологи.
- Уникайте зайвих приладів, таких як, наприклад, електричний консервний ключ.

Користування:

- Води в електрочайнику має бути не більше ніж необхідно. На нагрівання зайвої води витрачається зайва електроенергія.
- Дотримуйтеся правил поводження з холодильним обладнанням: пильнуйте, чи щільно причинені дверцята, вчасно розморожуйте та регулярно перевіряйте справність обладнання.
- Для утилізації холодильного обладнання звертайтеся до спеціалізованих установ. Фреон,

що зазвичай циркулює у системі охолодження, є сильнодіючим парниковим газом.

- Обирайте посуд багаторазового використання замість пластикового одноразового. Це збереже ваші кошти, світові запаси нафти та природний смак ваших страв і напоїв. Якщо використання одноразового посуду уникнути не можна, обирайте паперовий замість пластикового. Обираючи паперовий посуд, надавайте перевагу виготовленому із повторно переробленої сировини. Пам'ятайте, що деревина є відновним ресурсом, на відміну від обмежених світових запасів нафти – сировини для виготовлення пластику.



Соціальна відповідальність, дотримання етичних норм та стандартів праці, турбота про навколишнє середовище – ці питання вже давно знайомі українським компаніям та посідають законне місце серед пріоритетних завдань для ведення бізнесу та його успішного розвитку. Все частіше українські компанії декларують свою відданість

принципам корпоративної соціальної відповідальності, а громадський тиск вимагає від бізнесу конкретних дій.

Для зацікавлених сторін показники соціальної діяльності компанії сьогодні не менш важливі та актуальні, ніж фінансові дані. Адже питання корпоративної соціальної відповідальності можуть суттєво впливати на ділову репутацію та вартість бізнесу, так само, як стандартні показники економічного зростання.

Для виживання в умовах глобалізації ринкової економіки компаніям наразі недостатньо лише виробляти якісну продукцію, конкурентна боротьба за споживача підштовхує бізнес шукати альтернативні переваги, управління репутацією давно визнано першочерговою необхідністю для бізнесу.

Сьогодні споживачі товарів та послуг все частіше замислюються над тим, що продукт, який вони споживають, має вплив на довкілля. У своєму прагненні стати екологічно дружніми, компанії модернізують виробництва, впроваджують системи екологічної безпеки, шукають альтернативні джерела енергії та переробляють технологічну воду, утилізують промислові відходи та дотримуються політики закупівель сировини, обирають постачальників, продукція яких стандартизована та безпечна.

Проте існує досить велика кількість компаній, сфера діяльності яких не пов'язана безпосередньо із впливом на довкілля, такі, як, наприклад, банки або страхові компанії. Перед українським бізнесом постає актуальне питання – що можуть зробити компанії, які не мають власного виробництва, проте опікуються проблемами навколишнього середовища та бажають стати більш екологічно дружніми? Для НАСК «Оранта» відповіддю стало запровадження концепції зеленого офісу, яка вже давно набула широкої популярності у світі, а нещодавно – і в Україні.

Філософія зеленого офісу – це не тільки доказ соціально відповідального ставлення до навколишнього середовища, а й також ефективний механізм заощадження коштів у довгостроковій перспективі, що є особливо актуальним нині під час економічної кризи.

Коли на початку 2009 року НАСК «Оранта» почала розробляти власну концепцію зеленого офісу, ми зіткнулися з нестачею в Україні інформаційних ресурсів, які б містили прості поради щодо того, як компанія може розпочати реалізацію екологічно дружніх практик. Саме тому ми радо підтримали ініціативу мережі Глобального договору в Україні з поширення досвіду зеленого офісу серед представників українського бізнесу.

Ми віримо, що згодом концепція зеленого офісу набуватиме все більшої популярності в Україні, та сподіваємось, що дана публікація та практичні поради, викладені в ній, дозволять багатьом українським компаніям переосмислити свої позиції щодо екологічно дружнього підходу до ведення бізнесу та розпочати реалізацію нескладних заходів для збереження ресурсів.

Олена Болотова
Голова правління НАСК «Оранта»



ЧАСТИНА 3
**ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ
ПРИНЦИПІВ ЗЕЛЕНОГО ОФІСУ
В УКРАЇНІ**

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ «ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПІВ ЗЕЛЕНОГО ОФІСУ В УКРАЇНІ»

Тенденція екологізації офісних приміщень стрімко набуває популярності поширення в усьому світі та в Україні. Низка соціально відповідальних компаній у нашій країні вже підхопили «зелену хвилю» і активно впроваджують дружні до навколишнього середовища заходи в своїх офісах. В цьому розділі наведені результати дослідження досвіду українських компаній, які є лідерами у реалізації концепції зеленого офісу.

В процесі проведення дослідження поставлені наступні завдання:

- дослідити та проаналізувати ситуацію із впровадженням принципів зеленого офісу в українських компаніях станом на липень 2009 року;
- порівняти та зіставити досвід відповідального ставлення до навколишнього середовища компаній, які вже задекларували впровадження концепції зеленого офісу;
- висвітлити успішний досвід різних національних компаній у сфері зеленого офісу;
- визначити тенденції щодо реалізації дружніх до довкілля заходів у компаніях в Україні;
- окреслити моделі впровадження принципів зеленого офісу в Україні;
- показати економічний, репутаційний та інші вигоди від впровадження в компанії принципів зеленого офісу.

Дослідження «Зелений офіс: з турботою про довкілля, з вигодою для бізнесу» складалася з двох основних етапів: 1) проведення анкетного опитування, що дало можливість зробити кількісний та якісний аналіз існуючого в Україні досвіду 30, та 2) проведення глибоких інтерв'ю, що дозволило

отримати більш повну інформацію щодо такого досвіду.

Кількісна інформація була отримана в ході стандартизованого опитування методом заочного анкетування. Анкета складалася з двох частин, що об'єднували 31 питання за наступними напрямками:

1. Питання, присвячені повторному використанню та переробці матеріалів, збереженню електроенергії та ресурсів, зменшенню вуглецевого сліду компанії.

2. Питання про мотивацію компанії для впровадження екологічно дружніх заходів, роль топ-менеджменту в процесі впровадження екологічно дружніх програм, інформування персоналу щодо дій, орієнтованих на зменшення негативного впливу на довкілля, та їх економічний зиск.

Анкета складалася із закритих, напіввідкритих (респондент мав змогу обирати один чи декілька варіантів відповіді) та відкритих запитань.

До участі в дослідженні «Зелений офіс: з турботою про довкілля, з вигодою для бізнесу» були запрошені всі підписанти мережі Глобального Договору ООН в Україні, що публічно декларують свою діяльність у сфері корпоративної соціальної відповідальності через розсилку, яка налічує близько 140 компаній.

Особливості практичної реалізації принципів зеленого офісу вивчалися за допомогою методики напівструктурованого глибокого експертного інтерв'ю. Інтерв'ю проходили у формі бесіди між рівноправними співрозмовниками і тривали 40–60 хвилин. Для їх проведення попередньо складався план розмови з переліком тематичних блоків, що викликали дослідницький інтерес, а також з виокремленням аспектів, стосовно яких має бути отримана детальніша інформація.

Необхідно зазначити, що результати напівструктурованого глибинного експертного опитування не є репрезентативними. Тим не менше, цей метод дозволив встановити більшу кількість деталей та особливостей впровадження принципів зеленого офісу в опитаних компаніях.

Для досягнення мети дослідження було проведено 12 напівструктурованих експертних глибинних інтерв'ю з представниками компаній, що найцікавіше проявили себе в анкетуванні. Із п'ятьма експертами компаній інтерв'ю відбувалось під час зустрічі, із трьома – телефоном, чотири респонденти дали розгорнені відповіді письмово на попередньо підготовані запитання. Найкращі та найпоказовіші приклади екологічно дружніх програм та заходів, про які компанії детально розповіли в процесі дослідження, увійшли до цієї публікації.

ТЕНДЕНЦІЇ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Результати, отримані в ході дослідження, показали, що тематика зеленого офісу не є новою для українських компаній. Завдяки присутності в інформаційному полі досить значного обсягу інформації про необхідність відповідального ставлення до навколишнього середовища, опитувані компанії добре поінформовані про необхідність заощаджувати ресурси та знають про користь вторинної переробки. Практично будь-яка компанія, що публічно декларує свою соціальну відповідальність, намагається в тому чи тому вигляді втілювати деякі елементи зеленого офісу в своїй бізнес-діяльності. Здебільшого це стосується саме заощадження ресурсів: економії паперу, води, світла – прості, але вдалі приклади ощадливого ставлення до ресурсів, які прищеплювалися українцям ще у часи радянської соціальної пропаганди. Деякі компанії роблять це інтуїтивно, не

усвідомлюючи що їх діяльність підпадає під принципи зеленого офісу.

Через обмеженість вибірки остаточні висновки щодо національних тенденцій роботи важко, втім проведені дослідження дозволяють прослідкувати кілька характерних тенденцій.

1. Серед найпоширеніших заходів, які втілює переважна більшість опитаних компаній, що тільки стають на шлях екологізації підприємства, насамперед можна виокремити збирання макулатури, повторне використання односторонньо друківаного паперу, повторна заправка картриджів для принтерів та копіїрів, налаштування комп'ютерів на перехід у «сплячий режим», вимкнення неактивної офісної техніки на ніч, ощадливе споживання електроенергії тощо.

Найпрогресивніші компанії усвідомлюють необхідність інвестування коштів у ресурсозберігаючі технології з метою економії в довгостроковій перспективі: використовують енергозберігаючі лампи, встановлюють нову сантехніку: туалетні бачки з економним зливом та натискні крани в місцях загального користування, замінюють стару офісну техніку на нову (енергоефективнішу) та впроваджують складніші в організації «зелені» офісні рішення (електронний документообіг, телеконференції тощо).

Компанії, які йдуть в авангарді зеленого руху, реалізують стратегію зеленого офісу з урахуванням найкращих світових прикладів. Окрім вищеозначених ініціатив, такі компанії-піонери впроваджують спеціально розроблене програмне забезпечення для збереження ресурсів, практикують закупівлі з урахуванням дружності до навколишнього середовища, встановлюють обладнання для автоматичного регулювання освітлення та втілюють заходи зі зменшення свого вуглецевого сліду, наприклад, організують трансфери до офісу для працівників та пропонують харчування в кафетеріях компанії.

Рекомендації: поширення позитивного досвіду на ширше коло компаній для переходу до більш прогресивного рівня впровадження принципів ЗО.

2. Найуспішніше програми зеленого офісу впроваджуються тоді, коли керівництво займає активну позицію. Це яскраво засвідчує, що без підтримки з боку менеджменту побудувати життєздатну модель функціонування зеленого офісу неможливо.

З іншого боку, лише у компаніях, де поряд із чітким розумінням важливості зеленого офісу з боку вищого керівництва існує також «зелена команда» (у вигляді ініціативної групи чи окремого підрозділу), проекти зеленого офісу стали невід'ємною складовою щоденної роботи в організації завдяки залученню рядових працівників. Адже в реалізації принципів зеленого офісу одним із найважливіших чинників, що ведуть до успіху, є людський фактор, а саме колективні дії всього штату компанії: від найнижчих робочих позицій до найвищих ланок менеджменту.

Рекомендації: донесення до топ-менеджменту всіх переваг зеленого офісу, а також мотивація працівників до втілення принципів ЗО, наприклад, надання бонусів працівникам за успішне впровадження принципів ЗО та дотримання екологічних правил компанії або оголошення конкурсу на кращого «зеленого» працівника чи відділу.

3. Незалежно від рівня інтегрованості принципів зеленого офісу до діяльності українських компаній, для більшості опитаних представників було важко відповісти на запитання про економічний фактор, пов'язаний із впровадженням дружніх до навколишнього середовища заходів. Так менеджерам було складно однозначно окреслити, наскільки витратними є програми та визначити

наявність у компанії окремого бюджету на розробку / реалізацію програм зеленого офісу та його обсяг. Ще складнішим виявилось питання оцінювання економічного ефекту від впровадження принципів зеленого офісу – небагато українських компаній ведуть статистичні підрахунки результатів наявних екологічних програм та, відповідно, не мають даних про те, скільки коштів вдалося заощадити завдяки впровадженню заходів, орієнтованих на збереження ресурсів та захист довкілля.

Рекомендації: посилити / ввести моніторинговий компонент ЗО, у тому числі, аби і залучитися підтримкою менеджменту. Особливо на перших етапах вкрай необхідно обґрунтовувати економічний зиск від впровадження програми: регулярно збирати та аналізувати повний обсяг фінансової інформації з впровадження зеленого офісу та публікувати ці дані у звітах. Лише за таких умов можна розраховувати на підтримку програми керівництвом та отримання необхідних коштів на її реалізацію. Світова практика свідчить, що довгострокові інвестиції в деякі аспекти зеленого офісу хоча і є затратними спочатку, мають високий відсоток окупності.

4. Більшість опитаних українських компаній успішно справляються з інформуванням про власні програми зеленого офісу як на внутрішньому, так і зовнішньому рівнях. Комунікація зазвичай відбувається за допомогою таких інструментів: корпоративних видань (журнали, газети, бюлетені), Інтернет-ресурсів (корпоративні сайти, системи Інтранет, розсилки електронною поштою), засобів прямої візуальної комунікації (інформаційні дошки, наклейки, плакати, оголошення). Для зовнішньої комунікації найчастіше використовується «зелений підпис» наприкінці електронних листів, який має на меті популяризацію принципів зеленого офісу серед клієнтів та партнерів компанії.

5. Опитані компанії, які усвідомили користь від системного підходу до реалізації принципів зеленого офісу, можна умовно поділити на дві групи за критерієм співвідношення між реальними справами та них їхнім рекламуванням.

Одна група компаній ставиться до зеленого офісу здебільшого як до приводу для власного піару. В таких випадках компанія впроваджує один чи два простих заходи, наприклад, друк на чернетках або «зелений підпис» наприкінці електронних листів, і при цьому активно комунікує ці нескладні дії широкій громадськості.

Інша група компаній, навпаки, використовує системний підхід до впровадження зеленого офісу: підприємства інвестують в інноваційні ресурсозберігаючі технології, втілюють диверсифіковані програми утилізації, практикують вторинну переробку та екологічні закупівлі, проте недостатньо інформують громадськість про свій успішний досвід.

Рекомендації: зберігати баланс між тими реальними діями компанії на шляху реалізації дружніх до навколишнього середовища заходів (як частини корпоративної соціальної відповідальності компанії) та ефективною комунікаційною стратегією з метою інформування громадськості та, як наслідок, популяризації концепції ЗО, надання позитивного прикладу та виявлення лідерства.

ПРИКЛАДИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗО В УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЯХ

Наступний розділ присвячений конкретним прикладам зеленого офісу, що реалізуються українськими компаніями. Приклади наведені в алфавітному порядку за назвами компаній. Кожен приклад ми описуємо, аналізуючи досвід компанії через призму системи закупівель, використання ресурсів та їх утилізації. За можливістю виокремлюються питання результативності заходів та їх економічної ефективності. Окремо у прикладах виділено питання комунікації цінностей ЗО всередині та зовні організації.

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ КОМПАНІЄЮ «АСТЕЛІТ»

| | |
|---|-------------------------------------|
| Назва компанії: | ТОВ «Астеліт» (TM life:)) |
| Сектор бізнесу: | Телекомунікації / Мобільний зв'язок |
| Кількість працівників в офісі / офісах: | 1284 (станом на кінець 2008 року) |

Досьє

life:) – GSM-оператор мобільного зв'язку, почав роботу в Україні в січні 2005 року. Станом на початок 2009 року входить у трійку найбільших операторів країни, займаючи 21 % ринку та обслуговуючи 11,5 мільйонів абонентів. Мережа life:) покриває 84 % території країни і 94 % населення. Єдиний GSM-оператор в Україні з українським капіталом.

ТОВ «Астеліт» є прикладом компанії, яка практикує економне використання паперу шляхом залучення інноваційних інформаційних систем. Крім того, програма зеленого офісу компанії «Астеліт» включає енергозбереження та зменшення вуглецевого сліду підприємства.

З метою переведення всіх адміністративних запитів щодо життєдіяльності офісу в електронний режим для компанії було розроблено спеціальну інформаційну систему управління бізнес-процесами BPMS. Система є унікальною технологічною розробкою, яка впроваджена тільки в офісах ТОВ «Астеліт» та його акціонера «Turkcell». Програма BPMS дозволяє подавати запит на вирішення певних завдань до конкретного департаменту та відслідковувати його виконання. Зареєстровані у системі запити, на відміну від запитів, надрукованих на папері, не можуть загубитися та підлягають обов'язковому виконанню. Завдяки цьому система BPMS не тільки повністю виключає використання паперу, а й значно економить час працівників.

Задля зменшення паперового документообігу в компанії також впроваджені електронні сховища документів (електронний архів), які працюють на інформаційних платформах SAP, Adobe, Share Point. Сховища містять бібліотеку корпоративних документів компанії, всі інструкції та правила, дані про всіх працівників компанії та їхні функціональні обов'язки, новини. Кожний працівник має доступ до своєї персональної інформації: може самостійно сформувати виписку про нараховану заробітну плату, подати заявку на відпустку, відстежити її затвердження.

Наразі в ТОВ «Астеліт» розпочато процес впровадження цифрового підпису, що дозволить повністю відмовитись від використання паперових копій документів та прискорить роботу

з абонентами завдяки підпису контрактів та заявок в електронному режимі. Цифровий підпис дає можливість не роздруковувати контракти для передачі абонентам. Вони мають змогу поставити цифровий підпис на документі, а потім повернути його у компанію для подальшого візування та збереження в архіві. Таким чином, ТОВ «Астеліт» не тільки скорочує паперовий документообіг у власному офісі, а й у відносинах із клієнтами. З огляду на те, що компанія має понад 11,5 мільйонів абонентів, ефект від впровадження цифрового підпису може бути дуже суттєвим.

Використання компанією програмного забезпечення, яке дозволяє опитувати працівників в електронному режимі, також покликано зменшити кількість використаного паперу. Так, якщо ТОВ «Астеліт» залучає до проведення опитувань сторонню компанію, перевага завжди віддається електронному формату.

ТОВ «Астеліт» використовує відео конференції замість частих подорожей, що дозволяє поліпшити взаємодію з представництвами в регіонах, скоротити кількість відряджень, зекономити кошти та зменшити вуглецевий слід компанії. За власними підрахунками компанії впровадження системи відеоконференцій дозволяє скоротити викиди CO₂ на 13–18 % на рік. Зменшенню вуглецевого сліду також сприяє політика компанії щодо використання транспорту, а саме заохочення працівників до користування громадським транспортом. Для стимулювання працівникам надається спеціальна матеріальна компенсація (оплата за проїзд).

Заходи зеленого офісу ТОВ «Астеліт» реалізуються на етапі закупівель. Так, поряд із придбанням програмного забезпечення для управління бізнес-процесами, при закупівлі

надається перевага техніці з найвищим із наявних на ринку можливим класом енергоефективності. За оцінками менеджменту компанії більшість екологічно дружніх програм, які втілені на підприємстві, повністю виправдані з економічної точки зору, оскільки приносять компанії не лише економію коштів при закупівлі паперу (що відчутно лише в довгостроковій перспективі), а й загалом підвищують продуктивність компанії. У найближчих планах ТОВ «Астеліт» – запровадження підрахунку заощаджених в результаті таких програм коштів, щоб оцінити їх економічну ефективність.

Отже, ТОВ «Астеліт» є прикладом компанії, яка реалізовує принципи зеленого офісу одночасно із оптимізацією бізнес-процесів шляхом використання інформаційних технологій, які зменшують використання матеріальних ресурсів. А саме: всі програмні рішення, які впроваджуються в компанії, направлені на переведення документообігу в електронний формат, скорочення витрат паперу, економії електроенергії та запровадження відео-конференцій. Ці дружні до довкілля заходи допомагають підвищити продуктивність праці та ефективність внутрішніх процесів компанії, які в результаті підвищують її конкурентоздатність та дохідність.

Досвє

Компанія «ВОЛЯ» є національним українським провайдером і надає комплекс сучасних телекомунікаційних послуг: кабельне цифрове телебачення, високошвидкісний доступ до Інтернету, відео-на-замовлення, голосовий зв'язок, а також послуги найбільшого в Україні дата-центру.

«ВОЛЯ» запровадила дружні до довкілля заходи з моменту створення компанії у 2000 р. На підприємстві з самого початку було впроваджено електронний документообіг та діяла програма зі збереження електроенергії, проте ці ініціативи не були оформлені в окрему програму. Нові ініціативи надходили від самих працівників, які займалися цими питаннями під час виконання своїх обов'язків і були зацікавлені у раціональному використанні ресурсів. Тобто причина була проста – економія коштів.

Усвідомлюючи необхідність стратегічного підходу до економії та екологічної відповідальності, в 2008 році компанія запровадила зелений офіс як програму, яка достатньо чітко означила «зелені» позиції як стратегію компанії в корпоративних положеннях. Такий крок став поштовхом для нової хвилі «зеленого руху» в компанії: проведене вибіркове опитування співробітників виявило, що 84 % працівників підтримують ідею зеленого офісу.

У документі «Стратегія зеленого офісу до 2012 року» компанія «ВОЛЯ» визначила наступні обов'язкові кроки: щомісячний моніторинг використання ресурсів, перехід на закупівлю продукції та матеріалів, що мають екологічне маркування, відпрацювання

СТРАТЕГІЯ ЗЕЛЕНОГО ОФІСУ КОМПАНІЇ «ВОЛЯ»

| | |
|---|----------------------------|
| Назва компанії: | «ВОЛЯ» |
| Сектор бізнесу: | Зв'язок та телекомунікації |
| Кількість працівників в офісі / офісах: | понад 3000 |



механізму передачі на утилізацію техніки та меблів, вдосконалення програми зі збереження тепла у приміщеннях та ін. Згідно зі Стратегією, в перспективі ці заходи можуть корегуватися з планами компанії і залежатимуть від загальної економічної ситуації в країні.

Більш того, скориставшись досвідом національних фахівців та експертів у сфері зеленого офісу та ознайомившись зі світовим досвідом, «ВОЛЯ» створила *ініціативну групу* із системного впровадження екологічно дружніх заходів, яка називається «Зелена команда» і наразі нараховує 140 осіб у 19 містах України. Команду складають працівники-активісти, які брали участь в обговоренні Стратегії зеленого офісу.

Особливістю програми «Зелений офіс» в компанії «ВОЛЯ» є акцент на *просвітництві та інформуванні*. З метою підвищення екологічної грамотності та відповідальності у співробітників та створення механізму самоконтролю за використанням ресурсів було розроблено *6-етапну інформаційну кампанію* з роз'яснення принципів зеленого офісу з їх поетапним впровадженням в щоденну роботу офісу. В усіх шести основних етапах кампанії під назвою «Приховані можливості офісу» йдеться про важливість свідомого ставлення працівників до використання паперу, води, електроенергії та інших ресурсів, якими користуються в офісі. Кожен з етапів триває близько двох місяців, розпочинається з розсилки інформаційної листівки по внутрішній інформаційній системі – Інтранету, розміщення його на інформаційних дошках, а також передбачає обов'язкове проведення масових просвітницьких

акцій (корпоративні тренінги, семінари, тематичні акції, конкурси для співробітників тощо) для засвоєння інформації працівниками.

На кожному етапі програми працівники засвоюють певні навички, які потім втілюють на практиці, наприклад, використання друку з двох сторін, друк на папері, використаному з одного боку, збір непотрібного паперу в певному місці. В деяких офісах компанії в якості мотивації технічний персонал має можливість зараховувати до заробітної плати гроші, виручені від здавання макулатури.

Усі дочірні підприємства компанії «ВОЛЯ» є активними учасниками програми «Зелений офіс». Усі члени зеленої команди, як і будь-який співробітник компанії, мають доступ до Інтранету, де серед програмних документів компанії можна знайти Стратегію зеленого офісу. Інформування про окремі етапи зеленої кампанії реалізується через веб-сайти кожної з дочірніх компаній, через дошки оголошень, які є в кожному офісі, а також за допомогою корпоративного видання «Воля-Діалог», що виходить щомісяця.

Отже, завдяки системному підходу до запровадження принципів зеленого офісу в діяльність компанії, потужній інформаційній кампанії, «ВОЛЯ» одночасно вирішує низку поставлених завдань: від економії коштів та утворення міцної команди до покращення своєї відповідальності за якість навколишнього середовища.

ІНФОРМАЦІЙНА КАМПАНІЯ ВАТ «КОНЦЕРН ГАЛНАФТОГАЗ»

| | |
|---|--|
| Назва компанії: | ВАТ «Концерн Галнафтогаз» |
| Сектор бізнесу: | Роздрібна торгівля нафтопродуктами, супутніми товарами та послугами через власну мережу АЗК «ОККО» |
| Кількість працівників в офісі / офісах: | 1284 (станом на кінець 2008 року) |

Досьє

Основним напрямком діяльності ВАТ «Концерн Галнафтогаз» є роздрібна торгівля нафтопродуктами, супутніми товарами та послугами через власну мережу АЗК «ОККО». Станом на 01.07.2009 ВАТ «Концерн Галнафтогаз» оперував 291 АЗС, в тому числі 268 АЗК «ОККО». АЗС концерну працюють в 21 областях України і Автономній Республіці Крим. Через власну мережу АЗК «ОККО» ми пропонується високоякісне пальне здебільшого європейського виробництва, а також різноманітний перелік сервісів на заправних комплексах: мийки та стоянки для легкових і вантажних авто, підкачка коліс, шиномонтаж, магазини з широким асортиментом товарів, заклади харчування, душеві, пральні, безкоштовний інтернет тощо. Інші напрямки діяльності підприємства включають послуги низки акредитованих лабораторій на проведення вимірювань якості нафтопродуктів, реалізацію нафтопродуктів великим і малим гуртом, а також надання послуг по їх транспортуванню та зберіганню.

«Концерн Галнафтогаз» з моменту свого заснування дотримувався екологічних норм у своїй діяльності, а на шлях активного збереження довкілля став в листопаді 2008 року, розпочавши впровадження програми «Зелений офіс» в головному офісі компанії, де працюють понад 500 осіб, та офісах компанії холдингу «Універсальна Інвестиційна Група» (СК «Універсальна», «Концерн Хлібпром»). Головним чином програма «Зелений офіс» у компанії втілюється Сектором охорони навколишнього середовища, достатньо унікальним для України структурним підрозділом, що займається лише питаннями охорони довкілля. В секторі працює компетентний персонал, який професійно оперує екологічними аспектами та сприяє створенню офісу, де максимально ощадно ставляться до ресурсів.

У програму «Зелений офіс» компанія включила такі елементи 3О: збереження ресурсів, сортування відходів, інформаційна кампанія та роз'яснювальна робота серед співробітників, клієнтів та партнерів, впровадження принципів 3О в систему закупівель, зменшення впливу на довкілля від транспорту.

З метою збереження ресурсів на кожному поверсі головного офісу компанії поблизу принтерів та ксероксів встановлені спеціальні контейнери для паперового сміття та розклеєні інформаційні наклейки у кожному кабінеті, які нагадують працівникам підприємства не залишати на ніч увімкненими будь-які електроприлади, використовувати опцію двостороннього друку на принтерах, вимикати воду тощо.

Окрім раціонального використання ресурсів, в рамках програми «Зелений офіс» компанія роздільно сортує сміття і здає його на вторинну переробку. Кожні два тижні, починаючи з листопада 2008 року, головний офіс «Галнафтогазу» здає підприємству «Львівторресурси» 150–200 кг макулатури. Загалом, починаючи з травня 2008

року, 500 працівників «Галнафтогазу» здали близько 3 тонн макулатури.

У 2009 році «Концерн Галнафтогаз» почав впроваджувати програму «Зелений офіс» і в мережі АЗК «ОККО». Для початку, на п'ятьох львівських автозаправних комплексах у лютому 2009 року було встановлено спеціальні контейнери для збирання поліетилену і пластику. За півроку дії програми було зібрано 496 кг поліетилену та ПЕТ-пляшок та передано на вторинну переробку (отримано 246 грн. за зданий поліетилен та близько 600 грн. заощаджено на вивозі твердих побутових відходів з АЗС).

ВАТ «Концерн Галнафтогаз» вважає, що найголовніше у впровадженні зеленого офісу – це роз'яснювальна робота та інформація, оскільки усвідомлення проблеми і розуміння участі кожного у зменшенні забруднення та збереженні довкілля зумовлює зміну поведінки працівників. Цільовою аудиторією інформаційної кампанії «Галнафтогазу» в рамках зеленого офісу є не лише працівники, а й клієнти підприємства. Так, на території АЗК «ОККО», де встановлені контейнери для окремого збору поліетилену та ПЕТ розміщено наклейки для інформування клієнтів щодо дії такої програми та заохочення до участі у ній. Окрім цього, для мережі АЗС додатково розроблені тематичні наклейки, які закликають до раціонального використання зовнішнього світла та економії води під час автономки.

Компанія активно пропагує принципи зеленого офісу серед своїх партнерів. Так, вихідні електронні повідомлення компанії містять підпис: «Не роздрукуйте це повідомлення. Бережіть довкілля». Більш того, «Галнафтогаз» проводить семінари із впровадження зеленого офісу для інших компаній та активно бере участь у різноманітних форумах із соціальної відповідальності, де передає власний досвід.

Показовою є також політика підприємства щодо закупівлі. «Концерн Галнафтогаз» при закупівлі звертає увагу на екологічне маркування, сертифікацію підрядника за стандартами ISO 14000, а також на те, чи є в підприємстві підрядника відділ з охорони навколишнього середовища та єдина екологічна політика. Більшість із вищезгаданих критеріїв зазначені в тендерах підприємства.

На підприємстві використовується альтернативний підхід до питання утилізації офісної та оргтехніки. Справні електронні пристрої, що через свою

Контейнери та інформаційні таблиці для збору макулатури в головному офісі та офісах філій ВАТ «Концерн Галнафтогаз»





застарілість перестають відповідати вимогам підприємства, однак ще можуть експлуатуватись, передаються благодійній організації «Оселя», яка потім розподіляє дані пристрої по школах, дитячих будинках та інших організаціях.

Для зменшення викидів від транспортних засобів, які є одним з головних джерел забруднення атмосферного повітря у всьому світі, «Галнафтогаз» запровадив диспетчеризацію власного службового транспорту. Для поїздки у відрядження рекомендуваним є використання залізничного транспорту. Для зручності велосипедистів підприємства у внутрішньому дворі головного офісу Компанії є велосипедна стоянка.

Концепція зеленого офісу концерну «Галнафтогаз» спрямована як на ощадливе поводження з ресурсами, так і на суттєву економію коштів, якої можна досягнути грамотним використанням електроенергії, води та інших ресурсів. Наприклад, за вісім місяців реалізації програми споживання електроенергії в головному офісі зменшилось більше ніж на 2000 кВт/год (понад 1000 грн економії щомісяця на комунальних платежах).

Отже, проект «Зелений офіс» для концерну «Галнафтогаз» – це не лише можливість по-новому побудувати господарську діяльність, а й нагода для інших підприємств та установ, наприкладі «Галнафтогазу», пересвідчитися в тому, що дружні до довкілля заходи є дієвими і для свого втілення не потребують значних матеріальних ресурсів та зусиль.



Інформаційні наклейки в офісах підприємств ВАТ «Концерн Галнафтогаз» та підприємств «Універсальної інвестиційної групи»



Намагайтесь друкувати з обох сторін аркуша (біля принтерів)



Не забудьте закрити кран (біля умивальників в туалетах та мийок на кухнях)



Інформаційні наклейки в офісах підприємств ВАТ «Концерн Галнафтогаз» та підприємств «Універсальної інвестиційної групи»



Не забудьте вимкнути світло (біля усіх вимикачів у службових та загальних приміщеннях)



Встановлюйте оптимальний температурний режим в обігрівачах та кондиціонерах



Наприкінці робочого дня вимкніть монітор, кондиціонер, світло, зарядні пристрої, принтери, факси тощо (у кожному кабінеті)



Наливайте до електрочайника стільки води, скільки потрібно для споживання в даний момент (біля усіх електрочайників)

ПРОГРАМА ЗЕЛЕНИЙ ОФІС ВАТ КБ «НАДРА»

| | |
|--|--|
| Назва компанії: | ВАТ КБ «Надра» |
| Сектор бізнесу: | Фінансові послуги, банківська сфера |
| Кількість працівників в офісі / офісах: | 9000 |

Досьє

Свою діяльність ВАТ КБ «Надра» розпочав 26 жовтня 1993 року. Розвинена регіональна мережа (банк присутній в кожному регіоні України) налічує близько 700 відділень, мережа банкоматів – близько 1150 одиниць, кількість POS-терміналів – 4750.

«НАДРА БАНК» є одним із лідерів приватного сектору в Україні у впровадженні концепції «Зелений офіс» як підходу до зменшення впливу на навколишнє середовище організацій офісного типу. Перші кроки щодо застосування екологічно дружніх заходів «НАДРА БАНК» здійснив ще у 2007 році, започаткувавши екологічну програму «Зелений офіс» у Центральному офісі компанії. Пізніше програма стартувала в Дніпропетровському, Львівському, Черкаському, Сумському регіональних управліннях.

Програма «Зелений офіс» у «НАДРА БАНКУ» відзначається системністю підходу до її реалізації. В основу екологічної програми компанії закладені найкращі світові приклади в сфері «Зеленого

офісу», а також національний досвід, з якими «зелена команда» банку ознайомилася в результаті співпраці з експертами Національного університету «Києво-Могилянська академія».

Програма «Зелений офіс» «НАДРА БАНКУ» передбачає наступні елементи:

- використання в роботі паперу, виготовленого з найменшим впливом на навколишнє середовище, що реалізується через системи закупівель;
- втілення програми електронного документообігу «Діло»;
- централізований збір використаного офісного паперу з його наступною передачею в центри переробки;
- використання енергозберігаючих ламп;
- встановлення резервуарів з питною водою та забезпечення офісів банку фільтрами для очищення води замість закупівлі води у ПЕТ-пляшках;
- придбання меблів, побутової та офісної техніки, що мають сертифікати, які підтверджують їх безпеку для здоров'я;
- передача старих меблів, техніки і використаних люмінесцентних ламп на утилізацію;
- поступова заміна одноразового пластикового посуду на багаторазовий або, за необхідністю, на паперовий.

Головне завдання програми – змінити ставлення співробітників банку до теми збереження навколишнього середовища, сформувати індивідуальну відповідальну позицію кожного з них. З цією метою компанією розроблена та впроваджена інформаційна кампанія у вигляді роз'яснювальних наклеюваних та інформаційних повідомлень у внутрішніх корпоративних ресурсах (сайт, розсилки, корпоративний журнал тощо). Наклейки з інформацією про те, як працівники можуть заощадити ресурси компанії були розміщені у місцях загального користування та біля офісної техніки. Для подальшого роз-

виту 30 регулярно проводяться інформаційні семінари для відповідальних за втілення програми працівників. Також інформація про 30 включена в інструктаж з корпоративної культури для кожного нового працівника «НАДРА БАНКУ».

За перші кілька місяців впровадження зеленого офісу «НАДРА БАНКОМ» було досягнуто значних результатів. Зокрема, лише завдяки установці в кожному кабінеті роздільних кошиків для паперу і побутового сміття за перший рік впровадження було зібрано більше ніж 3 тонни макулатури. Це, за підрахунками екологів, може бути еквівалентно збереженню 55–57 дерев, економії 90 000 л води і перешкоджанню викиду в повітря 90 кг шкідливих речовин. Більше ніж 50 % ламп у банку є енергозберігаючими. Проведено утилізацію старих меблів і техніки.

У рамках зеленого офісу реалізується програма технічної допомоги неурядовим організаціям: вся електроніка, що для банку вважається застарілою, але є функціональною та знаходиться в робочому стані, безплатно передається громадським організаціям, благодійним фондам тощо. Отже, кількість електроніки, яка дійсно підлягає утилізації, зменшується приблизно на 2/3.

Послугуючись досвідом «НАДРА БАНКУ», навіть системне запровадження програми «Зелений офіс» на перших етапах не зумовлює значних витрат для підприємства. Так, вартість паперу з екологічним сертифікатом за ціною є паритетним вартості звичайного паперу. Те саме стосується закупівлі меблів з екологічними сертифікатами. Вартість енергозберігаючих ламп хоча і вища за звичайні, але окупується за 9–10 місяців їх використання завдяки скороченню споживання електроенергії в 5–10 разів.

Отже, «НАДРА БАНК» є прикладом компанії, яка системно взялася впроваджувати принципи 30,

запровадила низку ілюстративних практик і довела, що це не вимагає значних додаткових матеріальних затрат на початковій стадії їх реалізації.

15-РІЧНА ТРАДИЦІЯ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ В ЗАТ «ОБОЛОНЬ»

| | |
|---|--|
| Назва компанії: | Закрите акціонерне товариство «Оболонь» |
| Сектор бізнесу: | Виробництво пива / безалкогольних напоїв |
| Кількість працівників в офісі / офісах: | Головний завод у Києві – більше ніж 3800, усі структурні підрозділи – 7500 |

Досьє

ЗАТ «Оболонь» – провідний національний виробник пива, безалкогольних та слабоалкогольних напоїв, мінеральної води.

Головний завод «Оболонь» у Києві налічує більше ніж 3800 працівників і має масштабне виробництво, що в свою чергу призводить до утворення великої кількості побутових та інших відходів. Тож «Оболонь» впроваджує заходи для реалізації принципів зеленого офісу, котрі значно пом'якшують вплив компанії на довкілля і сприяють вихованню екологічної культури у працівників.

Перші кроки до впровадження екологічно дружніх заходів були зроблені менеджментом компанії в 90-х роках ХХ ст. Впровадження ресурсозберігаючих технологій в офісі розпочалося ще у 1995 році

зі встановлення датчиків руху для контролю за освітленням та фотоелементів в умивальниках для контролю за витратами води. Станом на червень 2009 року в приміщеннях загального користування (коридорах, сходах, туалетах), усіх адміністративних та виробничих приміщеннях підприємства використовується система гнучкого керування освітленням за допомогою датчиків руху. Для зменшення витрат тепла в офісах компанії вікна і двері замінені на металопластикові.

Компанія активно практикує вторинну переробку через систему роздільного збору відходів. Її офіси обладнані контейнерами для різних видів використаних ресурсів (пластикових пляшок та паперу). Макулатуру ЗАТ «Оболонь» систематично здає для переробки підприємству «Обухівторресурс». Так, у 2008 році було здано 600 тонн макулатури з головного майданчика компанії, де близько 1 % від вищезазначеної цифри складає макулатура з офісу. Також компанія належним чином утилізує відпрацьовані лампи, елементи освітлювальних приладів та електронне обладнання.

З метою зменшення вуглецевого сліду ЗАТ «Оболонь» організовує щоденний трансфер для своїх офісних робітників і працівників цехів із житлових масивів «Троещина», «Виноградар» та від станції метро «Петрівка» у м. Києві. Таким чином, компанія не тільки створює комфортні умови проїзду для співробітників, а й заохочує працівників не використовувати власні автомобілі, що зменшує обсяг викидів CO₂ в атмосферу.

У ЗАТ «Оболонь» проводиться інформування всіх працівників про принципи зеленого офісу за допомогою корпоративного журналу та низки корпоративних заходів: селекторні наради та «дні якості» з залученням усіх регіональних директорів. Ця внутрішня інформаційна кампанія спрямована на заохочення до застосування принципів

ощадливого і дружнього ставлення до довкілля не лише в офісі, а й у побуті.

Отже, ЗАТ «Оболонь» є прикладом компанії, яка найдовше успішно впроваджує принципи зеленого офісу задля економії ресурсів. Вплив існуючих елементів зеленого офісу «Оболонь» розширює за рахунок поширення на діюче виробництво нових «зелених» технологій та формуючи єдину систему розумного використання ресурсів.

РЕСУРСОЗБЕРІГАЮЧІ ПРАКТИКИ НАСК «ОРАНТА»

| | |
|---|---------------|
| Назва компанії: | НАСК «Оранта» |
| Сектор бізнесу: | Страховання |
| Кількість працівників в офісі / офісах: | 9000 |

Досьє

Національна акціонерна страхова компанія (НАСК) «Оранта» є правонаступницею «Укрдержстраху», заснованого 25 листопада 1921 року. У 2007 році компанія стала приватною, що сприяло поліпшенню структури активів НАСК «Оранта», збільшенню власного капіталу та підвищенню її платоспроможності. Нині НАСК «Оранта» – найбільша страхова компанія класичного страхового ринку України, її частка складає близько 12 %. Компанія має найбільшу представницьку мережу в усіх регіонах України – 28 дирекцій та 800 відділень.

НАСК «Оранта» має багаторічну традицію заощадження ресурсів. Ще в радянські часи компанія, на той час – «Укрдержстрах», провадила пропаганду економії світла, тепла та води за допомогою агітаційних матеріалів та роботи з персоналом. В 2004 році з приходом у компанію нового керівництва, орієнтованого на відповідність компанії міжнародним бізнес–досвідом та стратегічний підхід до ресурсозбереження та екологічної відповідальності, офісні приміщення НАСК «Оранта» були переобладнані з використанням сучасних енергозберігаючих технологій. В 2008 році зі вступом компанії до Глобального Договору ООН НАСК «Оранта» запровадила «Зелений офіс» як програму, систематизувавши екологічно дружні заходи, які вже існували в компанії, та доповнила її новими діями в рамках зеленого офісу. З 2009 року в компанії існує розпорядчий документ, який формалізує «Зелений офіс» у корпоративних положеннях.

З метою ресурсозбереження та економії коштів в НАСК «Оранта» діють декілька програм, направлених на заощадження різних видів ресурсів. Економне використання паперу є одним із ключових напрямків, а програма електронного документообігу була започаткована компанією ще у серпні 2002 року. Для реєстрації та контролю за виконанням документів у головному офісі компанії застосовується програмне забезпечення – Система електронного документообігу (СЕД) «Геркулес», призначена для автоматизації та контролю всього комплексу інформаційно–технологічних процесів оформлення, обліку та виконання електронних документів у сфері адміністративного управління. Автоматизовані реєстраційні бази даних забезпечують працівників інформацією про всі документи і місце їх знаходження в банку реєстраційних даних, а пошук інформації здійснюється централізовано. СЕД не тільки дозволяє повністю виключити використання паперу в адміністративних потребах, а й дає



можливість здійснювати контроль за виконавчою дисципліною, що значно економить час як керівництва, так і працівників.

Енергозбереження в компанії проводиться шляхом дотримання екологічно–дружнього підходу до політики закупівель та роз'яснювальної роботи з персоналом. Так, всі офісні приміщення НАСК «Оранта» обладнані сучасними системами кондиціонування повітря, які налаштовані на автоматичне вимкнення після закінчення робочого дня, батареї обладнані терморегуляторами, а офісна техніка має маркування «Energy Star». В розрізі роз'яснювальної роботи, співробітники компанії поінформовані про важливість переводити техніку в «сплячий режим» та не залишати її увімкненою без потреби, регулярно повідомлення з цього приводу в компанії здійснює управління з роботи із персоналом шляхом електронних розсилок.

Задля збереження води туалетні кімнати в офісах компанії обладнані унітазами з функцією неповного зливу бачка. Вся сантехніка проходить регулярну інспекцію на предмет справності та протічок. Додатково в компанії встановлені кулери із питною водою як альтернатива воді у пластикових пляшках.

З метою зниження вуглецевого сліду в головному офісі компанії обладнані 2 кухні / кафетерії, що дозволяє працівникам компанії харчуватися, не залишаючи офісу. Також у НАСК «Оранта» існує ростер офісних автомобілів, який працює в режимі попереднього запису за вимогою і дозволяє об'єднувати декількох працівників в їхніх роз'їздах поза офісом. НАСК «Оранта» як страхова компанія, яка має найбільшу кількість регіональних представництв в Україні та виробничу необхідність оперативного зворотного зв'язку, активно використовує сучасні інформаційні технології для проведення селекторних нарад з директорами обласних дирекцій, що дозволяє значно економити на організації відряджень.

Компанією проводиться інформаційна кампанія, орієнтована на всіх працівників з метою просвітництва, заохочення персоналу до участі в програмі «Зеленого офісу» та ощадливого ставлення до ресурсів. В корпоративній газеті «Оранта», яка публікується раз на місяць та розповсюджується в усіх регіональних офісах та відділеннях компанії, на початку 2009 року започаткована рубрика, присвячена заходам в рамках зеленого офісу. Найоперативніша інформація про конкретні заходи в рамках програми зазвичай повідомляється персоналу за допомогою електронної розсилки від керівництва. Інформація про програму «Зелений офіс» включена до адаптаційного семінару, через який проходять усі співробітники при наймі на роботу, також у рамках програми проводяться тренінги для працівників із впровадження компанією екологічно дружніх заходів.

НАСК «Оранта» активно поширює досвід зеленого офісу: спеціалісти компанії беруть участь у заходах з екологічної відповідальності бізнесу, які проводяться в Україні, та презентують свої досягнення з метою обміну досвідом. Додатково готуються матеріали про основні етапи виконання програми «Зелений офіс» для надання всім зацікавленим сторонам та для розміщення на офіційному сайті компанії задля загальноного доступу.

Нині НАСК «Оранта» лише розпочинає процес комплексного аналізу економічної ефективності від впровадження принципів зеленого офісу, проте менеджмент компанії впевнений, що екологічно дружні програми, які вже втілені на підприємстві, дозволять НАСК «Оранта» в майбутньому значно заощаджувати кошти на обслуговування офісів завдяки економії та повторному використанню ресурсів.

ВТОРИННА ПЕРЕРобКА ВІДХОДІВ ТОВ «ТЕТРА ПАК»

| | |
|---|---|
| Назва компанії: | ТОВ «Тетра Пак», ДП «Тетра Пак Україна» |
| Сектор бізнесу: | Пакувальні матеріали для харчових продуктів |
| Кількість працівників в офісі / офісах: | 84 / 192 |

Досьє

Компанія «Тетра Пак» – світовий лідер з виробництва систем переробки і упаковки рідких і пастоподібних харчових продуктів. Компанія має представництва в 165 країнах світу. В Україні компанія була заснована в 1989 році.

Перші кроки до впровадження концепції зеленого офісу в Україні були зроблені в 2007 році. Менеджмент переконаний, що статус лідера в індустрії неможливий без відповідального підходу до бізнесу, орієнтованого на сталий розвиток та екологічно дружні технології. Підприємство «Тетра Пак» сертифіковане за стандартом ISO 14001, який вимагає від компанії постійне зменшення негативного впливу на навколишнє природне середовище та спрямовує діяльність компанії на постійне покращення її природоохоронних показників. Цій меті слугують і заходи в межах концепції зеленого офісу: роздільне збирання відходів, ощадливе використання офісних ресурсів, закупівля паперу із вторинної сировини.

В офісі підприємства організовано роздільне збирання відходів. Всі окремо зібрані відходи (пластик, скло, папір, метал) відсортовуються на сортувальному комплексі «Грінко-Центр» для подальшого використання у якості вторинної сировини. Також компанія «Тетра Пак Україна» уклала угоду з компанією, що займається збором вторинних ресурсів.

Здебільшого основними відходами, що підлягають переробці в офісі компанії є папір, картон і упаковка «Тетра Пак» з-під соків та молока. Урни для паперу, що знаходяться під столами працівників, розділені на дві частини: в одну складається папір та картон, а в другу – харчові відходи та інше. На подвір'ї встановлено спеціальний контейнер для картону, куди потрапляє весь картон з виробництва. Контейнер надано в користування компанії «ВЗП-2», яка потім купує цей картон у підприємства для подальшої переробки.

Офіс «Тетра Пак» розміщується на одній території з виробництвом, а тому обсяги відходів тетрапак-упаковки суттєві. При чому, вартість однієї тонни залежить від місячного обсягу і складає в середньому 400 грн. Використана упаковка разом

з технологічними відходами відправляється на картонно-паперовий комбінат «Кронекс-Україна» (Харківська обл.), який займається переробкою відходів упаковки «Тетра Пак».

У контексті збереження ресурсів працівники компанії намагаються максимальну кількість документів не друкувати. Друкуються в основному договори, які мають бути підписані, деякі фінансові документи та вихідна документація. Для офісних потреб закуповується папір, виготовлений з вторинних ресурсів в Україні (Харківська обл.), в тому числі з переробленої упаковки «Тетра Пак».

ШАНОВНІ КОЛЕГИ!

На сьогоднішній день тема замісту докілья являється надзвичайно актуальною для всього людства. Кожен із нас може внести свій вклад, для того, щоб зберегти нашу планету для нашої мрії і кохання.

ЯК РОЗДІЛЯТИ ПОБУТОВІ ВІДХОДИ НА ВАШОМУ РОБОЧОМУ МІСЦІ?

Певно, ви уже звернули увагу на наявність двох кошиків для сміття біля вашого робочого місця. Будь ласка, розділяйте відходи за наступним принципом:

- отримані коробки та використані упаковки з під молока, соками в картоні та інших напоях
- решту харчових продуктів з магазину/кафе/ресторану

ПРИНЦИПИ ЗЕЛЕНОГО ОФІСУ:

- Використайте світло з приміщень після закінчення робочого дня або коли в приміщенні немає потреби
- Використайте роз'єднаний ший комп'ютер, якщо це залишає офіс
- Використайте екологічне офісне обладнання
- Друкуйте, коли це справді необхідно та намагайтесь друкувати з обох сторін аркуша
- Замовляйте 100 кг паперу. Не зберігайте > 3 дерева влітку 10 років

Загальний екологічний відбиток легко можна порівняти, використовуючи сайт: <http://www.ecofootprint.org>

Компанія впроваджує ефективні технології зі скорочення витрат води та електроенергії. Так, всі зливні бачки в офісі та на виробництві розподільні, в кожному туалеті є інформація про те, на яку клавішу треба натиснути, аби використати менше води. Всі змішувачі на кранах натискного типу. В офісі запроваджено (індивідуальні) зонні системи освітлення та використовуються енергозберігаючі лампи, що дозволяє економити до 40 % електроенергії. Також в офісі запроваджено центральне кондиціонування повітря, що дозволяє економити від 12 до 15 % електроенергії у порівнянні з автономним (індивідуальним) кондиціонуванням.

ТОВ «Тетра Пак» переконаний у необхідності гармонійного поєднання прогресивного виробництва, що забезпечує зростання прибутку, із вирішенням природоохоронних та екологічних питань. Для контролю за впливами на навколишнє середовище від своєї діяльності у розрізі принципів зеленого офісу

ТОВ «Тетра Пак» роздільно збирає та переробляє відходи як з офісу, так і з виробництва, закуповує офісний папір, виготовлений з вторинних ресурсів, впроваджує заходи з раціонального використання паперу, а також використовує ефективні технології зі збереження води та електроенергії.

ЕКОЛОГІЧНА ПРОГРАМА ГРУПИ КОМПАНІЙ «ФОКСТРОТ»

| | |
|---|---------------------------|
| Назва компанії: | Група компаній «ФОКСТРОТ» |
| Сектор бізнесу: | Роздрібна торгівля |
| Кількість працівників в офісі / офісах: | 10 000 |



Досьє

Група компаній «ФОКСТРОТ» – одна з найбільших комерційних структур України на ринку побутової техніки та електроніки. Компанія представлена такими торговельними мережами: «Фокстрот», «Фокстрот. Цифрова техніка», «FoxMart», «Техношара», «Секунда», «Montres». Загальна кількість магазинів ГК «ФОКСТРОТ» в Україні й Молдові складає 311.

На підтримку концепції «Зелений офіс» та в рамках приєднання у 2008 році Групи компаній «ФОКСТРОТ» до Національної програми «Go Green», в Керуючій компанії Групи «ФОКСТРОТ» була розроблена власна екологічна програма. Вона містить низку обов'язкових для всіх співробітників

холдингу вимог відносно економії електроенергії, паперу, води, озеленення офісу тощо

У січні 2009 року був затверджений документ-пам'ятка «Про впровадження екологічної програми «Зелений офіс» в діяльність Керуючої компанії ГК «ФОКСТРОТ». Згідно з документом, компанія впроваджує інноваційні методи збереження ресурсів.

Головний канцелярський ресурс – папір для принтерів та копіїв – особлива сторінка в екологічній концепції компанії. В офісах ГК «ФОКСТРОТ» використовується електронна система прийому факсів через комп'ютер. За підрахунками з січня 2008 року по червень 2009 було прийнято більш ніж 500 нероздрукованих факсів тільки в Керуючій компанії. Інші компанії ГК також використовують дану систему, так, з листопада 2008 по червень 2009 року в офісах компанії «Фокстрот. Техніка для дому» прийнято електронною поштою 685 факсів, а в компанії «Мікроприбор» – 137.

Підтримуючи програму 30, працівники роздруковують чернетки на зворотному боці старих документів та читають електронні листи з монітора. Як результат, з початку 2009 року ГК «Фокстрот» замовляє в 5 разів менше паперу. Для збору макулатури в кожному кабінеті встановлено контейнери для відпрацьованого паперу, що централізовано збирається й передається в пункти прийому макулатури.

ГК «Фокстрот» намагається прищепити елемент «зеленої» культури не лише співробітникам. Так, на електронних листах співробітники компанії ставлять підпис: «Будь ласка, не друкуйте цей лист, якщо без цього можна обійтись. УК ГК «ФОКСТРОТ» – за збереження природних ресурсів!». Отже, ГК «Фокстрот» залучає до «зеленого» руху не тільки своїх співробітників, а й клієнтів, партнерів та конкурентів. За підрахунками компанії, близько 50 % людей,

Екологічна пам'ятка компанії «Фокстрот»

«Зелений офіс» заходить у Ваш офіс!

ГК «ФОКСТРОТ» є членом мережі Глобального договору ООН і учасником Національної кампанії «Go Green» («Прямуй на зелене!»), що закликає об'єднувати зусилля всіх секторів суспільства для трансформації України в державу з високим рівнем екологічної свідомості. Керуюча компанія Групи компаній «ФОКСТРОТ» добровільно зобов'язується мислити глобально та показувати приклад, як локально діяти задля вирішення глобальної екологічної проблеми.

Дотримуючись обраного курсу й місії компанії, застосовуючи кращі сучасні технології, використовуючи розумно матеріальні ресурси, орієнтуючись на результат і персональну відповідальність, КК ГКФ впроваджує програму «Зелений офіс».

Електроенергія:

- 1) купуючи, вибираємо енергозберігаюче офісне устаткування;
- 2) використовуємо «режим очікування» для офісної техніки;
- 3) вимикаємо комп'ютери й іншу оргтехніку після закінчення роботи;
- 4) максимально використовуємо природне висвітлення;
- 5) вимикаємо світло, коли в ньому немає потреби.

Папір:

- 1) за можливістю ведемо електронний документообіг;
- 2) друкуюмо й копіюємо тільки тоді, коли це дійсно необхідно;
- 3) друкуюмо із двох сторін аркуша;
- 4) здобуваємо папір, виготовлений з переробленого матеріалу;
- 5) не використовуємо папір із хлорним відбілюванням;
- 6) звертаємо увагу на екологічне маркування;
- 7) використовуємо контейнери для роздільного збору сміття (із цією метою в офісі встановлюються коробки, куди окремо від іншого сміття складається папір і паперові відходи).

Кондиціонування:

- 1) не використовуємо кондиціонер при відкритих вікнах.

Вода:

- 1) використовуємо сучасну сантехніку, яка ощадливо витрачає воду.

Інше:

- 1) використовуємо в оформленні офісу зелені насадження;
- 2) не використовуємо пластиковий посуд (якщо відмовитися від одноразового посуду неможливо, заміняємо його паперовим).

які побачили такий підпис, не друкують отриманий документ (власні дослідження співробітників PR-відділу ГК «ФОКСТРОТ», проведені шляхом анкетування партнерів). Таким шляхом відбувається пасивне залучення сторонніх людей до участі у програмі «Зелений офіс».

У рамках своєї екологічної програми компанія також впроваджує раціональні методи збереження електроенергії: в офісах встановлено люмінесцентні лампи, які використовуються вибірково залежно від індивідуальних потреб приміщення. Так, на першому поверсі головного офісу не освітлюється весь хол, а тільки шлях до ліфту, а у весняно-літній період року адміністративно-господарський відділ не запалює усі лампи одразу, а використовує їх через одну-дві.

Лампи утилізуються наприкінці строку експлуатації. В 10-поверховій будівлі центрального офісу Групи ГК «Фокстрот» у Києві щороку утилізуються 1000 люмінесцентних ламп. Утилізація відбувається в чіткій відповідності з правилами безпеки для людини і довкілля. ГК «Фокстрот» має підписаний договір із спеціалізованою компанією «Катран-плюс», яка 1–2 рази в рік забирає використані лампи для безпечної утилізації.

Положення програми «Зелений офіс» та результати її впровадження повідомляються усім працівникам ГК шляхом регулярного розміщення інформаційних матеріалів в корпоративних виданнях («Новинна стрічка ГКФ» та «Лучшая управляющая компания – ЛУК»). Документ-пам'ятка «Про впровадження екологічної програми «Зелений офіс» в діяльність Керуючої компанії ГК «ФОКСТРОТ» роздрукований та розміщений в рамці в кожному кабінеті центрального офісу ГКФ. На перспективу розробляється механізм залучення до програми ЗО співробітників торговельних мереж, які розвиває Група компаній «ФОКСТРОТ».

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження щодо використання принципів зеленого офісу компаніями України – важливий перший крок до аналізу стану та тенденцій у реалізації принципів ЗО серед українського бізнесу. Звичайно, проведений аналіз має свої обмеження, перш за все, через невелику кількість компаній, що взяли участь в опитуванні, а тому не можна стверджувати, що отримані результати є достатньо репрезентативними. Тим не менш, дослідження дозволяє зробити певні цікаві висновки.

По-перше, українським компаніям бракує системності у підході до реалізації концепції зеленого офісу. Так, «Воля», «Галнафтогаз», «Надра», «Фокстрот» включили її до своєї стратегії розвитку компанії, розробили окремі документи та навіть створили групи людей, які займаються реалізацією принципів ЗО. Але всі ці заходи є лише першими, хоча і надзвичайно важливими, кроками на шляху до системного підходу щодо відповідального ставлення до навколишнього середовища.

По-друге, навіть у найпрогресивніших, з огляду на ЗО, компаніях відсутній регулярний моніторинг екологічної результативності та економічної ефективності, що унеможливає відслідковування прогресу та доцільності витрачання коштів, а також порівняння результатів впровадження ЗО різними компаніями.

По-третє, зелений офіс нині здебільшого сприймається українськими керівниками, як данність моді, а не як стратегічний та економічно обґрунтований аспект діяльності компанії.

По-четверте, спостерігається невідповідність рівня інформування про реалізацію елементів зеленого офісу та реальних справ в обох напрямках: або більше заходів, ніж інформації

про них, або навпаки: менші заходи із широким розголосом.

Підсумовуючи досвід досліджуваних компаній, можна скласти таблицю використання елементів зеленого офісу в Україні. Вона допоможе зацікавленим в покращенні конкретного компонента зеленого офісу відразу перейти до прикладу тієї компанії, яка має його у своїй практиці, або звернутися до компанії за подальшою інформацією.

З огляду на окреслені тенденції і з надією на швидкий вихід із рецесії, можна передбачити подальший розвиток і популяризацію принципів зеленого офісу на ширше коло компаній. Теперішні ж піонери, щоб залишатися лідерами, мають шукати подальші можливості для економічно обґрунтованого зменшення свого впливу на навколишнє середовище. Пришвидшенню цього процесу сприятимуть розповсюдження наявного досвіду компаній в Україні.

Втім, слід зауважити, що після вичерпання потенціалу швидкоокупних та низькобюджетних проєктів, компаніям доведеться звернутися до інвестицій у природоохоронні заходи з очікуванням повернення цих інвестицій не тільки у монетарному,

але й у нематеріальному вираженні (репутація та відносини із зацікавленими сторонами: співробітниками, клієнтами, партнерами, громадою та ін.).

Закордонний досвід також свідчить, що після досягнення певних результатів у реалізації зеленого офісу, виникне потреба у специфічних для сектора шляхів зменшення впливу на довкілля. І тут важливу роль відіграватимуть галузеві асоціації.

Нарешті, зросте значення і роль порівняння результативних показників різних компаній, для чого неминуче покращиться якість моніторингу, а також виникне необхідність у перевірці задекларованих досягнень.

На закінчення, хочемо звернути увагу читача на те, що ми живемо у цікавий період, бо можемо спостерігати поступове перетворення концепції зеленого офісу з екзотичного для приватного сектору в Україні поняття у щоденну практику. Залишається сподіватись, що це призведе до зміни традиційно безгосподарного і недбайливого ставлення до багатств і красоти природи на турботу про її стан заради впевненого майбутнього для нас та наступних поколінь.

Таблиця: Кращі практики елементів зеленого офісу в Україні

| | «Астеліт» | «Воля» | «Галнафтогаз» | «Надра» | «Оболонь» | «Оранта» | «Тетра Пак» | «Фокстрот» |
|---|-----------|--------|---------------|---------|-----------|----------|-------------|------------|
| Стратегічний / програмний документ | | • | • | • | | | | • |
| «Зелена команда» | | • | • | • | | | | |
| Система закупівель | • | • | • | • | | • | • | |
| Збереження ресурсів | • | • | • | • | • | • | • | • |
| Утилізація | | | • | • | • | | • | • |
| Зменшення карбонового сліду | • | | | | • | • | | |
| Інформаційна кампанія | • | • | • | • | • | • | | • |

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА ТА КОРИСНІ ПОСИЛАННЯ

- 1.** Гринпис России. «Зелёный» офис – это реально.
<http://www.greenpeace.org/russia/ru/643172/2045057>.
- 2.** Концепція зеленого офісу. Рекомендації для організацій / Під заг. ред. О Маслюківської.– К.: Унів. вид-во «Пульсари», 2007.– 64 с. http://www.greenoffice.ukma.kiev.ua/files/Zeleny_Ofis.pdf
- 3.** Шеремета Володимир. Поради для екологічно відповідального та економічно вигідного водіння автомобіля. // Сайт Екоклубу «Зелена хвиля»
<http://ecoclub.kiev.ua/index.php?go=Pages&in=view&id=44>
- 4.** Ambec Stefan, Paul Lanoie, Iain Scot. When and Does it Pay to be Green?. –Quebec: CIRANO, 2007. – 34pp. <http://www.cirano.qc.ca/pdf/publication/2007RB-03.pdf>
- 5.** Auckland Environmental Business Network's Green Office Guide: How to Transform your Office into one that's Kinder to the Environment.– 2002.– 40 p. <http://www.greenoffice.org.nz/>
- 6.** City of Portland's Green Office Guide. A Guide to Greening Your Bottom Line through a Resource-Efficient office Environment.–2001.– 46 p.
http://www.oregon.gov/ENERGY/CONS/BUS/docs/Green_Office_Guide.pdf
- 7.** Esty, Daniel, Andrew Winston. Green to Gold: How Smart Companies Use Environmental Strategy to Innovate, Create Value, and Build Competitive Advantage. – Yale University Press, 2006. – 384pp.
- 8.** Green Office Guide 2009: Create a more efficient workplace, buy better office products, measure your success.– Brian Back.– 2009.– 44 p. <http://media.sustainableindustries.com/documents/gog.2009.digi-tal.pdf?email=>
- 9.** Green office guide: A guide to help you buy and use environmentally friendly office equipment.– Commonwealth of Australia.– 2001.–22 p. <http://www.energyrating.gov.au/library/pubs/greenofficeguide.pdf>



ОРАНТА
ОБЕРІГАЄ УКРАЇНУ

8 800 500 50 50

УСІ ДЗВІНКИ ЗІ СТАЦІОНАРНИХ ТЕЛЕФОНІВ
В МЕЖАХ УКРАЇНИ БЕЗКОШТОВНІ www.oranta.ua





Global Compact Network Ukraine

ГЛОБАЛЬНИЙ ДОГОВІР ООН

«Ми бажаємо, щоб бізнес надав практичного значення цінностям та принципам, які об'єднують різні культури та людей в усьому світі»

Пан Гі Мун, Генеральний секретар Організації Об'єднаних Націй

Ініціатива Глобального договору (ГД) була започаткована Генеральним секретарем ООН Кофі Аннаном (1997–2007) під час Світового економічного форуму в Давосі у 1999 році. Він запросив світових лідерів бізнесу приєднатися до ініціативи Глобального договору, яка б об'єднала компанії з агентствами ООН, трудовими організаціями та громадянським суспільством навколо десяти універсальних принципів у сфері прав людини, трудових відносин, охорони навколишнього середовища та протидії корупції. Протягом останніх років Глобальний договір з експериментальної ініціативи перетворився на рух, що об'єднує понад 6000 компаній та інших організацій з більш ніж 130 країн. На сьогодні у світі існує близько 70 локальних мереж ГД у різних країнах. Українська мережа Глобального договору розпочала свою діяльність у 2006 році. Нині вона об'єднує понад 140 членів.

Принципи Глобального договору ООН:

Принцип 1: Ділові кола повинні підтримувати та поважати додержання прав людини, проголошених міжнародним співтовариством.

Принцип 2: Ділові кола повинні забезпечити власну непричетність до порушень прав людини.

Принцип 3: Ділові кола повинні підтримувати свободу асоціацій та на практиці визнавати право на укладання колективних угод.

Принцип 4: Ділові кола повинні виступати за викорінення всіх форм примусової праці.

Принцип 5: Ділові кола повинні сприяти повному зникненню дитячої праці.

Принцип 6: Ділові кола повинні виступати за ліквідацію дискримінації у сфері зайнятості та працевлаштування.

Принцип 7: Ділові кола повинні дотримуватись превентивного підходу до екологічних проблем.

Принцип 8: Ділові кола повинні здійснювати ініціативи, спрямовані на підвищення відповідальності за стан довкілля.

Принцип 9: Ділові кола повинні сприяти розвитку та поширенню екологічно безпечних технологій.

Принцип 10: Ділові кола повинні протидіяти будь-яким формам корупції, включаючи здирицтво.

Представництво ООН в Україні / Ініціатива Глобального договору в Україні

Кловський узвіз, 1, Київ, 01021

Тел. +380 (44) 253 93 63, Факс: + 380 (44) 253 26 07

<http://www.un.org.ua/>, <http://www.globalcompact.org.ua/>