

Корпоративная культура

как фактор эффективного управления персоналом в ОАО «Ростелеком»

В последнее время все больше организаций уделяют внимание корпоративной культуре. Компания ОАО «Ростелеком» систематически заботится о ней и считает это направление работы с персоналом перспективным и экономически прибыльным.

Термин «корпоративная культура» не так нов, как кажется на первый взгляд. На заре монополизма, когда основатель крупнейшей автомобильной корпорации «Форд» здоровался со своими рабочими за руку и поздравлял их с семейными торжествами, он создавал на своих заводах именно ту самую культуру общения, благоприятную атмосферу среди персонала.

Практически все элементы современного понятия корпоративной культуры применялись у нас и в советскую эпоху: вечера трудовых коллективов, субботники с музыкой, песнями и последующим пивом, майские демонстрации и вылазки за город, в пансионат, «на картошку» и т. п. Цели были те же, что и у капиталиста Форда: повысить качество и интенсивность труда, привязать человека к месту работы. Идеология сотрудничества правила балом, трудом, бытом и имела неплохие результаты.

С чего начинается формироваться корпоративная культура? Прежде всего с обстановки внутри компании: с культуры взаимоотношений персонала разных уровней между собой и руководством, с уважительного отношения начальника к своим подчиненным, с признания компанией их заслуг и разнообразного поощрения за достижения. С отношения персонала к труду, к безопасности производственных процессов на предприятии, к экологической обстановке и отношения самого человека к своему здоровью и окружающим. И в конечном итоге в корпо-

ративном стиле компании (логотип, цвет, символика и т. д.).

В России пока еще далеко не все работодатели осознают то, как важно прививать своим работникам навыки корпоративной культуры, если хотите, навязывать ее персоналу, заставляя его следовать ее канонам. Однако уже есть и положительные примеры глубокого понимания необходимости внедрения корпоративной культуры во все сферы производственных, в том числе и межличностных отношений.

В компании уделяется немало внимания корпоративной культуре, подбору и воспитанию персонала, который принимает ее, добиваясь высокой эффективности и безопасности в работе. Это один из тех элементов управления, который при небольших вложениях дает огромную отдачу.

Знакомство с организационной (корпоративной) культурой в компании начинается с адаптации вновь принятого сотрудника. В службе по работе с персоналом новичку выдают бланк – план адаптации. С ним новый сотрудник обходит все службы (отделы) в организации (Территориальном управлении), где его знакомят с локальными нормативно-правовыми актами и спецификой каждой службы предприятия. В период испытательного срока новичок знакомится не только со спецификой и стилем производственной деятельности организации, но и с корпоративной культурой. Соответственно руководители компании смотрят: принима-

ет ли человек культуру организации, имеет ли он нужную квалификацию.

В «Ростелекоме» действует этический кодекс, утвержденный советом директоров компании, который устанавливает высокие нормы поведения сотрудников.

Его положения разработаны на базе Гражданского и Трудового кодексов, Федерального закона «Об акционерных обществах», Устава ОАО «Ростелеком», кодекса корпоративного управления ОАО и других нормативных документов.

Наряду с учетом формальных норм, закрепленных в действующих требованиях, установлены стандарты делового поведения и этики для руководства и сотрудников компании.

Мы принимаем на себя обязательство работать честно и придерживаться в своей деятельности следующих принципов, лежащих в основе этического кодекса:

- выполнять требования действующего законодательства, правил и положений полном объеме;
- соответствовать высоким стандартам деловой этики и способствовать разрешению явных и неявных Конфликтов интересов, возникающих в результате взаимного влияния личной и профессиональной деятельности;
- своевременно и полно раскрывать информацию, необходимую для представления в российские и иностранные государственные и регулирующие органы, биржи акционерам, инвесторам и другим заинтересованным лицам;
- соблюдать требования внутренних документов компании в отношении сохранения и использования конфиденциальной информации, полученной в результате исполнения должностных обязанностей;
- отказаться от использования служебного положения в личных интересах, включая использование собственности компании;
- своевременно уведомлять Комитет по кадрам и вознаграждениям Совета ди-

ректоров ОАО «Ростелеком» о любых случаях нарушения настоящего Кодекса.

В том случае, если компания осуществляет свою деятельность в странах, где действующее законодательство, правила, положения, обычаи делового оборота и социальные нормы отличаются от принятых в Российской Федерации, то компания придерживается политики соблюдения национального и местного законодательства.

В компании существует фирменный стиль, который четко прописан в утвержденном бренд-буке. Он определяет использование символики компании в различных местах. А именно: на письмах и факсах при ведении переписки со сторонними организациями; оформление центров продаж и обслуживания клиентов (для наших клиентов – это лицо компании); на спецодежде; на рекламных проспектах и рекламных щитах; и многое другое. Корпоративный стиль компании является визуальным выразителем проповедуемых организацией ценностей. Вместе с тем он еще и дополняет ее деловую этику, повышает ее деловую репутацию, доверие и уважение к ней, во многом благодаря приоритетам, признаваемым и разделяемым всем обществом. В их числе – явно проявляемое внимание к рядовому работнику, его безопасности и здоровью, то есть к социально важному и необходимому фактору успешного развития и признания любого коллектива.

Одним из элементов корпоративной культуры является применение сотрудниками унифицированной спецодежды и других средств индивидуальной защиты (СИЗ) с логотипами и символикой организации. В инструктивных материалах четко прописано, что логотип и знак являются основой фирменного стиля компании. Их применение на СИЗ обязательно. Логотип и знак имеют установленные размеры и пропорции. Элементы фирменного стиля воспроизводится только с оригинальных файлов, в строгом соответствии с правилами ис-

пользования фирменного стиля. Беседы со специалистами служб охраны труда и с рядовыми работниками компании убеждают в том, что фирменная специальная одежда и другие СИЗ на предприятии, наряду с чисто защитной функцией выполняют еще и роль некоего индикатора корпоративной культуры. Причем не только индикатора отношения работников к собственной безопасности и безопасности коллег по работе, но и своего рода критерия соблюдения всеми без исключения работниками общих правил поведения на предприятии, частью которых являются и правила по охране труда.

Для сплочения многотысячного коллектива и укрепления здоровья персонала ежегодно на базе отдыха Бекасово в Московской области проводятся соревнования по настольному теннису и лыжам. Представители всех филиалов компании собираются в Бекасово для участия в соревнованиях и общения с коллегами из разных уголков Российской Федерации.

Во многих подразделениях компании имеются тренажерные залы, теннисные столы, сауны доступные для всех работников. Руководство компании на всех уровнях поощряет занятия спортом, которые объединяют людей. В крупных подразделениях компании организовано централизованное питание, заключены договора на поставку обедов. Компания это делает для того, чтобы работник не думал ни на работе, ни дома об обедах.

Проводятся корпоративные вечера, финансируемые за счет компании: отмечается новый год, профессиональный праздник – день радио. Лучшие сотрудники поощряются почетными грамотами и благодарственными письмами руководителя, денежными премиями. Каждый работник знает, что если он будет хорошо и плодотворно трудиться, то поощрение со стороны компании ему обеспечено.

Для того чтобы люди, работающие в разных уголках России, могли между собой общаться и быть в курсе событий всей компании, выпускается корпоративная

газета, имеется интернет-портал. Эти средства информации доступны всем сотрудникам фирмы. Каждый знает чем «дышит» компания и ощущает свою причастность к общему делу.

Для детей сотрудников компании ежегодно проводится конкурс детского рисунка, победители и все участники обязательно отмечаются ценными призами. Кто поучаствовал один раз, тот как правило становится постоянным участником мероприятия. Ведь это интересно как для детей, так и их родителей.

С целью совершенствования действующих практик в области управления персоналом, повышения мотивации и удовлетворенности от выполняемой работы ежегодно дирекцией по организационному развитию и управлению персоналом проводится опрос сотрудников. Результаты опроса используются в целях улучшения работы с персоналом.

Подводя итог вышеизложенному, можно сказать, что трудно, конечно, оценить прибыль на каждый вложенный рубль в мероприятия, но внедрению корпоративной культуры, но приобретенный опыт свидетельствует о том, что проведение таких мероприятий и экономически выгодно. Так как это «привязывает» людей к месту работы, они относятся к работе более добросовестно. Происходит налаживание тесных связей между подразделениями, взаимодействие при решении вопросов ускоряется. Происходит обмен положительным опытом между различными подразделениями компании, что способствует правильному решению различных вопросов. **И все это влияет на успех компании и ее доходы. И поэтому руководство компании считает, что наша организация не могла бы быть столь успешной и преуспевающей, как сейчас, не проводя всех этих мероприятий.**

В. Сенченко,
ведущий инженер Территориального
управления № 5 Южного филиала
ОАО «Ростелеком»,
г. Волгоград