

# КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КОМПАНИЙ BMW И MERCEDES-BENZ



*VS*



Mercedes-Benz

Выполнил: студент гр. 404-51з 2 курса

Паносян Ваге Геворгович

Проверил: доц. Е.Н. Фищук



# КОМПАНИЯ BMW



Название компании – BMW – расшифровывается как «Баварские моторные заводы» (BAYERISCHE MOTORENWERKE). Эта автомобильная компания, которая специализируется на выпуске мотоциклов, легковых, спортивных автомобилей, автомобилей высокой проходимости. Штаб-квартира BMW находится в столице федеральной земли Бавария, городе Мюнхен. Логотип компании намекает на авиационное прошлое и настоящее компании – это белый пропеллер на фоне синего неба. Кроме того, синий и белый – официальные гербовые цвета Баварии.

История BMW начинается с двух небольших авиамоторных фирм, созданных соответственно Карлом Раппом (KARL RAPP) и Густавом Отто (GUSTAV OTTO) (сыном Николауса Августа Отто, изобретателя двигателя внутреннего сгорания) в 1913 году в Мюнхене. В следующем году начинается Первая Мировая война, и германское государство начинает испытывать большую потребность в авиационных двигателях. Это подвигает двух конструкторов объединиться в один завод. В июле 1917 года этот завод регистрирует свое название, и марка BMW обретает жизнь



# КОМПАНИЯ BMW



В начале 20-х годов BMW покупают бизнесмены Готаер и Шапиро. В 1928 году они приобретают автомобильный завод в Айзенахе, а вместе с ним и право производить автомобили DIXI, которые были перелицованными британскими AUSTIN 7.

В годы Великой депрессии баварский автоконцерн выживал за счет выпуска лицензионной малолитражки. Однако вскоре стало понятно, что производитель авиамоторов с мировым именем не может довольствоваться выпуском британского авто. Тогда инженеры BMW начали работать над собственным автомобилем.

Первой моделью BMW собственной разработки была 303. Она сразу получила мощный старт на рынке благодаря шестицилиндровому двигателю объемом 1,2 литра и мощностью 30 л.с. При весе всего в 820 кг автомобиль обладал прекрасными для того времени динамическими характеристиками. Тогда же появились первые наметки дизайна характерной радиаторной решетки марки в виде вытянутых овалов.

Платформа этого авто потом использовалась для выпуска моделей 309, 315, 319 и 329.



# КОМПАНИЯ BMW



Официальные продажи автомобилей марки в России начались в 1993 году, когда в Москве появился первый дилер BMW. Сейчас компания может похвастаться самой развитой сетью дилеров среди автопроизводителей класса люкс в нашей стране. С 1997 года сборка автомобилей марки налажена на калининградском

Компания BMW AG сегодня является одним из лидеров среди производителей премиальных автомобилей. Ее заводы располагаются в Германии, Малайзии, Таиланде, ЮАР, Индии, Египте, США и России. В Китае BMW сотрудничает с HUACHENG AUTO HOLDING и выпускает авто под маркой BRILLIANCE.





# КОМПАНИЯ BMW



По итогам рейтинга лучших компаний-работодателей России 2015 года, представленного шведской международной консалтинговой компанией UNIVERSUM GROUP, которая специализируется в области исследований и аудита брендов работодателей, BMW GROUP Россия стала самым привлекательным работодателем в автомобильной индустрии.

Также в 2014 году по результатам исследования холдинга RANDSTAD, BMW GROUP Россия была признана самой привлекательной для работы международной компанией в России.

BMW GROUP также стала самым привлекательным работодателем на международном рынке: 61% респондентов со всего мира хотели бы работать в BMW GROUP. В результате глобального исследования компания заняла первое место в категориях «Конкурентоспособная заработная плата и льготы сотрудникам», а также «Комфортная рабочая атмосфера» и «Сильный менеджмент».

В 2013 году в исследовании RANDSTAD AWARD приняли участие 23 страны, включая Россию – в каждой из них более чем 500 респондентов оценили привлекательность свыше 150 крупнейших работодателей. Партнер премии RANDSTAD AWARD в России — кадровый холдинг «АНКОР».



# КОМПАНИЯ BMW



В 2013 году компания BMW GROUP Россия запустила в Москве уникальный образовательный проект для детей в возрасте от 5 до 10 лет — JUNIOR CAMPUS.

Его главная задача – повышение безопасности самых маленьких пешеходов. На занятиях дети в игровой форме узнают о движении в городе и основных правилах поведения на дороге. Еще один важный акцент сделан на экологии — в JUNIOR CAMPUS хотят с самого раннего возраста воспитать бережное отношение к природе и рассказать о способах наиболее безвредного использования природных ресурсов.

Первый JUNIOR CAMPUS был открыт в 2007 году в Мюнхене, а теперь стать участниками проекта могут и российские школьники. Концепция и программа обучения были разработаны профессиональными педагогами – во время обучения дети узнают о самых распространенных ситуациях на дороге и учатся избегать подстерегающих их опасностей. Над JUNIOR CAMPUS работают не только специалисты по образованию, но и члены попечительского совета, в который входят известные общественные деятели, а также представители искусства, бизнеса и СМИ. Главная задача попечительского совета – популяризация темы безопасности детей на дорогах.



# КОМПАНИЯ BMW



Обучение в JUNIOR CAMPUS бесплатно и в первую очередь направлено на работу с детскими учреждениями — детскими садами, детскими домами, школами, гимназиями. Центр также открыт и для общественных организаций, работающих с детьми.

Проект JUNIOR CAMPUS инициирован BMW GROUP Россия в рамках корпоративной социальной ответственности компании и не является коммерческим.

Занятия состоят из трех частей — знакомство с темой в «Лектории», создание детьми автомобилей из различных предметов в «Мастерской» и, наконец, закрепление знаний на «Треке», где дети будут выполнять задания в ролях пешеходов, полицейских и водителей на маленьких автомобилях и велосипедах.

Основная программа курса зависит от возраста слушателей. Самые маленькие — это дети от 5 до 7 лет — познакомятся с базовыми понятиями, вроде «дороги», «светофора» «пешеходов», «пассажиров», «водителей», узнают, как правильно переходить дорогу и действовать в непростой ситуации.



# КОМПАНИЯ BMW



Детей постарше, от 7 до 10 лет, ждет более продвинутый курс. Он включает знания об экологических способах передвижения и жизненном цикле автомобиля. Например, в ходе одного из занятий ученики должны собрать автомобиль из конструктора и подручных материалов — пластиковые и бумажные стаканы, упаковки от печенья, картон, бумага. В зависимости от назначения автомобиля — это выезд за город или гоночный болид — дети должны выбрать правильную форму, материалы нужной толщины и размеров и объяснить свой выбор.

Средняя возрастная группа (5-7 лет) — один семинар длительностью 2 часа, состоящий из лекционной (30 минут), творческой (50 минут) и практической частей (30-40 минут).

Старшая возрастная группа (7-10 лет) — один семинар длительностью 2,5 часа, состоящий из лекционной (40 минут), творческой (1 час) и практической частей (40 минут).

В составе каждой группы — не более 10-12 человек на 1 преподавателя.

Ученики всех групп получают возможность проверить свои знания на практике и поуправлять игрушечными машинами и детскими велосипедами под присмотром сотрудников JUNIOR CAMPUS. Здесь дети смогут столкнуться с самыми распространенными ситуациями, когда



Mercedes-Benz

# MERCEDES-BENZ



Mercedes-Benz

MERCEDES-BENZ – немецкий автопроизводитель, который специализируется на выпуске легковых автомобилей и двигателей. Штаб-квартира находится в Штутгарте.

Компания помимо автомобилей производила также судовые и авиационные двигатели. Это дало ей повод в дальнейшем взять в качестве логотипа трехлучевую звезду, символизирующую превосходство предприятия во всех сферах, в воде и

Первый автомобиль, выпущенный под маркой MERCEDES, назывался Мерседес-35P5 и имел классическую расстановку агрегатов – ведущие колеса сзади, двигатель спереди. В дальнейшем он послужил основой для целой серии моделей, выпускавшихся под маркой MERCEDES-SIMPLEX, как то MERCEDES-40PS, MERCEDES-60PS и другие. В дальнейшем компания выпускала богатый ассортимент различных моделей легковых автомобилей, в том числе гоночную разновидность с бесклапанным двигателем MERCEDES-KNIGHT, которая неоднократно побеждала на международных соревнованиях. Первая Мировая





Mercedes-Benz

# MERCEDES-BENZ



Mercedes-Benz

Девяностые стали эпохой перемен для марки, так как была осуществлена коренная перестройка программы компании. Планы MERCEDES распространились на многие ранее не охваченные сегменты рынка, хотя основой производства являются по-прежнему серии С и Е. На момент 1998 года у MERCEDES насчитывалось 12 отдельных серий. В 2000 году обновился модельный ряд серий С, S и CL.

АО «Мерседес-Бенц РУС», являясь дочерним предприятием «Даймлер АГ», гордится давней традицией корпоративной культуры и этики международного концерна, который мы представляем в России. Сегодня «Даймлер АГ», мировой производитель легкового, грузового и малотоннажного транспорта, является одним из самых известных предприятий мира, что обеспечивает основу нашего успеха в России. Помимо успешной деловой активности на российском рынке АО «Мерседес-Бенц РУС» последовательно реализует в России политику социальной ответственности, рассматривая свой вклад в развитие социальной сферы в качестве залога нашего устойчивого долгосрочного развития. Для реализации стратегии устойчивого развития компании мы ведем конструктивный диалог с государственными институтами и общественными организациями, как российскими, так и



Mercedes-Benz

# MERCEDES-BENZ



Mercedes-Benz

Социальная ответственность является неотъемлемой частью политики компании, поскольку мы осознаём свой вклад в общественное развитие. Деятельность, включающая благотворительные мероприятия, спонсорство и социальные проекты, основывается на принципах, изложенных в таких международных инициативах, как Глобальный договор ООН. Проекты социальной корпоративной ответственности направлены на такие сферы, как образование, безопасность дорожного движения, культура, здравоохранение и поддержка социальных сообществ.

Компания заботится о повышении квалификации и подготовке высококвалифицированных специалистов, обеспечении профессиональных перспектив для молодежи и стабильном социальном развитии.

Повышение безопасности дорожного движения понимается как задача общественного значения, тождественная ответственности за водителей и пассажиров автомобилей.

Сохранению и улучшению здоровья сотрудников, а также мерам по охране труда отводится особая роль в политике компании.



# MERCEDES-BENZ

Mercedes-Benz

Компания принимает активное участие в построении социокультурного диалога, поддерживая значимые проекты в области искусства и культурные инициативы. Концерн «Даймлер АГ» поддерживает устойчивое развитие в регионах своего присутствия путем выдвижения социальных инициатив и участия в деятельности общественных организаций.



Mercedes-Benz

С ноября 2010 по январь 2011 года АО «Мерседес-Бенц РУС» совместно с МВД РФ проводило программу по противодействию использованию контрафактных товаров. Участие в программе по пресечению правонарушений в сфере торговли запасными частями для автомобилей является необходимым для укрепления безопасности и правопорядка, а также для воспитания правосознания граждан. По данным аналитической компании Авента-Инфо 60 % запасных частей в России являются контрафактными. Использование контрафактной продукции наносит вред экономике России, негативно влияет на работу автомобиля, что может привести к снижению безопасности и возникновению угрозы жизни и здоровью пассажиров.



VS



Mercedes-Benz

Корпоративная культура BMW GROUP характеризуется ясной ответственностью и взаимоуважением. Законное поведение и честная конкуренция являются неотъемлемой частью деловой активности компании и важным условием для обеспечения ее долгосрочного успеха. Основная цель компании состоит в том, чтобы избежать рисков, которые могли бы подвергнуть опасности доверие клиентов, акционеров и деловых партнеров BMW GROUP.

Стабильность

- Социальная защищенность сотрудников
- Динамика роста компании
- Круг постоянных клиентов

Профессионализм

- Желание и стремление сотрудника развиваться
- Поддержка компании путем организации обучения

Семейственность

- Коллективная взаимоподдержка
- Неравнодушие
- Работа на общую цель

Принадлежность к бренду

- Стремление соответствовать уровню бренда
- Единый корпоративный стиль «Мерседес-Бенц»
- Удовольствие от работы с «Мерседес-Бенц»