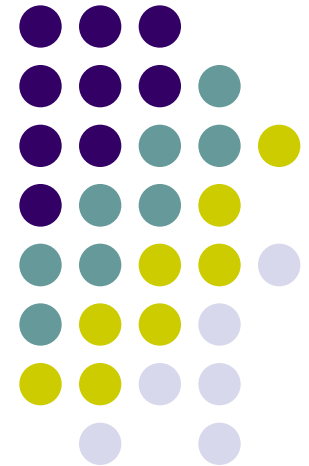


# КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ



Викладач: Кусик Наталія Львівна, к.е.н., доцент

# Корпоративна соціальна відповідальність - вплив бізнесу на суспільство



## Глобальна некомерційна організація "Бізнес для соціальної відповідальності" (Business for Social Responsibility - BSR)

КСВ означає досягнення комерційного успіху різними способами та шляхами, які передбачають вміння цінувати етичні принципи та поважне ставлення до людей, спільнот та навколишнього середовища.

## Міжнародний форум лідерів бізнесу під егідою принца Уельського

Соціальна відповідальність бізнесу — концепція, згідно з якою бізнес, крім дотримання законів та виробництва якісного продукту/послуги, добровільно бере на себе додаткові зобов'язання перед суспільством. КСВ означає просування практик відповідального бізнесу, які приносять користь бізнесу та суспільству та сприяють соціальному, економічному та екологічно стійкому розвитку шляхом максимізації позитивного впливу бізнесу на суспільство та мінімізації негативного.

## Всесвітня рада підприємців зі сталого розвитку (WBCSD)

КСВ – це зобов'язання бізнесу робити все можливе для стабільного розвитку економіки, налагодження трудових відносин з працівниками компанії та їхніми сім'ями, місцевою спільнотою та суспільством загалом для покращення якості їхнього життя.

## Центр системних бізнес-технологій «SATIO»

КСВ - це добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства в соціальній, економічній та екологічній сферах, пов'язаний безпосередньо з основною діяльністю компанії та який виходить за межі певного законом мінімуму.

## Департамент торгівлі та промисловості Великобританії (DTI)

Підприємства з КСВ приділяють увагу посиленню свого соціального впливу, впливу на локальний сектор економіки та впливу в галузі охорони навколишнього середовища, впливу на суспільство та соціальну згуртованість, права людини та правила охорони навколишнього середовища, справедливість ведення торгівлі та можливі шляхи порушення цієї справедливості. Соціальна відповідальність бізнесу стосується і великих транснаціональних корпорацій та малих підприємств локального рівня.

# Моделі корпоративної соціальної відповідальності



## МОДЕЛИ КСО



**Американская** – филантропия, слабое государственное регулирование, ориентированное на местное сообщество, комплексная и волонтерская



**Европейская** – включена в миссию организации и бизнес-стратегию компании, роль государства, стремящегося к КСО



**Японская** – культурные традиции, «семья»



- Европейская модель КСО
- Британская модель КСО
- Американская модель КСО
- Канадская модель КСО
- Японская модель КСО

# Модели КСО в США и Европе

Модели КСО в США и Европе		
Аспекты КСО	США	Европа
Экономическая ответственность	Направленность на соответствие с передовыми принципами корпоративного управления, достойного вознаграждения и защиты потребителя.	Законодательно установленные рамки поведения например, 35-часовая рабочая неделя, МРОТ, регулирование сверхурочной работы, правила производства и тестирования медицинских препаратов.
Юридическая ответственность	Невысокий уровень законодательно закрепленных правил поведения корпораций.	Глубоко проработанное законодательство о правилах ведения бизнеса.
Этическая ответственность	Тенденции преобладания поддержки местного сообщества.	Высокие налоги и высокий уровень государственной социальной защиты.
Благотворительность (филантропия)	Спонсирование искусства, культуры и университетского образования.	Высокое налоговое бремя переносит на государство ответственность за финансирование культуры, образования, т.п.



# Японский опыт

Японская модель менеджмента основывается на философии "Мы все одна семья". Работники, длительное время работающие вместе, создают атмосферу самомотивации и самостимулирования. Управление при этом носит в основном рекомендательный характер. В любом коллективе существует четкая и всем понятная цель, которая сплачивает персонал фирмы в коллектив единомышленников, настроенных на решение центральной задачи, достижение цели, которой подчинено все.



# Японская модель

1. Социальная ответственность корпораций в Японии поддерживается культурными традициями страны.
2. Социальная сплоченность на уровне компании и деловую сплоченность на уровне индустриальной группы.
3. Активная роль государства, которое на протяжении долгого времени принимало участие в корпоративном стратегическом планировании.
4. Управление бизнесом ориентировано не только на получение прибыли; оно основано на правильном восприятии бытия, общества и окружающего мира, осознании своей ответственности перед обществом и стремлении к прогрессу цивилизации в целом.
5. Японские корпорации имеют прочную «солидаристскую» репутацию. Они традиционно строят свои стратегии на тесном взаимодействии с органами власти и персоналом.
6. Больше внимание уделяется проблемам защиты окружающей среды и взаимодействию с местными сообществами.



## Британская модель КСО

- 1. Для британской модели характерно пристальное внимание финансового сектора к проектам в области КСО, что проявляется в росте количества социально ответственных инвестиционных фондов. Повышенный интерес к КСО проявляет и СМИ. Например, «Таймс» публикует индексы социальной ответственности в своем еженедельном разделе «Профиль Компании». Признаком британской модели является широкое развитие сектора независимого консалтинга в области КСО, а также наличие большого количества разнообразных учебных курсов данной специфики. Принципиальным моментом является ярко выраженная инициативность самого бизнеса в создании проектов в области КСО, что полностью согласуется с принципом добровольности.



## Британская модель КСО

- 2. Большинство крупных британских компаний имеют в своих структурах специальные подразделения по КСО со своими бюджетами и представительством на уровне Совета Директоров. Около 80% крупнейших национальных компаний включают социальную отчетность в ежегодные финансовые отчеты.
- 3. В развитии КСО важное место отводится правительству, что проявляется в создании частно-государственных партнерств, поддержке инициатив в области КСО через софинансирование проектов, налоговых льготах, продвижении инициатив по соответствию национальных стандартов принятым международным.



## Канадская модель КСО

- 1. В Канаде многие организации сотрудничают с Национальным институтом качества Канады, внедряющим специальный канадский стандарт КСО - модель совершенства качества и здорового рабочего места. Канадская модель совершенства развивалась на базе лучших достижений ведущих канадских организаций и учитывала достижения американской, европейской и австралийской моделей КСО. Критериями модели совершенства качества и здорового рабочего места стали разработанные канадскими специалистами показатели деятельности компаний, которые должны иметь положительную тенденцию на протяжении трех-пяти лет.



## Канадская модель КСО

- 2. По результатам исследований канадских организаций на предмет соблюдения принципов КСО вручаются Канадские премии за совершенство (КПС). Организации, ставшие обладателями КПС, превосходят другие компании в стоимости акций и других результатах бизнеса. В этих организациях меньше текучесть кадров, количество прогулов и больничных дней, более высокие степени удовлетворенности персонала своей деятельностью и, как следствие, более высокая производительность труда.



## Латиноамериканская модель

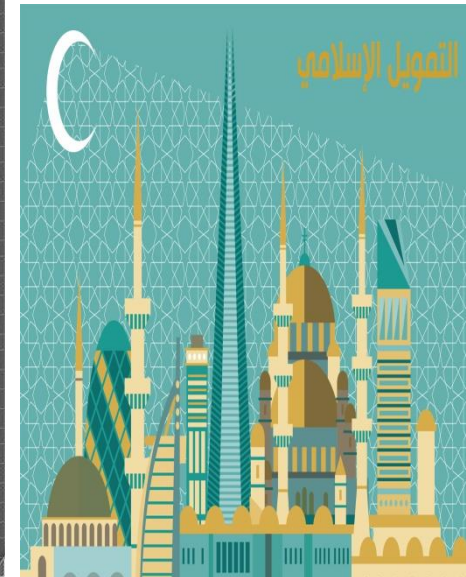
- Государственно-центричная матрица социальных отношений, но государство не играет активной роли в регулировании КСО.
- Слабое влияние рынков (финансового, товарного и рынка труда) и гражданского общества на социально ответственное поведение компаний;
- Высокий уровень коррупции; неформальный характер взаимоотношений власти и бизнеса; отсутствие налаженного и прозрачного механизма партнерства между компаниями, властью и местными сообществами.
- Католическая традиция способствовала широкому распространению корпоративной ответственности в форме спонсирования культуры.

## Китайская модель

1. Поддержание развития компании, в том числе, и развитие социальных услуг: вклад в социальное развитие, отчисление как можно больше налогов, предоставление как можно больше новых рабочих мест, стремление приносить больше общественной пользы.
2. Поддерживается взаимосвязь развития и интересов компании и персонала. Развитие персонала, по мнению китайских экспертов в области КСО, следует сделать отправной точкой для развития компании, что станет опорой дальнейшего прогресса компании.
3. Бережное отношение к экологической среде, особенно в сфере экономии ресурсов, снижения загрязнения окружающей среды, осуществления гармоничного сочетания развития компании и окружающей среды

## Исламская модель

- *Экономическая ответственность* направлена на соответствие с принципами социально-экономической справедливости ислама, заложенными в Коране и Сунне
- *Юридическая ответственность* - приоритет религиозного фактора и статуса компании. Организации могут существовать только до тех пор, пока определенное общество признает их легитимность.
- *Этическая ответственность* - приоритет состояния человеческих отношений в экономической жизни, содействие целям процветания исламского общества в целом
- Пропаганда ислама, религиозно-просветительской и благотворительной деятельности.
- *Основные стейкхолдеры* - общество, компании.



## Концепція КСВ: Стейкхолдери



- **Стейкхолдери** (Stakeholders / зацікавлені особи / зацікавлені сторони) - це групи, організації або індивідууми, на які впливає компанія і від яких вона залежить

### Розрізняють дві групи стейкхолдерів

Первинні	Вторинні
мають легітимний та прямий вплив на бізнес: власники, співробітники, клієнти, бізнес-партнери з виробничого ланцюжка	мають опосередкований вплив на бізнес: влада (місцева та державна), інвестори, конкуренти, інші компанії, місцеві спільноти (ЗМІ, некомерційні організації, у т.ч. громадські, благодійні, місцеві активісти, які формують громадську думку)





**Група зацікавлених сторін****Методи залучення****СПІВРОБІТНИКИ**

- Дослідження рівня залученості та прихильності
- Встановлення цілей та оцінювання результатів за основними стратегічними напрямками
- Тижні етики та відповідності
- Щоквартальні зустрічі з генеральними директорами
- Щорічні конференції лідерів
- Гаряча лінія для звернень
- Інтранет
- Персональні зустрічі з представниками менеджменту

**БІЗНЕС-ПАРТНЕРИ**

- Участь у спільних програмах і заходах
- Планування виробничих завдань, залучення у межах їхнього виконання
- Програми навчання
- Реалізація спільних політик і правил

**НЕУРЯДОВІ  
ОРГАНІЗАЦІЇ,  
ЛІДЕРИ ДУМОК**

- Конференції
- Консультації
- Публічні обговорення
- Партнерство у спільних програмах (напрями з розвитку молоді та підвищення ролі жінок, збереження довкілля, здорового харчування, програми підтримки місцевих громад)
- Членство у галузевих та бізнес-асоціаціях

**УРЯДОВІ  
ОРГАНІЗАЦІЇ,  
ДЕПУТАТИ**

- Консультації
- Публічні обговорення
- Діалог з агенціями з питань харчової безпеки, охорони праці та захисту довкілля
- Діалог з Консультативною радою з питань іноземних інвестицій, посольствами тощо

**СПОЖИВАЧІ**

- Гаряча лінія для споживачів
- Корпоративний сайт
- Екскурсії на завод
- Дослідження
- Фокус-групи
- Сегментована інтегрована комунікація через соціальні медіа

**ПОСТАЧАЛЬНИКИ**

- Спільні програми зі створення цінностей
- Галузеві асоціації
- Практичні заняття з відповідальних закупівель

**КЛІЄНТИ**

- Спільні програми зі створення цінностей
- Трейд-маркетингові активації
- Співпраця за програмами щодо здоров'я та сталого розвитку
- Регулярні зустрічі команди щодо роботи з ключовими клієнтами
- Спільне бізнес-планування
- Центри роботи з клієнтами та замовниками
- Дослідження рівня задоволеності

**ЗМІ, БЛОГЕРИ**

- Інформування та консультації
- Публічні обговорення та заходи
- Зустрічі
- Інтерв'ю
- Дослідження думки



# Корпоративна соціальна відповідальність: основні програми компаній





## Економічні переваги КСВ



- КСВ - сприяє зростанню вартості бренду компанії та обсягів продажів продукції
- КСВ - сприяє покращенню іміджу компанії
- КСВ - дає ширші можливості мотивації власного персоналу
- КСВ - соціально відповідальна компанія більше приваблива для зовнішніх інвесторів

Не фінансові ризики - безпосередньо пов'язані з КСВ, це ризики, що виникають у ході проведення заходів, які сприймаються суспільством

Без впровадження у загальну стратегію компанії корпоративних соціальних ініціатив розвиток бізнесу значно стримується.

Чітко продумана стратегія КСВ дозволяє компанії розвиватися та ефективно управляти не фінансовими ризиками

# Стійкий розвиток вітчизняних компаній неможливий без соціальної відповідальності



**В Україні всі компанії, які претендують на статус соціально відповідальних, можна умовно поділити на 2 групи:**

- **Перша група компаній** – непромислові компанії, орієнтовані на масового споживача, які мають велику кількість клієнтів, першими підписали ДД ООН (наприклад, «МТС», «Київстар», «Макдональдс Україна», «Ніссан Мотор Україна», «Сіменс Україна»)
- **Друга група компаній** – великі управлінські компанії фінансово-промислових груп, які зазвичай цілеспрямовано займаються благодійною діяльністю, спектр форм соціальної підтримки суспільства дуже широкий (наприклад, «Систем Кепітал Менеджмент»)



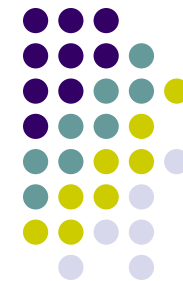
**Практика декларування КСВ - має стати частиною не лише стратегій, а й інвестиційних процесів**

**Великі міжнародні інвестиційні фонди не фінансують компанії, які не є корпоративне соціально відповідальними**





# КСВ в Україні



**PEPSICO**

 **НОВА ПОШТА**

**agro|region**



**МХП**  
АГРОІНДУСТРІАЛЬНИЙ  
ХОЛДИНГ



**BIOSPHERE**  
corporation



**МЕТІНВЕСТ**



**КИЇВСТАР**

**Carlsberg**  
Ukraine



**INTERPIPE**



**Альфа-Банк**

# Практики КСВ в Україні 2015



## Програма зі сталого розвитку "Ціль 4 нулі: разом заради майбутнього"

Програма імплементована у стратегію компанії. Вона визначає чотири основні цілі: НУЛЬ вуглецевого сліду, НУЛЬ втрат води, НУЛЬ безвідповідального споживання та НУЛЬ нещасних випадків. Програма узгоджується з Цілями сталого розвитку ООН. Кожна мета підкріплюється чіткими, вимірними цілями на 2022 та 2030 рік.

### Вимірювані результати

- У 2019 році 11% природного газу було замінено біогазом.
- У 2019 році Carlsberg Ukraine повторно використала близько 136 млн скляних пляшок, що складає 44% від об'єму вторинних продажів пива у скляній тарі.
- З початку впровадження програми портфель безалкогольних брендів компанії був розширений на 4%.

# КСВ В УКРАЇНІ ПР НІ ПРАКТИКИ КСВ КИ КСВ В УКРАЇНІ В В УКРАЇНІ ПРАК АКТИКИ КСВ В УК



## X КОНКУРС КЕЙСІВ З КСВ



## Підтримка лікарень у боротьбі з COVID-19

«Нова пошта» через три дні після оголошення карантину оприлюднила «НП\_маніфест». Після цього компанія закупила медичного обладнання для лікарень на суму 25 млн грн. Вже 18 березня відбулась перша доставка медичного обладнання до Полтавської інфекційної лікарні

### Невимірювані результати

- 280 тисяч одиниць засобів індивідуального захисту для медперсоналу (маски, респиратори, бачили, захисні костюми, одноразові халати, медичні шапочки та ін.); 8 тисяч літрів антисептичних та дезінфекційних засобів; понад 4,5 тисячі одиниць медичного обладнання (в тому числі апарати ШВЛ); більше 275 кисневих концентраторів отримали заклади охорони здоров'я у різних населених пунктах України.
- 25 млн грн – загальна сума допомоги.



## Стипендіальна програма для студентів та викладачів УКУ

«Дарниця» має стипендіальну програму для студентів та викладачів Українського католицького університету. З 2015 року компанія вкладала в програму 6,5 млн грн. Цільова аудиторія програми – студенти і викладачі «небізнесових» спеціальностей (як-от історія, філософія, соціальні науки), що також є важливими для економічного зростання держави.

### Невимірювані результати

Якісна підготовка талановитих студентів. (УКУ – недержавний виш, у якому немає загальноприйнятих стипендій, фінансування стипендій та викладацьких зп здійснюється завдяки залученню коштів меценатів).

Партнер: Український католицький університет.



## ДРУГИЙ КАТАЛОГ КСВ-ІНІЦІАТИВ

2020-2021



## Зменшення кількості органічних відходів, покращення екологічного стану та боротьба з бідністю

«Ашан» у співпраці з громадською організацією «Тарілка» працює над мінімізацією відходів та допомагає тим, хто цього потребує. Окрім цього, компанія запустила пілотний проєкт, який допоможе покращувати екологічний стан в країні, боротися із бідністю та зменшувати кількість органічних відходів, а також харчове марнотратство у магазинах «Ашан Південний» у Львові.

### Вимірювані результати

- 400 нужденних отримали допомогу за п'ять місяців роботи проєкту.

### Невимірювані результати

Популяризація культури відповідального споживання, допомога локальному бізнесу, підвищення залученості співробітників та лояльності клієнтів, промотування боротьби з харчовим марнотратством.

Партнер: ГО «Тарілка».



# Вигоди КСВ – компанії: внутрішні та зовнішні

- Підвищується лояльність та ініціативність співробітників
- Зміцнюються репутація та імідж
- Здійснюється доступ до ринку робочої сили, у тому числі високопрофесійної
- Розвиваються вміння та навички співробітників, що веде до кар'єрного зростання та закріплення кадрів
- Зміцнюються відносини із клієнтами
- Залучаються нові партнери
- Поліпшується доступ до капіталу
- Впроваджуються інноваційні моделі
- Підвищується якість продукту та/або послуг
- Знижуються ризики та підвищується стійкість при кризах
- Зміцнюються зв'язки з місцевою спільнотою та місцевою владою
- Виникають переваги перед конкурентами
- Розширюється доступ на нові ринки
- Поліпшуються фінансові показники





ЦЕНТР  
РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ  
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ  
*Maximilian Pilsch*

# Практики КСВ в Україні



2016

4



## ЦІЛЬ 4. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВСЕОХОПЛЮЮЧОЇ І СПРАВЕДЛИВОЇ ЯКІСНОЇ ОСВІТИ ТА ЗАОХОПЛЕННЯ МОЖЛИВОСТІ НАВЧАННЯ ВПРОДОВЖ УСЬОГО ЖИТТЯ ДЛЯ ВСІХ

10 АСТАРТА: «ПІДЙОМ»: МАЙСТЕРНЯ ЛІДЕРСТВА ТА ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ МОЛОДІ	42
11 АКАДЕМІЯ ДТЕК: ПРОЕКТ «СУСПІЛЬСТВО ТА ДЕРЖАВА»	46
12 КОКА-КОЛА БЕВЕРІДЖІЗ УКРАЇНА ЛІМІТЕД І ГС «ОСВІТОРІЯ»: ILEARN - НАВЧАЛЬНА ГЕЙМІФІКОВАНА ПЛАТФОРМА	50
13 ЕРАМ: РОЗШИРЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПРОЄКТУ EKIDS	54
14 МЕТІНВЕСТ ХОЛДІНГ: КНИГА «МЕТАЛУРГІЙНА КУХНЯ»	58
15 НОВА ПОШТА: ПРОЕКТ КРУТО	60
16 ПУМБ: КАР'ЄРА МОЛОДІ В УКРАЇНІ: У ВИКЛИКАХ - МОЖЛИВОСТІ	64
17 IT-ІНТЕГРАТОР: НАЦІОНАЛЬНІ ЗМАГАННЯ STEAM HOUSE 2019	68
18 LIFECELL: UPGRADE YOURSELF WITH LIFECELL	72
19 SOFTSERVE: ВДОСКОНАЛЕННЯ IT-ОСВІТИ	76
20 WATSONS УКРАЇНА: B2S - СОЦІАЛЬНИЙ ОСВІТНИЙ ПРОЄКТ	80

8



## ЦІЛЬ 8. СПРИЯННЯ ПОСТУПЛИВОМУ, ВСЕОХОПЛЮЧОМУ ТА СТАЛОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ ЗРОСТАННЮ, ПОВНІЙ І ПРОДУКТИВНІЙ ЗАЙНЯТОСТІ ТА ГІДНІЙ ПРАЦІ ДЛЯ ВСІХ

21 PAVLENKO LEGAL GROUP, АДВОКАТСЬКЕ ОБ'ЄДНАННЯ «ПАВЛЕНКО ЛІГАЛ ГРУП»	86
22 SYNGENTA: #HAPPYWITHSYNGENTA - 3 ТУРБОЮ ПРО КОЖНОГО	90

9



## ЦІЛЬ 9. СТВОРЕННЯ СТІКЛОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ, СПРИЯННЯ ВСЕОХОПЛЮЮЧІЙ І СТАЛІЙ ІНДУСТРІАЛІЗАЦІЇ ТА ІННОВАЦІЯМ

23 ЕНЕРГОАТОМ: КОНКУРС ІННОВАЦІЙНИХ ІДЕЙ У ВЕСНЯНІЙ ШКОЛІ - 2019	96
---	----

10



## ЦІЛЬ 10. СКОРОЧЕННЯ НЕРІВНОСТІ ВСЕРЕДИНИ КРАЇН І МІЖ НИМИ

24 ISOVAR UKRAINE: СТАЖУВАННЯ ТА ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ГЛУХИХ ТА СЛАБОЧУЮЧИХ ЛЮДЕЙ У СФЕРУ РЕКЛАМИ ТА ІТ	102
--	-----

## ЗМІСТ

### ВСТУПНЕ СЛОВО

МАРИНА САПРИКІНА	3
НАТАЛІЯ ТЕЛЕНКОВА	4

### ЗМІСТ

#### 1 ПОДОЛАННЯ БІДНОСТІ



#### ЦІЛЬ 1. ПОДОЛАННЯ БІДНОСТІ У ВСІХ ЇЇ ФОРМАХ ТА УСОДИ

01 АЛЬФА-БАНК: БАНК ДОБРА! Подаруй щастливе та гідне дитинство тим, хто цього потребує!	10
02 ГК ЛІГА І МБФ LET'S HELP: ВСЕУКРАЇНСЬКИЙ ФЛЕШМОБ #LETSHELPBABUSYA	12

#### 3 ЖИТТЯ ЗДОРОВ'Я ТА БЛАГОПЛУЧЧО



#### ЦІЛЬ 3. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ ТА СПРИЯННЯ БЛАГОПЛУЧЧО ДЛЯ ВСІХ В БУДЬ-ЯКОМУ ВІЦІ

03 ДАТАГРУП «DATAHEART: СПОРТ ЗАРАДИ ЖИТТЯ»	18
04 ЛІНІЯ МАГАЗИНІВ EVA: «ORANGE DAYS В EVA: ДОПОМОГА ПЕРЕДЧАСНО НАРОДЖЕНИМ ДІТКАМ»	20
05 ПРАТ КИЇВСТАР: «ДИТЯЧА НАДІЯ»	24
06 NESTLE: РОЗВИТОК НАПРЯМУ КАНІСТЕРАПІ В УКРАЇНІ	26
07 ПРИКАРПАТТЯОВЛЕНЕРГО: ЯК «ЕСТАФЕТА ДОБРИХ ПОЧИНАНЬ» ПРИВЧАЄ ПРАЦІВНИКІВ ВІДЛОЧИВАТИ АКТИВНО	28
08 ГУДВЕЛІ УКРАЇНА: КУРС НА ЗДОРОВИЙ СПОСІБ ЖИТТЯ	32
09 ЛЮКСОПТИКА: НАЦІОНАЛЬНИЙ ПРОЄКТ «ЗДОРОВИЙ ЗІР»	36



#### 11 СТИЛІЙ РОЗВИТОК МІСТ ТА СЕЛОВАСІТ

#### ЦІЛЬ 11. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВІДКРИТОСТІ, БЕЗПЕКИ, ЖИТТЄСТІЙКОСТІ Й ЕКОЛОГІЧНОЇ СТИКЛОЇ МІСТ І НАСЕЛЕНИХ ПУНКТИВ

25 1+1: ЕСТАФЕТА ДОБРА	106
26 «ДЕЛОЙТ» В УКРАЇНІ: «ДИВИСЬ УКРАЇНСЬКЕ - ТВОРИ СВОЄ МАЙБУТНЄ!» ПАРТНЕРСТВО БІЗНЕСУ І СУСПІЛЬСТВА	110
27 ПАТ «ЗАПОРІЖСТАЛЬ»: КОНКУРС СОЦІАЛЬНИХ ІНІЦІАТИВ «МИ - ЦЕ МІСТО»	114



#### 12 ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОСИСТЕМ І СПРИЯННЯ

#### ЦІЛЬ 12. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПЕРЕХОДУ ДО РАЦІОНАЛЬНИХ МОДЕЛЕЙ СПОЖИВАННЯ І ВИРОБНИЦТВА

28 АГРОФОРТ: ЖИТТЯ БЕЗ СМІТТЯ	120
29 АШАН: КАМПАНІЯ ЗІ ЗМЕНШЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ПЛАСТИКОВИХ ПАКЕТІВ	124
30 МЕТРО КЕШ ЕНД КЕРІ УКРАЇНА: METRO WASTE COLLECTION POINT: ПУНКТ РОЗДІЛЬНОГО ЗБОРУ ВІДХОДІВ	128
31 КОНЦЕРН ГАЛНАФТОГАЗ: ЗБІР МАКУЛАТУРИ ЗАДЛЯ ПІДТРИМКИ ДИТЯЧОГО РЕАБІЛІТАЦІЙНОГО ЦЕНТРУ	132



#### 15 ЗАХИСТ ЕКОСИСТЕМ

#### ЦІЛЬ 15. ЗАХИСТ ТА ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОСИСТЕМ СУШІ ТА СПРИЯННЯ ЇХ РАЦІОНАЛЬНОМУ ВИКОРИСТАННЮ, РАЦІОНАЛЬНОМУ ЛІСОКОРИСТУВАННЮ, БОРЬБІ ЗА ОПУСТЕЛЮВАННЯМ, ПРИПИНЕННЯ І ПОВЕРНЕННЯ НАЗАД ПРОЦЕСУ ДЕГРАДАЦІЇ ЗЕМЕЛЬ ТА ЗАПІНКА ПРОЦЕСУ ВТРАТИ БІОРИЗНОМАНІТТЯ

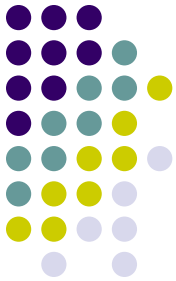
32 ГК ФОКСТРОТ: КОРПОРАТИВНИЙ РЕЙТИНГ ЕКО-ВІДПОВІДАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ «ТУТ ПРАЦЮЮТЬ «ДАЛЕКОГЛЯДНІ» ДО 10-РІЧЧЯ КОРПОРАТИВНОГО РУХУ «ЗЕЛЕНИЙ ОДІСЬ»	136
--	-----



#### 17 ЕКОНОМІЧНО РОЗВИТОК

#### ЦІЛЬ 17. ЗМІЦНЕННЯ ЗАСОБІВ ЗДІЙСНЕННЯ Й АКТИВІЗАЦІЯ РОБОТИ В РАМКАХ ГЛОБАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В ІНТЕРЕСАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

33 ПРАТ КИЇВСТАР: СТАНОВЛЕННЯ КУЛЬТУРИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В ЛІТНІХ ТА ПІСЛЯЗІКІЛЬНИХ ТАБОРАХ	142
34 МЕТРО КЕШ ЕНД КЕРІ УКРАЇНА: «ТИ ЗМОЖЕШ - МЕТРО ДОПОМОЖЕ» Ініціатива, спрямована на боротьбу з голодом та зменшенням кількості відходів у харчовій промисловості	146







UNITED NATIONS  
**UKRAINE**

ГЛОБАЛЬНІ  
**ЦІЛІ**  
СТАЛОГО РОЗВИТКУ

**1** ПОДОЛАННЯ  
БІДНОСТІ



**2** ПОДОЛАННЯ  
ГОЛОДУ



**3** МІЦНЕ  
ЗДОРОВ'Я



**4** ЯКІСНА  
ОСВІТА



**5** ГЕНДЕРНА  
РІВНІСТЬ



**6** ЧИСТА ВОДА  
ТА НАЛЕЖНІ  
САНІТАРНІ УМОВИ



**7** ВІДНОВЛЮВАНА  
ЕНЕРГІЯ



**8** ГІДНА ПРАЦЯ  
ТА ЕКОНОМІЧНЕ  
ЗРОСТАННЯ



**9** ІННОВАЦІЇ ТА  
ІНФРАСТРУКТУРА



**10** ЗМЕНШЕННЯ  
НЕРІВНОСТІ



**11** СТАЛИЙ РОЗВИТОК  
МІСТ ТА СПІЛЬНОТ



**12** ВІДПОВІДАЛЬНЕ  
СПОЖИВАННЯ



**13** БОРОТЬБА ЗІ  
ЗМІНОЮ КЛІМАТУ



**14** ЗБЕРЕЖЕННЯ  
МОРСЬКИХ  
ЕКОСИСТЕМ



**15** ЗБЕРЕЖЕННЯ  
ЕКОСИСТЕМ  
СУШІ



**16** МИР ТА  
СПРАВЕДЛИВІСТЬ



**17** ПАРТНЕРСТВО  
ЗАРАДИ СТІЙКОГО  
РОЗВИТКУ



ГЛОБАЛЬНІ ЦІЛІ  
СТАЛОГО РОЗВИТКУ

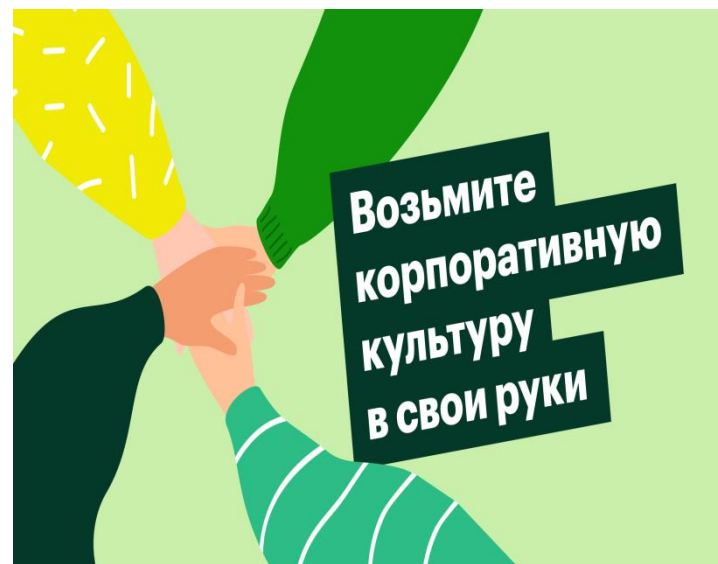
# КСВ та корпоративна культура організації



## Корпоративна культура –

це система цінностей, переконань, уявлень, вірувань, очікувань, а також ділових принципів (норм поведінки, традицій, ритуалів), що склалися в організації або її підрозділах за час діяльності, які сприймають більшість співробітників.

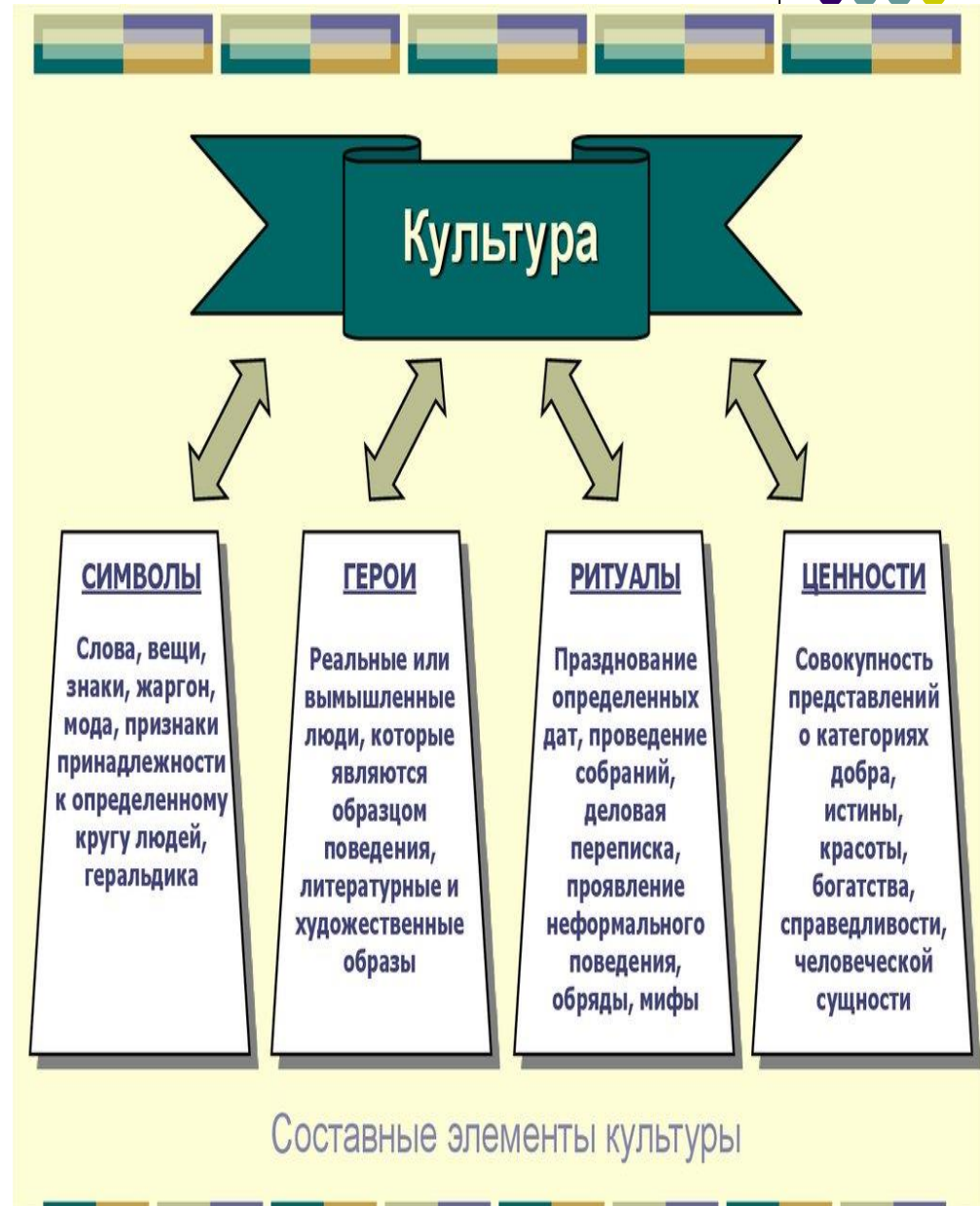
- За допомогою корпоративної культури проявляються принципи організації, управлінський стиль, ділова та соціальна спрямованість.
- Корпоративна культура компанії існує незалежно від того, чи працюють над нею в компанії чи ні. Проте, сформована стихійно, вона завжди виявляється сприятливою для фірми.



# Культура в організації: основні концепції



- заявлені цінності
- поведінкові стереотипи при взаємодії людей
- групові норми роботи
- найбільш загальні політичні та ідеологічні принципи, якими визначаються дії працівників стосовно акціонерів, клієнтів, посередників, зовнішнього середовища
- певні «правила гри» (поведінки), які мають засвоїти новачки, які приходять на роботу
- психологічний клімат, характерна манера взаємодії членів організації між собою та з іншими
- здатність підтримувати певні дії, що передаються з покоління до покоління без відповідних наказів
- здатність підтримувати певну думку членів організації щодо її іміджу
- символи, ідеї, образи, вироблені у створенні, і навіть несвідомому рівні підтримувані її членами

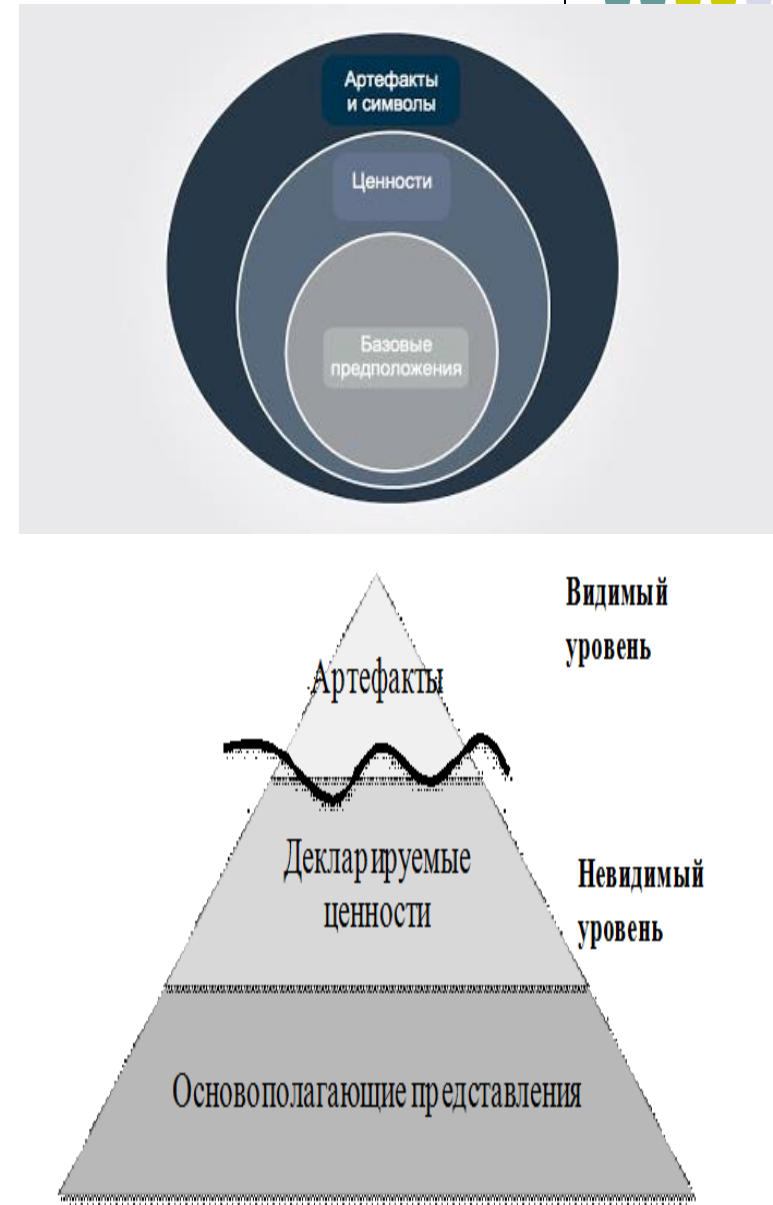




# Культура в організації: основні три рівні



- 1. Рівень артефактів** – усі феномени, які можна побачити, почути та відчувати під час входження до нової культури. Артефакти включають такі елементи: мову, технологію та продукти діяльності, стиль (в одязі), манери спілкування, емоційну атмосферу, міфи та історію, ритуали, церемонії тощо.
- 2. Рівень цінностей** – проголошені цінності, відображення оригінальних ідей щодо того, що є, і як воно відрізняється від того, що має бути. Збереження вірності проголошеним цінностям призводить до їх трансформації у переконання, норми та правила поведінки.
- 3. Рівень базових уявлень** - базові уявлення, настільки очевидні, що варіювання поведінки зводиться до мінімуму та його зміна відбувається скрутно. Якщо люди поділяють однакові базові уявлення, вони відчують комфорт, якщо різні – дискомфорт.



# Корпоративна культура в організації: основні три рівні

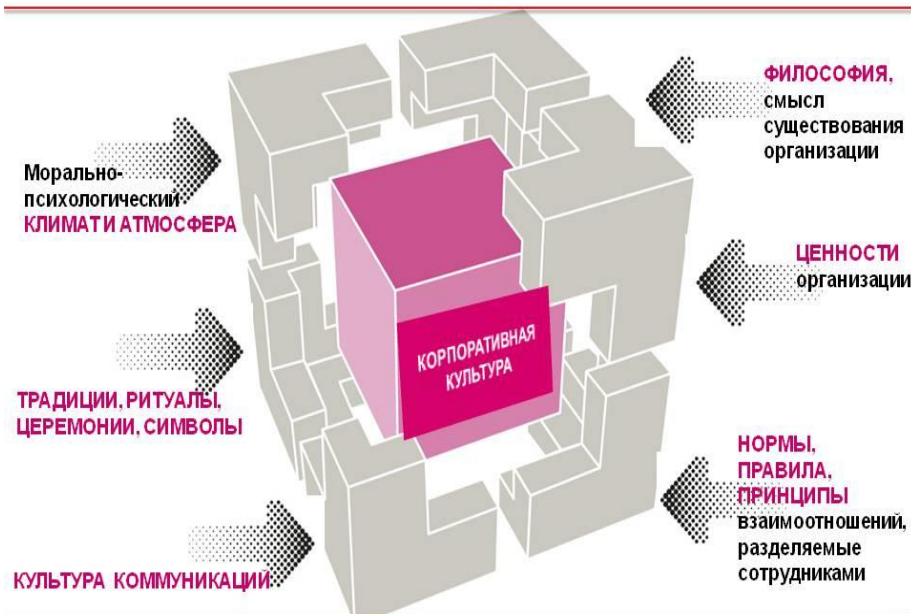
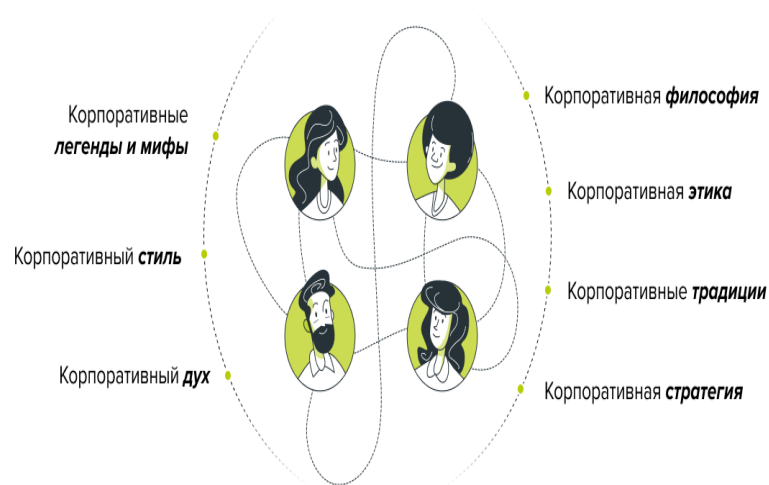


**1. Зовнішні ознаки корпоративної культури** (етикет, легенди, міфи, звичаї, традиції) – рівень артефактів

**2. Цінності організації** – рівень цінностей

**3. Внутрішньо-організаційні норми та соціальні ролі, що регулюють поведінку членів організації** – рівень базових уявлень

Элементы корпоративной культуры



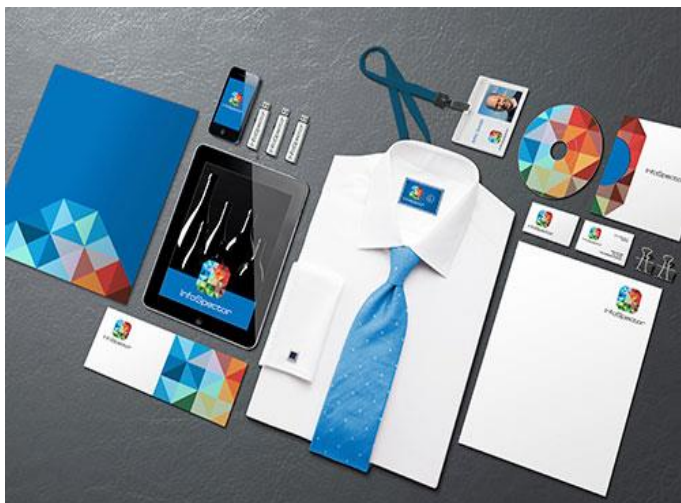
# Зовнішній прояв корпоративної культури: перший рівень



- **Видимі прояви корпоративної культури** - фірмова символіка, свята, ділова етика, історія, що склалися у створенні, тобто. фірмовий стиль організації.
- **Фірмовий стиль** – система стилістичних прийомів, що забезпечує формування єдиного образу організації за всіма напрямками її діяльності, він робить компанію унікальною, своєрідною та відомою.

## **Фірмовий стиль забезпечує такі переваги:**

- сприяє підвищенню корпоративного духу, єдності співробітників, почуття причетності до спільної справи, виховує «фірмовий патріотизм»
- позитивно впливає на естетичний рівень, зовнішній вигляд товарів та приміщень фірми
- допомагає споживачеві орієнтуватися в потоці інформації, швидко та безпомилково знаходити потрібну фірму, підвищує ефективність реклами
- вказує споживачеві, що фірма бере на себе відповідальність за товар або послугу, що виробляється, є гарантією його якості



**К системі фирменного стиля относят следующие основные элементы:**

товарный знак;  
логотип;  
фирменный блок;  
фирменный лозунг (слоган);  
фирменная гамма цветов;  
фирменный комплект шрифтов;  
прочие фирменные константы.





# Цінності організації: другий рівень

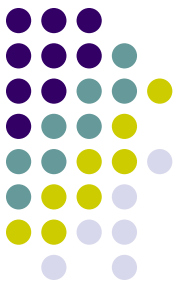


## Корпоративні цінності включають в себе:

- **визначення організації та її «обличчя»:** високий рівень технології, висока якість продукції, лідерство у своїй галузі, відданість професії, новаторство
- **розподіл повноважень та влади:** повага до соціальних ролей
- **ставлення до людей:** турбота про людей та їх потреби, виключення фаворитизму та привілеїв для окремих осіб, повага до прав людини, можливості підвищення кваліфікації та самореалізації, справедливість при оплаті праці, мотивація людей
- **критерії вибору на керівні посади:** «старшинство» чи ефективність роботи, пріоритети, вплив неформальних груп
- **організація роботи та дисципліна:** добровільна або примусова дисципліна, гнучкість при зміні ролей, використання нових форм організації роботи
- **стиль керівництва та управління:** авторитарний, консультативний стилі чи співпраця, використання цільових груп, особистий приклад, гнучкість та здатність пристосовуватися
- **процеси прийняття рішень:** хто приймає рішення, з ким проводяться консультації, індивідуальне чи колективне прийняття рішень, можливість компромісів
- **поширення інформації:** обмін інформацією
- **характер контактів:** гнучкість у каналах службового спілкування, можливість контактів із вищим керівництвом, форми спілкування, норми поведінки керівників, бар'єри у взаєморозумінні, особливі умови спілкування
- **шляхи вирішення конфліктів:** компроміс, використання офіційних чи неофіційних шляхів, участь вищого керівництва у вирішенні конфліктних ситуацій
- **оцінка ефективності роботи:** реальна чи формальна, прихована чи відкрита, ким здійснюється, як використовуються результати

**Корпоративні цінності –  
це база корпоративної культури організації**

# Корпоративна культура організації: етичні кодекси



## Кодекс етики в бізнесі –

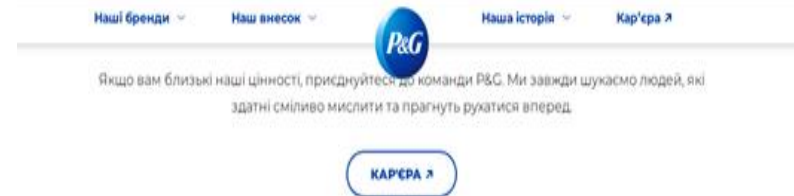
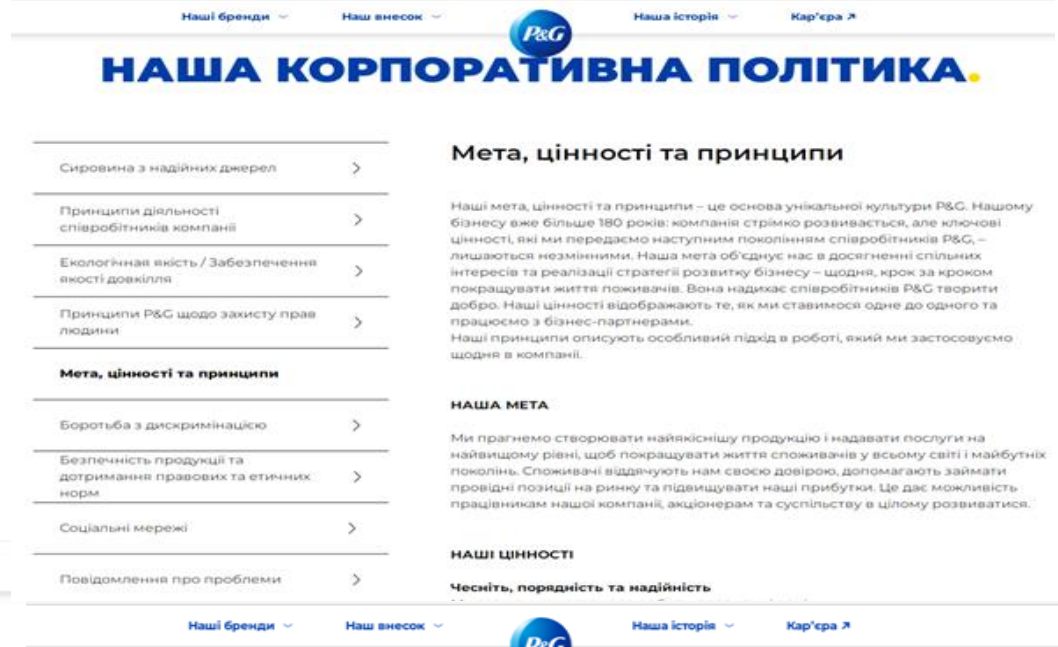
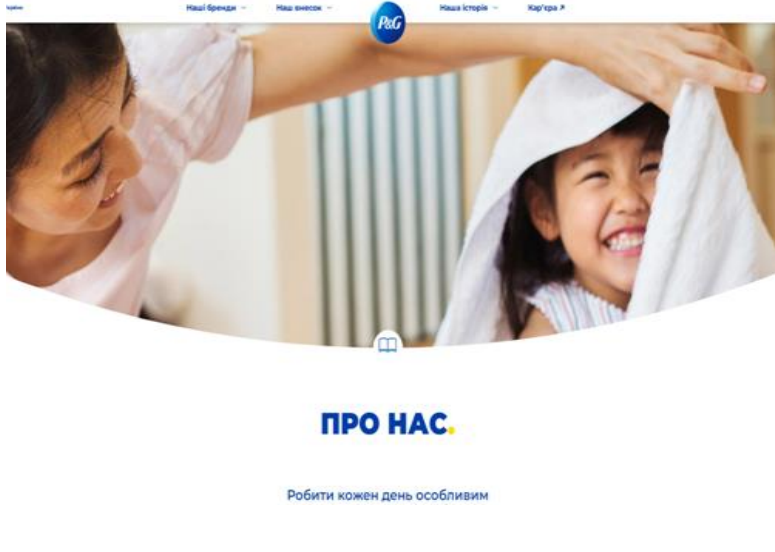
це зведення моральних принципів, і правил поведінки однієї особи чи групи осіб, визначальний оцінку їхніх дій з погляду взаємовідносин коїться з іншими суб'єктами бізнесу, відносин у колективі й у суспільстві.

## Типи етичних кодексів:

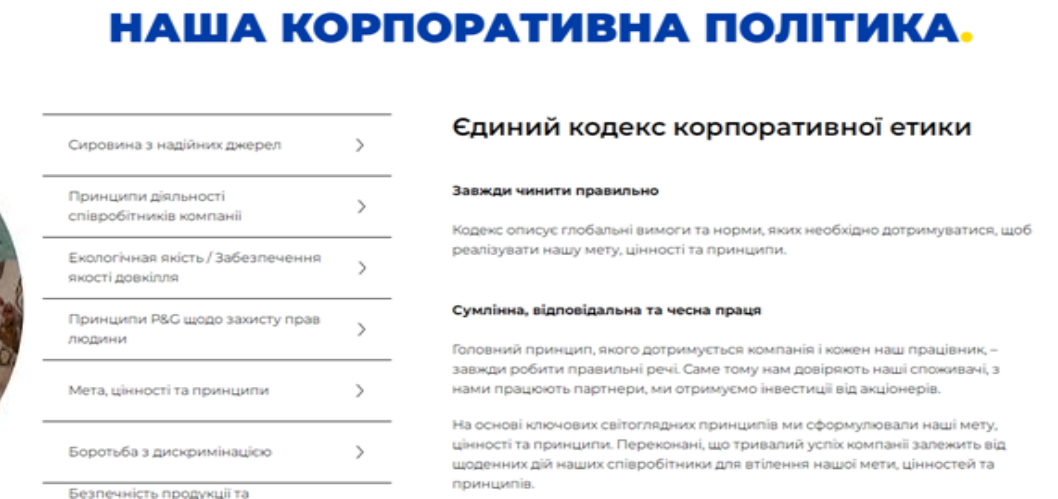
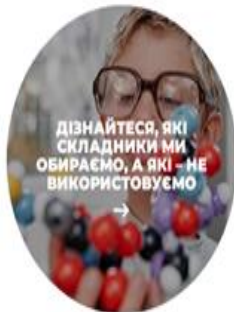
- Кодекси, що регулюють документи, з детально розробленими правилами, включаючи санкції, передбачені у випадках порушення кодексу, – це **офіційні документи** (наприклад, контракти)
- Кодекси, що регулюють зобов'язання перед клієнтами, вкладниками, акціонерами, співробітниками – це **соціальні кодекси**
- Кодекси, що включають положення про цінності організації, її філософію та цілі (в т.ч. основи корпоративної культури) – це **корпоративні кодекси**
- Кодекси, які визначають міжособистісні відносини в організації та узгоджують інтереси працівників та організації – це **професійні кодекси** (наприклад, угоди, які укладаються між адміністрацією та профспілкою)



# Корпоративний кодекс: приклад



Познайомтеся з нами ближче





# Функції корпоративних кодексів в організації

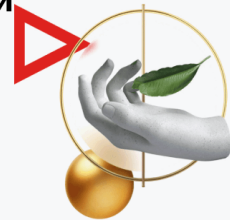


- **управлінські** - регламентують поведінку персоналу, пріоритети у взаємодії з клієнтами, акціонерами, партнерами, конкурентами, довіллям; визначають порядок прийняття рішення та неприйнятні форми поведінки
- **розвиток корпоративної культури в організації** – транслують корпоративні цінності, орієнтують працівників на єдині корпоративні цілі, тим самим підвищують корпоративну ідентичність працівників
- **репутаційні** – формують довіру до організації з боку довілля, підвищують її інвестиційну привабливість



Взаємодія  
с клієнтами

Робота  
с інформацією



Взаємодія  
с обществом



# Внутрішньо – організаційні норми та соціальні ролі: третій рівень



## Способи підвищення морального рівня організації:

- **Розробка етичних нормативів.** Наприклад, не схвалюються або караються хабарі, здирства, подарунки, шахрайство, розкриття секретів компанії ("комерційної таємниці"), використання інформації, отриманої в довірчій розмові від членів "своєї" групи, незаконні виплати політичним організаціям, виробництво свідомо неякісної продукції тощо
- **Розробка карток етики.** Наприклад, набір етичних правил, що конкретизують етичні кодекси корпорації для кожного співробітника компанії, містять координати консультанта компанії з етичних питань
- **Створення етичних комітетів.** Наприклад, власний комітет для контролю проведення оцінки повсякденної роботи організації, або контроль та оцінка морального стану найманим спеціалістом – «адвокатом з етичних питань»
- **Проведення соціальних ревізій.** Наприклад, підготовка звітів про хід програм соціальної відповідальності, а також етичність ведення бізнесу зовнішніми незалежними організаціями (впливовими журналами, телеканалами, асоціаціями)
- **Особистий приклад керівника.**
- **Консультації з етичних питань чи «моральний консалтинг».** Наприклад, консультації незалежними експертами у разі відсутності в організації відповідних спеціально створених структур або коли ситуація настільки складна, що її не можна вирішити власними силами
- **Навчання співробітників етичної поведінки.** Наприклад, курси етики, програми підвищення кваліфікації та професійної перепідготовки.

**Дякую за увагу!**

