

ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЖУРНАЛ

Секретарское Дело

WWW.SEKRETARSKOE-DELO.RU



Подписные индексы
по каталогу «Роспечать»:
72034, 71851, 80933



Подписные индексы
по каталогу
«Почта России»:
99723, 99591

№ 4 2018



Янина Мелехова

**Творческому человеку ведь надо
так мало — только признание**

НАЦИОНАЛЬНАЯ
ДЕЛОВАЯ ПРЕМИЯ

КАПИТАНЫ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА 2018

И БИЗНЕС-КОНГРЕСС С УЧАСТИЕМ СПИКЕРОВ ИЗ РЯДА УСПЕШНЫХ КОМПАНИЙ

МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ —
**ОТЕЛЬ
«САВОЙ»**

11-Я ЦЕРЕМОНИЯ ПРЕМИИ И
КОНГРЕСС (2 ДНЯ) ПРОЙДУТ
28 МАЯ 2019 Г. (КОНФЕРЕНЦИЯ)
29 МАЯ 2019 Г. (ЦЕРЕМОНИЯ ПРЕМИИ)

ОСНОВНЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ НОМИНАЦИИ

- | | | |
|--------------------------|-------------------------|-----------------------------|
| • Лучшие работодатели | • Лин-технологии | • Диверсификация |
| • Деловая репутация | • Модель управления | • Лучшие сайты |
| • Лидеры отрасли | • Массовый рекрутмент | • Международная экспансия |
| • Бурный рост | • Команда топов | • Лучшие кадровые агентства |
| • Бизнес-проект | • Agile team | • Лучшие пиар-агентства |
| • Корпоративная культура | • Трансформация | |
| • Лин-технологии | • Эффективность бизнеса | |

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ НОМИНАЦИИ

- | | | | |
|--------------|--------------|-------------------------|-----------------|
| • лучшие CEO | • лучшие hrd | • лучшие бизнес-тренеры | • лучшие авторы |
|--------------|--------------|-------------------------|-----------------|

ПРОГРАММА БИЗНЕС-КОНГРЕССА В НОВОМ НОМЕРЕ УП И НА САЙТЕ

Секретари премии сообщат лауреатам о награде и получении диплома

TP@TOP-PERSONAL.RU

Приносим свои извинения за сильную задержку номера по кадровым причинам.

В качестве компенсации дарим всем подписчикам электронную подписку на 2 журнала в формате pdf:

«Управление персоналом» или «Трудовое право» (для этого пришлите ваш адрес и мы будем высылать эти журналы весь 2019 год).

Ждём заявку на адрес: tp@top-personal.ru (просьба в письме указать, через какое агентство вы подписаны на журнал «Секретарское дело»).

**Александр Гончаров,
главный редактор
ИД «Управление персоналом»**

КАРЬЕРА

- Как сделать себя звездой4
Янина Мелехова

EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ

- Какой ивент-менеджер вам нужен и как его заполучить?18
Елена Конвисар

- Об идеальном сотруднике в корпоративном event-менеджменте23
Елена Конвисар

НОВОСТИ

- GSK планирует увеличить долю женщин-руководителей до 37% к 2022 году30

ИССЛЕДОВАНИЕ

- Женщины-руководители рассказали о факторах, мешающих карьере33
Наталья Чудова

ДЕЛОПРОИЗВОДСТВО

- Научно-справочный аппарат к документам архива организации44
Е.Н. Попова

ДЕЛОПРОИЗВОДСТВО

- Почта. Как наладить работу с ней?53
Наталья Пластинина

ВЗЫСКАНИЯ

- Когда работника можно привлечь к дисциплинарному взысканию за оскорбление коллег62
Сергей Смирнов

БИЗНЕС И ПРАВО

- Время не ждет66
Татьяна Кочанова

БИЗНЕС-ЛИТЕРАТУРА

- Анонс новой книги Флориды Зариповой74

БИЗНЕС-ФОРУМ

- В Москве пройдет Бизнес-Форум «ЭНЕРГИЯ ЖЕНЩИН»78



Янина Мелехова,
актриса

Как сделать себя звездой

Во сколько лет Вы впервые выступили на сцене и что это была за роль?

— Я выросла в творческой семье: папа режиссер, мама — балетмейстер. Старшая сестра тоже стала хореографом-балетмейстером. Как и бывает, выросла я за кулисами театра. Первый раз на подмостки как актриса вышла в четыре года в белорусском городе Борисов, в театре «Відарыс». В «Спящей красавице» я играла Фею-Крошку, а в «Кот в сапогах» Королеву мышей».

Окончательно убедилась в том, что хочу поступить именно в театральный, после девятого класса. Мы участвовали в фестивале, и после нашего спектакля ко мне подошел декан Белорусской академии искусств, пожал руку и спросил: «ты же в этом году поступаешь, я курс набираю!» Я ответила, что мне еще два года учиться, расстроилась сама, увидела, как понурил голову мастер.

Вам больше нравится исполнять роли в театре или кино?

— Театральную работу ценю больше. Ты всегда можешь верить, что вот-вот твоя жизнь изменится в лучшую сторону. «Вы-

справедливость, маленькая зарплата... Не говорю про кино и именитых артистов. А если взять театр..., там очень маленькая зарплата. Больше минусов не вижу. Еще, в театре ты сразу получаешь отдачу в виде аплодисментов, глаз зрителей. Эмоции. В кино постоянные сомнения: правильно ли я делаю? Что в итоге получится? От тебя самого мало что зависит. Снимаясь, думаешь: «я круто сделала эту сцену». А на монтаже не понимаешь, где тот ключевой взмах моей ресницы. Смонтировали — стало по-другому, добавили музыку — стало по-третьему.

Театр мне несомненно ближе. В кино хватало бы одного проекта на 2-3 года — но так, чтобы это была хорошая роль, к которой нужно долго готовиться, а не просто получить текст накануне съёмок и прочитывать его. Сейчас работа в театре напрямую зависит от успехов в кино, и я понимаю, что без него никак. Но, к сожалению, здесь нечасто снимается достойный материал, хоть и есть интересные биографии и исторические проекты. Не люблю фантастику и предпочитаю классическую художественную литературу. В кино мне интересны биографии, и хотелось бы сыграть реальных людей. В театре есть такие героини, как: Мэрилин Монро, Лиля Брик, та же Шурочка Азарова. Перелопатила всю информацию о

**ПОЛНЫЕ ТЕКСТЫ МАТЕРИАЛОВ ЖУРНАЛА
ДОСТУПНЫ ТОЛЬКО ДЛЯ ПОДПИСЧИКОВ**

**ДЛЯ ДОСТУПА К ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ПРОСИМ ВАС
ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ КАК ПОДПИСЧИК,
ВЫСЛАВ ЗАЯВКУ НА АДРЕС:
TP@TOP-PERSONAL.RU**

Какой ивент-менеджер вам нужен и как его заполучить?

Елена Конвисар,
директор по маркетингу
Группы компаний НЕОЛАНТ

*С*егодня мы поговорим о такой профессии, как ивент-менеджер, применительно к работе в компании В2В профиля. На вопросы УП отвечает Елена Конвисар, директор по маркетингу Группы компаний НЕОЛАНТ, входящей в топ-35 УП-компаний России. Под руководством Елены компания приняла участие в более чем 500 бизнес-мероприятиях. Всесторонний взгляд на event-менеджмент как профессию привел к созданию ЕХРОшколы для начинающих специалистов и компаний. Сегодня Елена поделится своим видением текущей ситуации в этой непростой и очень интересной области.



Кого ищем?

— Чтобы не разочароваться при подборе, для начала четко определитесь, кто именно вам нужен. И тестируйте при отборе на необходимые навыки. А чтобы сделать это было легче, опишем основные ступени профессионального развития ивент-менеджера.

Ассистент-логист

В любом мероприятии возникают задачи заезда-выезда и технического обеспечения работы на площадке в день мероприятия.

За что отвечает ассистент: пропуска, коробки, упаковка-распаковка. Кого координирует: грузчики, курьеры, электрики, ИТ-специалисты, уборщицы, официанты.

Заезд — это кратковременный проект, в котором все решения уже приняты до тебя, а твоя задача — просто четко отработать все запланированное.

Какие навыки нам нужны? Собранность, исполнительность, хорошее чувство времени, умение общаться и координировать других людей. Владение навыками воздействия на тех, кто будет саботировать или сопротивляться, не исполнять договоренности.

Менеджер по ивент и продакшн

На этой ступени развития уже потребуются умение самостоятельно принимать решение по выбору подрядчиков и материального обеспечения мероприятия — мебель, полиграфия, сувениры, кейтеринг и так далее.

Проект подготовки — длительный, бюджеты солидные, ответственность выше.

Поэтому нам нужны навыки бюджетирования, переговоров о цене, планирования,

администрирования, знание основных технологий производства нужного реквизита и видов технического обеспечения.

Руководитель внутреннего проекта

Помимо внешних подрядчиков, которые принимают участие в подготовке мероприятия, у нас всегда есть внутренние исполнители.

Например, для выставки технический специалист должен вовремя подготовить описание в буклет, сделать видеоролик о работе вашего продукта, подготовить сценарий демонстрации, вовремя прийти на стенд, в конце концов. Для вашей конференции ваш спикер должен заранее сдать презентацию, явиться на репетицию, надеть галстук на выступление, если необходимо.

При этом ивент-менеджер не имеет прямых рычагов воздействия на коллег и руководителей, но должен уметь добиваться от них нужных действий. Даже если в вашей компании принято управление через официальные приказы, где прописаны все участники проекта, это работает не всегда.

Поэтому помимо технических ему необходимо владеть навыками влияния, знать и пользоваться внутренней политической обстановкой, уметь нравиться — это ведь тоже один из инструментов влияния.

Ивент-коммуникатор

До сих пор мы описывали ситуации, где ивент-менеджер исполняет только технические или административные функции и подключается к работе над уже выбранным мероприятием.

Следующей ступенью развития профессионализма является навык самосто-

ятельного формирования годового плана событий. Для этого ивент-менеджер должен четко понимать цели компании и уметь предложить адекватное решение для каждой из них.

Что выгоднее: принять участие в крупно-бюджетной столичной выставке или поехать в ключевые регионы с собственными семинарами? А если выставка, то какая именно из десятка отраслевых? Что выберем: выступление на чужих конференциях или проведение собственной?

Что больше взбодрит компанию сейчас: спортивные состязания или интеллектуальные игры? А что сработает на мотивацию: скромный праздник на 100 человек в офисе или путешествие для 3 лучших сотрудников на эти же деньги?

Для того чтобы решать подобные задачи, ивент-менеджер должен, во-первых, понимать предметную область — продажи, маркетинг, PR, GR, HR, а во-вторых, работать в тесной связке с профильными специалистами.

Скажу честно, до такого уровня редко доходят люди, начинавшие именно как ивент-менеджеры. Скорее это один из путей развития карьеры маркетолога или пиарщика либо для ивента с подобным образованием и талантом от природы. Если вам такой встретился, держитесь за него, это большая удача!

рию, бюджет и искомый результат. Что входит в его задачи? Это помимо реализации всех технических функций поиск спонсоров, спикеров, информационных партнеров, PR-кампания до и после мероприятия.

То есть мы ищем в кандидате умение организовывать разные рыночные группы на согласованные действия, приводящие к бизнес-результату именно для нашей компании.



Как получить такого специалиста? Опыт как критерий?

— Начнем с того, что область ивент весьма обширна. Для вашей компании вы можете делать корпоративные праздники, а можете проводить сугубо технические семинары. Для формирования общественного мнения вы можете организовывать как пресс-встречи, так и благотворительные акции. Можете спонсировать спортивные или культурные мероприятия, проводить камерные встречи на высшем уровне или общегородские праздники.

И во всех этих событиях своя логистика, техническое обеспечение, цели, аудитории. Найти ивент-менеджера, у которого есть опыт во всех необходимых вам сегодня видах мероприятий, нереально. А если у соискателя такой опыт и есть, то в вашем рынке он может быть неприменим и даже вреден. Помните, как в свое время в магазины новой формации не брали людей с

**ПОЛНЫЕ ТЕКСТЫ МАТЕРИАЛОВ ЖУРНАЛА
ДОСТУПНЫ ТОЛЬКО ДЛЯ ПОДПИСЧИКОВ**

**ДЛЯ ДОСТУПА К ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ПРОСИМ ВАС
ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ КАК ПОДПИСЧИК,
ВЫСЛАВ ЗАЯВКУ НА АДРЕС:
TP@TOP-PERSONAL.RU**

Н:
С:
М:
Н:

Об идеальном сотруднике в корпоративном event-менеджменте

Елена Конвисар,
директор по маркетингу
Группы компаний НЕОЛАНТ

На вопросы  отвечает Елена Конвисар, директор по маркетингу Группы компаний НЕОЛАНТ, входящей в ТОП-35 ИТ-компаний России. Под руководством Елены компания приняла участие в более чем 500 бизнес-мероприятиях. Всесторонний взгляд на event-менеджмент как профессию привел к созданию ЕХРОшколы для начинающих специалистов и компаний. Сегодня Елена поделится своим видением текущей ситуации в этой непростой и очень интересной области.



Event-сфера весьма разнообразна. Что входит в зону ответственности именно бизнес-ивента?

— Мероприятия — это один из инструментов, которые могут использоваться компанией для достижения бизнес-целей — внешних и внутренних. С их помощью мы можем решить задачи маркетинга, продаж, PR, GR, HR, поиска инвесторов и так далее. Это означает, что event-менеджер должен в первую очередь уметь держать в голове целеполагание каждого проекта. Мероприятие без цели — усилия не ветер.

Какие типы мероприятия могут достаться корпоративному event-менеджеру на исполнение? Во-первых, мы можем участвовать в бизнес-мероприятиях, организуемых другими компаниями. Классически, это отраслевые выставки и конференции. И это — определенный набор навыков менеджера.

Во-вторых, мы можем организовывать собственные мероприятия для внешней аудитории — это семинары и вебинары, бизнес-завтраки, пресс-конференции и пресс-туры, конференции для партнёров и так далее. Мы можем в конце концов сами стать организаторами отраслевой выставки или, например, конкурса проектов. А быть организатором — это не то же самое, что участником.

Мы можем оказывать поддержку культурным, благотворительным, спортивным или социальным внешним проектам, или организовывать их сами, если посчитаем это необходимым для достижения бизнес-целей компании. И это — уже другой набор навыков.

Также в зону ответственности единственного event-менеджера в компании могут входить и мероприятия по внутренним коммуникациям. Классически это корпоративные праздники — Новый год, День рожде-

ния компании, День семьи, мотивационные поездки, летний отдых и так далее. Это могут быть также внутренние образовательные сессии, спортивные или благотворительные проекты — например, коллективный День донора, стратегические сессии для топ-менеджмента и тому подобное.

То есть вторая особенность профессии — разнообразие форм и аудиторий мероприятий.



Расскажите, в чем особенность подготовки бизнес-мероприятий?

— Продолжая разговор об особенностях профессии — третье, что я бы выделила — это то, что у одного мероприятия одновременно может быть до десятка разных аудиторий, и только удовлетворив интересы их всех, мероприятие достигнет максимума целей.

Например, у летнего корпоратива минимум 2 аудитории с разными целями — топ-менеджмент и сотрудники. Одни хотят развлечься на корпоративе, другие хотят улучшения бизнес-показателей после него. Еще у корпоратива есть косвенная, но важная для вашего бизнеса аудитория — семья сотрудника, даже если они на нем не присутствуют. А еще — ваши потенциальные сотрудники. И с помощью одного события можно повлиять на все смежные аудитории — правильно донести до них информацию.

Или другой пример. У нашего последнего отраслевого Форума заинтересованными участниками были: наша компания как заказчик, собственно слушатели, спонсоры, спикеры, стендисты, информационные партнёры, государственные структуры. У каждой из групп были свои задачи, которые они решали с помощью Форума. Не было бы спикеров и стендистов — слушатели бы

не получили полезной информации, не было бы слушателей — спонсоры не получили бы аудиторию, а если бы не было мощной информационной компании, то спикеры не получили бы достаточного продвижения и так далее. Только работая на интересы всех групп, можно сделать успешное мероприятие, на которое придут в следующий раз. И мы, как организаторы, должны об этом помнить и отрабатывать по всем направлениям.

Таким образом event-менеджер должен держать в голове не только целеполагание основного заказчика, но и всех участников мероприятия. И уметь влиять не только на непосредственных участников, но и всех тех, до кого дойдет информация о нем.

Четвертое, что нужно уметь — это держать фокус на конечной цели, но при этом не упускать детали. Технические нюансы, дизайн мероприятия, варианты обслуживания участников и так далее. Именно детали портят впечатление и рушат восприятие — и могут перечеркнуть все ваши усилия и вложенные бюджеты.

Пример из жизни — наш дистрибутор пригласил дилеров в мотивационную поездку в другую страну. Только при заселении выяснилось, что мы живем по два человека из разных компаний в одном номере и в нем только двуспальная кровать и, внимание, всего одно одеяло. Одеяла нам в конце концов донесли, но впечатление было смазано.

И продолжая тему деталей — при организации бизнес-мероприятий, куда люди приходят, казалось бы, по работе, важно помнить, что они все равно остаются людьми. И учитывать также физические и эмоциональные потребности, а не только деловые. Если людям жарко-холодно-душно, слишком ярко-темно-громко-тихо, скучно, они устали, хотят пить-есть — они просто не воспримут вашу информацию. А еще люди независимо от возраста и статуса любят подарки, азарт, вкусную еду, интересные напитки, зрелища. И все это надо уметь органично вплести в бизнес-канву мероприятия, чтобы запомниться. А для этого, как минимум, во всем этом разбираться.



Расскажите подробнее, в чем еще должен разбираться event-менеджер, работающий в корпоративном секторе?

— Event-менеджер — профессия синтетическая, требующая владения очень разными навыкам.

Когда вы нанимаете сотрудника, нужно четко понимать, ждете ли вы от него только исполнения технических заданий, поставленных специалистами по направлениям, например, PR-менеджером или же он должен уметь сам разрабатывать креативные и бизнес-концепции мероприятий под цели компании. И тогда он обязан иметь базовое понимание в соответствующих областях коммуникаций.

**ПОЛНЫЕ ТЕКСТЫ МАТЕРИАЛОВ ЖУРНАЛА
ДОСТУПНЫ ТОЛЬКО ДЛЯ ПОДПИСЧИКОВ**

**ДЛЯ ДОСТУПА К ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ПРОСИМ ВАС
ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ КАК ПОДПИСЧИК,
ВЫСЛАВ ЗАЯВКУ НА АДРЕС:
TP@TOP-PERSONAL.RU**

GSK планирует увеличить долю женщин-руководителей до 37% к 2022 году

В рамках ежегодной конференции LEAD network conference по вопросам социального многообразия и инклюзивности, состоявшейся в Лондоне в ноябре 2018 года, компания GSK объявила о планах по реализации к 2022 году стратегии социальной интеграции, кадрового многообразия и увеличения доли женщин на руководящих позициях.

GSK Consumer Healthcare подчеркнула, что ставит перед собой цель стать одной из самых инновационных, высокорезультативных и пользующихся наибольшим доверием компаний в сфере здравоохранения. Реализация политики кадрового многообразия и социальной интеграции была названа приоритетным направлением деятельности компании. Для современного работодателя, по мнению GSK, необходимо понимание значимости человеческих ресурсов, а также того, что эффективность сотрудника напрямую зависит от того, насколько комфортно он чувствует себя в компании. GSK стремится создать такие условия, в которых сотрудники могли бы проявлять себя, ведь когда на-

ряду с профессиональными знаниями, опытом и навыками, они привносят в работу частицу своей индивидуальности, результат получается действительно потрясающим.

Для реализации стратегии компания GSK привлекла к работе 100 консультантов по вопросам социальной диверсификации. Они провели опрос целевых групп во всех регионах присутствия компании с целью выявления барьеров, с которыми сталкиваются женщины на пути к руководящим должностям, а также исследовали то, насколько мужчины могли бы поддерживать их в продвижении по карьерной лестнице. Результаты исследования показали, что ос-

новными препятствиями для женщин в достижении успеха являются в первую очередь они сами, их коллеги и работодатель.

GSK ставит перед собой задачу не останавливаться на достигнутом в сфере социальной интеграции и кадрового многообразия и планирует к 2022 году увеличить долю женщин на руководящих должностях во всех регионах присутствия компании до 37% (на данный момент показатель составляет 31%).

Тамара Роджерс (Tamara Rogers), старший вице-президент и руководитель GSK в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке (EMEA), отмечает: «Социальное разнообразие играет важную роль как лично для меня, так и для GSK. Чтобы построить действительно разнообразную команду, мы стремимся привлекать лучших людей и создавать атмосферу, которая стимулирует и вдохновляет. Мы хотим быть уверены в том, что наша команда максимально разнообразна. Это позволяет принимать во внимание различные точки зрения и рассматривать актуальные вопросы с разных сторон. Это дает возможность командам и организациям постоянно улучшать свои показатели и становиться эффективнее».

«Говоря о разнообразии, я имею ввиду широкий круг аспектов — происхождение, опыт, образование, сексуальную ориентацию и гендерную принадлежность, культурные особенности, возраст, стиль работы.

должны представлять огромное многообразие наших клиентов и партнеров. Это позволяет нам лучше понимать их потребности, создавать в соответствие с ними наши продукты и выстраивать эффективную коммуникацию», — добавляет она.

Сотрудничество LEAD Network и GSK

Целью LEAD Network является привлечение, удержание и продвижение женщин в таких направлениях бизнеса в Европе, как потребительские товары и розничная торговля, что позволит эффективнее отвечать потребностям клиентов. LEAD Network сотрудничает с 27 FMCG компаниями, включая GSK. Партнерство с некоммерческой организацией демонстрирует стремление GSK продвигать политику социальной интеграции и кадрового многообразия на всех уровнях компании.

В рамках совместной деятельности двух компаний 100 сотрудников GSK в независимости от пола станут членами LEAD Network и воспользуются программами наставничества, тренингами, мастер-классами, а также возможностью принять участие в круглых столах. LEAD Network поделится своим опытом и поддержит GSK в реализации стратегии социальной интеграции и кадрового многообразия. Организация также представит лучшие практические кейсы от ведущих компаний индустрии, что проиллюстрирует, как именно они привлекают женщин к преобразованию своих бизнес

**ПОЛНЫЕ ТЕКСТЫ МАТЕРИАЛОВ ЖУРНАЛА
ДОСТУПНЫ ТОЛЬКО ДЛЯ ПОДПИСЧИКОВ**

**ДЛЯ ДОСТУПА К ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ПРОСИМ ВАС
ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ КАК ПОДПИСЧИК,
ВЫСЛАВ ЗАЯВКУ НА АДРЕС:
TP@TOP-PERSONAL.RU**

Женщины-руководители рассказали о факторах, мешающих карьере

Москва, 7 февраля 2019 — Хедхантинговая компания «Контакт» (InterSearch Russia) провела исследование, которое позволило оценить карьерные амбиции женщин-руководителей и выявить основные факторы, стоящие на пути их профессионального развития.

**Наталья Чудова,
PR-менеджер компании
«Контакт»**

Более 54% женщин топ-менеджеров видят дальнейшее развитие карьеры в переходе на высокую позицию в более крупную компанию. Почти 40% хотели бы попробовать себя в роли независимого директора. Если сравнивать профессиональные планы мужчин и женщин, то оказывается, что мужчины гораздо чаще задумываются об открытии своего дела (56% против 32% у женщин) и меньше интересуются преподавательской деятельностью (23% против 38% у женщин).

Основными барьерами на пути дальнейшего развития 22% женщин считают неуверенность и боязнь перемен, 17% — дискриминацию, 12% — незнание перспектив, 11%

— отсутствие опыта и знаний. При этом 48% женщин сказали, что им ничего не мешает расти дальше, мужчины такой ответ давали в 81% случаев.

Главная мотивация женщин-руководителей — интересные проекты (49%), интеллектуальный вызов (39%) и репутация компании (39%). Такие факторы как возможность работать удаленно, наличие страховки для детей, сохранение 100% заработной платы на период декрета волнуют не более 13% респондентов.

Для реализации своих профессиональных целей женщины-руководители развивают такие компетенции как умение выстраивать стратегию (46%), инновационность и креативность (43%), понимание бизнеса (38%). Мужчины в большинстве случаев выбирают стратегию (57%) и лидерство (36%) либо вообще не занимаются сейчас обучением (31%).

Женщины-СЕО чаще всего «вырастают» из директоров по продажам (34%), руководителей по маркетингу или развитию бизнеса (32%). Около 16% женщин до этого отвечали за финансы, 10% — за персонал. Предшественником женщин на позиции генерального директора в 67% случаев был мужчина.

Большинство женщин-собственников открывают свое дело в сфере консалтинга (33%), HoReCa (11%), моды и красоты (7%), розницы (7%), маркетинга (7%).

В исследовании компании «Контакт» приняли участие 556 женщин — собственников, генеральных директоров, топ-менеджеров.

Сроки проведения исследования: январь 2019 года

Выборка: 556 респондентов. Женщины — собственники, СЕО, топ-менеджеры российских компаний.



Галина Спасенова, партнер компании «Контакт» (InterSearch Russia): «Как мы видим из данного исследования, большинство женщин-руководителей достаточно осторожно относятся к смене своего профессионального вектора. Получается, что в отличие от мужчин, они менее склонны рисковать и реже думают об открытии собственного дела, а также признаются, что им не хватает уверенности для того, чтобы сделать шаг вперед. Все это в конечном счете влияет на общую картину представленности женщин в бизнесе. Накладываясь на гендерную и возрастную дискриминацию, которая может существовать в разных компаниях, данные факторы становятся существенным барьером для женщин-руководителей на пути к профессиональному росту».

Основные выводы:

- Женщины-СЕО чаще всего «вырастают» из директоров по продажам (34%), руководителей по маркетингу или развитию бизнеса (32%). Около 16% женщин до этого отвечали за финансы, 10% — за персонал.

- Предшественником женщин на позиции генерального директора в 67% случаев был мужчина.

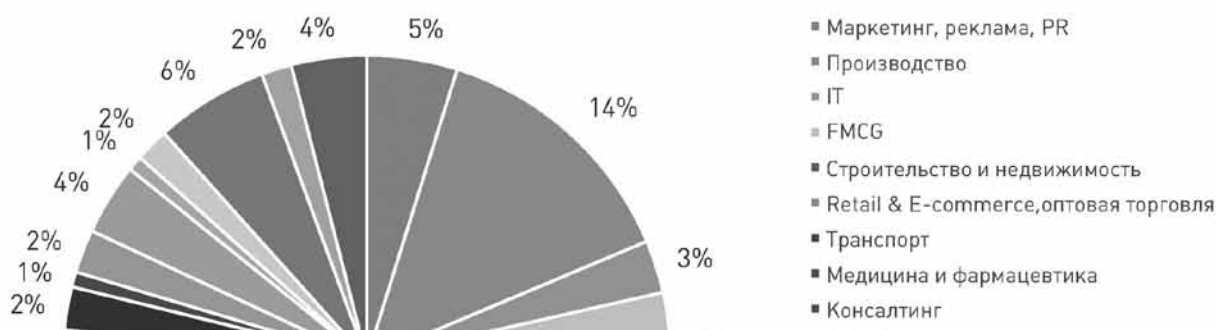
- Главная мотивация женщин-руководителей — интересные проекты (49%), интеллектуальный вызов (39%) и репутация компании (39%). При этом такие факторы как возможность работать удаленно, наличие страховки для детей, сохранение 100% заработной платы на период декрета волнуют не более 13% респондентов. Отчасти это связано с тем, что у многих женщин, принимавших участие в опросе, либо нет детей, либо дети уже взрослые.

- Более 54% женщин топ-менеджеров видят дальнейшее развитие карьеры в переходе на высокую позицию в более крупную компанию. Почти 40% хотели бы попробовать себя в роли независимого директора. Если сравнивать профессиональные планы мужчин и женщин, то оказывается, что мужчины гораздо чаще задумываются об открытии своего дела (56% против

32% у женщин) и меньше интересуются преподавательской деятельностью (23% против 38% у женщин).

- Основными барьерами на пути дальнейшего развития 22% женщин считают неуверенность и боязнь перемен, 17% — дискриминацию, 12% — незнание перспектив, 11% — отсутствие опыта и знаний. При этом 48% женщин сказали, что им ничего не мешает расти дальше, мужчины такой ответ давали в 81% случаев.

В КАКОЙ ОТРАСЛИ ВЫ РАБОТАЕТЕ?



**ПОЛНЫЕ ТЕКСТЫ МАТЕРИАЛОВ ЖУРНАЛА
ДОСТУПНЫ ТОЛЬКО ДЛЯ ПОДПИСЧИКОВ**

**ДЛЯ ДОСТУПА К ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ПРОСИМ ВАС
ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ КАК ПОДПИСЧИК,
ВЫСЛАВ ЗАЯВКУ НА АДРЕС:
TP@TOP-PERSONAL.RU**

Почта.

Как наладить работу с ней?



**Наталия
Пластинина**

*С*овсем не иметь дело с почтой, наверное, не удастся никому. Рано или поздно с услугами Почты России сталкиваются все. В том числе и организации в своей производственной деятельности.

Почта России — это федеральное унитарное государственное предприятие (ФГУП «Почта России»), находится в ведомственном подчинении Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации¹, имеет множество филиалов практически во всех субъектах РФ.

Как позиционирует Почта России на своем сайте, ее миссия — объединять людей.

«Мы предоставляем надежные и доступные услуги почтовой связи в России и по всему миру» — вот лозунг компании.

Действительно, услуги Почты России — самые доступные и по стоимости, и по ассортименту, и по всеохватности территорий. Альтернативные курьерские службы, чьи услуги намного дороже, могут и отказаться доставлять письмо на какой-нибудь хутор или удаленную территорию. Почта России, конечно же, возьмется доставить корреспонденцию по любому существующему адресу. Но полной уверенности в доставке отправления, как при пользовании услугами курьерской службы, конечно же, нет. Почта легко теряет корреспонденцию, и чрезвычайно мало фактически отвечает за утрату (хотя такая ответственность теоретически, конечно же, предусмотрена).

Эти и много иных недостатков заставляют учреждения и организации искать альтернативный выход из положения (например, нанять собственного курьера или обращаться в курьерскую службу), а чаще всего возлагать обязанности по работе с почтой на кого-либо из работников. Как правило, эта работа поручается секретарю, делопроизводителю, как наиболее близко-

му по функциональным обязанностям работнику.

Обязанности ответственного лица

Логичнее и проще всего закрепить данные функции в должностной инструкции работника. Как альтернативный вариант: в трудовом договоре, в соглашении о совмещении.

Конечно, если в организации уже есть секретарь или делопроизводитель, должностные инструкции которых содержат нужный перечень обязанностей — вопросов об уточнении обязанностей ответственного за работу с почтой лица может и не возникнуть. Однако следует заметить, что большинство организаций оптимизируют штат, изобретая универсальные должности с максимумом смежно-функциональных обязанностей.

Зачастую должностные инструкции секретарей содержат обтекаемые общие формулировки в части обязанностей работы с почтой, которые не содержат конкретных параметров. Например, при описании обязанностей секретаря указывается: *«...принимает поступающую на рассмотрение руководителя корреспонденцию, передает ее в соответствии с принятым решением в структурные подразделения или конкретным исполнителем для использования в процессе работы либо подготовки ответов...*

«Почтовые» обязанности

Поэтому, в связи с отсутствием в штате должности, содержащей обязанности по работе с почтой или же в связи с отсутствием

¹ Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ создано 15 мая 2018 года указом Президента РФ № 215 на базе Министерства связи и массовых коммуникаций РФ (Минкомсвязь России).

документальной фиксации данных обязанностей, руководителям рано или поздно приходится закрепить «почтовые» функции за кем-либо из работников.

Что детально указать в любом из данных документов в качестве вменяемой обязанности:

- оформление отправлений (упаковка в конверты нужного формата, оформление адресов адресата и отправителя, оформление уведомлений о вручении и описей вложения (при необходимости)),

- ведение реестра отправлений,

- взвешивание отправлений, наклеивание марок, проставление отметок франкировальной машиной²,

- ведение журнала исходящей и входящей корреспонденции,

- осуществление отправки и получения отправлений в почтовом отделении Почты России,

- распределение прибывшей корреспонденции по назначению/адресатам,

- обеспечение своевременного вручения корреспонденции исполнителям/адресатам...

Естественно, при «утяжелении» обычных обязанностей лица, на которое возложили и

Некоторые нюансы работы с Почтой

Следует учесть, что ответственное лицо будет довольно часто отсутствовать на своем рабочем месте. Причиной тому могут стать:

- «походы» в почтовое отделение для отправки почты, получения посылок,

- доставка полученной и обработанной корреспонденции по этажам и отделам,

- получение корреспонденции, принесенной почтальоном, на вахте (при закрытой территории предприятия).

Конечно, такое частое и продолжительное отсутствие ответственного лица мало кому из руководителей покажется привлекательным. Однако выполнять данную техническую работу в нерабочее время (например, перенося визит в почтовое отделение) мало кто из работников согласится бесплатно, а при согласии данное время работодателю надо будет оплатить как сверхурочную работу.

Для решения этой проблемы можно:

- *нанять курьера*. Но это потребует дополнительных материальных затрат (его зарплата, уплата страховых взносов), а также необходимость введения дополнительной единицы в штат предприятия.

- *оплачивать ответственному лицу*

**ПОЛНЫЕ ТЕКСТЫ МАТЕРИАЛОВ ЖУРНАЛА
ДОСТУПНЫ ТОЛЬКО ДЛЯ ПОДПИСЧИКОВ**

**ДЛЯ ДОСТУПА К ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ПРОСИМ ВАС
ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ КАК ПОДПИСЧИК,
ВЫСЛАВ ЗАЯВКУ НА АДРЕС:
TP@TOP-PERSONAL.RU**

Когда работника можно привлечь к дисциплинарному взысканию за оскорбление коллег



Сергей Смирнов

В трудовых коллективах иногда происходят конфликты между сотрудниками по различным причинам, которые иногда перерастают в личное оскорбление того или иного работника. Все это отрицательно влияет на общую трудовую атмосферу. Каковы же действия работодателя в данных конкретных случаях?

Одним из действенных методов борьбы с таким поведением работника является привлечение его к дисциплинарному взысканию.

Рассмотрим конкретные примеры привлечения работника к дисциплинарному взысканию за оскорбление коллег на примерах действующей на сегодняшний момент судебной практики.

Так работник И. приказом был подвергнут дисциплинарному взысканию в виде выговора за высказывание оскорбительных фраз в адрес начальника ОК П.

обязанность предоставить доказательства, свидетельствующие о том, что совершенное работником нарушение, явившееся поводом к вынесению выговора, в действительности имело место.

Судом установлено и подтверждается материалами дела, что на момент привлечения истца к ответственности в виде выговора он занимал должность директора департамента финансов АО «Б.» (ответчик по делу). Как следует из материалов дела, согласно п. 3.2 трудового договора И. обязан соблюдать правила внутреннего трудового распорядка, нормы по технике безопасно-

ОБЯЗАННОСТИ У РАБОТОДАТЕЛЯ ПРЕДОСТАВИТЬ РАБОТНИКУ ОТПУСК ЗА СВОЙ СЧЕТ НЕТ

И. обжаловал данный приказ в Басманный районный суд г. Москвы.

Судом в иске И. было отказано. Рассматривая апелляционную жалобу истца на указанное решение суда, Мосгорсуд (Апелляционное определение СК по гражданским делам Московского городского суда от 16 июля 2018 г. по делу № 33-31179/2018) поддержал суд первой инстанции, при этом указав следующее.

Заклучая трудовой договор, работник

сти и санитарии. Согласно п. 3.2.8 правил внутреннего трудового распорядка АО «Б.» работник обязан тактично вести себя с другими членами коллектива «Б.», отношения между работниками должны строиться на основе взаимного уважения, доверия и доброжелательности, а также взаимопомощи, взаимной требовательности, честности и принципиальности; грубость, брань, оскорбительные и злобные высказывания о «Б.», его работников недопустимы. Судом также установлено, что основанием для издания приказа послужили докладная записка, акт

**ПОЛНЫЕ ТЕКСТЫ МАТЕРИАЛОВ ЖУРНАЛА
ДОСТУПНЫ ТОЛЬКО ДЛЯ ПОДПИСЧИКОВ**

**ДЛЯ ДОСТУПА К ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ПРОСИМ ВАС
ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ КАК ПОДПИСЧИК,
ВЫСЛАВ ЗАЯВКУ НА АДРЕС:
TP@TOP-PERSONAL.RU**

Время не ждет

Татьяна Кочанова

*Премьер-министр
Дмитрий Медведев
во время дискуссии
на Тайдаровском форуме озвучил,
что экономический рывок станет
возможным лишь при снижении
нагрузки на бизнес и пересмотре
требований, предъявляемых к
предпринимателям.*

Многие эти требования были созданы еще в советские времена, устарели не только морально, но и технологически. Медведев указал, что больший эффект имеет установление 9 правил и жесткое их соблюдение, чем наличие 9000 правил и хаотичная система наложения штрафов на случайные фирмы за их эпизодические нарушения. В первую очередь подлежат пересмотру требования в таких сферах, как транспорт, экология, промышленная безопасность, ветеринария, санитарно-эпидемиологический надзор. Именно они являются наиболее «заволокиченными».

Решением этой задачи должна послужить «регуляторная гильотина», призванная «пустить под нож» ряд законов и регламентов,

заложен в майский указ президента и в национальный план «Трансформация делового климата».

Большое количество норм и требований, предусмотренных в регламентах и актах, также приводит и к отсутствию единой и последовательной судебной практики. Российскими судами порой допускаются ошибки правового характера при квалификации действий виновных лиц, результатом чего становится принятие необоснованных решений.

Так, при рассмотрении дела о реализации пищевых продуктов, произведенной с нарушением обязательных санитарно-гигиенических норм, Арбитражный суд ошибочно квалифици-

МЕДВЕДЕВ УКАЗАЛ, ЧТО БОЛЬШИЙ ЭФФЕКТ ИМЕЕТ УСТАНОВЛЕНИЕ 9 ПРАВИЛ И ЖЕСТКОЕ ИХ СОБЛЮДЕНИЕ, ЧЕМ НАЛИЧИЕ 9000 ПРАВИЛ

которые стопорят развитие бизнеса. Она будет заключаться в том, что требования актов, которые не будут специальным образом одобрены или изменены, автоматически потеряют свою силу. По словам Медведева, к 1 февраля 2020 года можно было бы пересмотреть все требования к предпринимателям с точки зрения современной экономической ситуации.

Также важным является создание прозрачной системы контроля, целью которой будет и безопасность потребителей, и ускорение экономического роста.

Необходимость изменения делового климата в России посредством снижения регуляторного давления на бизнес уже обсуждают в правительстве с лета. Улучшение деловой среды и положения предпринимателей также

ровал действия ответчика по признакам части 1 статьи 14.43 КоАП. Решение суда первой инстанции было отменено вышестоящим судом.

Апелляционный суд обоснованно указал на ряд ошибок правового характера.

Управление ФС по надзору в сфере защиты прав потребителей обратилось в Арбитражный суд с заявлением, содержащим требование о привлечении к административной ответственности — в порядке части 1 статьи 14.43 КоАП — индивидуального предпринимателя, который осуществлял реализацию пищевых продуктов с нарушением санитарно-эпидемиологических требований.

Определением Апелляционного арбитражного суда производство по делу было прекращено по следующим основаниям:

— санитарные нормы, прописанные в СП 2.3.6.1066-01, не относятся к отношениям, регулируемым ФЗ «О техническом регулировании», т.е. не образуют состав правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.43 КоАП;

— в силу требований, установленных ФЗ-52 «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения», под одноименным благополучием населения понимается состояние здоровья населения, при котором отсутствует вредное воздействие факторов среды обитания;

— санитарные правила представляют собой систему нормативных актов, в которых установлены критерии безопасности и/или безвредности для населения факторов среды обитания;

— административная ответственность за нарушение санитарных правил, неисполнение обязательств по обеспечению санитарно-гигиенических мероприятий прописана в статье 6.3 КоАП;

— объектом посягательства являются общественные отношения в области охраны здоровья, а также обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия людей.

Следовательно, использованное истцом формулировка неверна — вменяемое деяние охвачено объективной стороной статьи 6.3 КоАП (а не 14.43).

ма Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 2 июня 2004 года № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» (далее — постановление Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10) разъясняет, что в случае, если заявление административного органа о привлечении к административной ответственности или протокол об административном правонарушении содержат неправильную квалификацию совершенного правонарушения, суд имеет право самостоятельно принять решение о привлечении к административной ответственности в соответствии с надлежащей квалификацией. Но обязательным является наличие достаточного количества представленных доказательств для определения иной квалификации противоправного деяния.

Вместе с тем, если в результате переквалификации составление протокола о совершенном правонарушении не отнесено к полномочиям обратившегося с заявлением органа, суд не вправе принять решение о привлечении к административной ответственности. Если в соответствии с надлежащей квалификацией рассмотрение дела о привлечении к административной ответственности согласно части 3 статьи 23.1 КоАП Российской Федерации не отнесено к подведомственности арбитражного суда, суд, руководствуясь пунктом 1 части 1 статьи 150 АПК Российской Федерации, выносит определение о прекращении производства в арбитражном суде и о возвращении протокола об административном право-

**ПОЛНЫЕ ТЕКСТЫ МАТЕРИАЛОВ ЖУРНАЛА
ДОСТУПНЫ ТОЛЬКО ДЛЯ ПОДПИСЧИКОВ**

**ДЛЯ ДОСТУПА К ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ПРОСИМ ВАС
ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ КАК ПОДПИСЧИК,
ВЫСЛАВ ЗАЯВКУ НА АДРЕС:
TP@TOP-PERSONAL.RU**

Анонс новой книги Флориды Зариповой

Предисловие

« Чем человек просвещённее, тем он полезнее своему Отечеству » — Александр Грибоедов

Книга посвящена новому поколению, поколению-Google.

« Двадцатый век принес банкротство социальной утопии: двадцать первый принес банкротство утопии технологической ».

Мы живем в парадоксальном мире, в мире идей и технологий. Все дело в нашей голове; мы смотрим глазами — видим мозгом, мы слушаем ушами — слышим мозгом. Миром управляет мозг.

Я предлагаю рассмотреть человека, как существа способного к рефлексии.

Стремление быть образованным, высококультурным, технологичным, человеческим и открытым позволит не рухнуть в цифровую пропасть, балансируя между опасностями и возможностями, которые несет новый век. Обладая информацией об окружающем мире и о себе, мы уже не станем жертвами случайностей, хотя человек определенно

любит случайности, немасштабируемые. Там, где роль берет на себя хаос, всего лишь одна ошибка может привести к масштабным катастрофам. Пришло время переосмысления главных цивилизационных принципов. В человеческой истории настал уникальной момент. Последующее поколение будет решать — продолжить существование разумной жизни или уничтожить ее. В 21 веке мы свернули не туда. Мы движемся в тупик, мы не боимся сорваться в пропасть, играя в технологические игры.

« I know not with what weapons World War III will be fought, but World War 4 will be fought with sticks and stones... » Albert Einstein

« Я не знаю, как в Третью Мировую войну дела будут обстоять, а вот то, что Четвертая Мировая война будет из палок и камней — это понятно ». Альберт Эйнштейн.

Создание национальных государств привело к двум мировым войнам, следствием которых стало более 80 миллионов жертв. Разница до войны и после стала огромной, а история перестала быть однородной. Некоторые люди наивно поверили, что мир становится все безопаснее. Это все равно, что утверждать, будто атомные бомбы без-

опаснее, поскольку они взрываются реже. Мы уже были близки к глобальной катастрофе в 1960-х, когда США чуть не начали ядерную войну с Советским Союзом. Никогда мир еще не был так близок к глобальной катастрофе. Никогда.

От нас скрывается главное заблуждение из тех, что наносят максимальный урон: отсутствие доказательств близости катастрофы еще не означает, что мы доказали, будто бы катастрофы не будет. Эту ошибку совершают интеллектуалы и социальные науки.

Далее будет описан план книги, в котором я постараюсь ответить на главные вопросы, которые заложены в самой природе человека.

Когнитивные науки

С самого начала экспериментальная психология и, в частности, изучение познавательных процессов — мышления, памяти, внимания, восприятия и т.д. — стала одной из шести составляющих новой области знания. Помимо нее ключевыми в структуре когнитивной науки стали философия познания, структурная лингвистика (прежде всего, связанная с именем Хомского), когнитивная антропология (наука о культуре как специфически человеческом способе познания), нейрофизиология, изучающая

объема научного знания и его дифференциацией, но и объединяться для достижения новых целей. Ключевое слово для когнитивной науки — междисциплинарность знания. Не случайно рисунок структуры этой области включает связи между ее отдельными составными частями. Это именно тот случай, когда целое не равно сумме своих частей (один из принципов гештальтпсихологии, которая значительно повлияла на когнитивную науку). Объединив знания, средства, методы и теоретические подходы своих наук, ученые-когнитивисты направляют свои усилия на решение фундаментальных вопросов о человеке, его познании и понимании себя самого и окружающего мира.

Лингвистика

Язык уникальный дар, характерен только для человека. Развитие языка напрямую способствует расцвету интеллекта. Это пространство для творчества, математически точная система, встроенная с рождения в наш мозг.

Минималистская лингвистическая теория. Ноам Хомский (Noam Chomsky)

«Если судить по энергии, размаху, новизне и влиянию его идей, Ноам Хомский — возможно, самый значительный из ныне живущих интеллектуалов»

**ПОЛНЫЕ ТЕКСТЫ МАТЕРИАЛОВ ЖУРНАЛА
ДОСТУПНЫ ТОЛЬКО ДЛЯ ПОДПИСЧИКОВ**

**ДЛЯ ДОСТУПА К ПОЛНОЙ ВЕРСИИ ПРОСИМ ВАС
ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ КАК ПОДПИСЧИК,
ВЫСЛАВ ЗАЯВКУ НА АДРЕС:
TP@TOP-PERSONAL.RU**

В Москве пройдет Бизнес-Форум «ЭНЕРГИЯ ЖЕНЩИН»

5 июня 2019 года в конференц-залах Правительства Москвы (ул. Новый Арбат, д. 36) состоится Всероссийский Бизнес-Форум «ЭНЕРГИЯ ЖЕНЩИН».

Сегодня практически все российские государственные, общественные и бизнес-структуры имеют отношение к женской проблематике, поскольку перед обществом стоят актуальные задачи развития, обозначенные в «Национальной стратегии действий в интересах женщин на 2017-2022 годы». Бизнес-Форум «Энергия Женщин» — это одна из ярких и аффертивных инициатив в русле данной стратегии.

Форум «Энергия Женщин» — это не просто престижная площадка и насыщенное интересным контентом информативное событие, но и ключевой элемент системной работы Организатора по продвижению лучших женских проектов и успешного управленческого опыта.

В программе мероприятия представлен целый ряд «круглых столов» по самым актуальным направлениям развития сегментов экономики и общества, где женский вклад

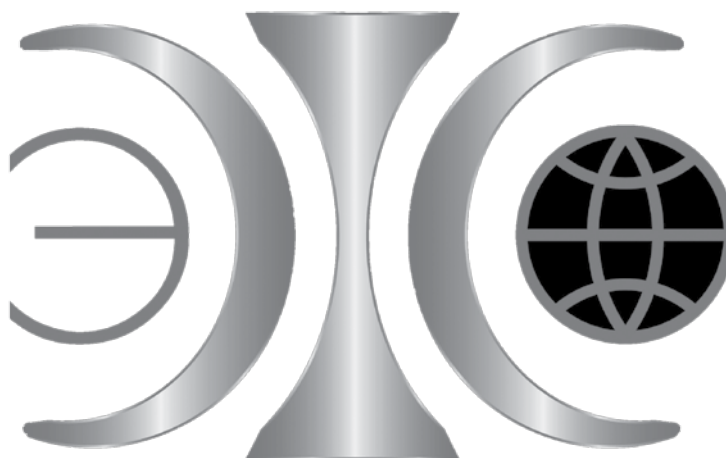
особенно ощутим и ценен. Предполагается активное участие женщин, уже доказавших свою профессиональную состоятельность и нацеленных на дальнейшее продвижение своего Дела.

Главные темы круглых столов посвящены участию женщин в общественной и благотворительной деятельности, развития цифровой экономики как в ракурсе роста значимости сферы консалтинга, так и в ракурсе инноваций и совершенствования в организации работы предприятий и организаций. На «круглых столах» будут озвучены инновационные идеи и результаты в сфере сбережения женского здоровья, красоты и повышения качества жизни. Также будет подчеркнуто обозначен женский вклад в развитие образования. И будут отмечены лучшие проекты в развитии туристического сектора как основы для повышения инвестиционной привлекательности регионов России и страны, в целом.

В рамках подготовки мероприятия Оргкомитетом проводится Всероссийский конкурс «ЭНЕРГИЯ ЖЕНЩИН», лауреаты которого будут отмечены почетными знаками Победителя конкурса на самой масштабной, заключительной части форума — панельной сессии «Марафон женских историй успеха». Каждая компания, организация, индивидуальный предприниматель имеет уникальную возможность заявить о себе, своих достижениях и стать Лауреатом конкурса «Энергия Женщин» в одной из номинаций.

Для участия в форуме приглашены федеральные и региональные представители исполнительной власти, депутаты, руководители ключевых российских общественных структур и главы крупнейших бизнес-компаний.

Инициатор Бизнес-Форума «Энергия Женщин» — Редакция журнала «Время Инноваций» и Информационно-биографического альманаха «Деловые Женщины России».



Контакты Оргкомитета форума:

107370, Москва, Открытое шоссе, д 14, оф. 2/4

Телефоны: +7(495) 972-00-10,

+7(495) 603-16-05,

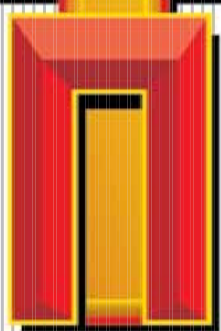
+7(926) 537-51-30,

+7(909) 940-87-91

Эл. почта для участников: forum@time-innov.ru

Эл. почта для аккредитации СМИ: smi.forum@time-innov.ru

Сайт форума «Энергия Женщин»: www.деловые-женщины.рус



ТРУДОВОЕ ПРАВО

№ 2 (223)

ФЕВРАЛЬ 2019

Подписные индексы: «Почта России» – 99724 Агентство «Роспечать» – 47489, 80995

Владимир Алистархов

Новая угроза для бизнеса

Светлана Щербатова

Перевод работника на другую работу: что делать, если работник «передумал»?

Ирина Рыбак

Как снизить риск до нуля появления в компании споров с уволенными «недобровольно»?

Анна Сорокина

А какой коллектив не страдал от людей-конфликтогенов?

Елена Литвинова

Используйте каналы внутренних коммуникаций

Анастасия Алексеевская

Бизнес-тренер фрилансер и споры с заказчиками по работе

Ольга Байдина

Самозанятые по 4 %: теоретические и практические аспекты

Лариса Шевченко

Расследование несчастных случаев на производстве



ЕЖЕКВАРТАЛЬНЫЙ ЖУРНАЛ

ДЕЛОПРОИЗВОДСТВО

www.TOP-PERSONAL.RU

(январь – март)

В номере:

**Государственное делопроизводство
в Российской Федерации: к истории вопроса**

**Документ как объект междисциплинарного
познания**

**Информационные технологии
в использовании архивных документов:
история и современное состояние**

**Подготовка делопроизводственного
персонала к аттестации на соответствие
профессиональным стандартам**

**Регламент проверки носителей
конфиденциальной информации
в делопроизводстве**

**Документирование работы архива
в организации, хранение личных документов**

**Новый подход к традиционному
мероприятию Юбилейная конференция
ВНИИДАД**

Почта. Как наладить работу с ней?

**№1
2019**

При поддержке:



БИЗНЕС
ИДЕИ

БИЗНЕС
РЕШЕНИЯ

БИЗНЕС
ТЕХНОЛОГИИ

БИЗНЕС
ПРОЦЕССЫ

www.TOP-PERSONAL.ru



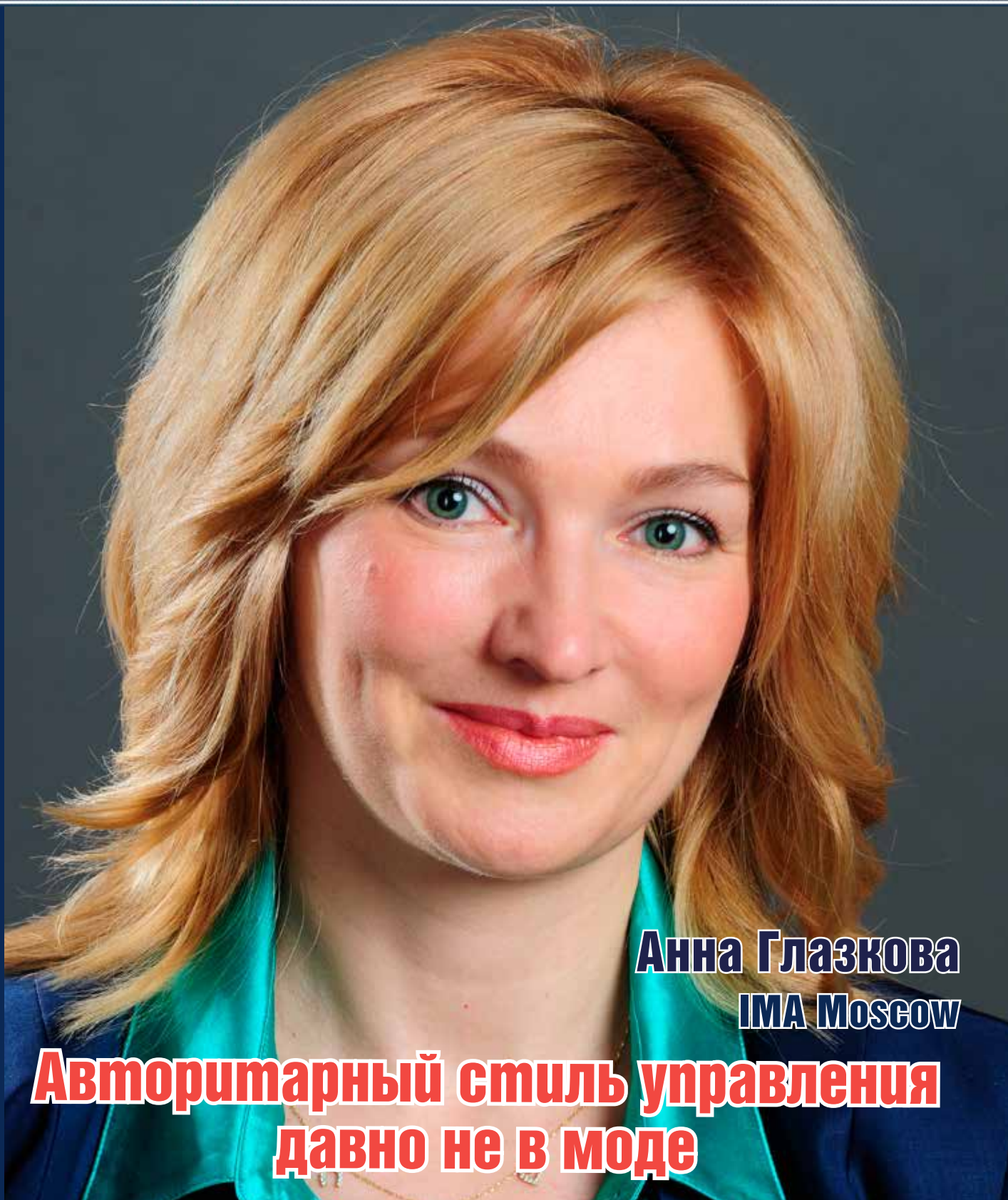
Верхний корпус по каталогу "Ресурсы" - 71032, 71035, 72032

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

№
6
(514)

2019

Главная тема: **ЛИДЕРСТВО**



Анна Глазкова
IMA Moscow

**Авторитарный стиль управления
давно не в моде**