

  ОБ'ЄДНАННЯ	  ПРАКТИКА	 (Список можна розвивати і продовжувати)
ПОКУПЦІ	тнчуь Лтцт т уфтгчнь ч рДЛДийсД	<ul style="list-style-type: none"> ■ Як розподіляється потік покупців по торгових каналах? ■ Забезпечуємо ми достатню дистрибуцію, щоб у покупця не було проблем з доступністю продукції? ■ Які вимоги покупців до готової продукції? ...
КОНКУРЕНТИ	лц Лжом лжиж зф Л иоЗгл	<ul style="list-style-type: none"> ■ Під якою ТМ працюють наші конкуренти? ■ Яке ключове повідомлення споживачеві? ■ За якими проектами ми можемо співпрацювати? ■ Як спільно розвивати інформованість ринку і розвивати споживання на душу населення? ■ Чи всі формати конкуренції знаходяться в етичному полі? ■ Як ми можемо співпрацювати для розвитку експортних ринків?
ЖИТЕЛІ РЕГІОНІВ ПРИСУТНОСТІ ВИРОБНИЧИХ МА ДАНЧИКІВ	Пжргй лЗпгйггмбм нслирс Л имкс омерЗцмЛЗлжз нрЗу Ллжхжз имкнйгип	<ul style="list-style-type: none"> ■ Які питання турбують жителів щодо роботи птахівничого комплексу? ■ Яким чином інформувати про відповідність діяльності компанії чинним вимогам екологічного законодавства? ■ Хто буде представляти компанію для питань взаємодії з місцевими активами з питання діяльності компанії? ■ Чи зацікавлені жителі в питанні працевлаштування? ■ Які питання поліпшення добробуту може вирішити компанія для локального населення? ...
ОРГАНИ ВЛАДИ РЕГІОНІВ ПРИСУТНОСТІ ВИРОБНИЧИХ МА ДАНЧИКІВ	Х п иЗЗвк л проЗф лЗпгйггмбм нслирс Л имкс омерЗцмЛЗлжз нрЗу Ллжхжз имкнйгип	<ul style="list-style-type: none"> ■ Які програми спільного фінансування прийняти для забезпечення зростання добробуту району, населеного пункту? ■ Співпраця в питаннях працевлаштування некваліфікованих працівників? ...
ГАЛУЗЕВІ ОБ'ЄДНАННЯ	н йиЗ нрЗу Ллжи Л иоЗглж	<ul style="list-style-type: none"> ■ З яких питань можна звертатися до асоціації? ■ Яку інформаційну підтримку вони надають? ■ Яку інформацію про діяльність компанії необхідно передавати для поновлення статусу учасника? ■ Які проекти асоціації підтримуємо? ■ Який розмір членських внесків? ■ Хто із співробітників компанії відповідальний за комунікацію з асоціацією? Чи це одна людина?

Зацікавлена сторона	Приклад ідентифікації учасника групи	Приклад питань для детального аналізу виділеного учасника групи (Список можна розвивати і продовжувати)
ГРОМАДСЬКІ ОБ'ЄДНАННЯ	Спілка інвалідів	<ul style="list-style-type: none"> ■ Яка кількість підопічних? ■ Які види допомоги пріоритетні? ■ Чи є всі необхідні документи, які підтверджують діяльність товариства? ■ Географія проживання підопічних? ■ Хто з боку компанії буде займатись питанням благодійної допомоги? ...
НАУКОВО-ОСВІТНІ ЦЕНТРИ	Аграрний інститут	<ul style="list-style-type: none"> ■ Абітурієнти яких спеціальностей можуть стати в майбутньому співробітниками нашої організації? ■ Які є потреби у деканату в організації освітнього процесу? ■ Чи можемо ми забезпечити частину навчального процесу для абітурієнтів у вигляді стажування, лекцій фахівців, практичних завдань? ■ Чи необхідна робота експерта з методичними матеріалами для студентів? ...
ЗМІ	Аграрний новинний портал	<ul style="list-style-type: none"> ■ Що з діяльності компанії є достатньо значущим для висвітлення на порталі? ■ Що ми можемо запропонувати порталу в якості новинного, інформаційного та освітнього контенту? ■ Які спільні проекти можна організувати для зростання рейтингу видання та іміджу компанії? ■ Як налагодити процес оперативної комунікації? ■ Якими інформаційними каналами повинні скористатися журналісти, щоб оперативно отримати відповідь компанії? ■ Які вимоги компанії для опису інформаційного запиту повинна виконати редакція? ■ Хто і з яких питань може дати коментарі на запитання редакції? ...
МІЖНАРОДНІ ОРГАНІЗАЦІЇ (СЕРТИФІКАЦІЙНІ ТА НАГЛЯДОВІ ОРГАНИ)	Організація, що проводить міжнародний сертифікаційний аудит	<ul style="list-style-type: none"> ■ Які вимоги нормативної документації впроваджені при виробництві готової продукції? ■ Чи впроваджено в дію основні принципи системи менеджменту якості та безпеки харчових продуктів при виробництві готової продукції? ■ Якою мірою регламенти, впроваджені на підприємстві, відповідають вимогам ЄС? ■ Які зауваження висувалися органом сертифікації під час останніх аудитів? ■ Як виглядає план усунення зауважень? ■ Хто буде учасником робочої групи з боку компанії? ...

Виробничі майданчики компанії розташовані в населених пунктах кількох районів Київської та Черкаської областей. Це є важливим чинником, що впливає на персоніфікацію Зацікавлених сторін, і ґрунтується на фактичній локалізації наших майданчиків. Довірчі та довгострокові взаємовідносини з місцевими громадами є сприятливим середовищем для розвитку обох сторін. Наприклад, інвестиції в освіту, програми стажування та пріоритетного

найму персоналу для місцевих жителів, фактично є програмами розвитку людського капіталу компанії.

Укладання контрактів на надання послуг і постачання продукції локального виробництва одночасно є внеском компанії в добробут регіонів присутності, а також одним з показників екологічності: через мінімізацію логістичних викидів.

ВЗАЄМОДІЯ І КОМУНІКАЦІЯ ІЗ ЗАЦІКАВЛЕНИМИ СТОРОНАМИ

Всі комунікації, що здійснюються компанією, відповідають базовим принципам якості наданої інформації:

1. Принцип репрезентативності або формування інформаційних повідомлень на основі генеральної сукупності даних, ретельного аналізу зібраної інформації відповідно до вимог і очікувань Одержувача інформаційного повідомлення.
2. Принцип змістовності або наявність в повідомленні Одержувачу зваженої аргументації, підтвердженої фактами, дослідженнями, експертизою аналізу даних тощо.
3. Принцип достатності або надання інформації, яка відповідає вимогам і очікуванням Одержувача і достатня для подальшого прийняття рішення.
4. Принцип доступності або можливість сформулювати запит за допомогою різноманітних комунікаційних каналів.
5. Принцип актуальності або надання інформації, яка відповідає поточному часовому періоду.
6. Принцип своєчасності або надання інформації в обумовлені та підтверджені терміни.
7. Принцип достовірності або відповідність інформації реальному стану досліджуваних об'єктів, процесів або явищ з точністю функціональних характеристик.
8. Принцип сталості або здатність проводити інформаційне оновлення чи реагувати на зміни вихідних даних, не втрачаючи достовірності, точності, достатності та інших важливих інформаційних принципів.
9. Принцип рівності або надання інформації рівноцінним представникам зацікавлених сторін одночасно, через раніше узгоджені та затверджені єдині канали комунікації без пріоритизації права отримання інформації для будь-якого окремого учасника групи.

Для зв'язку з Зацікавленими сторонами компанія використовує різноманітні комунікаційні канали, а саме:



ЗАГАЛЬНІ КАНАЛИ:

- власні інтернет-ресурси компанії:

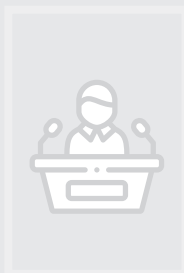
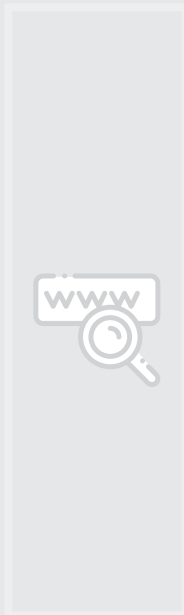
www.ovostar.ua,
www.yasensvit.ua,
www.ovostar.global

дозволяють скористатися для зв'язку з компанією виділеними для цього електронними поштовими адресами, робочими телефонами, а також формами зворотного зв'язку, які обробляються адміністративним департаментом і адресуються відповідним відповідальним за спілкування з даною Зацікавленою стороною особам;

- сторінки в соціальних мережах підтримуються виділеними фахівцями, які оперативно реагують на вхідні повідомлення і розподіляють їх по відповідальним за комунікацію підрозділам;

- регулярне відвідування профільних виставок, інформування про участь в яких починається завчасно з анонсуванням події у власних медійних ресурсах, щоб будь-який інтересант, який має бажання провести очну зустріч з представниками компанії, міг скористатися такою можливістю;

- участь в конференціях, круглих столах, проведення зустрічей, електронне листування, листування та обмін документацією через поштові канали зв'язку, телефонна корпоративна лінія;



ОФІЦІЙНІ КАНАЛИ:

- офіційна звітність, сертифікація, реагування та надання інформації за спеціальними запитами контролюючих державних і міжнародних інститутів;
- регулярні зустрічі з групами зацікавлених сторін, що представляють державні та місцеві органи влади, а також зустрічі з громадськістю в місцях локації виробничих майданчиків;
- за необхідності участь у засіданнях місцевих рад та проведення громадських слухань з питань розвитку;
- контролюючі перевірки наглядових органів на предмет відповідності проведеної компанією діяльності державним і міжнародним вимогам;
- розміщення звітності на сайтах Варшавської біржі, Кіпрської біржі (ОАМ), на порталі Кіпрської комісії з цінних паперів та фондового ринку, розміщення інформації в спеціальному розділі корпоративного сайту www.ovostar.ua.

СПЕЦІАЛЬНІ КАНАЛИ ЗВ'ЯЗКУ ДЛЯ ВНУТРІШНІХ ЗАЦІКАВЛЕНИХ СТОРІН:

- внутрішній корпоративний портал для співробітників і ТОП-Менеджменту;
- організація інформаційних дошок, анонімних ящиків для подачі питань і пропозицій на виробничих майданчиках компанії;
- процедури визначення мети, підведення підсумків і отримання зворотного зв'язку від функціонального менеджера та співробітників інших підрозділів;
- процедури введення в посаду новачків, розвитку компетенцій персоналу, кар'єрного супроводу; бібліотека внутрішніх регламентів і процедур.

Для збереження історії взаємодії із зацікавленими сторонами компанія застосовує широкий технічний інструментарій:

- впроваджені системи внутрішнього та зовнішнього електронного документообігу
- інтегрована система управління взаємовідносинами зі споживачами і постачальниками, що реалізована на базі CRM-платформи
- впроваджена єдина облікова система підприємства для всіх виробничих майданчиків
- організована хмарна інфраструктура поштових серверів
- впроваджені системи архівації поштових повідомлень та облікових систем
- реалізована структурована централізована система зберігання офісних документів
- автоматизована система прийому звернень на надання сервісних послуг і робіт, що здійснюються між підрозділами
- реалізовані механізми фізичного контролю доступу на виробничі майданчики
- впроваджені системи реєстрації і контролю переміщення транспортних засобів.

Компанія приділяє пильну увагу безпеці і конфіденційності інформації про взаємини з різними групами Зацікавлених сторін:

- впроваджено розмежування доступів користувачів до облікової системи та зберігання файлів
- встановлені системи антивірусної безпеки,
- реалізовані заходи щодо захисту поштових файлів

- впроваджений захист периметра комп'ютерної мережі на базі продукту FortiGate
- впроваджені електронні цифрові підписи.

У своїй регулярній комунікації компанія використовує такі форми розкриття інформації:

- юточні звіти про результати операційної та фінансової діяльності компанії на регулярній основі відповідно до вимоги про звітність публічної компанії;
- юрес-релізи розкриття інформації про подію, яка може вплинути на капіталізацію компанії;
- ъорічні збори акціонерів;
- яегулярна податкова й інша управлінська звітність, яка подається до державних та фінансових інститутів;
- єертифікаційні, наглядові та інші аудити діяльності компанії державними і міжнародними інститутами, а також аудити з боку покупців продукції секторів ритейл, HoReCa і виробників харчової продукції;
- ъовинні релізи, що відображають події компанії, які можуть бути цікаві різним Зацікавленим сторонам;
- яеагування на запити ЗМІ, недержавних громадських організацій та громадськості;
- яеагування на запити, що одержуються у формах зворотного зв'язку з медійних ресурсів компанії і соціальних сторінок;
- џформаційні розсилки і публікація новин у внутрішніх каналах комунікації зі співробітниками компанії;
- їражування інформаційних матеріалів про компанію, продукцію, комерційні пропозиції, відмітні споживчі властивості через соціальні мережі і дистрибуцію друкованих матеріалів



УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ

Управління ризиками - важлива частина процесу прийняття рішень «Овостар Юніон». Компанія усвідомлює, що неможливо передбачити і підготуватися до кожної потенційної ситуації, яка може поставити під загрозу стабільність діяльності компанії.

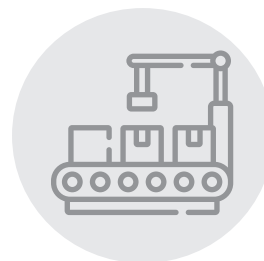
Управління ризиками у частині взаємин з Зацікавленими сторонами є частиною загальної політики компанії, відображеної в розділі «План антикризового управління і забезпечення безперервності бізнесу», розміщеного в

розділі «Сталий розвиток» на корпоративному сайті www.ovostar.ua.

Розуміючи, що управління ризиками, крім ретельної роботи щодо їх ідентифікації, структуризації і оцінки, вимагає розробки нормативних документів, регламентів і процедур, що забезпечують превентивні заходи захисту від виникнення ризиків, компанією розроблені наступні базові регламенти, що стосуються таких областей управління як:

ВИРОБНИЧІ:

управління процесом виробництва; управління закупівлями; управління якістю готової продукції; регламент управління асортиментом і розробкою нової продукції; регламент і стандарти прийому сировини для виробництва комбікорму; регламент прийому сировини для виробництва яєчної продукції; управління транспортною логістикою і процесом відвантаження продукції; регламент щодо здійснення санітарно-гігієнічних заходів; інструктаж і навчання виробничого персоналу; регламент управління відходами.



БІОЛОГІЧНІ:

інструктаж з підтримки здоров'я птиці; інструктаж щодо особистої гігієни співробітників; стандарти чистоти і безпеки води; регламент допуску зовнішніх відвідувачів на територію.

УПРАВЛІНСЬКІ:

управління документообігом; управління даними; регламенти проведення зовнішніх і внутрішніх аудитів; політики комп'ютерної безпеки; регламенти управління даними і збереження інформації; регламенти управління потоком персоналу; політики та стандарти управління продажами; регламент з управління проектами.



КРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:

управління потенційними кризовими ситуаціями та аваріями; інструкції щодо оцінки потенційних загроз і управління ризиками; процедури управління претензіями та скаргами покупців; регламент реагування на репутаційні кризи.

ОЦІНКА ТА НАВЧАННЯ

Реалізуючи сучасні підходи управління, «Овостар Юніон» приділяє значну увагу оцінці взаємин, компетенцій, ринкових позицій та інших маркерів успішної діяльності, на підставі яких надалі вибудовує процеси і заходи, необхідні для подальшого зростання і розвитку компанії.

Компанія не тільки створює умови для навчання і розвитку своїх співробітників, але і знаходяться в процесі постійного самовдосконалення, змінюється сама і підштовхує до зовнішніх змін у точках дотику.

Оцінюючи накопичений досвід спілкування з різними Зацікавленими сторонами, компанія напручує внутрішні регламенти та процедури, які стають бібліотеками для швидкого навчання нових співробітників, а також координаційними механізмами у разі виникнення непередбачених ситуацій.

На основі регулярного зворотного зв'язку, одержуваного через канали комунікацій, проводячи глибокий причинно-наслідковий аналіз, в разі надходження скарг від будь-якого інтересанта, відповідальні менеджери формують план коригувальних заходів, реєструють у разі необхідності зміни в діючих операційних процесах і впроваджують зміни у підзвітних їм сферах діяльності компанії.

Будь-який співробітник компанії може звернутися за допомогою до співробітника, який відповідає за розвиток компетенцій і визначити індивідуальний або груповий

план навчання і розвитку для майбутньої ефективної комунікації з різними Зацікавленими сторонами. Для підтримки темпів організаційного навчання компанія виділила наступні ключові напрямки:

1. Удосконалення особистої майстерності або надання можливості нарощування індивідуальних компетенцій і навичок для виконання прямих функціональних завдань;
2. Створення спільного бачення або формування у співробітників компанії єдиних цінностей, пріоритетів, загальної культури, що сприяють досягненню поставлених корпоративних цілей;
3. Групове навчання або проведення функціональних майстер-класів з метою підвищення загального рівня грамотності співробітників про діяльність інших підрозділів, формування уявлення про вимоги до рівня внутрішнього сервісу в компанії;
4. Мотиваційне навчання або можливість індивідуального розвитку компетенцій за межами компанії для забезпечення горизонтального або вертикального кар'єрного просування;
5. Проектне навчання або навчання на частих випадках шляхом накопичення досвіду впровадження проектів всередині компанії.



ВИСНОВОК

Управління відносинами з Зацікавленими сторонами — непростий і комплексний процес, до якого залучені всі без винятку працівники групи компаній «Овостар Юніон». Реагуючи на зміни зовнішнього середовища, компанія вдосконалює комунікаційні інструменти, розвиває технології, інвестує в розвиток регіонів присутності, навчає і розвиває персонал, щоб бути

надійним партнером, роботодавцем, постачальником, клієнтом, благодійником для різноманітних Зацікавлених сторін.

Ми працюємо і вдосконалюємося для того, щоб виробляти екологічно чисті і здорові продукти харчування для української нації та наших міжнародних клієнтів.

