

КОДЕКС ДЕЛОВОЙ ЭТИКИ ОАО «ВОЛГО-ВЯТСКАЯ ПРИГОРОДНАЯ ПАССАЖИРСКАЯ КОМПАНИЯ»



УТВЕРЖДЕН
приказом АО «ВВППК»
от «31» 01 2023 г.

**Кодекс деловой этики акционерного общества
«Волго-Вятская пригородная пассажирская компания»**

I. Общие положения

1. Кодекс деловой этики (далее – Кодекс) акционерного общества «Волго-Вятская пригородная пассажирская компания» (далее – АО «ВВППК», Компания) устанавливает корпоративные нормы и правила служебного поведения должностных лиц и других работников АО «ВВППК», а также определяет принципы взаимоотношений АО «ВВППК» с акционерами, органами власти, юридическими и физическими лицами.

2. Цель принятия настоящего Кодекса - создание условий для сплочения и объединения работников в единый коллектив, способный решать задачи организации безопасных пригородных перевозок на железнодорожном транспорте, предоставлении качественных услуг пассажирам.

3. АО «ВВППК» - компания, оказывающая услуги по перевозке пассажиров железнодорожным транспортом общего пользования в пригородном сообщении. Клиентами АО «ВВППК» являются физические и юридические лица, пользующиеся услугами по перевозке пассажиров на территории четырех субъектов Российской Федерации – Нижегородская, Кировская, Владимирская области, Удмуртская Республика. Этим объясняются высокие требования к этике поведения не только в самом АО «ВВППК», но и во взаимоотношениях с внешними аудиториями.

4. АО «ВВППК» привержено этическим нормам, принятым в современном российском и мировом деловом сообществах.

5. Настоящий Кодекс разработан с учётом миссии и корпоративных ценностей Компании. Миссия Компании состоит в эффективном удовлетворении спроса на пригородные пассажирские перевозки, предоставлении населению качественных услуг на пригородном железнодорожном транспорте. АО «ВВППК» помогает людям преодолевать расстояния максимально удобно, заботясь о комфорте пассажиров, предоставляя дополнительные услуги. Лозунг компании - «Надёжно. Удобно. Доступно».

6. Настоящий Кодекс призван способствовать укреплению имиджа и репутации Компании.

II. Этические принципы

7. Этические принципы АО «ВВППК» представляют собой свод повседневных правил, следуя которым работники АО «ВВППК» реализуют на практике требования корпоративных компетенций. Этические принципы являются основой для выбора линии поведения в ситуациях, не отраженных в настоящем Кодексе.

8. Десять основных этических принципов:

1) работать на совесть. Это значит точно и старательно выполнять свои служебные обязанности, соблюдать принятые на себя деловые обязательства, выполнять принятые планы, оправдывать высокую честь быть работником АО «ВВППК»;

2) гордиться званием работника АО «ВВППК». Наш долг - поддерживать и приумножать репутацию динамично развивающейся пригородной пассажирской компании;

3) опираться на мастерство. Перенимать накопленный поколениями опыт, творчески использовать его в работе для достижения результата, развивать профессиональное мастерство, передавать опыт более молодым работникам;

4) ориентироваться на результат. Следуя этому принципу, мы помним, что результаты хорошей работы всегда конкретны и проявляются в увеличении прибыли АО «ВВППК», реализации новых проектов, удовлетворенности клиентов, доверии людей;

5) принимать взвешенные решения. Понимая, что наши решения могут коснуться интересов многих граждан и организаций, мы принимаем только взвешенные решения;

6) воспринимать себя частью целого. Быть частью коллектива - значит старательно и честно относиться к коллегам, руководителям, подчиненным и ставить интересы коллектива и АО «ВВППК» выше частных интересов. Наша сила - в слаженной совместной работе;

7) ставить на первое место человека. Для нас люди важнее техники, за цифрами статистики мы всегда видим конкретного человека, пассажира, клиента. Все, что делает АО «ВВППК», делается для удобства и блага человека;

8) соблюдать коммерческие интересы АО «ВВППК». Живя в условиях рыночной экономики, мы стремимся зарабатывать и экономить деньги там, где это не противоречит законам и этике, не наносит ущерба качеству и безопасности. Все принимаемые решения мы оцениваем с точки зрения экономической целесообразности и коммерческих интересов АО «ВВППК»;

9) быть лидером. Работники АО «ВВППК» должны поступать по-лидерски: вести за собой, не бояться перемен, служить примером коллегам, подчиненным и тем, кто не является работником АО «ВВППК»;

10) стремиться к новому. Мы никогда не устаем стремиться к совершенству, находим возможности для достижения более эффективного результата, внедрения инноваций, получения новых знаний, профессионального и личностного саморазвития. Внедрение нового - залог роста и процветания АО «ВВППК», залог развития личности работника.

III. Ценности АО «ВВППК»

9. Традиции и ценности АО «ВВППК», как части холдинга ОАО «РЖД», сложились за долгую, почти двухсотлетнюю историю российских железных дорог.

10. АО «ВВППК» приветствует следование своих работников ценностям бренда «РЖД». Безусловное уважение работниками ценностей бренда «РЖД» является проявлением уважения к Компании как к работодателю, способствует повышению эффективности производственной деятельности, укреплению сплоченности коллектива, повышению престижа АО «ВВППК» и работы в нем.

11. Ценности бренда «РЖД» находят свое практическое воплощение в корпоративных компетенциях.

IV. Взаимная ответственность АО «ВВППК» и работников

12. АО «ВВППК» строит отношения с работниками на основе взаимного уважения и исполнения взаимных обязательств. АО «ВВППК» и его работники разделяют общие ценности, осознанно и добросовестно выполняют свои обязательства по отношению друг к другу.

13. АО «ВВППК» несет ответственность перед работниками в:

а) соблюдении требований трудового законодательства Российской Федерации, коллективного договора АО «ВВППК» на соответствующий период, трудовых договоров с работниками, нормативных актов АО «ВВППК»;

б) обеспечении стабильной и достойной заработной платы, условий охраны труда, сохранении здоровья и производственной безопасности в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и нормативных актов АО «ВВППК»;

в) предоставлении социального обеспечения, медицинской помощи

и других элементов корпоративной социальной защиты в рамках программ, реализуемых АО «ВВПК»;

г) развитии и совершенствовании системы обучения, мотивации и оценки потенциала работников АО «ВВПК»;

д) поддержании инициатив и стремлений работников к саморазвитию, повышению и развитию корпоративных компетенций, выполнению сложных задач;

е) обеспечении равных прав и возможностей всем лицам при приеме на работу и при построении карьеры независимо от пола, возраста, расы, национальности, языка, происхождения, имущественного и должностного положения, места жительства, религиозных и политических убеждений. АО «ВВПК» проявляет терпимое отношение к идеологическим, личностным и физиологическим различиям работников;

ж) соблюдении конфиденциальности и обеспечении защиты персональных данных работников, уважении их личной свободы, личного времени и прав человека, недопущении какого-либо вмешательства в частную жизнь работников;

з) обеспечении надлежащего качества корпоративной информации, распространяемой как внутри АО «ВВПК», так и вне его (ясность, точность, актуальность и др.).

14. Ответственность работников перед АО «ВВПК» заключается в:

а) соблюдении требований законодательства Российской Федерации, в том числе трудового законодательства и законодательства о противодействии коррупции, нормативных документов АО «ВВПК», в том числе настоящего Кодекса, Устава и правил внутреннего трудового распорядка;

б) добросовестном выполнении своих должностных обязанностей, совершенствовании своих профессиональных знаний и умений, проявлении ответственности и инициативы, стремлении к поиску решений, повышающих производительность труда и снижающих затраты АО «ВВПК»;

в) исполнении решений органов управления и контроля АО «ВВПК», приказов и распоряжений АО «ВВПК», поручений должностных лиц;

г) заботе о соблюдении общих интересов АО «ВВПК» и холдинга «РЖД» в целом;

д) стремлении к укреплению деловой репутации АО «ВВПК», в том числе в отказе от участия в сомнительных сделках, участие в которых может нанести даже в отдаленной перспективе материальный либо репутационный ущерб Компании;

е) корректном поведении как с клиентами, так и с коллегами по работе, в недопущении отклонений от норм делового и межличностного общения, предусмотренных настоящим Кодексом;

ж) своевременном, корректном и полном отображении информации о финансово-хозяйственных операциях компании в учете, а также хранении и при необходимости предоставлении соответствующих подтверждающих документов;

з) своевременном информировании руководителей о возникновении новых и реализации существующих рисков компании, в том числе рисков коррупции и репутационных рисков;

и) соблюдении требований антикоррупционной политики АО «ВВПК».

15. Каждый работник АО «ВВПК» участвует в поддержании положительного имиджа компании и укрепляет ее репутацию, соблюдая принципы корпоративной культуры.

Наша репутация - это клиентоориентированность, а также порядочное, внимательное и заботливое отношение к людям на работе и вне ее. Это верность высоким моральным и профессиональным ориентирам всегда и везде. Это стиль жизни и поведения, затрагивающий, в том числе, и деловое поведение работников, а также стиль в одежде.

V. Общие принципы поведения работников

16. Взаимодействие между работниками в АО «ВВПК» выстраивается на основе взаимного уважения личности и нацеленности на результат, с тем, чтобы успешно решать профессиональные задачи, обеспечивать условия для профессионального и личностного развития, поддерживать конструктивные и благоприятные отношения в коллективе.

17. Общими принципами поведения работников АО «ВВПК» являются:

а) честность, порядочность, вежливость и корректность в отношениях между коллегами по работе, создание атмосферы взаимопонимания, доверия и сотрудничества;

б) пунктуальность, четкое и своевременное выполнение взятых на себя обязательств, самодисциплина, организованность;

в) обмен опытом и информацией, оказание помощи друг другу в достижении лучшего результата, работа в команде;

г) рациональное использование своего рабочего времени и рабочего времени коллег по работе, а также имущества АО «ВВПК»;

д) неприятие коррупции.

18. АО «ВВППК» развивает культуру эффективных корпоративных коммуникаций, в основе которых - доверие и командный дух. Мы стремимся выстраивать конструктивный диалог, давая каждому работнику возможность обсуждать, выявлять, анализировать и устранять ошибки, их причины и обстоятельства возникновения.

При этом своевременное сообщение о допущенной ошибке не только позволит устраниить ее последствия с минимальными потерями, но также послужит смягчающим фактором при определении дисциплинарных мер воздействия к работнику, ее допустившему.

19. АО «ВВППК» поощряет конструктивные инициативы работников и обеспечивает возможность их реализации.

20. В АО «ВВППК» не допускается дискриминация по национальным, половым, возрастным, культурным или иным признакам.

21. Работники не допускают в адрес клиентов, акционеров и своих коллег по работе действий и высказываний, которые могут нанести ущерб АО «ВВППК» и его деловой репутации.

22. Религиозные и политические предпочтения и общественная деятельность являются личным делом каждого работника и не должны препятствовать исполнению им должностных обязанностей и отражаться на его профессиональной деятельности.

23. Работники, принимающие участие в политической, религиозной и общественной деятельности, могут выступать в указанных сферах деятельности только от своего имени, но не в качестве представителей АО «ВВППК».

24. Работники не вправе осуществлять политическую, религиозную или общественную деятельность в рабочее время и на объектах АО «ВВППК» или с использованием его имущества без заключения с АО «ВВППК» соответствующего договора.

25. АО «ВВППК» не финансирует и не поддерживает любым другим способом политические партии и некоммерческие организации, осуществляющие политическую деятельность. АО «ВВППК» также не финансирует и не поддерживает любым другим образом политическую деятельность любых физических лиц, в том числе работников АО «ВВППК».

26. Работники АО «ВВППК» должны придерживаться делового стиля одежды. Все категории работников, для которых предусмотрена форменная одежда, обязаны быть в рабочее время в форменной одежде.

VI. Общие принципы поведения руководителей

27. Ответственными за соблюдение, разъяснение и внедрение норм

настоящего Кодекса являются руководители всех уровней управления. Каждый руководитель должен быть образцом этичного поведения и личным примером поддерживать высокий уровень корпоративной культуры АО «ВВПК».

28. Руководители должны:

- а) исходить из интересов АО «ВВПК», работать добросовестно, с полной отдачей, постоянно повышать профессионализм и компетентность;
- б) проявлять лидерские качества, являться образцом соблюдения норм деловой этики и общепринятых норм и правил поведения;
- в) уважительно относиться к работникам, соблюдать их права, не допускать в своей управленческой практике использования методов, наносящих ущерб личному достоинству работников, принятия необоснованных или незаконных решений;
- г) в своей профессиональной деятельности следовать самим высоким стандартам делового общения и поддерживать деловую репутацию и имидж АО «ВВПК» в деловых кругах, при взаимодействии с клиентами и контрагентами;
- д) не допускать участия Компании в сомнительных сделках, участие в которых может нанести даже в отдаленной перспективе материальный либо репутационный ущерб Компании;
- е) соблюдать требования законодательства Российской Федерации (в том числе законодательства Российской Федерации в области противодействия коррупции), а также нормативных документов АО «ВВПК»;
- ж) поддерживать среди работников культуру неприятия коррупции, а также внедрять в практику работы своих подразделений процедуры по противодействию коррупции и организовывать обучение работников основам противодействия коррупции;
- з) предотвращать и урегулировать возникающие конфликты интересов работников АО «ВВПК»;
- и) взаимодействовать в установленном законодательством Российской Федерации порядке с правоохранительными органами, в том числе в сфере противодействия коррупции.

29. Запрещаются любые формы дискриминации работников руководителями. Подбор и назначение работников должны осуществляться с учетом профессиональных (производительность труда, квалификация, стаж работы по специальности и т.д.) и личных качеств, уровня развития корпоративных компетенций. При этом должно обеспечиваться беспристрастное и справедливое отношение к работнику.

30. В АО «ВВПК» неприемлемы любые виды протекционизма, а

также привилегий и льгот отдельным работникам, кроме как на основании принятой в АО «ВВППК» единой системы корпоративных требований к персоналу.

31. При взаимодействии с подчиненными руководители обязаны:

а) проявлять объективность, доброжелательность, внимательность и беспристрастность, поддерживать в коллективе устойчивый благоприятный социально-психологический климат, способствующий выстраиванию открытого диалога и справедливой оценке труда подчиненных;

б) обеспечивать безопасность и необходимый комфорт на рабочих местах и в помещениях, в которых трудятся работники;

в) поддерживать у своих подчиненных и других работников дух командной работы и партнерства, чувство ответственности, стремление к профессиональному совершенствованию и новаторству;

г) обеспечивать открытый доступ к информации, необходимой работникам для выполнения своих должностных обязанностей, возможность осуществления обратной связи;

д) рационально делегировать полномочия руководителям нижестоящего уровня, продуктивно использовать рабочее время работников, ставить перед ними реалистичные задачи, подкрепленные необходимыми ресурсами и соответствующие уровню их профессиональной квалификации;

е) обеспечивать подбор персонала и управление развитием карьеры работников, способствующие достижению стратегических целей АО «ВВППК» и реализации потенциала работников;

ж) создавать условия для обучения, самообразования работников и повышения ими профессиональной квалификации, содействовать формированию кадрового резерва АО «ВВППК».

VII. Информация конфиденциального характера

32. Соблюдение принципов работы с информацией конфиденциального характера является одним из необходимых условий поддержания стабильности АО «ВВППК». Разглашение конфиденциальной информации может нанести ущерб АО «ВВППК».

33. Работники не вправе разглашать информацию конфиденциального характера или использовать такую информацию в личных целях либо в интересах третьих сторон, а также использовать инсайдерскую информацию для совершения сделок с ценными бумагами АО «ВВППК».

34. Для сохранения информации конфиденциального характера

необходимо соблюдать следующие требования:

- а) использовать информацию конфиденциального характера только в рамках исполнения должностных обязанностей. Передача подобной информации любым другим лицам, в том числе коллегам, чья работа не связана с ее использованием, возможна только с разрешения непосредственного руководителя, если это не противоречит нормативным документам АО «ВВППК»;
- б) раскрывать информацию конфиденциального характера по различным направлениям деятельности АО «ВВППК» инвесторам и государственным органам в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации, Уставом и нормативными документами АО «ВВППК»;
- в) бережно относиться к сведениям, предоставленным в распоряжение АО «ВВППК» третьей стороной, неукоснительно соблюдать российское и международное законодательство в области охраны интеллектуальной собственности, авторских и смежных прав;
- г) сохранять информацию конфиденциального характера о работниках, включая информацию об их персональных данных и доходах, за исключением случаев, предусмотренных законодательством Российской Федерации;
- д) ограничивать круг лиц, имеющих право взаимодействовать от имени АО «ВВППК» со средствами массовой информации. Информацию и комментарии относительно деятельности АО «ВВППК» вправе обнародовать только уполномоченные на осуществление данной деятельности работники компании;
- е) возлагать на работников персональную ответственность за содержание размещаемой ими на общедоступных ресурсах сети Интернет информации об АО «ВВППК», его деятельности и планах.

35. АО «ВВППК» оставляет за собой право в случае умышленного или неосторожного разглашения его работником информации конфиденциального характера, к которой он получил доступ в связи с исполнением трудовых обязанностей, применять к нему меры, предусмотренные законодательством Российской Федерации.

VIII. Соблюдение коммерческих интересов

36. Получение прибыли - одна из главных целей деятельности АО «ВВППК» как коммерческой организации.

37. Работники в своей профессиональной деятельности должны осознавать себя частью АО «ВВППК», руководствуясь его

коммерческими интересами и стремиться к обеспечению общей прибыльности как путем увеличения доходов, так и путем снижения издержек.

IX. Предотвращение конфликта интересов между АО «ВВППК» и его работниками

38. АО «ВВППК» стремится исключить любую возможность возникновения конфликта интересов между АО «ВВППК» и работниками. Работники во взаимоотношениях с юридическими лицами и физическими лицами других организаций обязаны воздерживаться от действий, рискованных с точки зрения возникновения конфликта интересов.

39. Работники обязаны руководствоваться исключительно интересами АО «ВВППК» и избегать действий, препятствующих эффективной работе, при этом их личные, семейные и другие обстоятельства, а также финансовые интересы не должны влиять на принятие решений.

40. Работники должны избегать финансовых и иных деловых связей, а также участия в совместной работе с организациями, деятельность которых может стать причиной возникновения конфликта интересов и мешать эффективной деятельности АО «ВВППК».

41. О возникновении конфликта интересов, угрозы финансовым или иным интересам АО «ВВППК», возникновении сторонних личных деловых интересов, получении предложения и/или принятия решения о переходе на работу в другую организацию, с которой АО «ВВППК» совместно ведет бизнес или имеет деловые связи, должностные лица и работники незамедлительно ставят в известность непосредственного руководителя.

42. Работники должны ориентировать близких родственников на недопустимость создания конфликта интересов с АО «ВВППК» вследствие семейных обстоятельств.

43. Руководители АО «ВВППК» должны принимать меры по урегулированию конфликта интересов АО «ВВППК» и работников в возглавляемых ими подразделениях.

X. Деловые подарки и иная выгода

44. Получение или дарение деловых подарков, а также организация или участие в представительских мероприятиях допускается, только если это соответствует принятой деловой практике и не нарушает законодательство Российской Федерации, принципы деловой этики и требования нормативных

документов АО «ВВППК».

45. Получение делового подарка, участие в представительском мероприятии не должно подразумевать возникновения каких-либо обязательств перед дарителем или организатором мероприятия и рассматриваться как подкуп в интересах дарителя или организатора мероприятия.

46. Недопустимо получение подарков, вознаграждения и иных выгод для себя лично и других лиц в обмен на оказание АО «ВВППК» каких-либо услуг, осуществление либо неосуществление работниками определенных должностных действий, передачу конфиденциальной информации, в том числе составляющей государственную, коммерческую и иную охраняемую законом тайну (или имеющую инсайдерский характер), информацию о персональных данных и частной жизни других работников.

47. Деловые подарки, которые работники дарят третьим лицам, должны соответствовать нормам деловой этики АО «ВВППК».

48. Стоимость делового подарка должна соответствовать поводу и особенностям деловых отношений с АО «ВВППК» получателя подарка или его дарителя. Подарки и сувениры могут быть вручены или приняты по случаю общенародных праздников, памятных дат, юбилеев и дней рождения, а также в других случаях, предусмотренных деловым этикетом или являющихся общепринятой практикой.

49. В отношениях с конкурентами и контрагентами не допускается дарение или получение любых подарков в форме денежных выплат или в иной форме, которая может рассматриваться как эквивалент денежной выплаты.

50. В случае если деловой подарок является объектом налогообложения, работники, получившие такой подарок, обязаны своевременно уплатить подоходный налог в соответствии с законодательством Российской Федерации.

51. Работники не могут использовать служебное положение для получения услуг, в том числе кредитов от аффилированных лиц, за исключением кредитных учреждений или лиц, предлагающих в рамках своей деятельности аналогичные услуги или кредиты на сопоставимых условиях третьим лицам.

52. Работники АО «ВВППК» могут дарить деловые подарки третьим лицам, имеющим деловые связи с АО «ВВППК», только при осуществлении трудовой функции и от имени АО «ВВППК».

53. Представляя интересы АО «ВВППК», работники должны:

а) избегать ситуаций, когда получение либо передача подарков или оказание услуг может вступать в конфликт или создавать впечатление

конфликта личных интересов работника с интересами АО «ВВППК»;

б) соблюдать при работе с органами государственной власти, органами местного самоуправления, организациями требования законодательства Российской Федерации и нормативных документов АО «ВВППК», определяющих основания и порядок дарения подарков или осуществления иных видов вознаграждения;

в) учитывать, что подарки и церемония их вручения не должны противоречить местным, национальным и религиозным традициям региона присутствия АО «ВВППК»;

г) дарить или принимать дорогостоящие деловые подарки, а также участвовать в дорогостоящих представительских мероприятиях в соответствии с установленным в АО «ВВППК» порядком;

д) своевременно сообщать своему непосредственному руководителю о возникновении ситуации двусмыслиности между дарителем и получателем подарка или услуги.

XI. Противодействие коррупции

54. Любые формы коррупции опасны для общества, государства и бизнеса. В транспортной отрасли они абсолютно недопустимы, поскольку угрожают фундаментальным основам безопасности. Работники АО «ВВППК» должны сообщать ставшую им известной информацию о нарушении правовых и этических норм в этой области своему непосредственному руководителю. В случае если непосредственный руководитель не предпринимает соответствующих мер, работник обязан сообщать известную ему информацию вышестоящему руководителю вне зависимости от своего должностного статуса.

АО «ВВППК» не приемлет коррупцию во всех ее формах и проявлениях при осуществлении любых видов деятельности. Работники не вправе непосредственно либо через третьих лиц участвовать в коррупционной деятельности, в том числе недопустимо:

- а) предлагать, обещать или давать взятки;
- б) злоупотреблять полномочиями;
- в) осуществлять коммерческий подкуп.

55. Понимая, что нарушение антикоррупционного законодательства может нанести ущерб деловой репутации и имиджу АО «ВВППК», работники должны соблюдать требования законодательства Российской Федерации в области противодействия коррупции.

56. АО «ВВППК» гарантирует, что никакие меры воздействия не будут применяться по отношению к работникам АО «ВВППК» либо

контрагентам за отказ в даче взятки, осуществлении или участии в коммерческом подкупе, отказ в посредничестве во взяточничестве, в том числе в тех случаях, когда в результате отказа АО «ВВППК» были причинены убытки либо не были получены коммерческие/конкурентные преимущества.

XII. Защита имущества

57. Имущество АО «ВВППК» может использоваться только в целях обеспечения уставной деятельности и не может быть использовано в целях, противоречащих законодательству Российской Федерации.

58. Работники должны бережно относиться к имуществу, технике, коммерческой и технической информации, представляющей интеллектуальную собственность АО «ВВППК», эффективно их использовать и защищать от утраты, кражи, использования не по назначению, а также не допускать их незаконного использования.

XIII. Охрана труда

59. Жизнь и здоровье работников, а также охрана их труда имеют для АО «ВВППК» важнейшее значение. АО «ВВППК» прилагает максимум усилий, чтобы обеспечить безопасность и исключить несчастные случаи и аварийные ситуации.

60. При этом сохранение жизни и здоровья являются собственным осознанным выбором каждого человека, основанным на личной ответственности каждого работника, осмотрительности, осторожности и соблюдении правил техники безопасности.

61. Обеспечение условий безопасного труда - прямая обязанность руководителей всех уровней управления. Работники несут ответственность за выполнение требований безопасности и соблюдение норм охраны труда и здоровья на рабочих местах.

62. Работники обязаны помнить о том, что железнодорожная инфраструктура при нарушении правил ее эксплуатации представляет собой источник повышенной опасности. Это возлагает на работников ответственность как за предупреждение травматизма и несчастных случаев на железнодорожной инфраструктуре, так и за проведение профилактической разъяснительной работы среди населения.

63. Лица, выполняющие работу на объектах АО «ВВППК», должны:

- знать о рисках, сопровождающих их деятельность и влияющих на безопасность их жизни и здоровья, а также жизни и здоровья окружающих;

- б) осознавать личную ответственность за свою жизнь и здоровье, а также за жизнь и здоровье окружающих;
- в) поддерживать корпоративную культуру безопасности труда;
- г) побуждать к безопасному поведению своих коллег;
- д) знать и соблюдать необходимые нормы безопасности, применимые к его деятельности, и понимать возможные негативные последствия их несоблюдения.

XIII. Отношения с юридическими и физическими лицами

64. Во взаимоотношениях с юридическими и физическими лицами интересы АО «ВВППК» представляют его работники.

65. АО «ВВППК» уважает законные интересы всех заинтересованных юридических и физических лиц и, руководствуясь своими корпоративными ценностями, прилагает максимальные усилия для установления продуктивного сотрудничества, основанного на честности, открытости, взаимном доверии и уважении.

XIV. Отношения с акционерами

66. Акционерами АО «ВВППК» являются: ОАО «РЖД», субъекты Российской Федерации Нижегородская и Кировская области.

67. В отношениях с акционерами АО «ВВППК»:

а) придерживается абсолютной прозрачности своей деятельности и соблюдения интересов акционеров, обеспечивает высокий уровень корпоративного управления для достижения целей, поставленных акционером;

б) добросовестно соблюдает требования законодательства Российской Федерации, в том числе получает все разрешения и лицензии, требующиеся для ведения своей деятельности, своевременно осуществляет уплату налогов, сборов и других обязательных платежей;

в) обеспечивает рентабельность хозяйственной деятельности в рамках поставленных перед АО «ВВППК» задач и с учетом ограничений, устанавливаемых акционерами и законодательством Российской Федерации, прилагает усилия для увеличения в интересах акционеров собственной стоимости;

г) предоставляет акционерам необходимую достоверную и документально подтвержденную оперативную информацию и отчетность в

соответствии с законодательством Российской Федерации и своими внутренними документами;

д) не допускает каких-либо попыток незаконным способом повлиять на решения государственных органов или их представителей;

68. АО «ВВППК» стремится строить свою деятельность таким образом, чтобы в полном объеме удовлетворять потребности населения обслуживаемых регионов в безопасных и доступных пригородных пассажирских перевозках.

XV. Отношения с клиентами

69. АО «ВВППК» считает своей приоритетной задачей удовлетворенность клиентов предоставляемыми АО «ВВППК» услугами и стремится к обеспечению качественного обслуживания, прежде всего безопасности и комфорта перевозок.

70. Работники АО «ВВППК» должны стремиться к максимально полному удовлетворению запросов клиентов, предоставлению им полной и достоверной информации и обеспечивать вежливое и корректное обращение с ними.

71. Работники АО «ВВППК», непосредственно занятые в общении с пассажирами, должны придерживаться правил деловой этики.

72. АО «ВВППК» устанавливает единые нормы и стандарты корпоративного делового этикета сотрудников АО «ВВППК».

73. Единые нормы и стандарты корпоративного делового этикета отражены в Методическом пособии по деловому этикету в АО «ВВППК» (Приложение), являющемся неотъемлемой частью Кодекса.

74. Обеспечение безопасности и здоровья пассажиров – еще одна приоритетная задача АО «ВВППК».

75. АО «ВВППК» стремится обеспечивать удовлетворенность клиентов, предоставляя им услуги по конкурентоспособным ценам и конкурентоспособного качества.

76. АО «ВВППК» гарантирует добросовестность рекламы, достоверность информации и стремится всегда точно выполнять взятые на себя обязательства. В случае, когда по причинам, зависящим или не зависящим от АО «ВВППК», его работников, обязательства не выполнены или выполнены частично, стремится компенсировать клиентам нанесенный ущерб.

77. АО «ВВППК» своевременно и внимательно рассматривает возникающие конфликты и затруднения, справедливо и в рамках законодательства Российской Федерации разрешает претензии и жалобы

клиентов, постоянно улучшая качество предоставляемых услуг.

XVI. Отношения с деловыми партнерами

78. АО «ВВППК» взаимодействует с деловыми партнерами (далее – контрагентами) на основе долгосрочного взаимовыгодного сотрудничества, уважения, доверия, честности и справедливости.

79. АО «ВВППК» сотрудничает только с надежными контрагентами, репутация которых не может нанести ущерб репутации АО «ВВППК».

80. АО «ВВППК» добросовестно выполняет свои контрактные обязательства перед контрагентами и требует того же от них, разрешает возникающие в процессе деятельности споры, как правило, путем переговоров, стремясь найти взаимоприемлемые решения (компромиссы).

XVII. Отношения с инвесторами

81. АО «ВВППК» с равным уважением относится ко всем инвесторам независимо от размера их инвестиций в деятельность АО «ВВППК» и обеспечивает равное отношение к инвесторам.

82. АО «ВВППК» обеспечивает инвесторам возможность получить эффективную защиту в случае нарушения их прав.

83. АО «ВВППК» обеспечивает в интересах инвесторов своевременное раскрытие достоверной информации о своем состоянии и деятельности в объеме, установленном законодательством Российской Федерации.

XVIII. Отношения с конкурентами

84. АО «ВВППК» строит свои отношения с конкурентами на основе взаимного уважения, всегда приветствует и поддерживает взаимовыгодное сотрудничество.

85. АО «ВВППК» стремится к развитию здоровой конкуренции в сфере железнодорожного транспорта.

86. В своей деятельности АО «ВВППК» не допускает никаких проявлений недобросовестной конкуренции.

В этих целях:

а) АО «ВВППК» неукоснительно соблюдает антимонопольное законодательство Российской Федерации.

б) Работники АО «ВВППК» избегают необоснованных резких заявлений в адрес конкурентов, публичной критики их продукции (услуг) и в

случае возникновения затруднительных ситуаций в отношениях с конкурентами консультируются со своими непосредственными руководителями.

в) АО «ВВППК» не допускает неэтичных или несправедливых способов воздействия на своих конкурентов. В случае возникновения разногласий и споров в конкурентной борьбе приоритет отдается переговорам и поиску компромисса.

XIX. Социальная ответственность

87. АО «ВВППК» является неотъемлемым элементом общественной среды, в рамках которой осуществляется его деятельность. Корпоративная социальная ответственность является важной частью взаимодействия государства, бизнеса и общества.

88. АО «ВВППК» придерживается политики высокой социальной ответственности не только в отношении работников и их близких родственников, но и населения всех регионов, в которых оно ведет свою деятельность.

89. АО «ВВППК» осознает свою ответственность за обеспечение безопасности труда работников, создание и сохранение рабочих мест.

90. АО «ВВППК» ведет постоянный диалог с регионами обслуживания, что является обязательным элементом его социальной деятельности, уважает местные, национальные и политические традиции регионов своего присутствия.

91. АО «ВВППК», как часть холдинга «РЖД», использует возможности корпоративных средств массовой информации ОАО «РЖД» для пропаганды социально значимых ценностей, взглядов и убеждений.

92. Корпоративные средства массовой информации, являясь проводниками корпоративных ценностей АО «ВВППК», действуют в рамках ценностей бренда «РЖД» и служат интересам АО «ВВППК».

XX. Соблюдение норм Кодекса

93. Соблюдение норм настоящего Кодекса обеспечивается генеральным директором АО «ВВППК».

Генеральный директор АО «ВВППК» определяет действия работников по обеспечению соблюдения в АО «ВВППК» установленных Кодексом норм деловой этики.

94. Работники должны соблюдать нормы настоящего Кодекса.

Нарушение их наносит ущерб деловой репутации АО «ВВППК» и бренду «РЖД» как основному нематериальному активу, приводит к наложению на АО «ВВППК» административных санкций, снижению эффективности его деятельности и возникновению убытков, что прямо отражается на благополучии всех работников АО «ВВППК».

95. Для работников АО «ВВППК» независимо от положения и занимаемой должности соблюдение норм настоящего Кодекса является обязательным.

96. Работники должны быть ознакомлены с настоящим Кодексом. Изучение Кодекса обеспечивается также в рамках программ адаптации новых работников, программ повышения квалификации.

97. Незнание работниками АО «ВВППК» норм настоящего Кодекса или отказ от ознакомления с ним не освобождают их от необходимости соблюдать корпоративные нормы и правила служебного поведения.

98. Если у работника возникают вопросы по применению норм настоящего Кодекса, он может обратиться за консультацией к своему непосредственному руководителю.

99. Если у работника имеются основания считать, что какой-либо работник своими действиями нарушает нормы настоящего Кодекса, а также положения законодательства Российской Федерации, Устава, внутренних документов АО «ВВППК», совершает иные действия, которые могут негативно отразиться на имидже и деловой репутации АО «ВВППК» и ОАО «РЖД», то работник обязан поставить об этом в известность своего непосредственного руководителя.

XXI. Заключительные положения

100. Настоящий Кодекс утверждается приказом генерального директора АО «ВВППК».

101. Изменения в настоящий Кодекс вносятся по решению генерального директора АО «ВВППК».

Предложения по внесению изменений в настоящий Кодекс направляются работниками руководителям своих подразделений. На основе данных предложений подготавливаются рекомендации о внесении изменений в настоящий Кодекс.

102. Настоящий Кодекс размещается на сайте АО «ВВППК» в сети Интернет (www.vvppk.ru) и должен находиться в виде печатного издания во всех структурных подразделениях. Работники АО «ВВППК» должны быть ознакомлены с настоящим Кодексом под роспись.

Приложение №1
к Кодексу деловой этики АО «ВВППК»
от «31 » 01 2063 г.

**Методическое пособие по деловому этикету
в акционерном обществе «Волго-Вятская пригородная пассажирская
компания»**

1. Общие положения.

Настоящее Методическое пособие по деловому этикету (далее - Методическое пособие) акционерного общества «Волго-Вятская пригородная пассажирская компания» (далее - АО «ВВППК», компания) устанавливает единые нормы и стандарты корпоративного делового этикета сотрудников АО «ВВППК» (далее – сотрудники).

Требования настоящего Методического пособия регламентируют поведение и внешний вид всех сотрудников.

Основной целью настоящего Методического пособия является внедрение в повседневную практику сотрудников единых норм и стандартов корпоративного делового этикета, способствующих эффективному развитию АО «ВВППК» и повышению качества профессиональной деятельности его сотрудников.

Настоящее Методическое пособие рассматривает основные правила делового этикета и способы их применения в различных ситуациях повседневного делового общения и определяет требования и рекомендации к поведению сотрудников в части:

- делового общения;
- этикета дистанционных деловых коммуникаций;
- этикета времени;
- стандартов стиля деловой одежды.

2. Роль делового этикета в деятельности АО «ВВППК».

В рамках формирования в АО «ВВППК» современной корпоративной культуры особую важность приобретают знание и соблюдение сотрудниками норм, правил делового этикета.

Некорректное выстраивание своих отношений с коллегами, клиентами и деловыми партнерами может нанести ущерб репутации и имиджу АО «ВВППК» в целом.

Под деловым этикетом понимается совокупность норм и правил, регламентирующих профессиональное должностное поведение сотрудников

в трудовом коллективе и формализующих процесс коммуникаций, как между сотрудниками, так и между сотрудниками и клиентами, деловыми партнерами компании.

Главной задачей делового этикета является необходимость создания условий для сбалансированного сочетания эффективной деятельности компании и работы каждого ее сотрудника. От того, насколько хорошо сотрудники знают деловой этикет и соизмеряют свои действия с должностными инструкциями, зависит не только личный успех каждого, но и социально - психологический климат внутри коллектива. Умение правильно вести себя в профессиональной среде имеет большое значение: оно облегчает установление контактов, способствует достижению взаимопонимания, создает устойчивые взаимоотношения.

Все сотрудники АО «ВВПК», от руководителей высшего и среднего звена до рядовых сотрудников, должны следовать единым нормам делового этикета АО «ВВПК», регламентированным в настоящем методическом пособии.

3. Этикет делового общения

3.1. В деловом общении принято использовать универсальные формы приветствия: «Здравствуйте», «Добрый день», «Добрый вечер», «Доброе утро».

3.2. Деловое общение предполагает взаимное уважение деловых партнеров и коллег. Поэтому принятое в деловой обстановке обращение на «Вы» - свидетельство культуры и знания делового этикета. Обращение на «Вы» не зависит от статуса делового партнера или сотрудника компании. Оно распространяется на всех - руководителя и подчиненного, человека старшего и человека младшего возраста, женщину и мужчину, клиента и сотрудника.

3.3. Обстановка официальности предъявляет требования повышенной вежливости, уважительности к собеседнику, какое бы положение он ни занимал. Средствами этикета подчеркивается дистанция официального общения, поэтому независимо от социального статуса, пола и возраста собеседника обращаться к нему необходимо «на Вы». Официальная обстановка всегда требует двустороннего «Вы - общения».

3.4. Возраст собеседника также имеет значение при выборе формы общения и этикетных фраз. «Ты - общение» по отношению к старшему по возрасту человеку рассматривается как нарушение правил речевого этикета.

3.5. Правила использования этикетных форм «Вы - общения» необходимо строго соблюдать:

- в официально-деловой обстановке по отношению к любому сотруднику;

- всегда по отношению к старшему по статусу;
- всегда по отношению к старшему по возрасту;
- всегда по отношению к незнакомому человеку.

3.6. «Вы - общение» и подчеркнутая вежливость необходимы:

- по отношению к лицам, занимающим высокое служебное положение;

- по отношению к лицам, чьи заслуги признаны всеми.

3.7. Тональность разговора при деловом общении имеет немаловажное значение. Общий тон в зависимости от обстановки общения может быть обозначен как официальный, нейтральный или дружеский. В деловом этикете тон сказанного приобретает особое значение, так как зачастую он способен изменить смысл сказанного, придав ему обратное значение. Например, слово «да» может прозвучать как «нет». А «нет», наоборот, как «да».

В современных официально-деловых коммуникациях не рекомендуется применять административно-командный стиль общения как форму межличностного взаимодействия. Основным тоном при строго официальных отношениях должен быть спокойный, ровный, сдержанный тон общения, при менее официальных отношениях - спокойный, приветливый.

Несоблюдение нужной тональности не только мешает общению, но и зачастую создает ложное представление о личности собеседника.

Обращение «Коллеги!» или «Уважаемые коллеги!» допустимо среди сотрудников компании.

3.8. В речевом этикете АО «ВВППК» вне зависимости от ситуации и должностного статуса запрещено:

- использование ненормативной лексики;
- общение на повышенных тонах;
- унижение личного достоинства сотрудника с использованием разного рода оскорбительных высказываний.

3.9. В рабочее время сотрудники не должны обсуждать следующие темы:

- личную жизнь руководителей, коллег, клиентов, партнеров;
- состояние здоровья руководителей, коллег, клиентов, партнеров;
- уровень своей заработной платы, а также руководителей и коллег;
- национальные и религиозные вопросы;
- общественно-политические темы и другие вопросы, способные спровоцировать скорую или конфликт.

4. Деловой этикет невербального поведения сотрудников компании.

4.1. Невербальное поведение - это способ общения и поведения, позволяющий без использования слов, только с помощью мимики и жестов, выражать свои мысли и чувства. К деловому этикету невербального поведения относятся правила использования:

- жестов и других телодвижений;
- соблюдения дистанции при общении;
- рукопожатия.

4.2. Культура делового общения требует от сотрудников АО «ВВПК» и других ограничений. Например, зевать в обществе неприлично. Если невозможно удержаться, необходимо сделать это незаметно для окружающих. Кашлять, чихать, сморкаться следует максимальнодержанно, не привлекая внимания, держа при этом у рта и носа носовой платок.

4.3. Жесты и телодвижения.

Сотруднику необходимо всегда контролировать свои телодвижения и жестикуляцию. Не стоит жестикулировать без необходимости.

Каждый сотрудник должен быть внимателен не только к своим словам и высказываниям, но и манере поведения.

Присаживаться и подниматься необходимо бесшумно. Стул не принято двигать по полу, нужно переставлять его, взяв за спинку.

Во время делового общения не следует подпирать голову рукой, так как это может означать скуку, незаинтересованность или усталость, опускать надолго глаза или слишком пристально смотреть на собеседника.

Скрещивание рук на груди в принципе допустимо, однако данный жест воспринимается собеседником как форма «закрытости», недовольство или нежелание продолжать разговор. Поднятые плечи или втянутая голова означают напряженность, производят впечатление замкнутости. Для расположения собеседника правильнее демонстрировать телом движения немного вперед, подчеркивая свою готовность слушать.

Дистанция при общении. При деловом взаимодействии дистанция между собеседниками зависит от характера их взаимоотношений. Чем официальней отношения, тем дальше должны находиться люди друг от друга.

Инициатива сокращения дистанции между собеседниками в деловом общении исходит от того, кто занимает более высокое служебное положение.

Например, от руководителя по отношению к подчиненному. Поэтому сотрудники, находясь в кабинете руководителя, не должны стремиться к тому, чтобы максимально приблизиться к нему, подходить вплотную, усаживаться рядом, облокачиваться на стол руководителя или обходить его так, чтобы оказаться в непосредственной близости от руководителя и т.д.

4.4. Рукопожатие. Единственная форма физического контакта, разрешенная в деловом этикете, - это рукопожатие. Невежливо в рабочей обстановке прикасаться к другому человеку: похлопывать по спине, обнимать его, класть руку на плечо, целовать в щеку и т.д.

В деловом разговоре рукопожатие играет очень важную роль, как в начале, так и в конце беседы. Рукопожатие используется не только при приветствии. Данный жест также является символом заключения соглашения, знаком доверия и уважения к партнеру.

Рукопожатие с использованием обеих рук, как неформальный способ общения, применимо только по отношению к близким друзьям и хорошо знакомым людям в дружеском общении. Пользоваться этим жестом по отношению к клиентам и партнерам не следует, однако по правилам этикета, если приветствие в деловой обстановке сопровождается рукопожатием, то пожать руку необходимо всем присутствующим - как мужчинам, так и женщинам.

4.5. Курение. Курение является весьма распространенной вредной привычкой. Для ограничения негативного воздействия табачного дыма от курения во время рабочего дня курящие сотрудники компаний должны заботиться об окружающих и бороться с запахом табака, сопровождающим каждого курильщика.

Сотруднику запрещается курение вне специально отведенных для этого мест с целью снижения риска пожаров, заботы об имидже АО «ВВПК» и комфортных условиях для партнеров, клиентов и некурящих сотрудников.

5. Этикет приветствия в обстановке делового общения.

5.1. Приветствие - один из самых важных знаков речевого этикета. С его помощью устанавливаются контакты и выражаются отношения между коллегами, деловыми партнерами и клиентами.

Здороваться необходимо всегда и со всеми. Охранник, вахтер, курьер или руководитель компании - любой сотрудник, независимо от своего служебного положения, приветствует или обменивается приветствиями в качестве общепринятого знака внимания и вежливости.

5.2. В обстановке делового общения очередность приветствий напрямую связана с должностной иерархией каждого из участников. Первым произносит приветствие тот, кто занимает более низкое служебное положение, входящий в помещение, проходящий мимо группы сотрудников.

Каждому сотруднику рекомендуется при приветствии говорить четко и внятно, неторопливо. Психологически грамотное приветствие может

сопровождаться улыбкой, жестами: наклоном головы, поклоном или полупоклоном, взмахом руки, рукопожатием и т.д.

По тому, как сотрудники любой компании, в том числе АО «ВВППК», здороваются, приветствуют друг друга, знакомятся или обращаются друг к другу, складывается первое впечатление о них и о компании в целом.

6. Этикет знакомства, представления, обращения в деловой обстановке.

6.1. По правилам делового этикета, в случае, если знакомство происходит через третье лицо, порядок представления будет следующим:

- старшему по статусу представляют младшего (называют его имя, отчество, фамилию, обозначают профессиональную или должностную принадлежность);

- далее представляют старшего по статусу (называют его имя, отчество, фамилию, обозначают профессиональную или должностную принадлежность);

- право первым выразить свое отношение к знакомству, протянуть (или не протянуть) руку для рукопожатия принадлежит старшему по статусу.

Сотрудник, обладающий более низким должностным статусом, при представлении не должен первым протягивать руку для рукопожатия.

Рекомендуется ограничиться словами: «Очень приятно!», «Рад с Вами познакомиться!», «Добрый день!», «Здравствуйте!».

6.2. Если представление касается сразу нескольких лиц, то необходимо учесть следующие правила:

- если сотрудникам отдела представляют нового руководителя, то после общего приветствия начальник первым протягивает руку, а сотрудники представляются, называя свои имя, фамилию и должность;

- лицо, представляющее нового начальника, называет сотрудников в зависимости от должностной иерархии (от старшего по статусу - к младшему).

При любом представлении важно держать «зрительный контакт», не отвлекаться и не отводить в сторону взгляд. Имя и фамилия того, кого представляют, должны прозвучать четко и однозначно, чтобы не возникала необходимость переспрашивать или уточнять. По правилам делового этикета при официальном представлении принято называть полное имя с отчеством и фамилией. От первой встречи, от того, как представлен сотрудник, в значительной степени зависят дальнейшие деловые отношения.

7. Этикет оформления и использования визитных карточек.

7.1. Визитная карточка - необходимый и обязательный атрибут руководства АО «ВВППК». Основное назначение визитной карточки - представление. Визитные карточки АО «ВВППК» выполняются в едином стиле.

7.2. Использование визитной карточки. Визитная карточка используется при визитах, знакомствах, представлениях, переговорах и любых других видах деловых контактов. Также визитная карточка применяется при поздравлении с повышением по службе, праздником, днем рождения, при выражении благодарности.

Визитная карточка зачастую сопровождает деловые подарки, цветочные букеты и приглашения на торжественные мероприятия. Для данных целей рекомендуется использовать специальные конверты, соответствующие размерам визитных карточек. В зависимости от ситуации визитные карточки могут быть отправлены по почте или с курьером лично, как отдельно, так и в одном конверте сразу нескольким лицам, являющимся сотрудниками одной компании.

7.3. Внешний вид визитной карточки. Наличие визитной карточки с фирменным стилем и грамотно составленным текстом свидетельствует о серьезных намерениях и подчеркивает деловой имидж сотрудника АО «ВВППК».

7.4. Содержание текста. Заказывая визитные карточки, необходимо учитывать, что информация, указанная на них, ограничивается определенным набором сведений о владельце карточки. На случай непредвиденных обстоятельств рекомендуется разложить визитные карточки по сумкам, портфелям, пиджакам и т.д.

7.5. Последовательность информации и распределение текста по полю карточки могут меняться.

На деловой визитной карточке необходимо отобразить следующие сведения:

- имя и отчество или имя (в иностранных вариантах), а также фамилию владельца карточки;
- занимаемую должность (без сокращений);
- адрес подразделения, филиала или компаний;
- номер служебного телефона, факса, телекса (при его наличии) указывается в зависимости от должностных обязанностей. Номер домашнего телефона и домашний адрес на деловых визитных карточках не указывается;
- адрес сайта компании;
- адрес электронной почты (при его наличии).

7.6. Если информация о владельце визитной карточки изменилась и

необходимо поставить об этом в известность деловых партнеров, рекомендуется отправить им новую визитную карточку вместе с той, которая использовалась ранее. При смене номера телефона, в качестве временной меры, допускается зачеркнуть старый номер и аккуратно вписать новый. Или обозначить трехзначный код для междугородних звонков (или внутренний корпоративный номер для внешних партнеров). При смене должности или отдела вносить поправки не рекомендуется, такая визитная карточка признается непригодной к использованию.

7.7. Вручение визитной карточки. Визитными карточками принято обмениваться после представления. Сотрудники при служебном знакомстве и представлении могут обмениваться между собой визитными карточками.

Визитная карточка всегда вручается лицевой стороной к партнеру таким образом, чтобы ее текст можно было прочесть сразу. При обмене визитными карточками рекомендуется вручать и принимать их обеими руками или только правой рукой.

Получив визитную карточку, необходимо уделить ей некоторое внимание, рассмотреть, прочесть имя владельца, оценить его статус, в случае необходимости уточнить отдельные сведения, указанные в ней, т.е. проявить уважение и интерес к своему партнеру. Немедленно кладь полученную визитную карточку в карман (особенно задний), вертеть ею, мять, обмахиваться, делать пометки на глазах владельца и т.д. запрещено.

8. Этикет дистанционных и телефонных деловых коммуникаций.

Телефонные деловые коммуникации - важный компонент имиджа компании. Поэтому необходимо владеть вербальными средствами общения управлять голосом и интонацией, обладать четкой дикцией.

Знание этикета телефонных деловых коммуникаций не только повышает эффективность бизнеса, но и способствует формированию благоприятного представления у клиентов, партнеров об АО «ВВПК».

8.1. Общие рекомендации.

Телефонное общение - это не только имидж компании, но и неотъемлемая часть качественного сервиса, а при внутренних переговорах - важное условие для обеспечения эффективной работы, а также создания и поддерживания благоприятного микроклимата в компании.

Любой телефонный разговор рекомендуется начинать с улыбки, которая автоматически помогает снять стресс с голосовых связок.

Поза при телефонном разговоре также важна. Держитесь прямо, голос будет звучать сильно и отчетливо.

Громкость голоса должна быть такова, как будто вы разговариваете с человеком, сидящим прямо перед вами на расстоянии одного метра. Громкое говорение, если этого не требует плохое качество связи, считается в деловой среде дурным тоном.

Рекомендуется соблюдать темп речи при телефонном общении около 120 слов в минуту, причем первые фразы (приветствие и представление) произносятся медленнее, чтобы человек успел осознать и запомнить, кто вы и как вас зовут, «настроился» на ваши голосовые особенности.

Тщательно артикулируйте звуки, так как телефонная связь дает легкий шумовой фон. Поэтому трубку нужно держать на некотором расстоянии от рта.

Интонация речи должна быть бодрая, выражать заинтересованность, интонацией вы поощряете собеседника к разговору.

Разговаривая по телефону, не вступайте в зрительный контакт с присутствующими при этом людьми, не пытайтесь общаться еще и с ними с помощью языка мимики и жестов. Это может повлиять на ваши интонации и будет услышано телефонным собеседником.

Ведя телефонный разговор, не отвлекайтесь, не говорите с коллегами. Если что-то мешает продолжить телефонный разговор, извинитесь перед собеседником и попросите разрешения перезвонить в определенное время.

Во время телефонного разговора не жуйте, не пейте и не курите. Это тоже слышно вашему собеседнику.

Если во время телефонного разговора вы вдруг закашлялись или захотели чихнуть, отстраните от себя трубку или прикройте микрофон рукой и обязательно извинитесь перед собеседником.

Если звонит телефон, а вы уже говорите в это время по другой линии или другому аппарату, извинитесь перед собеседником, ответьте на второй звонок, но в разговор по существу дела не вступайте. Скажите второму абоненту после слов приветствия и представления: «Я сейчас говорю по другому телефону. Можно вам перезвонить, когда закончу?».

Многократное переключение абонента на разных сотрудников отрицательно сказывается на имидже компании и ставит под сомнение компетентность ее сотрудников. Поэтому постарайтесь изначально правильно определить позвонившему нужного сотрудника или его подразделение.

Старайтесь не заставлять позвонившего ждать на телефоне.

Обязательно поинтересуйтесь, есть ли у вашего абонента возможность подождать, постарайтесь как можно быстрее узнать нужную ему информацию и поблагодарите за ожидание.

Если кого-то из сотрудников нет на месте, не рекомендуется говорить

позвонившему, что ваш коллега на обеде, курит, пьет кофе или пошел к врачу. Вместо этого поинтересуйтесь у позвонившего, что передать вашему коллеге и обязательно сделайте это.

При этом необходимо зафиксировать следующую информацию:

- имя и фамилия позвонившего;
- название подразделения (если это необходимо);
- тема исходного звонка;
- номер телефона;
- удобное время для ответного звонка.

Если у звонящего имеется важная информация для отсутствующего на месте сотрудника, то в этом случае его следует соединить с непосредственным руководителем данного сотрудника или уточнить, с кем из коллег отсутствующего сотрудника он хотел бы поговорить.

В разговоре необходимо избегать речевых оборотов с «не/нет»: «Я не знаю», «Не уверен» и т.п. Подобные выражения усложняют взаимоотношения и отрицательно сказываются на имидже компании.

Столкнувшись с ситуацией, когда вы действительно не уверены и нуждаетесь в чьей-то помощи, извинитесь перед позвонившим и попросите разрешения уточнить данный вопрос.

В телефонном разговоре избегайте выражений, диктующих условия коллеге или клиенту. Страйтесь смягчать обращения: «Лучше всего сделать таким образом...» или «Попробуйте сделать так...». В любой ситуации следует, прежде всего, постараться решить проблему позвонившего и только в том случае, если это невозможно, вежливо и мягко отказать.

Стоит помнить, что собеседнику необходима «обратная связь».

Обеспечивайте ее, повторяя ключевые слова вашего разговора или произнося утвердительные слова: «понятно», «так», «ясно», «хорошо» и междометия согласия.

Грубое нарушение делового этикета - не перезванивать, когда вашего звонка ждут. Вы должны перезвонить при первой возможности, причем не позднее чем через 24 часа.

Целью телефонных переговоров является получение в максимальном объеме необходимой информации за максимально короткий промежуток времени. Правильно поставленные грамотные вопросы помогают легко выявить причину обращения, снять напряжение и при необходимости быстро переадресовать звонок.

Эффективное использование телефонных коммуникаций является важнейшим компонентом создания имиджа АО «ВВПК», поскольку умение вести телефонные переговоры в конечном итоге влияет на успешность её деятельности.

8.2. Правила телефонного делового общения.

Звонки делятся на исходящие и входящие, что определяет правила ведения разговора.

8.2.1. Исходящий вызов:

- к любому звонку необходимо заранее подготовиться, записав основные вопросы к собеседнику или пункты для обсуждения и приготовив бумагу, необходимую для пометок;

- разговор необходимо начинать с приветствия, представления и приглашения к разговору. После приветствия необходимо сделать паузу, дав собеседнику возможность ответить. При представлении необходимо следить за дикцией и не ускорять темп речи;

- в начале разговора необходимо обязательно уточнить, есть ли у собеседника время и возможность для разговора. Если собеседник просит перезвонить, необходимо извиниться и уточнить, когда и в какое время удобнее это сделать;

- убедившись, что собеседник может продолжать разговор, говорите ясно, кратко и по делу;

- по ходу разговора делайте записи, чтобы ничего не забыть и не перезванивать по уже обсужденным вопросам;

- в конце разговора резюмируйте договоренности и четко им следуйте в дальнейшем сотрудничестве;

- прощаясь, обязательно благодарите собеседника: «До свидания, спасибо за предоставленную информацию».

8.2.2. Входящий звонок:

- трубку рекомендуется снимать после второго-четвертого звонка;

- начинать звонок нужно с приветствия и представления.

Например, ответ на телефонный звонок в АО «ВВППК» может звучать следующим образом:

Для сотрудников АО «ВВППК», выполняющих секретарские функции:

- «Добрый день. Приемная генерального директора АО «ВВППК», Татьяна Сергеевна».

- Для сотрудника АО «ВВППК»:

- «Здравствуйте (Добрый день)! Горячая линия АО «ВВППК».

Начальник отдела - Ф.И.О.».

Важно, чтобы звонящий понимал, куда именно он позвонил и кто с ним говорит.

Если в ходе разговора позвонивший не представился, то после первой паузы необходимо задать вежливый уточняющий вопрос:

- «Простите, могу я узнать Ваше имя?»

В процессе дальнейшего разговора рекомендуется использовать при

обращении только имя и отчество.

Если звонок необходимо перевести на другого сотрудника компании, то рекомендуется прибегнуть к следующим фразам:

– «Могу ли я сообщить (Ф.И.О. сотрудника) Ваше имя и название Вашей организации?»

– «Как Вас представить (Ф.И.О. сотрудника)?»

Если возникла необходимость прервать звоняющего, рекомендуется извиниться. Например: «Простите, что прерываю Вас...», а затем сразу задать интересующий вопрос.

Внимательно слушайте говорящего, старайтесь осознать информацию с первого раза, если нужно, записывайте ключевые моменты.

Звонки, адресованные руководству АО «ВВППК», относятся к числу приоритетных, поэтому запрещается оставлять на линии звоняющего.

Подобный способ телефонного взаимодействия формирует негативное впечатление о компании в целом.

При переводе звонка в режим «Ожидание на линии» (hold) необходимо объяснить причину подобного ответа, например: «Извините, мне необходимо уточнить, на месте ли сотрудник и сможет ли он сейчас с Вами поговорить». После этого рекомендуется поблагодарить звоняющего за ожидание, а затем только переводить звонок в другой режим.

При общении с сотрудниками пожилого или слишком молодого возраста рекомендуется уточнять, насколько правильно понята информация, чтобы никто не потратил напрасно время. Для этого можно использовать следующие фразы: «Правильно ли я поняла, что..?», «Могли бы Вы еще раз уточнить, как...?», «Повторите, пожалуйста, адрес» и т.п. Если сомнения все же присутствуют, то задаются вопросы так называемого закрытого типа, ответом на которые могут быть либо «да», либо «нет».

Первым завершает разговор тот, кто позвонил.

В случае прерывания связи перезванивает инициатор звонка. Однако если сотрудник компании позвонил руководителю, то инициатива завершения разговора исходит от руководителя, а не от сотрудника.

По окончании беседы необходимо резюмировать итоги.

Прощаясь, необходимо поблагодарить за звонок:

- «Спасибо за звонок. Всего доброго»;
- «Рад, что смог вам помочь. До свидания»;
- «Звоните, если возникнут вопросы. Всего хорошего».

8.2.3. Трудные собеседники.

Сотрудникам АО «ВВППК» часто приходится сталкиваться с так называемыми «трудными» собеседниками.

Рекомендации по ведению разговора с «трудными» собеседниками:

- при длинных монологах собеседника прекращайте давать обратную связь: не слыша никого на другом конце провода, собеседник прервется, и появится возможность вернуть его к деловому разговору;
- чтобы прекратить разговор, не обидев собеседника, необходима деликатность. Например: «Я бы поговорил с вами подольше, но вынужден вернуться к неотложным делам» или «Спасибо, что позвонили, но у меня сейчас срочное дело». Тон вашего голоса при этом должен выражать искреннюю заинтересованность темой беседы.

8.3. Мобильный этикет

Использование мобильного (сотового) телефона - часть культуры делового общения, позволяющая всем участникам максимально эффективно использовать свое рабочее время.

Мобильная связь помогает оперативно обсуждать деловые вопросы, держать под контролем особенно важные задачи, быть всегда доступным для срочного принятия решений.

Правила ведения делового разговора по стационарному телефону распространяются на общение по мобильному телефону. Однако существуют некоторые особенности делового этикета при использовании мобильной связи, которые должны учитывать сотрудники АО «ВВПК»:

- мелодия звонка мобильного телефона должна быть нейтральной;
- заменять гудки вызова рингтонами недопустимо;
- если офис подразделения оборудован по принципу открытого пространства, мобильный телефон должен находиться в беззвучном режиме: даже виброзвонок при частых вызовах отвлекает окружающих, мешает им работать. Разговор по телефону в таких общих офисах не должен быть громким и длительным, рекомендуется уединиться, чтобы не создавать помех для работы окружающим;
- звоня на мобильный номер, необходимо поинтересоваться у абонента, удобно ли ему говорить;
- старайтесь не злоупотреблять звонками на мобильный телефон, если располагаете номерами стационарных телефонов. Мобильная связь помогает оперативно обсуждать деловые вопросы, держать под контролем особенно важные задачи, быть всегда доступным для срочного принятия решений;
- в официальной деловой обстановке, например на совещаниях, телефон должен обязательно находиться в беззвучном режиме;
- в случае если ответ на звонок не терпит отлагательств, необходимо объяснить это коллегам, извиниться и выйти из помещения. При этом рекомендуется до начала переговоров предупредить присутствующих

об ожидании важного звонка. Однако подобную ситуацию следует рассматривать как исключительную;

- при отсутствии специальных договоренностей не рекомендуется в будние дни звонить на мобильные телефоны (как и на домашние) ранее 09:00 и позднее 22:00 (по местному времени). Необходимо учитывать разницу во времени, если это звонок за рубеж или в другие регионы страны;

- если на звонок по мобильному телефону не ответили, не рекомендуется перезванивать немедленно. Если в течение одного-двух часов абонент не перезванивает, то рекомендуется сделать повторный вызов;

- отправка СМС-сообщений во временных параметрах не имеет столь строгих ограничений, как непосредственный телефонный звонок. Однако не следует отправлять СМС ранним утром или поздно ночью;

- во время ответственных переговоров руководителям рекомендуется включать переадресацию звонков с мобильных телефонов на телефоны помощника или секретаря;

- согласно корпоративным требованиям, служебный мобильный телефон сотрудника компании всегда должен быть на связи;

- при езде в служебном автомобиле не рекомендуется отвлекать водителя от обстановки на дороге громкими телефонными переговорами.

Запреты в этикете мобильной связи:

- без разрешения владельца просматривать списки звонков и читать СМС в чужих телефонах. Данное правило также распространяется на звонки с чужих номеров;

- без согласия владельца телефонного номера предоставлять его другим людям. Данные сведения считаются конфиденциальными, и третьи лица могут получить их только с разрешения владельца телефона;

- фотографирование, видеосъемка и запись на диктофон с мобильного телефона без согласия также запрещены;

- применять в качестве звонков мелодии, содержащие нецензурную лексику, нетолерантные выражения националистической, религиозной и другой направленности и прочие тексты, которые могут показаться обидными и оскорбительными.

8.4. Этикет деловой переписки по корпоративной электронной почте

Корпоративная электронная почта - одна из основных форм делового общения. Электронная почта позволяет существенно экономить время, практически не ограничивая круг общения. Она требует строгого соблюдения формальностей и обязательного следования общепринятым правилам составления электронных писем.

Вся деловая электронная переписка делится на два направления:

- внешнее - переписка с клиентами, партнерами, контрагентами и другими лицами;
- внутреннее - переписка с коллегами.

Корпоративная деловая переписка должна исходить преимущественно с адресов корпоративной почты. Не рекомендуется использовать в деловых целях адреса личной электронной почты. Деловое письмо должно иметь следующую структуру:

- тема письма;
- приветствие;
- текст сообщения (содержание письма);
- заключительная форма вежливости, прощание;
- корпоративный шаблон электронной подписи.

Прилагаемые к письму информационные данные большого объема предварительно обрабатываются в специальных программах. Форматы специальных программ, объем и размеры передаваемых данных согласовываются с получателем.

Сроки ответа. На электронное сообщение необходимо отвечать быстро, в течение 24–48 часов. Если ответ не может быть выслан в указанные сроки, то об этом необходимо сообщить отправителю. Электронное сообщение должно исходить с заполненным полем «Тема», иначе письмо может оказаться в папке «Спам». Среди подобных сообщений могут оказаться и очень важные письма. Поэтому правила деловой электронной переписки акцентируют внимание на необходимости просматривать всю почту целиком и удалять часть сообщений лишь после личного ознакомления с их содержанием.

Деловое письмо не должно оказаться у случайного адресата, так как подобная ошибка может привести к серьезным репутационным последствиям для компании.

В деловой корпоративной электронной переписке не рекомендуется:

- отправлять официальные и имеющие обязательную юридическую силу письма по электронной почте;
- обсуждать и комментировать информацию личного характера (семейные отношения, личную жизнь, здоровье, религиозные и национальные воззрения), касаться других спорных вопросов;
- выделять каким-либо образом (например, подчеркиванием или выделением жирным шрифтом) в тексте сообщения главную мысль. Это может быть намеком на то, что читатель не обладает аналитическим складом ума и не может вычленить в тексте главную мысль;
- составлять письма с использованием различных шрифтов, прописных букв, курсивного формата, латиницы (за исключением

объективного использования, например, при написании имен собственных) и графических изображений;

- сокращать слова или использовать иностранные слова, буквы;
- использовать в деловой переписке различные символы и знаки (так называемые смайлики);
- применять в деловой переписке послесловия - постскриптуm (P.S.);
- прибегать к различным шуткам, намекам с двояким толкованием, особенно с национальным подтекстом;
- пересылать, перепечатывать, распечатывать на принтере электронные сообщения без согласия автора;
- принимать и пересылать разного рода «письма счастья» как компрометирующие по своей сути корпоративные электронные сообщения и разрушающие рабочую атмосферу.

8.5. Корпоративный шаблон электронной подписи для сотрудников АО «ВВПК»

Корпоративный шаблон электронной подписи должен размещаться под текстом письма и может состоять из следующих компонентов:

- личная подпись:

Имя, Отчество, Фамилия - для руководителя;

Имя, Отчество - для рядового сотрудника;

- занимаемая должность;
- название компании: АО «ВВПК»;
- контакты: номер телефона (внутренний, если переписка идет внутри организации между сотрудниками АО «ВВПК», или внешний (городской), если переписка ведется с внешними контрагентами);
- контакты: факс;
- контакты: электронный адрес (e-mail);
- ссылка на сайт АО «ВВПК».

В случае если письмо отправляется внешнему адресату, в подписи не следует указывать служебный телефонный номер, а также адрес электронной почты и сайта компании в интернете (без окончания «.ру»).

В случае если письмо отправляется зарубежному партнеру, номер телефона следует указывать с международным префиксом страны. Для руководителей в шаблоне электронной подписи не принято указывать номер мобильного телефона. Однако, если руководитель считает целесообразным отобразить свои контактные данные, то корпоративный номер мобильного телефона может быть помещен в шаблон корпоративной электронной подписи.

8.6. Этикет общения в социальных медиаресурсах

В настоящее время общественно-популярным стало онлайн-общение посредством социальных медиа, развлекательных и игровых ресурсов и т. п. (далее — социальных медиаресурсов).

Ведение блогов, журналов, личных страниц служит не только для выражения частного мнения граждан, но и способствует активному и зачастую неконтролируемому распространению информации.

Учитывая общедоступность и гласность указанных форм общения, сотрудники АО «ВВППК» должны внимательно и ответственно относиться к своему «поведению» в социальных медиаресурсах, соблюдая в обязательном порядке положения Кодекса деловой этики АО «ВВППК», а также единые нормы и стандарты корпоративного делового этикета.

Запреты в правилах общения в социальных медиа ресурсах для сотрудников АО «ВВППК»:

- распространять внутрикорпоративную информацию и сведения о компании, до момента их официального опубликования;
- комментировать официальную информацию о деятельности компании без указания, что это является частным мнением;
- критиковать деятельность компании и ее сотрудников, партнеров и конкурентов, органов государственной власти в грубой и неуважительной форме;
- публиковать сообщения, комментарии, фото-, видео-, аудиоматериалы и графические изображения по вопросам, связанным с профессиональной деятельностью, без официального разрешения своего непосредственного руководителя;
- публиковать сообщения, комментарии, фото, видео, аудио, материалы и графические изображения, относящиеся к внутрикорпоративным событиям, без согласия своих коллег (партнеров), которых эта информация может касаться.

9. Этикет времени

Соблюдение «этикета времени» в деловых отношениях предполагает взаимное уважение партнеров по бизнесу, уважение руководителей к подчиненным, умение считаться с временными рамками, распорядком рабочего времени, создавать благоприятный социально-психологический климат в трудовом коллективе.

Пунктуальность — черта современного конкурентного бизнеса, знак культуры и символ уважения к своим деловым партнерам, заказчикам и коллегам, а также корпоративная традиция железнодорожников всего мира.

Способность представителя АО «ВВППК» любого уровня, от руководителя и до рядового сотрудника, грамотно организовать рабочий процесс убеждает в стабильности и высоком уровне его профессиональных качеств.

Для рационального использования своего времени сотруднику АО «ВВППК» необходимо четко определить свои основные функции, цели, задачи и бюджет времени. При планировании следует учитывать такие основные правила:

- При составлении плана на день оставить 30% времени свободным, а 70% времени отвести на плановые работы.

- Рекомендуется постоянно фиксировать затраченное время. При этом следует указывать, как и на какие нужды оно было затрачено. В результате сотрудник, имея полное представление о затратах своего времени, может составлять план на будущее.

Для составления плана с четким указанием использованного времени необходимо распределить свои задачи на долго-, средне- и краткосрочные и ранжировать следующим образом:

- срочные и важные;
- важные, но несрочные;
- срочные, но неважные;
- несрочные и неважные.

Основные принципы составления плана: регулярность, системность, последовательность.

Запрещается празднование дней рождения сотрудников АО «ВВППК» на рабочем месте в рабочее время.

10. Деловой этикет в практике проведения совещаний

Деловые совещания – одна из важнейших форм управленческой деятельности АО «ВВППК». Совещания подразделяются на внутренние и внешние.

Процесс управления в этом отношении сводится к трем основным стадиям:

- сбор и переработка информации;
- координация деятельности причастных подразделений компании и причастных сотрудников;
- принятие решения.

Подготовка к совещанию. Для начала необходимо определить день и время проведения совещания. Для регулярных совещаний рекомендуется отводить определенный день недели. Это позволяет участникам совещания правильно планировать свое рабочее время и успевать подготовиться к нему.

После того как время и тема совещания точно определены, участники совещания должны получить соответствующие уведомления. Приглашать партнеров или сотрудников на деловое совещание рекомендуется путем рассылки электронных или официальных приглашений телеграммой, факсограммой или телефонограммой. Простое оповещение по телефону через секретаря допустимо лишь для оперативных совещаний, либо в случае наступления чрезвычайной ситуации.

Подготовка к проведению совещания включает в себя следующие действия:

- формирование повестки дня;
- определение тематики и цели совещания;
- определение задач совещания и его общей продолжительности;
- определение даты и времени начала;
- определение состава участников;
- определение примерного регламента встречи.

Основные ошибки, встречающиеся при формировании повестки дня:

- отсутствие основной темы и цели совещания;
- отсутствие предварительных разъяснений по сути обсуждаемой проблемы;
- включение в повестку дня вопросов, различных по объему и содержанию, в результате чего совещание может превратиться в беспредметное обсуждение или перейти в конфликт между отдельными участниками;
- избыточное количество участников, поставленных в позицию пассивных слушателей;
- отступление от повестки дня и рассмотрение побочных тем, возникающих стихийно.

При формировании списка участников совещания необходимо учитывать:

- качественный состав участников (привлечение должностных лиц, наиболее компетентных в вопросах, заявленных для обсуждения);
- количество участников совещания (достаточное для всестороннего обсуждения темы совещания).

Занимаясь подготовкой совещания, следует также предварительно обдумать вопрос о порядке размещения участников за столом переговоров. В этой связи необходимо учесть правила рассадки и соблюсти субординацию. Если количество участников официального совещания превышает 6 человек, в том числе незнакомых друг с другом, то порядок рассадки отображается в расположении на столе переговоров именных настольных карточек с указанием имен и фамилий всех участников встречи. Для «внутренних»

совещаний, где все участники хорошо знакомы друг с другом, такие карточки необязательны и могут отсутствовать.

Недостаточно хорошо подготовленные и плохо проведенные совещания негативно влияют на эффективность работы сотрудников соответствующих подразделений и компании в целом.

Помещение для проведения совещаний. Для удобства работы всех участников совещания помещение должно иметь специальное оборудование, соответствовать своему назначению, быть достаточно большим и просторным, чтобы не создавать дискомфорта и излишней тесноты.

К помещению, где проводятся совещания, предъявляются также и другие требования. Оно должно иметь хорошую звукоизоляцию, комфортную температуру, относительную влажность воздуха, вентиляцию, удобную для работы мебель и т. д.

При проведении совещания с участием руководителей компаний на столе совещаний необходим обязательный персональный комплект:

- негазированная вода, стакан;
- бумага или блокнот;
- ручка или карандаш.

На столе совещаний необходим дополнительный персональный комплект:

- список участников совещания (с указанием полностью фамилии, имени и отчества каждого участника, должности);
- повестка дня;
- другое (материалы, специальное оборудование, компьютеры, планшеты).

При проведении совещания не рекомендуются проводить:

- телефонные переговоры в ходе совещания;
- одновременные, отвлекающие от темы совещания факторы, например прием посетителей.

Подготовка участников совещания. Одним из условий успешного проведения совещания является необходимость предварительного ознакомления всех его участников с повесткой дня и рабочими материалами встречи. Требуемые документы и материалы должны быть разосланы участникам совещания не менее чем за сутки до проведения совещания, чтобы каждый из участников мог заранее составить комментарии и сформулировать свое мнение по обсуждаемым темам.

При участии в совещании партнеров/клиентов им необходимо заранее направить информацию о времени и месте проведения совещания, при необходимости - со схемой проезда. Также необходимо позаботиться о беспрепятственном проходе участников в здание. При участии в совещании

высокопоставленных должностных лиц необходимо обеспечить их личную встречу.

Рекомендации председателю совещания. Открывать совещание следует точно в назначенное время, не дожидаясь тех, кто по тем или иным причинам не явился к началу совещания. Начинать совещание рекомендуется с положительной информации или оценки, чтобы задать предстоящему обсуждению соответствующий позитивный эмоциональный настрой.

В ходе делового совещания руководителю следует:

- по возможности начать совещание с указания на то, что заявленная проблема или вопрос должны быть решены силами присутствующих на совещании участников в отведенное на совещание время;
- в процессе обсуждения предоставить слово всем участникам совещания путем поименного вызова;
- допускается «пресекать» отклонения от темы, «лирические отступления», разного рода «экскурсы в историю» вопроса и другие подобные высказывания;
- при необходимости уточнять позицию докладчика во избежание недоразумений, которые могут возникнуть в ходе дальнейшего обсуждения;
- принимать во внимание только взгляды и решения, подкрепленные фактами;
- недостаточно аргументированные решения следует отклонять;
- чаще подводить промежуточные итоги;
- своевременно принимать меры для снятия эмоционального напряжения;
- пресекать неконструктивную критику;
- в случае возникновения острых и конфликтных ситуаций, связанных с критическими высказываниями одних сотрудников в адрес других, руководителю следует прервать дискуссию и обратить внимание присутствующих на рациональные моменты в позиции сторон.

Подводя итоги совещания и формулируя решение, руководитель должен с благодарностью упомянуть об аргументах оппонирующей группы или отдельного сотрудника, отметив, что они помогли выработать правильное решение.

Продолжительность и регламент совещаний. Продолжительность совещания должна составлять 60–90 минут. Если обстоятельства требуют более длительной работы, то необходимо периодически устраивать 10–15-минутные перерывы.

Соблюдение регламента в формате деловых переговоров и совещаний следует рассматривать как важнейший фактор деловой культуры,

направленный на разумное расходование рабочего времени и сугубо деловую атмосферу обсуждения текущих вопросов. Если до начала совещания его регламент не установлен, то возникает «угроза» обсуждения рабочих вопросов вне временных рамок. Контроль за соблюдением регламента возлагается на объявленного секретаря совещания. Каждый участник совещания, независимо от занимаемой должности, обязан проявлять уважение к регламенту совещания.

Запрещено во время совещания пользоваться планшетами, ноутбуками и прочей электронной техникой, без производственной необходимости, относящейся к повестке совещания.

Ошибки, которые чаще всего встречаются при определении продолжительности совещания:

- отсутствие регламента;
- несоблюдение установленной продолжительности совещания;
- планирование слишком длинного совещания;
- отсутствие перерывов;
- отсутствие ограничений продолжительности докладов и выступлений;
- неумение кратко и ясно излагать свои мысли.

Завершение и подведение итогов совещания. Завершающий этап проведения совещания - принятие решения и согласование условий его реализации.

Итоговый документ (протокол совещания) - это первичный официальный документ, на основании которого руководитель имеет право требовать от сотрудников выполнения порученных им задач. Секретарь (ответственный сотрудник) фиксирует в итоговом документе (протоколе совещания) ключевые моменты совещания:

- достижение цели совещания;
- принятые решения;
- имена исполнителей;
- сроки выполнения поставленных задач.

В течение 72 часов после проведения совещания протокол должен быть подписан и разослан всем участникам совещания. Для срочных задач, имеющих приоритетный характер, срок подготовки протокола сокращается до 24 часов.

11. Стандарты делового стиля сотрудника АО «ВВППК»

11.1. Категории делового стиля

Стиль одежды сотрудников АО «ВВПК» должен соответствовать деловому стилю, который отличается консервативностью и сдержанностью.

Непродуманный человеком имидж, нежелание отказаться от личных пристрастий в одежде (одежда с рюшами, кроссовки, джинсы и т. п.) могут отрицательным образом сказать на восприятии другим человеком профессиональных качеств, а также повредить имиджу АО «ВВПК» в целом.

Внешний вид оказывает социально-психологическое воздействие на партнеров по общению, нередко предопределяя дальнейшее отношение, по крайней мере, на начальном этапе общения.

Недостаточно быть квалифицированным специалистом с хорошими деловыми качествами, необходимо соответственно и выглядеть.

Деловой стиль для сотрудника АО «ВВПК» - это одежда и аксессуары, которые позволяют выглядеть профессиональным, авторитетным, уверенным в себе, солидным, внушающим доверие, но при этом можно быть элегантно и со вкусом одетым. Умеренность, сочетаемость, гармоничность, следование, с одной стороны, неукоснительным правилам этикета и протокола, а с другой - моде и индивидуальности в одежде - это те правила, которые помогают как женщинам, так и мужчинам чувствовать себя более уверенно в обществе и небезосновательно рассчитывать на эффективную коммуникацию. В правилах делового стиля вне зависимости от стандарта ношения одежды неизменными остаются следующие правила:

- необходимо носить ту одежду, которая наилучшим образом соответствует специфике работы;
- одежда по возможности не должна повторяться в течение нескольких дней, поэтому рекомендуется периодическая смена костюма;
- соблюдение сезонности (зимний/летний) деловой одежды.

Дресс-код определяет стандарты в ношении классической деловой одежды. В АО «ВВПК» используются следующие термины:

- «строгий деловой костюм»
- «повседневная деловая одежда»
- «пятничная» деловая одежда;
- форменная корпоративная одежда.

«Строгий деловой костюм». Возможные мероприятия для данной категории одежды: представительские мероприятия, ответственные деловые встречи, официальные мероприятия, деловые приемы, презентации, встреча делегаций, подписание документов, совещания, конференции, встречи на высшем уровне. Торжественные мероприятия: банкеты, фуршеты, корпоративные, вечерние, юбилейные праздники, значимые события.

«Повседневная деловая одежда». Возможные мероприятия для данной категории одежды: обычный рабочий день, конференции, семинары, тренинги, совещания, деловые встречи, переговоры.

Форменная корпоративная одежда.

Форменная одежда - неотъемлемый атрибут производственного персонала, который позволяет создавать положительный имидж не только конкретного сотрудника, но и всей компании в целом.

Главное требование к форменной одежде - чистота и опрятность делового образа. Элементы одежды, носимые вместе с форменной или корпоративной одеждой, должны сочетаться. Необходимо помнить, что имидж АО «ВВПК», лояльность клиентов и партнеров во многом определяются безукоризненным внешним видом сотрудников.

11.2. Деловая одежда. Основа мужского делового стиля.

Сотрудники АО «ВВПК», на которых не распространяются правила, регламентирующие ношение форменной и корпоративной одежды, либо если ситуация позволяет находиться на работе не в форменной одежде, должны соответствовать определенным требованиям.

Основные требования к мужскому деловому стилю:

- Необходимо всегда следить за чистотой ногтей, волос, одежды и обуви.
- Одежда должна быть хорошо выглажена и не выглядеть поношенной или помятой.
- Не рекомендуется приходить на работу в одной и той же одежде два дня подряд. Мужчины должны менять рубашку и галстук. Менять костюм каждый день необязательно.
- Допустимые для деловой среды цвета – неяркие, светлые и темные. Яркие цвета в деловой среде неуместны. Допустимы лишь яркие цветовые акценты в небольших по площади аксессуарах: у мужчин это галстук.

Для руководителей высшего и среднего звена основой деловой одежды является костюм. Руководитель всегда должен помнить, что в одежде, как и в работе, он – пример для подчиненных, поэтому к своему внешнему виду и выбору одежды для работы должен подходить особенно тщательно, не позволяя себе послаблений и излишеств.

Внешний вид сотрудника АО «ВВПК» должен соответствовать не только корпоративной культуре компании, но и занимаемой должности.

Для рядовых сотрудников ношение костюма необязательно, если они не участвуют в совещаниях и прочих официальных мероприятиях. Допустимо приходить на работу в рубашке и джемпере в комплекте с

брюками классического покроя. Трикотажная одежда должна быть из плотного качественного материала и не должна сильно обтягивать торс.

Для мужчин правила ношения костюма достаточно строги, регламентированы как этикетом, так и эстетическими, традиционно сложившимися требованиями.

Этикет ношения делового костюма:

- Цвета делового костюма: от темно-серого до светло-серого, от темно-синего до серо-голубого. Черный цвет — цвет фрака или смокинга, форменной одежды или одежды для свадебных или траурных мероприятий.

- Расцветки: однотонные костюмы, костюмы в тонкую нейркую полоску и некрупную нейркую клетку.

- Светлые костюмы (серые, бежевые, серо-голубые) допускается носить только в течение календарного лета, т. е. с 1 июня по 31 августа (включительно).

Причем даже в это время на значимое официальное мероприятие, особенно при представлении компании на выезде, необходимо надевать темный костюм. Пиджак может быть однобортным, с двумя или тремя пуговицами. Пиджак имеет одну или две шлицы. Шлицы пиджака не должны расходиться. Рукава пиджака при опущенных руках должны прикрывать запястья и доходить до основания кисти. Пиджак должен сидеть так, чтобы воротник рубашки был виден из-под воротника пиджака на 1,5 см, а манжет рубашки из-под рукава пиджака — на 1,5–2 см.

Пиджак и жилет в костюме-тройке никогда не застегивают на нижнюю пуговицу.

Длина брюк: одна складка спереди при соприкосновении с ботинком, а сзади брюки закрывают пятку и доходят до каблука. Брюки должны прикрывать носки, чтобы в положении сидя не обнажались ноги. Брюки к классическому деловому костюму могут иметь не более одной складки у пояса (брюки с двумя складками зачастую «пузырятся» спереди). Ширина брючины — 2/3 длины обуви. Цвет носков должен соответствовать цвету брюк или цвету обуви.

Носки не должны привлекать внимание, поэтому наиболее предпочтительными для деловой одежды считаются однотонные носки.

Брючный ремень для мужчин обязателен. От ношения ремня освобождаются только полные мужчины, которые пользуются подтяжками. При изрядной полноте подтяжки необходимы, иначе спущенные под живот брюки будут делать внешний вид сотрудника неэстетичным и неопрятным.

Деловая рубашка. Деловым людям рекомендуется избегать шелковых, блестящих и прозрачных рубашек. Деловой стиль характеризуется строгим классическим фасоном и однотонной гаммой цветов, преимущественно

пастельных тонов. Деловые рубашки носят под пиджак. Все светлые цвета из индивидуальной палитры подходят для деловых рубашек. Они могут быть однотонными, в тонкую полоску и некрупную клетку.

Пиджак в рабочее время снимать не рекомендуется. Однако если встреча, переговоры или иного рода деловое общение происходит среди коллег или в дружеской обстановке, то с общего согласия пиджаки можно снять.

Рукава рубашки должны доходить до начала фаланги большого пальца. В деловых рубашках не должно быть декоративной отделки или вышивок другого цвета. Рукава заканчиваются манжетами. В качестве застежки на рукавах деловой рубашки могут быть как пуговицы, так и запонки. Форма воротничка и его размер должны быть пропорциональны лицу и шее.

Галстук - это «визитная карточка» делового мужчины, его положения, характера и вкуса. Поэтому важно знать правила, которые помогут это продемонстрировать:

- Галстук не надевают в комплекте с рубашкой с короткими рукавами.

- Завязанный галстук должен доходить до верхнего края пряжки ремня или до ее середины.

- Классические деловые галстуки не предполагают оригинальности, рисунки в них, как правило, просты.

- Галстук должен сочетаться с костюмом и рубашкой. В общем случае действуют следующие правила: галстуки с рисунком - к однотонным сорочкам, однотонные галстуки – к сорочкам в клетку или в полоску, цвет галстука должен совпадать с цветом полосок.

- Галстук не должен быть светлее рубашки.

- Если руководитель в соответствии со своим деловым расписанием находится на рабочем месте без галстука, то подчиненные вполне могут оставаться в галстуках.

Рисунки на галстуках:

- Диагональная полоска (классика) создает деловой спокойный вид.

- Мелкий горох также подходит для деловых ситуаций. Чем меньше и светлее горох, темнее основной цвет галстука, тем он «авторитетнее».

- «Фуляр» - регулярно повторяющийся мелкий рисунок на однотонном фоне, распространен в сочетании как с консервативными, так и с деловыми костюмами.

- «Пейсли» - «огуречный» рисунок — при всей своей яркости и избыточности также допустим, однако в более сдержаных вариантах.

- Геометрия – включает все геометрические рисунки, создает более модный и расслабленный имидж.

Обувь делового мужчины:

- Должна быть кожаная, на тонкой подошве. Обувь на литой подошве в деловой обстановке неуместна.
- Должна быть темной, минимально декорированной.
- Для официальных строгих деловых мероприятий подходят только черные туфли на шнурках.
- Летом под светлый костюм деловой мужчина не должен надевать светлую и тем более белую обувь. Для таких случаев вполне подойдут коричневые или светло-коричневые туфли.
- Деловая обувь не может быть лакированной, а также сшитой из кож экзотических животных: крокодила, страуса, змеи и т. п.

Ботинки, сапоги, полусапоги и другую уличную обувь необходимо менять на служебную, офисную. На работе всегда должна присутствовать сменная обувь.

Верхняя одежда для мужчин. В качестве деловой одежды подходят пальто из плотной шерстяной ткани черного, темно-синего, темно-серого цвета. Длина пальто должна быть ниже пиджака. Куртки, дубленки, шубы не рекомендуется надевать с деловым костюмом.

Мужские украшения. Ювелирные украшения должны присутствовать лишь в виде обручального кольца. В деловой обстановке не рекомендуется ношение цепочек, массивных перстней, колец, брошей, браслетов, значков, за исключением корпоративных.

Зажим для галстука - необходимая техническая деталь мужского туалета, чтобы удержать галстук при порывах ветра, удобно скреплять узкий и широкий концы галстука.

- Зажимы должны быть без излишеств.
- Цвет металла зажима должен сочетаться с цветом дополнительных аксессуаров (часов, пряжки ремня).
- Размер зажима должен составлять приблизительно три четверти ширины галстука.

Деловые аксессуары

Очки. Наиболее предпочтительными считаются очки, соответствующие овалу лица человека. Очки не должны иметь затемненные стекла, чтобы не делать взгляд «закрытым».

Бумажник или портмоне, визитница должны сочетаться с другими кожаными аксессуарами.

Часы для делового человека — основной элемент стиля.

- Циферблат часов должен быть плоским, простых геометрических форм, без выступающих деталей и декоративных излишеств. Не должно быть никаких драгоценных камней или массивных золотых накладок.

- Часы могут быть на кожаном ремешке или на тонком металлическом браслете.

Кейс, портфель, перчатки - важный элемент образа делового человека. Все они должны быть объединены одним цветом и фактурой натуральной кожи без излишеств и украшений. Наиболее предпочтительны черный и темно-коричневый цвета.

Шарф, кашне предпочтительнее выбирать из шерсти или неблестящего шелка, неброской расцветки в тон с одеждой и расцветкой галстука.

Мужской носовой платок должен быть хлопчатобумажным, не цветным, предпочтительно белого цвета. Платков должно быть два: один — в кармане брюк, другой - во внутреннем кармане пиджака.

Прическа делового мужчины. Сотрудники АО «ВВППК» должны быть аккуратно подстрижены и тщательно выбриты. Длинные волосы у сотрудников-мужчин не приветствуются. Если сотрудник носит усы и/или бороду, они также должны выглядеть аккуратно.

Запреты в правилах мужского делового стиля сотрудников АО «ВВППК»:

- в деловом костюме не должно быть более двух элементов одежды с рисунком;

- рубашка не должна быть темнее, чем костюм, а галстук — светлее, чем рубашка;

- рубашка с коротким рукавом не может надеваться с пиджаком или галстуком;

- одежда из джинсовой, замшевой, бархатной и велюровой ткани;

- мокасины, кроссовки, сандалии, замшевая, лакированная обувь или обувь из кожи крокодила, питона не соответствуют деловому стилю;

- пользоваться духами и туалетной водой, которые имеют сильный запах.

11.3. Деловая одежда. Основа женского делового стиля.

Образ деловой женщины регламентируется теми же правилами, что и стиль делового мужчины. Составляя свой деловой гардероб, женщина должна быть в значительной мере ориентирована на качество одежды, так как деловая одежда - это прежде всего качество, а не количество. Гардероб деловой женщины включает семь основных вещей: пальто, платье, жакет, юбку, блузку, брюки и трикотажный пуловер.

Основные требования к внешнему виду деловой женщины:

- Одежда должна быть хорошо выглажена и выглядеть опрятной.
- Не рекомендуется приходить на работу в одной и той же одежде два дня подряд. Женщины должны каждый день менять блузку, водолазку и т. п. Менять костюм, юбку, брюки, платье каждый день необязательно.

Для женщин-руководителей, в том числе и руководителей среднего звена, основой деловой одежды является деловой костюм, т. е. жакет с юбкой или брюками. Женщине - руководителю важно всегда помнить, что в одежде, как и в работе, она - пример для подчиненных, поэтому к своему внешнему виду и выбору одежды для работы ей необходимо подходить особенно тщательно, не позволяя себе послаблений и излишеств.

Для рядовых сотрудников ношение костюма не является обязательным, если они не участвуют в совещаниях и прочих официальных мероприятиях. Не запрещено приходить на работу в блузках, водолазках, джемперах в комплекте с юбками, брюками, деловыми платьями.

Для сотрудников, выполняющих секретарские функции (секретарь, помощник, референт), обязательным является ношение делового костюма, т. е. жакет с платьем, юбкой или брюками.

Деловой костюм - главная часть гардероба деловой женщины. В консервативном деловом костюме преобладает классический консервативный крой с лацканами или костюм стиля «Шанель». Костюм должен сидеть слегка свободно. Жакет должен сочетаться с юбкой или брюками. Жакет должен соответствовать фигуре, быть удобным, не слишком плотно облегающим. Оптимальная длина - не ниже бедер. Правильная длина рукава достигает конца запястья. Длина рукава летнего жакета может быть короче, но не должна быть выше локтя. Для делового костюма не рекомендуется использовать яркие цвета тканей (например, алого или белого).

Юбки могут быть не только прямыми, но и слегка расклешенными или плиссированными, с застежкой сзади или сбоку. Минимальная длина юбки достигает середины колена (плюс-минус 5 см). Наиболее привлекательно и опрятно смотрятся юбки с подкладкой. Они хорошо сидят на фигуре и держат форму. Шлица на деловой юбке должна располагаться сзади.

Платье рекомендуется надевать с жакетом того же цвета и фактуры ткани.

Женские брючные костюмы. Брюки в таком костюме должны иметь стрелки, но при этом они не должны быть слишком облегающими или слишком широкими. Их ношение в деловой обстановке все же имеет некоторые ограничения. Так, например, женщинам в АО «ВВППК» не

рекомендуется надевать брючные костюмы для участия в торжественных или представительских мероприятиях. В таких ситуациях более предпочтительны классические костюмы с жакетом и юбкой.

Блузка может быть однотонной или в тонкую полоску, комбинироваться с шарфом или скромным ожерельем. Блузка должна иметь рукава. Предпочитательная ткань для блузок - хлопок или шелк. Такой комплект, как блузка и юбка или блузка и брюки, относящиеся к неформальной одежде, допустим в нестрогой официальной обстановке (при отсутствии совещаний, переговоров и т. д.).

Водолазка, джемпер должны быть из плотного качественного материала и не должны быть слишком обтягивающими.

Верхняя одежда для женщин- пальто, плащ неярких цветов, длиной ниже длины жакета. Шубы, дубленки, куртки, ветровки не являются приоритетными в деловом стиле.

Обувь - одноцветная, матовой кожи, без декора, на небольшом каблуке (3–7 см) и в хорошем состоянии. В летнее время допустимы туфли с открытой, поддерживаемой ремешком, пяткой. Деловая обувь должна быть темной, для лета допустимы светлые тона. Однако запрещается ношение туфель белого цвета.

Не допускается открытая обувь - сандалии, босоножки, мюли, сабо, балетки и т. д.

Ботинки, сапоги, полусапожки и другую уличную обувь необходимо менять на служебную, офисную. На работе всегда должна присутствовать сменная обувь.

Колготки, чулки для женщины в деловом костюме обязательны в любое время года. Допустимый цвет - телесный, матовый, прозрачный, неблестящий. Необходимо учитывать также плотность (den) колготок по отношению к костюму. Если костюм летний, то рекомендуемая плотность составляет от 5 до 15 den, для холодного периода — от 15 до 40 den.

Прическа деловой женщины:

- Волосы должны быть ухоженными. Если волосы окрашены, то необходимо следить за их ростом и вовремя прокрашивать корни. Седые волосы рекомендуется окрашивать, придерживаясь своего естественного цвета.

- Длинные волосы (ниже уровня плеч) сотрудников-женщин должны быть убранны в пучок или хвост на затылке.

- Стрижки сотрудников-женщин должны быть аккуратными, при необходимости зафиксированными при помощи лака для волос.

- Высокие укладки и начесы не рекомендуются для деловой обстановки. Высота прически не должна превышать 5 см.

Деловой макияж должен быть неброским, натуральных оттенков. Макияжем необходимо подчеркивать естественный цвет кожи, глаз, волос. Отсутствие макияжа не рекомендуется. Макияж рекомендуется освежать несколько раз в течение дня. Помада должна быть естественных цветов: бледно-розовый, розово-коричневый, беж, спокойный красный.

Для сотрудников, выполняющих секретарские функции, красный цвет помады запрещен.

Маникюр:

- Ногти должны быть ухоженными. Длина выступающей части ногтей - не более 5 мм.

- Лак - в пастельной гамме цветов, сочетающийся с помадой и макияжем в целом, а также с одеждой. Приветствуется «французский маникюр». Допускается и лак для ногтей классического красного цвета.

Ювелирные изделия: броши, булавки, жемчужные ожерелья, подвески, серьги - это украшения, которые хорошо выражают индивидуальность и положение в обществе. Основное требование к ним – сочетаемость с одеждой, хорошее качество, отсутствие излишней декоративности и яркости.

Женские украшения. Деловой женщине не рекомендуется носить излишнее количество украшений. Не принято надевать в дневное рабочее время пластмассовые или деревянные украшения, яркие и крупные драгоценности, смешивать металлы разного цвета. Так, например, не принято носить одновременно серебряные и золотые украшения. Не рекомендуется носить браслеты, кольца более одного на одной руке, длинные или с подвесками цепочки и серьги, более одной серьги на одном ухе.

Перчатки, сумка, портмоне, визитница, так же, как и мужские аксессуары, должны быть объединены одним цветом и фактурой. Сумка должна быть деловой стилистики, т. е. прямоугольная, без металлических украшений и других декоративных элементов, грубых контрастных отстрочек и деталей. Летом со светлой одеждой можно носить светлую сумку.

Не допускается ставить сумку на рабочий стол, на стол в конференц-зале или на столик в ресторане.

Запреты в правилах женского делового стиля сотрудника АО «ВВППК»:

- Длина мини и длина макси для юбки или платья. Рекомендуемая длина деловой одежды - до середины колена, плюс-минус 5 см.

- Разрезы на бедре или спереди, множественные оборки, кружевные и/или прозрачные вставки.

- Глубокое декольте, вырезы у блузок ниже уровня подмышек.

- Крупные цветы и узоры.
- Майки, футболки и толстовки с надписями.
- Одежда с анималистическими принтами (имитирующая по расцветке окрас представителей животного мира – леопарда, тигра, зебры, змеи и т. п.).
 - В цветовой гамме: неподходящие, яркие и насыщенные цвета, оттенки цветов в одежде, смелые цветосочетания, растительные орнаменты и абстрактные рисунки.
 - Одежда из вельветовых, замшевых, кожаных, блестящих, прозрачных, ажурных тканей.
 - Обтягивающая, прозрачная или слишком свободная одежда.
 - В деловой одежде не принято использовать более трех ярких акцентов.
 - Джинсы, шорты, бриджи, бермуды, леггинсы.
 - Обнаженные ноги (без чулок или колготок).
 - Использование духов и туалетной воды, которые имеют сильный запах.
 - Чулки любых авангардных цветов, в сеточку, со стрелками, с рисунками и орнаментами.
 - Обувь лакированная, из кожи экзотических животных;
 - Туфли и сапоги на высокой шпильке, ботинки на толстой подошве;
 - Открытая обувь — сандалии, босоножки, мюли, сабо и т. д.;
 - Крупные элементы декора на женской обуви.

12. Этикет деловых подарков

Деловые подарки – важный элемент деловых коммуникаций, способствующий созданию атмосферы доверия между коллегами и деловыми партнерами, а также налаживанию и развитию между ними доброжелательных отношений.

Правила выбора и вручение деловых подарков регламентируются следующими документами:

- Федеральный закон от 25 декабря 2008 г.№ 273-ФЗ «О противодействии коррупции», который определяет верхний стоимостный порог делового подарка, который может быть преподнесен. Его стоимость составляет не выше 3 тыс. рублей. Превышение этой суммы официально считается взяткой.
- Кодекс деловой этики АО «ВВППК».

Стоимость подарка определяется исходя из масштабов и специфики деятельности компании, а также должностного статуса получателя подарка.

Корпоративный подарок — это подарок от компании и для компании. В деловой сфере в качестве подарков обычно используются деловые канцтовары, посуда, пепельницы, зажигалки, значки, брелоки для ключей, картины, гравюры, книги, сувениры, имеющие национальный характер, электроника и т. п., которые обычно украшаются логотипом компании.

Неуместны в деловой среде подарки из числа предметов одежды (галстук для делового мужчины – также предмет одежды), парфюмерно-косметические и гигиенические средства.

Поводы, по которым принято делать коллективные корпоративные подарки:

- юбилейные и другие значительные даты в жизни компании;
- государственные праздники (8 Марта, 23 Февраля);
- общемировые праздники (Рождество, Новый год);
- профессиональные праздники.

Специфика выбора корпоративных подарков:

- В процессе выбора подарка важно учитывать национальные и культурные особенности страны того участника деловой встречи, которому он предназначен (предварительно рекомендуется узнать о возможных религиозных запретах и суевериях).

- Необходимо учитывать имидж одариваемой компании.

Особо дорогие подарки преподносят по случаю юбилейных и значительных дат в жизни компании. Такие подарки относятся к разряду элитных, и их стоимость достаточно высокая. Они, как правило, снабжаются памятной гравировкой, дарственной надписью. Такой подарок должен быть упакован в фирменный пакет, сумку, коробку. В упаковку обязательно вкладывается визитная карточка дарителя или поздравительная открытка от его имени. Высокой степенью проявления уважения в данном случае будет являться собственноручная надпись (не подпись!) дарителя на своей визитной карточке.

Упаковка подарка имеет не менее важное значение, чем сам подарок, так как является своего рода его «визитной карточкой». Поэтому упаковка должна быть презентабельная, соответствовать стоимости подарка, не слишком вычурной, по возможности иметь логотип АО «ВВППК».

Сувениры с символикой АО «ВВППК» вручают в следующих случаях:

- презентация новых услуг или направлений деятельности компании;
- представление компании на выставках;

- проведение семинаров, конференций, съездов, школ передового опыта и т. п.;
- деловые встречи с клиентами/партнерами;
- профессиональные праздники.

Комплект сувениров подбирается в соответствии с каждым конкретным случаем. Комплекты, как правило, формируются из недорогих сувениров и не предназначаются для глав и высших должностных лиц компаний. Комплекты используются в основном при массовом вручении. Современная тенденция выбора подарков такова: даже на высоком уровне отдается предпочтение не дорогим подаркам, а сувенирам. Лучше подарить подарок сувенирной направленности, учитывающий интересы одариваемого, чем поражать его дороговизной. Сувенир должен отражать особенности деятельности компании, при этом желательно учитывать интересы одариваемого. Подарок должен быть памятной вещью.

Подарки руководителю /от руководителя

Подарки руководителю от подчиненных могут быть только коллективными, при этом они не являются обязательными. Индивидуальный подарок от подчиненного – нарушение делового этикета. Подарки руководителя подчиненным, наоборот, вполне допустимы и должны расцениваться как поощрение, одобрение их работы.

Подготовка подарков для участников переговоров и делегаций гостей:

- При подготовке переговоров и визитов делегаций, будь то иногородние партнеры или любые делегации гостей из своего города, обязательно прорабатывается вопрос подготовки подарков.

- Обычно протокольные службы компаний — участников переговоров или принимающей и прибывающей сторон обсуждают уровень предполагающихся подарков, чтобы ни одна из сторон не оказалась в неловком положении.

- При первой официальной встрече с делегацией партнеров обмен подарками обязателен. Это должны быть сувениры или комплекты сувениров, одинаковые для всех членов делегации. Первыми подарки вручают хозяева, а не гости деловой встречи.

- Главу делегации лучше отметить индивидуальным подарком.

Вручение подарков. Идеальным форматом вручения подарка является личная встреча. С курьером или по почте можно послать подарок в том случае, если даритель находится в отъезде, живет в другом городе или стране или имеет другие уважительные причины.

Наличие сопроводительного письма, открытки или визитной карточки как знака вежливости считается обязательным.

Подарок принято вручать двумя руками (за исключением мелких предметов), с легким полупоклоном. При вручении подарков необходимо также учитывать характер мероприятия. В официальной обстановке вручение и сам подарок должны обязательно учитывать место проведения мероприятия (ресторан или офис), характер торжества (юбилей главы фирмы или новоселье компании), состав участников и обстановку (статусные, ранговые различия, количество присутствующих), характер отношений и другие особенности.

Если подарки вручаются в семейной, дружеской атмосфере небольшого подразделения, то церемония вручения подарков может быть проведена в неофициальной обстановке. Однако и в этом случае следует проявить осмотрительность, чтобы случайно не обидеть или не задеть чувство достоинства того, кому предназначен подарок.

Прием подарков. Принимается подарок также двумя руками, всегда с благодарностью. Независимо от материальной стоимости все подарки принимаются и воспринимаются с одинаковой благодарностью, даже если подарок не понравился или у получателя подарка уже есть эта вещь. Терпимость и сдержанность, проявленные в такой ситуации, подчеркивают хорошее воспитание и высокий уровень корпоративной культуры компании.

В сфере деловых отношений, если подарок вручается публично и не в открытом виде, то его не принято открывать, в отличие от правил светского этикета.

Если подарок вручается внутри коллектива или в церемонии вручения принимает участие небольшое количество людей, например, два человека, то вполне допустимо развернуть упаковку, оценить подарок и поблагодарить.

Если подарок прислан с курьером или по почте, то принятой формой благодарности в таких случаях являются личное письмо или телефонный звонок.

Учет деловых подарков. Важно помнить, что и кому уже было вручено, чтобы избежать повторов. Повторно преподносить можно лишь цветы, наборы конфет, спиртные напитки, а также открытки по случаю общемировых и личных праздников. Поэтому необходимо вести журнал учета подарков, где должно быть отмечено, когда, кому, по какому поводу они были сделаны, а также вносить в список и полученные компанией подарки, чтобы не преподнести кому-либо из партнеров аналогичный подарок.

Если начальник посыпает сувенир или подарок подчиненному, из этого не следует, что сотрудник должен ответить тем же, поскольку подарок подчиненному — знак оценки его деятельности.

Цветы. Осмотрительность и осторожность следует проявить в этикете цветочного букета, который имеет множество национальных особенностей восприятия как собственно цветов, так и цвета бутона. Например, красные, темно-красные и бордовые розы считаются знаком страстных чувств и совершенно неуместны в деловой обстановке. Наоборот, розы светлых оттенков, в том числе розовые и пестрые, считаются нейтральными и вполне допустимы в бизнес-букете.

В деловой обстановке не принято дарить одежду, белье, духи, косметику, дамские сумки, мужские галстуки, технические и бытовые устройства, такие как пароварки, гриль, пылесосы и т. п., вещи, предназначенные для личного и семейного использования. Также не стоит дарить свои фотографии, если только об этом не попросили специально.

Отказ от подарка

Данный вопрос регулируется, в том числе, Кодексом деловой этики АО «ВВППК» в части подарков, которые, по сути, являются прикрытой формой взятки и принимать которые недопустимо. При этом любой дорогой подарок ставит одариваемого в обязывающее положение. Если решение об отказе принято, то отказ должен быть мотивирован. В том случае, если подарок вручается лично, следует прежде всего поблагодарить дарящего и только после этого объяснить свой отказ. Например: «Я очень сожалею, но, тем не менее, не могу (не в праве) принять Ваш подарок по причине его слишком большой стоимости (в соответствии с запретами, которые приняты в нашей компании)». Если подарок прислан по почте или доставлен с курьером, то его отправляют обратно с письмом или запиской такого же содержания.

Ответственно и грамотно подходя к выбору подарка, вручая его с соблюдением норм делового этикета, своевременно благодаря партнеров за полученные от них подарки, сотрудник участвует в формировании положительного имиджа нашей компании и поддерживает ее репутацию.

13. Кросскультурные и религиозные особенности делового этикета

Национальные, религиозные и культурные традиции различных стран и отдельных областей и территорий этих стран (республик, автономий, земель, кантонов и т. д.) в большинстве случаев кардинальным образом меняют обычные представления о специфике деловых контактов с зарубежными и региональными партнерами.

Иногда преодоление кроскультурных различий бывает столь велико, что требует существенных усилий для налаживания полноценных и по настоящему доверительных партнерских отношений. Поэтому для установления и развития нормальных деловых отношений так важны предварительные консультации и хорошее знание местных обычаев, правил поведения, протокола и деловых традиций, принятых в той или иной стране или регионе.

При организации и проведении деловых встреч, переговоров, командировок, поездок и визитов делегаций с деловыми партнерами из различных регионов России необходимо предварительно тщательно согласовывать деловые программы и уточнять все детали предстоящих встреч и визитов, не исключая важные бытовые вопросы. Например: традиционную кухню, этикет деловых подарков, форму деловой одежды, особенности восприятия цвета, вопросы пунктуальности, протокольный букет, разного рода предпочтения и другие возможные аспекты отношений.

При подготовке встреч необходимо учитывать и принимать во внимание важнейшие события, происходящие в регионах, которые представляют деловые партнеры:

- масштабные события, государственные и региональные праздники;
- национальные и религиозные праздники и торжества по их поводу.

Необходимо ознакомиться с культурой и мировоззрением того региона, с представителями которого планируется начать деловое сотрудничество. Только учитывая все вышеперечисленные моменты, особенности кроскультурных коммуникаций и делового протокола, можно рассчитывать на успех в деловом переговорном процессе.