



Генеральный директор ООО «Каскад»

А.В. Макаров

«13» октября 2015г.

ПОЛОЖЕНИЕ О КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЕ

Глава 1.

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение Положения

Настоящее Положение разработано в целях развития в сознании сотрудников компании идеологии, системы ценностей, единых стандартов поведения, соответствующих высоким принципам и нормам этики бизнеса в международных экономических отношениях, участником которых является компания.

Настоящее Положение представляет собой совокупность правил, принципов и стандартов, в соответствии с которыми все сотрудники независимо от их должности должны строить свою работу. Положение призвано способствовать повышению эффективности и конкурентоспособности ООО «Каскад».

Принципы и правила, представленные в настоящем Положении, обязательны для выполнения всеми сотрудниками компании. Каждый сотрудник несет персональную ответственность за строгое следование указанным правилам и принципам в его работе. Каждый руководитель несет ответственность за строгое соблюдение подчиненными ему сотрудниками правил и принципов.

1.2. Нормы, руководствуясь которыми составляются локальные документы по корпоративной культуре ООО «Каскад»

При создании локальных корпоративных политик, правил, стандартов, норм и требований составители должны руководствоваться перечнями международных стандартов качества:

- ISO 9000 «Стандарты на управление качеством и обеспечение качества. Руководящие положения по выбору и применению». Стандарт

определяет основные принципы политики руководства организаций в области обеспечения качества.

- Нормы бизнес-этики. С их помощью контролируется этическое поведение членов компании и других партнеров, соблюдается устав и осуществляется контроль над исполнением правил компании ее членами и партнерами;
- Нормы деловой этики. Правила и нормы служебного поведения сотрудников в офисе, внутренних коммуникаций и взаимодействия с партнерами, клиентами, поставщиками, заказчиками компании.

1.3. Основные понятия и определения, используемые в построении системы корпоративной культуры

Служебный этикет – система личностных взаимоотношений руководителя с подчиненными, вышестоящими руководителями и подчиненными. Определяющим принципом этики бизнеса является сотрудничество и взаимопонимание. Служебный этикет обеспечивает установление личных контактов, содействует решению деловых вопросов, формирует благоприятную социально-психологическую атмосферу в коллективе.

Этика управления – совокупность нравственных норм, правил и представлений, регулирующих поведение и отношения сотрудников компании в процессе управления. Этика управления основывается на принципе: в центре любой организации и системы управления стоит человек как личность.

Речевой этикет – правила ведения беседы. Этикет проведения деловых бесед, совещаний, публичных выступлений, написания деловых писем. Включает в себя: устойчивые формы обращения, изложения просьб, выражения признательности, способы аргументации с учетом сложившейся ситуации и т. п.

Деловая репутация – доброе имя компании, которое оценивается системой качественных и количественных показателей (критериев), свидетельствующих о выполнении обязательств компании перед ее сотрудниками, партнерами, клиентами, а также хозяйственных договоров, соглашений в установленные сроки. Важным фактором репутации компания считает высокую платежеспособность, уровень рентабельности, прибыльности, качество реализуемых товаров (работ, услуг), высокий уровень организации производства и труда, производственной, технологической и финансово-коммерческой дисциплины.

Корпоративная культура – это совокупность норм, правил, ценностей, этических стандартов, которыми должны руководствоваться компания и ее сотрудники в своей повседневной работе. Компания принимает совокупность моделей поведения, которые приобретены в процессе адаптации к внешней

среде и внутренней интеграции, показавшие свою эффективность и разделяемые большинством членов организации.

Фирменный стиль – это совокупность изобразительных, визуальных, информационных средств, с помощью которых фирма подчеркивает свою индивидуальность и достигается узнаваемость бренда (торговой марки, которая в представлении потребителя и бизнес сообщества имеет определённые характерные ценные свойства и атрибуты). Дизайнерские средства информационного характера, выражающие единство внутреннего и внешнего оформления предлагаемых данной фирмой товаров. Графические, цветовые решения и пр.

Деловая этика – совокупность принципов и норм, которыми должен руководствоваться каждый сотрудник в сфере межличностных отношений, управления и ведения бизнеса.

Имидж организации – это совокупность всех механизмов управляющих поведением людей относительно организации. Сюда включается восприятие, осмысление и переживание того, информационный поток (что организация делает, говорит, и того, что говорится об организации за ее пределами).

Кадровая политика – целостная и объективно обусловленная стратегия работы с персоналом, объединяющая различные формы, методы и модели кадровой работы.

Корпоративный дух – этическая, командообразующая составляющая, определяющая поведение, действия работников и руководителей компании и отражающаяся на поведении людей, разделяющих цели фирмы и испытывающих чувство принадлежности к ней. Корпоративный дух воспитывается посредством приобщения работников к делам фирмы, ее управлению.

Философия компании – этические и нравственные приоритеты, определяющие и регулирующие повседневную деятельность фирмы, персонала и принципы их существования; базисные, устойчивые ориентации, компоненты, определяющие интересы, отношения, поведение и действия компании в обществе и на рынке.

Глава 2.

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ КОРПОРАТИВНОЙ ЭТИКИ КОМПАНИИ

2.1. Миссия и цели компании

Миссией ООО «Каскад» является повышение эффективности производства и сокращение затрат заказчиков. Цель компании – найти отвечающее

требованиям заказчика решение и воплотить его в жизнь, гарантируя качество и своевременность выполнения работ. Работая над достижением результата, компания стремится сохранить и укрепить свои ведущие позиции на рынке.

2.2. Цели управления корпоративной культурой персонала

- основная цель компании – достижение качества, отвечающего квалификационным и личностным требованиям, оптимального, информированного, осознающего миссии и цели компании, целостного, сплоченного, скоординированного на достижение общей цели коллектива работников, который является одним из основных факторов долгосрочной конкурентоспособности бизнеса ООО «Каскад»;
- организация рациональной структуры персонала, оптимальное распределение функциональных обязанностей между сотрудниками, грамотное делегирование полномочий, построение эффективных коммуникаций между всеми участниками бизнес-процесса;
- создание оптимальной корпоративной культуры компании, которая стимулирует самосознание и высокую ответственность сотрудников на выполнение поставленных перед ними задач;
- достижение максимально возможного отождествления каждого работника с компанией. Это означает, что работник не только осознает идеалы компании, четко соблюдает правила и нормы поведения в коллективе, но и внутренне принимает корпоративные ценности ООО «Каскад»;
- стремление к формированию репутации ответственного работодателя и привлекательного бренда как для партнеров, потребителей, клиентов, так и для сотрудников компании;
- сокращение прямых и косвенных издержек, связанных с обновлением состава персонала, в том числе мотивирование и удержание ценных сотрудников.

2.3. Ценностные ориентиры

Корпоративные ценности играют роль организующего внутреннего начала, являясь т.н. командообразующей идеологией.

Компания определяет систему ценностей, на которые ориентируется. Высшими ценностями компания признает: сотрудников и их компетенции; клиентов, их потребности; технологии (результаты интеллектуального труда) и возможности, связанные с ними. Также компания стремится создать имидж, который формирует предпочтительную гражданскую позицию компании в представлении широкой общественности. Для партнеров это высокая устойчивость позиции компании на рынке.

Компания стремится сформировать внутренний имидж компании, который в представлении своих и потенциальных сотрудников надежного, ответственного работодателя на рынке труда. Также имидж компании является инструментом достижения стратегических целей, которые затрагивают основные стороны ее деятельности и ориентированы на перспективу.

Компания руководствуется тем, что позитивный имидж повышает конкурентоспособность организации, привлекает партнеров и потребителей, облегчает доступ организации к ресурсам и т. д. Компания не только формирует свой имидж, но и изменяет его в связи с меняющимися внешними условиями в бизнесе. Так как он складывается в групповом и массовом сознании и имеет характер стереотипа эмоционально окрашенного образа компании или персоны, компания стремится сохранять и развивать свой имидж, формируя положительный образ в глазах сотрудников и потребителей посредством улучшения качества взаимоотношений со всеми сторонами.

Компания дорожит своей деловой репутацией. Оценивает деловую репутацию через показатели работы, свидетельствующие о высоком профессионализме руководителей, менеджеров, персонала и их честном выполнении своих обязанностей и принятых обязательств.

Компания придерживается мнения, что высокая деловая репутация – важный фактор доверия организации у кредиторов, партнеров, потребителей. Лица, виновные в нарушении деловой репутации компании путем распространения ложной информации, заведомо ложной рекламы и иными способами, если в результате организации нанесен экономический ущерб и моральный вред, привлекаются к ответственности по закону. Деловая репутация компании рассматривается как составляющая, нематериальных активов в одном ряду с авторскими правами, торговой маркой, ноу-хау.

Компания стремится к тому, чтобы сотрудники разделяли успех компании, осознавали свою причастность к корпоративным ценностям и гордились тем, что они являются частью коллектива ООО «Каскад».

2.4. Этические принципы

Компания осуществляет свою профессиональную деятельность на основе:

- понимания своей гражданской и профессиональной ответственности перед обществом, государством, гражданами;
- уважения прав и законных интересов субъектов гражданского общества, вовлеченных в сферу бизнеса компании;
- максимально допустимой в соответствии с действующим законодательством открытости своей профессиональной деятельности при абсолютной надежности в сохранении конфиденциальной информации и сведений, составляющих корпоративную тайну;

- безусловного соблюдения взятых на себя обязательств и гарантирования высокого качества предоставляемых услуг и производимой продукции;
- обеспечения разумной рискованности проводимых операций;
- полноты ответственности за качество и результаты своей работы, в том числе за потери других участников сделок, в которых участвует компания;
- честной конкуренции.

Глава 3.

ПРАВИЛА КОММУНИКАЦИИ

3.1. Правила ведения телефонных переговоров

При первом звонке клиента необходимо снять трубку, обеспечив минимальный период ожидания ответа, озвучить приветствие, представить компанию и себя (имя). Выслушать собеседника. Познакомиться с собеседником, после чего обращаться к нему только по имени или имени и отчеству. В контексте разговора следует позитивно высказываться («спасибо, что позвонили», «какой интересный вопрос», «мне приятна ваша осведомленность»), а также при каждой возможности подчеркивать общность взглядов и мнений с клиентом («я согласен с вами», «мы оба так считаем»). Стандарт не устанавливает максимальное время, которое можно потратить на каждом этапе общения с клиентом. Нельзя заставлять ждать позвонившего на линии продолжительный промежуток времени.

3.2. Правила ведения деловой переписки между сотрудниками и с внешними контрагентами

Компания руководствуется международными правилами ведения деловой переписки и обмена информацией и основывает все свои действия на уважении к тем, с кем происходит коммуникация. В компании установлены следующие правила проведения деловой переписки сотрудниками внутри коллектива и с внешними партнерами, клиентами, заказчиками:

- все сообщения, исходящие от сотрудников компании, должны сопровождаться приветствием и вежливым обращением к адресату;
- текст письма не должен вводить адресата в заблуждение по поводу его целей, содержание должно быть максимально лаконичным и ясным;
- в письме допускается просьба о быстром ответе в вежливой форме;
- письмо всегда должно заканчиваться данными об адресанте с указанием следующей информации: имя, фамилия, должность, наименование компании, контактный телефон;

- ответы на письма (если письма не являются рекламными, «спам» сообщениями и пр.) следует давать оперативно. Но если решение вопроса в письме или запроса требует времени, то нужно отправлять адресату ответ с предупреждением о том, когда сотрудник будет готов выполнить просьбу.

3.3. Правила поведения сотрудников в офисе и на рабочем месте

Сотрудники обязаны соблюдать следующие нормы организационного поведения на рабочем месте и в пространстве офиса:

- настроить уровень громкости звонка мобильного и стационарного телефонов на приемлемый уровень;
- стараться не оставлять мобильный и «рабочий» (трубка стационарного телефонного аппарата) телефон на столе во время отсутствия на рабочем месте;
- свести к минимуму обсуждение личных вопросов в рабочее время и личные разговоры по телефону;
- не использовать стационарные телефоны компании для междугородних переговоров по личным вопросам;
- соблюдать чистоту и порядок.

Глава 4.

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

4.1. Символы и атрибуты корпоративной культуры

Фирменный стиль способствует продвижению продукции на рынке и успешной конкуренции благодаря созданию имиджа т фирмы. Включает концепции образа компании в соответствии с профилем ее деятельности: основные компоненты – логотип (фирменный знак), фирменные цвета, шрифты; основные объекты оформления – системы ориентации, печатной рекламы, наружной рекламы, деловой документации, выставочных стендов, сувениров, упаковки и иных элементов идентификации компании. Применяется при оформлении предлагаемых фирмой сувениров, печатной продукции и пр. в качестве рекламы, используется как инструмент продвижения фирмы на рынок, для привлечения внимания потенциальных потребителей, партнеров, клиентов.

Бренд-бук ООО «Каскад» устанавливает и регламентирует отличные знаки, атрибуты и пр. элементы фирменного стиля.

4.2. Стиль одежды

Компания ООО «Каскад» в силу специфики бизнеса придерживается правил, которые основываются на принципах уважения к окружающим и на общепринятых нормах делового этикета.

- сотрудники офиса должны быть опрятно одеты;
- сотрудники, осуществляющие свою профессиональную деятельность на объектах, должны быть одеты согласно требованиям техники безопасности. Корпоративный стандарт, регулирующий цветовую гамму, символику и содержание комплекта спец. Одежды, отражен в бренд - буке компании.

В случае осуществления деловых, бизнес коммуникаций (переговоры, выставки и пр.):

- для мужчин обязателен деловой костюм, галстук, рубашка в тон гармонирующий с костюмом. В летнее время допускается рубашка из тонкой, гладкой ткани, одноцветная, светлая с коротким рукавом. Обувь всегда закрытая. В летний период допускаются классические кожаные туфли из тонкой кожи светлых цветов;
- для женщин предпочтение отдается одежде классического стиля. Деловые костюмы и платья, блузки, рубашки и юбки. Длина изделия должна быть не выше середины колена. Туфли закрытые. Летом допускаются босоножки.

4.3. Правила применения эталона фирменного знака

Компания устанавливает строго регламентированный порядок использования фирменного знака и наименования компании, ее логотипа. Отличные знаки, символика, атрибуты и пр. элементы фирменного стиля отражены в бренд-буке ООО «Каскад».

Деловая печатная продукция всех подразделений компании, включая фирменные бланки, конверты, визитные карточки сотрудников компании, должна быть выполнена в едином стиле с использованием официально зарегистрированной символики и цветовой гаммы. Не допускается одностороннее самостоятельное изменение фирменного знака, единой формы и стиля выполнения деловой печатной продукции.

Изображение логотипа и названия компании на рекламной и сувенирной продукции, такой как ручки, календари, блокноты, брошюры, буклеты, проспекты, должно соответствовать официально принятому эталону фирменного знака и стилю написания (размер и вид шрифтов, цвет, пропорции) наименования компании ООО «Каскад».

При оформлении офисов организации рекомендуется придерживаться единого корпоративного стиля во внутреннем и внешнем облике отделений, информационном наполнении рекламных материалов, внешнем виде сотрудников. Сотрудники компании должны выглядеть опрятно и аккуратно, следить за своим внешним видом и состоянием здоровья.

Глава 5.

ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

5.1. Контроль и ответственность за исполнение настоящего Положения

Компания проводит систематический мониторинг соблюдения правил, принципов и стандартов, заложенных в настоящем Положении. Контролируют и несут ответственность за выполнение данного Положения руководители структурных подразделений, руководитель и сотрудники отдела персонала компании, а также непосредственно сотрудники организации.

Обо всех нарушениях данного Положения должно быть незамедлительно сообщено руководству компании и приняты соответствующие меры для недопущения нарушений впредь.

5.2. Мероприятия, проводимые для укрепления корпоративного духа

Компания признает ценным формирование корпоративного духа. Для поддержания коллективного сознания в среде сотрудников, повышения их общего культурного уровня и улучшения качества работы компания проводит ежегодные, постоянные мероприятия: празднования Нового года, Международного женского дня (8 марта), Дня защитника отечества (23 февраля), Дня строителя – второе воскресенье августа, Дня энергетика – третье воскресенье декабря, Дня металлурга – третье воскресенье июля, Дня химика – последнее воскресенье мая. Дня рождения компании – 26 сентября. Дней рождения/знаменательных событий членов коллектива (по дополнительному согласованию).

Компания проводит конкурсы и награждения по номинациям, которые согласуются дополнительно.

Мероприятия, сроки и формы их проведения разрабатываются отделом маркетинга и рекламы, отделом кадров, заместителем генерального директора. Согласовываются мероприятия генеральным директором ООО «Каскад».

5.3. Порядок утверждения и изменения норм Положения о корпоративной культуре компании ООО «Каскад»

Нормы, правила и требования, установленные в данном Положении, распространяются на всех работников компании. Все сотрудники должны быть ознакомлены с данным Положением. Новые сотрудники должны быть ознакомлены с Положением в срок не позднее 10 дней с момента начала работы. Ответственность за ознакомление сотрудников с Положением возлагается на отдел кадров.

Принципы, философия, миссия и цели утверждаются генеральным директором в присутствии всех руководителей структурных подразделений и ответственных лиц компании ООО «Каскад». Любые изменения, которые потребуются внести в Положение в связи с изменением направления деятельности компании, присоединения других организаций с их уникальными культурными особенностями, чтобы адаптировать персонал компании к нововведениям, вносятся при том же составе.

Формулировку новых норм, правил и требований к организационному поведению сотрудников составляет отдел маркетинга и рекламы совместно с отделом кадров и предоставляет для согласования, утверждения генеральному директору, в соответствии с установленными правилами.