



Тема 13: Етичні проблеми у маркетингових практиках: реклама, продаж та обслуговування клієнтів. ESG-принципи.

Викладач: к.е.н., доц. Калюжна Юлія Вікторівна





<https://www.uam.in.ua/gkr/ukr/cases/>

ІНДУСТРІАЛЬНИЙ
ГЕНДЕРНИЙ
КОМІТЕТ З РЕКЛАМИ

Зробити статистичну

Сьогодні: 06

Субота
Квітень 2024

РУС

УКР

ENG

Персональний код:

Логін:

Пароль:

Увійти

Забули пароль?

Зареєструватися

Пошук по сайту:

Стандарти

Як подати скаргу?

Індустріальний Гендерний Комітет з Реклами

Головна

Задачі

Історія створення

Склад комітету

Протокол засідань

Інтерв'ю з учасниками ринку

Кейси

Публікації

Контакти

Регіональні представництва ІГКР

Дисциплінарний комітет

Регіональні представництва ІГКР

31.07.2023

Стратегічна сесія ІГКР: напрацювання нових інструментів ІГКР для воєнного та післявоєнного періодів.

29-28 липня 2023 року відбулася «Стратегічна сесія ІГКР: напрацювання нових інструментів ІГКР для воєнного та післявоєнного періодів», організована Індустріальним Гендерним Комітетом з Реклами в партнерстві з FES-Ukraine.

Захід зібрав очільників регіональних представництв Комітету, представників ДПОС, рекламного сектору та юристів.

Протягом трьох днів учасники заходу мали можливість:

- ✓ Представити результати діяльності своїх підрозділів
- ✓ Обмінятися досвідом та техніками протидії появі дискримінаційного рекламного контенту
- ✓ Ознайомитися із змінами в чинному рекламному законодавстві
- ✓ Дослідити використання сексистського контенту в соціальній рекламі та у комунікаціях волонтерських об'єднань
- ✓ Розробити хед лайни у громадських комунікаціях
- ✓ Обговорити експертні закреслення ІГКР через призму змін в рекламному законодавстві України.

У фокусі Стратегічної сесії був також аналіз тенденцій змін рекламного контенту із початком повномасштабного вторгнення. Було виокремлено та проаналізовано ключові тематичні та структурні зміни в рекламних сюжетах, визначено коло найбільш активних на сьогодні рекламодавців, напрацьовані можливі алгоритми для подальшої плідної співпраці.

♥ Щиро вдячні всім учасникам за плідну роботу та Збройним Силам України за можливість зустрітись в офісній формі!

06.07.2023

Робота Індустріального гендерного комітету з реклами включена до звіту Ради Європи про боротьбу з сексизмом у рекламі.

Робота Індустріального гендерного комітету з реклами включена до звіту Ради Європи про боротьбу з сексизмом у рекламі.

У жовтні 2021 року представники ІГКР брали участь у міжнародному семінарі "Боротьба з сексизмом у рекламі: вчимося на практиці", який провела Рада Європи в Україні. Спільно з колегами презентували вірловий досвід України. За результатами цього семінару та консультацій, що відбулися після нього, був підготовлений посібник із рекомендаціями щодо боротьби з сексизмом у рекламі.

Дякуємо авторському колективу та Раді Європи за можливість поширення прогресивного досвіду України. Посібник можна завантажити за посиланням:

<https://www.coe.int/en/web/inclusion-and-antidiscrimination/-/combating-sexist-advertising-in-eastern-europe-ways-ahead>

714.02_01.01-09.pdf

Стандарти підписали:

Українська
Асоціація
Маркетингу

Українська
Асоціація
Маркетингу

Українська
Асоціація
Маркетингу

Українська
Асоціація
Маркетингу

Гендерна дискримінація та сексизм у рекламі

Кейси: <https://www.uam.in.ua/gkr/ukr/cases/>

ДО



ЗАРАЗ





Бізнеси активно долучаються до антидискримінаційних заходів, демонструючи свою підтримку через рекламу та спонсорство. Наприклад, багато компаній розміщують свою рекламу на спеціально оформлених фурах, які стають частиною парадного маршу.





Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) — це концепція управління, в рамках якої компанії інтегрують соціальні та екологічні проблеми у свої бізнес-операції і взаємодіють зі своїми зацікавленими сторонами.

У сьогодишньому соціально свідомому середовищі співробітники й клієнти надають велике значення роботі та витрачають гроші на підприємства, які віддають пріоритет корпоративній соціальній відповідальності.

КСВ вимагає від кожного бізнесу поводитися етично та покращувати якість життя суспільства. Кожен бізнес повинен добровільно прийняти рішення — зробити свій внесок в краще суспільство і більш чисте довкілля або не робити цього. КСВ це концепція, яка встановлює вдалий баланс між економічними, екологічними, етичними і соціальними проблемами бізнесу.



Напрямки КСВ



**Навколишнє
середовище**



**Підвищення
енергоефективності**

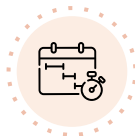


**Сумлінна ділова
практика**

відносини компанії зі спеціальними групами інтересів, поліпшення становища меншин...



Людські ресурси



Участь спільноти

громадські заходи, пов'язані зі здоров'ям, освітою і мистецтвом, а також іншими заходами, які допомагають розкрити потенціал працівників.



Якість продукту

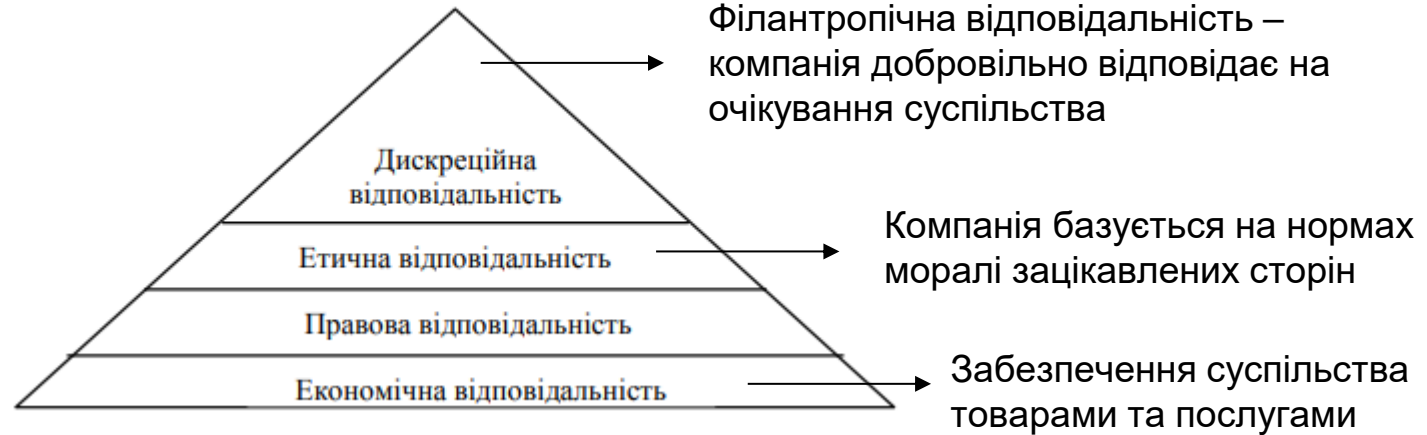
Якість та безпечність продукту, задоволеність клієнтів, правдивість в рекламі, повнота і чіткість маркування, відповідність праву інтелектуальної власності

Соціальні норми і ефективність корпоративної соціальної відповідальності



Ступені та складові соціальної відповідальності

Соціальні норми і ефективність корпоративної соціальної відповідальності



Піраміда корпоративної соціальної відповідальності А.Керолла

Соціально відповідальне інвестування (англ. Socially responsible investing, SRI) – підтримка фізичними та інституціональними інвесторами тих компаній, які не тільки мають ефективні показники рентабельності, але і відрізняються соціально відповідальною поведінкою.

7 головних стратегій відповідального інвестування:

- **тематичне стале інвестування** – інвестиції, пов'язані з конкретними питаннями сталого розвитку (наприклад, вкладення у вирішення проблем зміни клімату, охорону здоров'я тощо);
- **скринінг (відбір)**, заснований на визначених принципах/нормах – інвестиційні стратегії, які передбачають відбір компаній на підставі відповідності ESG-критеріям (environmental, social and governance);
- **інвестиційний вибір на підставі відбору цінних паперів «кращих» компаній у своєму класі** (best-inclass);
- **виключення (етичний підхід)** – інвестори виключають зі своїх портфелів цінні папери емітентів компаній з таких галузей, як алкогольна, тютюнова промисловість, азартні ігри, порноіндустрія тощо;
- **інтеграція ESG-критеріїв у фінансовий аналіз** – даний метод включає докладний аналіз ESG-критеріїв поряд з фінансовими показниками і спрямований на виявлення потенційного впливу (негативного чи позитивного) соціальних/екологічних/управлінських факторів на розвиток компанії;
- **активна участь акціонерів** (наприклад, шляхом голосування на зборах акціонерів або взаємодії з компаніями) у здійсненні впливу на діяльність емітентів в області СББ;
- **якісний вплив інвестицій** – поряд з фінансовою прибутковістю очікуються також позитивні соціальні та екологічні зміни.



SRI є одним із потенційних напрямів розвитку консалтингового бізнесу в Україні