

Внутрикорпоративные коммуникации на примере ОАО РЖД



Фадеева Лилиана

PCO 3-18-03



Миссия бренда РЖД:

- Мы – важнейшая часть глобальной системы движения людей, товаров и технологий. Мы работаем для клиентов, способствуем объединению народов, интегрируем Россию в единое экономическое пространство. Наши решения опираются на уникальную инфраструктуру, мастерство команды профессионалов высокого уровня и инновационные технологии.



Ценности бренда РЖД

Ценности бренда – это совокупность функциональных, личностных и социальных ценностей, которые сочетаются в сознании потребителя с маркой.

Ценности компании состоят из 3-х принципов:

- Мастерство
- Целостность
- Обновление



Кредо ОАО «РЖД»:

- Глобальная транспортная система объединяет мир.
- Компания «Российские железные дороги», являясь своеобразной кровеносной системой страны, перед которой ежедневно стоят ответственные задачи транспортировки людей и грузов, видит для себя широкие возможности в интеграции в мировое экономическое пространство.



Кодекс деловой этики ОАО «РЖД»



Кодекс деловой этики ОАО «РЖД»



Кодекс деловой этики ОАО «РЖД»

Содержание

Общие положения	3
Этические принципы	4
Ценности бренда «РЖД»	6
Взаимная ответственность ОАО «РЖД» и работников	7
Общие принципы поведения работников	10
Общие принципы поведения руководителей	12
Информация конфиденциального характера	14
Соблюдение коммерческих интересов	16
Предотвращение конфликта интересов ОАО «РЖД» и работников	17
Получение, дарение деловых подарков и иная выгода	18
Противодействие коррупции	20
Охрана труда	21
Защита имущества	22
Защита окружающей среды	22
Отношения с юридическими и физическими лицами	22
Отношения с акционером	23
Отношения с дочерними обществами	24
Отношения с клиентами	26
Отношения с контрагентами	27
Отношения с инвесторами	27
Отношения с конкурентами	28
Взаимодействие с представителями государства, представителями иностранного государства, представителями публичных международных организаций, представителями некоммерческих организаций	29
Социальная ответственность	30
Соблюдение норм настоящего Кодекса	32
Заключительные положения	35
Основные термины и определения	36

2

Кодекс деловой этики ОАО «РЖД»

Общие положения

Настоящий Кодекс устанавливает корпоративные нормы и правила служебного поведения, обязательные для членов совета директоров и всех работников ОАО «РЖД», а также определяет отношения ОАО «РЖД» с акционером, органами государственной власти, юридическими и физическими лицами и другими.

Цель принятия настоящего Кодекса – закрепление единых корпоративных ценностей, норм и правил поведения работников, направленных на обеспечение осознания работниками своей роли в реализации миссии холдинга, повышении прибыльности, успешности и эффективности деятельности ОАО «РЖД», а также создание условий для достижения стратегических целей холдинга и выполнения задач, определенных уставом ОАО «РЖД».

Настоящий Кодекс разработан на основе законодательства Российской Федерации, принципов международного права, норм деловой этики, а также многолетних традиций железнодорожной отрасли.

ОАО «РЖД» позиционируется на российском и международном транспортных рынках как универсальный

публичный перевозчик всех видов грузов и всех категорий пассажиров, а также как компания, обеспечивающая надлежащее содержание железнодорожной инфраструктуры, ее эффективное использование и предоставление услуг независимым перевозчикам.

Клиентами ОАО «РЖД» являются практически все виды организаций и все категории населения не только России, но и других стран. Этим объясняются высокие требования к этике поведения не только в самом ОАО «РЖД», но и во взаимоотношениях с внешними аудиториями.

ОАО «РЖД» привержено современным мировым стандартам корпоративного управления, а также этическим нормам, принятым в современном российском и мировом деловом сообществе.

Настоящий Кодекс служит основой деловой этики холдинга «РЖД», содержит базовые корпоративные ценности, нормы и правила. Советы директоров дочерних обществ ОАО «РЖД» могут принимать свои кодексы деловой этики, учитывающие специфику их деятельности и не противоречащие нормам настоящего Кодекса.

3

Этические принципы ОАО «РЖД»:

- Гордиться званием работника ОАО «РЖД»
- Соблюдать коммерческие интересы ОАО «РЖД»
- Ставить на первое место человека.
- Стремиться к новому.
- Работать на совесть
- Опирается на мастерство
- Ориентироваться на результат
- Принимать взвешенные решения
- Воспринимать себя частью целого
- Быть лидером



Russian Railways



Российские
железные дороги

Развитие корпоративной культуры

- ОАО «РЖД» следует лучшей практике и стандартам корпоративного управления и признает его необходимым условием эффективности и успешности своей финансово-хозяйственной деятельности, повышения инвестиционной привлекательности компании и ее дочерних обществ, а также обеспечения надлежащего проведения реформы железнодорожного транспорта.
- ОАО «РЖД» формирует современную корпоративную культуру, как способствующую реализовывать стратегии холдинга РЖД, а также она должна быть направлена на повышение эффективности корпоративного управления.



Корпоративный СТИЛЬ

- Обувь должна быть классическая чёрного цвета или в тон костюма или формы.
- Для всех женщин обязательно ношение колготок или чулок телесного цвета
- Прическа делового мужчины: Сотрудники ОАО «РЖД» 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.
- Прическа деловой женщины: Волосы должны быть ухоженными. Длинные волосы (ниже уровня плеч) сотрудников-женщин должны быть убраны в пучок или хвост на затылке.
- Деловой макияж должен быть неброским, натуральных оттенков.
- 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.

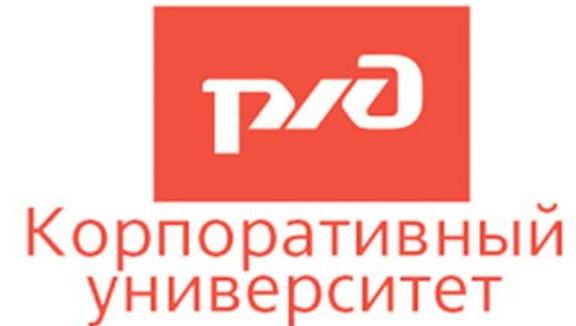
Корпоративный СТИЛЬ



Корпоративный СТИЛЬ



Корпоративн
ый
университет
ОАО «РЖД»

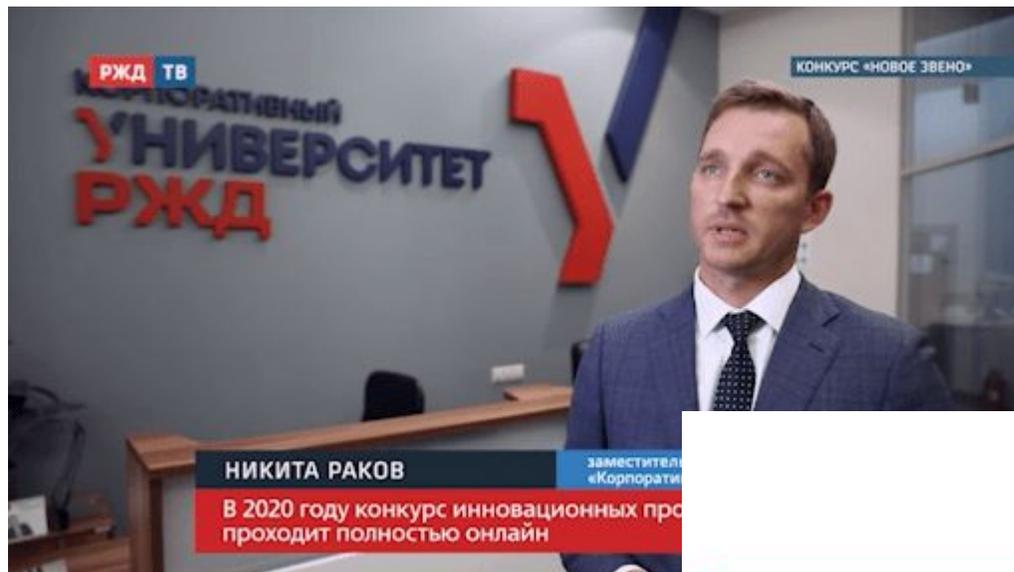


Корпоративные СМИ



- Корпоративный журнал «РЖД Партнер»

Корпоративные СМИ



- Корпоративное телевидение ОАО «РЖД»

Вывод

- ОАО «РЖД» в своей внутрикорпоративной стратегии использует коммуникативные и аналитические инструменты взаимодействия с внутренней общественностью. Огромное значение для компании имеет четкое соблюдение всех правил, записанных в «Кодекс деловой этики», а также обучение своих сотрудников.