

г. Алматы

10 декабря 2015 г.

Бұйрық
Приказ ГО/ОД/148

об утверждении и введении в действие Корпоративный кодекс

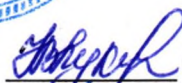

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Утвердить Корпоративный кодекс рекламно- маркетинговой компании ТОО "Регион-Медиа", далее по тексту "Кодекс" - Приложение к настоящему Приказу.
2. Для формирования и внедрения в повседневную практику деятельности Компании единых (унифицированных) принципов и правил корпоративного поведения, необходимо при приеме новых работников проводить ознакомление с Корпоративным кодексом рекламно- маркетинговой компании ТОО "Регион-Медиа", а так же требовать его исполнения после ознакомления от работников Головного офиса и филиалов Компании.
3. Довести настоящий приказ под роспись до сведения директоров филиалов ТОО "Регион-Медиа", а так же начальника отдела продаж и подготовки эфира филиала ТОО "Регион-Медиа" в г.Кызылорда и начальника техническо- хозяйственного отдела филиала ТОО "Регион-Медиа" в г.Кызылорда.
4. Довести настоящий Приказ под роспись до сведения финансового, технического директоров и директора по развитию бизнеса ТОО "Регион-Медиа", начальников департаментов ТОО «Регион-Медиа», главного бухгалтера ТОО "Регион-Медиа"
5. Работникам определенным в в п.п. 3-4 настоящего Приказа при приеме на работу новых работников проводить ознакомление с Кодексом.
6. Начальнику HR департамента- Лукьяновой Н.В.в период с даты вступления в силу настоящего приказа и до истечения срока его действия при приеме каждого нового директора филиала/начальника департамента/руководителя направления доводить до его сведения настоящий Приказ под роспись.
7. Контроль над исполнением и ответственность за неисполнение/ненадлежащее исполнение настоящего Приказа возложить: в филиалах – на директоров филиалов ТОО "Регион-Медиа", в головном офисе – на финансового, и технического директоров, директора по развитию бизнеса, начальников департаментов– в соответствии с их компетенцией.
8. Настоящий приказ вводится в действие 01 января 2016 года и действует по 31 декабря 2016 года.

Шакирова С.Ж.
Директор



Визировали:
Лукьянова Н.В.
Тян И.Я

 Начальник HR департамента
 Финансовый директор



УТВЕРЖДАЮ
Директор ТОО «Регион-Медиа»

Шакирова С.Ж.

КОРПОРАТИВНЫЙ КОДЕКС РЕКЛАМНО-МАРКЕТИНГОВОЙ КОМПАНИИ «РЕГИОН- МЕДИА»

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ
2. МИССИЯ, ЦЕЛИ И СТРАТЕГИЯ КОМПАНИИ
3. БАЗОВЫЕ ПРИНЦИПЫ КОМПАНИИ
4. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИИ
5. СТАНДАРТЫ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ
6. ДЕЙСТВИЯ, НЕ СОВМЕСТИМЫЕ С РАБОТОЙ В КОМПАНИИ
7. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ РАБОТНИКОВ КОМПАНИИ
8. РАБОЧЕЕ ВРЕМЯ
9. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕСУРСОВ КОМПАНИИ
10. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ В КОЛЛЕКТИВЕ
11. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ
12. ВНЕШНИЙ ВИД РАБОТНИКОВ
13. КОММУНИКАЦИИ
14. БЕЗОПАСНОСТЬ
15. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 1.1. Товарищество с ограниченной ответственностью «Регион-Медиа» позиционирует себя как Рекламно - маркетинговая компания «Регион-Медиа».
- 1.2. Настоящий *Корпоративный Кодекс* (далее – *Кодекс*) содержит корпоративные нормы и правила, которые являются обязательными для исполнения всеми работниками Рекламно - маркетинговой компании «Регион-Медиа» (далее – *Компани*).
- 1.3. Действие Кодекса распространяется на все подразделения *Компани*: филиалы и подразделения головного офиса (департаменты, Центр региональных продаж в г. Алматы), и является основой для определения моделей поведения работников.
- 1.4. Настоящий Кодекс разработан с учетом опыта работы Компании, сложившегося из практики корпоративного поведения, этических норм, конкретных потребностей и условий деятельности *Компани*.
- 1.5. Целью введения в действие настоящего Кодекса является формирование и внедрение в повседневную практику деятельности *Компани* единых (унифицированных) принципов и правил корпоративного поведения.

2. МИССИЯ, ЦЕЛИ И СТРАТЕГИЯ КОМПАНИИ

- 2.1. Компания видит свою *Миссию* в удовлетворении потребностей в рекламировании различных категорий рекламодателей путем предоставления коммерческих предложений, ориентированных на разные категории рекламодателей.

Выполнению Миссии *Компани* способствует:

Менеджмент – управление успехом. Профессиональный менеджмент во всех направлениях деятельности *Компани* является основой для достижения успеха и конкурентоспособности *Компани*. Компания внедряет на практике самые передовые методы управления и стремится соответствовать международным системам и стандартам.

Инновации – использование передовых технологий. Компания открыта ко всем новым достижениям научно-технического прогресса, которые позволят достичь наибольшей эффективности бизнеса. В Компании постоянно работает направление по развитию бизнеса, которое способствует прогрессивному развитию и внедрению новых услуг.

Профессионализм - глубокое знание своего профессионального направления деятельности, качественное и своевременное выполнение поставленных Компанией задач;

Совершенствование – Компанией приветствуется инициатива оптимизации бизнес-процессов, повышения квалификации персонала и качества оказываемых Компанией услуг..

Работники – это высококачественные приверженцы *Компани*, главная ценность *Компани*. Компания выражает глубокое персональное уважение к каждому работнику, создает и стремится к созданию благоприятного психологического и профессионального климата для их работы, проявляет равное отношение ко всем, стремится к стабильности кадрового состава, повышению благосостояния работников, поощрению личного и профессионального роста работников.

Коллектив *Компани* – это дружная команда профессионалов.

Инициатива – предложение работниками каких-либо усовершенствований, проектов, изменений в деятельности и бизнес-процессах Компании. В *Компани* приветствуется инициатива и творческий подход к работе при соблюдении принципов *разумности* (предложение адекватных и реализуемых изменений, новшеств, проектов), *субординации* (выражение предложений, изменений, новшеств, проектов непосредственному руководителю); *ответственности* (реагирования непосредственным руководителем на инициативу подчиненного) и *полномочий* (выражение предложений, изменений, новшеств, проектов в рамках направления деятельности своего отдела/должности).

Компанией приветствуется активность и самостоятельность работников Компании в предложении потенциальному клиенту оптимального варианта проведения рекламной кампании.

Ясность целей – четкое понимание поставленной цели и способов ее достижения на всех уровнях управления и соподчинения.

- 2.2. **Целями** Компании являются: получение максимальной прибыли и достижение/удержание лидирующих позиций на региональном рекламном рынке.
- 2.3. **Стратегия Компании** состоит в выполнении следующих действий:
 - 2.3.1. Применение современных, ориентированных на результат рекламных технологий;
 - 2.3.2. Найм профессиональных кадров и поддержание их квалификации (профессиональное обучение);
 - 2.3.3. Повышение уровня продаж;
 - 2.3.4. Увеличение клиентской базы и ее профессиональное ведение;
 - 2.3.5. Повышение качества оказываемых услуг.

3. БАЗОВЫЕ ПРИНЦИПЫ КОМПАНИИ

3.1. Клиент – ценность № 1

Деньги приносит клиент, который платит за удовлетворение его потребности в размещении рекламы. Знание и удовлетворение текущих и будущих потребностей и нужд клиента является ценностью №1 Компании.

3.2. Предпринимательский подход во всем у каждого!

Каждый работник должен понимать, что его личный вклад влияет на рост доходности Компании, на ее стабильность и надежность. Каждый работник должен воспринимать бизнес и успех Компании как свои собственные.

Ориентация на результат, мотивация на достижение целей наиболее эффективным путем, умение просчитывать риски, инициативный и творческий подход при решении задач – основные качества предпринимателя.

3.3. Завтра быть лучше, чем сегодня, сегодня знать больше, чем вчера!

Постоянное повышение эффективности деятельности Компании – суть современного бизнеса и стратегии Компании. Основа эффективности работы каждого работника – постоянное улучшение своей деятельности посредством освоения новых профессиональных знаний и навыков и применения их на практике.

3.4. Поделись с коллегами тем, чему научился сам!

Знания – конкурентное преимущество Компании. Знания наших коллег увеличивают успешность Компании, а значит, каждого из нас. Поэтому постоянное самообучение и обучение коллег является частью работы каждого работника и вкладом в достижение общих целей Компании. Каждый работник должен быть внутренним консультантом и наставником, щедро делиться своими знаниями и навыками.

3.5. Никогда, ни при каких обстоятельствах не сдавайся!

Каждый должен взять на себя ответственность за решение порученных ему задач и ни при каких обстоятельствах не должен снимать с себя эту ответственность.

3.6. Репутация всей Компании находится в руках каждого работника!

Репутация Компании складывается в течение многих лет. Каждый работник и словом и делом, как внутри Компании, так и вне ее, должен сохранять и улучшать репутацию Компании, не допускать совершения поступков, причиняющих вред деловой репутации Компании.

3.7. Относись к коллегам так, как хочешь, чтобы относились к тебе!

Каждый работник Компании является личностью, обладает честью и достоинством. Взаимное уважение между коллегами – основа благоприятного морального климата в Компании. Люди в Компании многообразны, и задача Компании – развивать корпоративную культуру, позволяющую сделать это многообразие мощным конкурентным преимуществом.

4. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИИ

4.1. Управление Компанией осуществляется по **принципу единства подчинения**: каждый работник получает задания только от одного начальника и несет ответственность непосредственно перед ним. Так непосредственным руководителем каждого работника является начальник соответствующего отдела.

Начальник отдела, в свою очередь, непосредственно подчинен руководителю соответствующего департамента/ директору филиала/ директору ЦРП.

Директор филиала/ЦРП, начальник департамента по своим направлениям непосредственно подчиняется Финансовому/Техническому директорам и Директору по развитию бизнеса, а также директору Компании.

Финансовый/Технический директора и Директор по развитию бизнеса подчиняются Директору Компании.

Каждый работник Компании, независимо от занимаемой им должности, подчиняется непосредственному руководителю своего отдела и Директору Компании. Вышестоящий руководитель непосредственного руководителя работника не имеет права (за исключением форс-мажорных ситуаций) давать указания и распоряжения работникам, минуя их непосредственного руководителя.

4.2. **Персональная ответственность** - достижение любой стратегической цели складывается из достижения более мелких целей и выполнения оперативных задач. За каждую из таких задач, за каждый участок работы в Компании несет ответственность конкретный работник.

4.3. В Компании приветствуется **делегирование полномочий** при разработке решений. Это означает оптимальное распределение работы между подчиненными в соответствии со способностями каждого из них.

4.4. Работая над какой-либо задачей, работник может и должен не только обозначить проблемную область, но и **предложить варианты решений**.

4.5. Согласно **принципу результативности**, без ущерба выполнению установленных процедур, в Компании отдается приоритет выполнению задачи, а не соблюдению процедуры. Однако, рабочие документированные процедуры, действующие в Компании, направлены на оптимальное достижение результатов, и нарушение утвержденных процедур не допускается. В случае объективной необходимости

отступления от утвержденной процедуры, работник *Компании* обязан обратиться к непосредственному руководителю и инициировать изменение данной процедуры.

5. СТАНДАРТЫ РАБОЧЕГО ПОВЕДЕНИЯ

5.1. Работники *Компании* должны:

- 1) проявлять приверженность Миссии и целям *Компании*;
- 2) принимать решения и действовать на основе Миссии, руководящих принципов и базовых ценностей, принятых в *Компании*;
- 3) поддерживать репутацию и имидж *Компании*, пропагандировать ведущие позиции *Компании*;
- 4) постоянно стремиться к повышению профессионализма, улучшению качества своей работы, бизнес-процессов, услуг;
- 5) внимательно относиться к проблемам, недостаткам, несоответствиям, существующим в *Компании*, предлагать меры по их устранению и быть готовыми принять личное участие в реализации этих мер;
- 6) соблюдать дисциплину, правила и трудовой распорядок *Компании*;
- 7) использовать рабочие и служебные помещения *Компании* и рабочее время только в интересах *Компании* и в соответствии с их целевым назначением;
- 8) защищать свою профессиональную точку зрения в открытом и конструктивном диалоге, независимо от занимаемых должностей;
- 9) избегать разговоров, затрагивающих честь, достоинство, деловую репутацию и личные качества других работников и клиентов, размеры заработной платы других работников, льготы и преимущества;
- 10) быть лояльными по отношению к *Компании*;
- 11) строить взаимодействие с коллегами на основе взаимопонимания, сотрудничества и командной работы;
- 12) сдерживать проявление любых негативных эмоций и способствовать созданию комфортной деловой атмосферы в *Компании*;
- 13) использовать средства материально-технического, финансового и информационного обеспечения *Компании* только в целях, связанных с исполнением своих трудовых обязанностей.

6. ДЕЙСТВИЯ, НЕ СОВМЕСТИМЫЕ С РАБОТОЙ В КОМПАНИИ

6.1. В *Компании* категорически не допустимо:

- 1) воровство(хищение), получение от клиентов/третьих лиц имущественных благ («откатов», скидок, специальных условий приобретения/использования товаров/работ/услуг, подарков и пр.), ложь, сокрытие (умалчивание), искажение информации (в особенности отчетной информации), подлог документов, подделка подписей, нанесение преднамеренного имущественного вреда и вреда деловой репутации *Компании*, оскорбление/клевета, причинение вреда чести, достоинству и деловой репутации коллег, клиентов и партнеров;
- 2) нахождение на рабочем месте в состоянии алкогольного/наркотического/токсикоманического опьянения; прием на рабочем месте алкогольных, наркотических, токсикоманических или психотропных веществ;
- 3) применительно к исполнению трудовых обязанностей: безынициативность, апатия, равнодушие, агрессия, хамство, обещание коллегам и клиентам обещаний, не соответствующих возможностям работника/*Компании*,
- 4) представление своего мнения в качестве позиции *Компании* без предварительного согласования с руководством *Компании*; распространение информации, порочащей деловую репутацию *Компании*, честь/достоинство/деловую репутацию ее руководства, клиентов, партнеров, в том числе осуществленные посредством средств массовой информации;
- 5) сон и/или отсутствие на рабочем месте более 3-х часов подряд без уважительной причины и без уведомления, прогул;
- 6) разглашение коммерческой тайны, служебной информации и информации внутреннего пользования *Компании*, допущение распространения форм документов *Компании*, передача их третьим лицам .
- 7) коммерческая деятельность в сегментах рынка, где представлена *Компания*; работа на конкурентов *Компании*, представление интересов конкурентов в/из/вне *Компании*; занятие другой оплачиваемой деятельностью без согласия *Компании* в соответствии с трудовым законодательством Республики Казахстан, кроме научной или творческой.
- 8) участие в забастовках, а также склонение работников к организованному выступлению, наносящему ущерб *Компании*.
- 9) использование своего служебного положения в корыстных целях, в интересах политических партий, общественных объединений для пропаганды их деятельности.

6.2. Несоблюдение работниками данных правил влечет за собой немедленное увольнение из *Компании*.

7. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ РАБОТНИКОВ КОМПАНИИ

7.1. Права работников

7.1.1. Помимо прав, определенных трудовым законодательством Республики Казахстан, Работник *Компании* имеет право :

- 1) на обеспечение организационно-технических условий, необходимых для качественного исполнения им своих должностных обязанностей;
- 2) на участие по своей инициативе в конкурсе на замещение любых вакантных должностей;
- 3) на продвижение по службе, увеличение размера оплаты труда с учетом результатов и стажа работы, уровня квалификации – при наличии у *Компании* соответствующей возможности;
- 4) на ознакомление со всеми материалами своего личного дела, отзывами о своей деятельности и другими документами, приобщение к личному делу своих объяснительных;

- 5) на проведение по его требованию служебного расследования для опровержения сведений, порочащих его честь и достоинство;
- 6) на внесение предложений по совершенствованию своей деятельности и бизнес-процессов *Компании* в целом.

7.2. Обязанности работников

7.2.1. Помимо обязанностей, определенных трудовым законодательством Республики Казахстан, работники *Компании* обязаны:

- 1) соблюдать установленные в *Компании* правила внутреннего трудового распорядка, должностные инструкции, положения и регламенты, правила и инструкции по охране труда и техники безопасности и другие акты работодателя;
- 2) поддерживать уровень квалификации, необходимый для качественного исполнения трудовых обязанностей;
- 3) не разглашать коммерческую и иную охраняемую законом тайну и конфиденциальную/служебную информацию, касающуюся деятельности *Компании*, информацию внутреннего пользования *Компании*, вне зависимости от характера и способа получения доступа к ней, а также не разглашать ставшие ему известными в связи с исполнением трудовых обязанностей сведения, затрагивающие частную жизнь, честь, достоинство и деловую репутацию своих коллег по работе, клиентов и партнеров *Компании*;

8. РАБОЧЕЕ ВРЕМЯ

- 8.1. Принимая во внимание, что перед *Компанией* и каждым ее работником стоят определенные цели, в основе требований, регламентирующих поведение работников *Компании* на рабочих местах, лежит принцип результативности (достижения поставленных целей). Главной обязанностью каждого работника и всей команды *Компании* – ставится задача достижения поставленных целей. Исходя из этого, работник должен оптимально планировать свое рабочее время.
- 8.2. Продолжительность рабочего дня всех работников определяется *Правилами внутреннего трудового распорядка*. Рабочий день начинается для работника *Компании* в установленное время, независимо от того, находится он на рабочем месте или нет. Если по объективным причинам работник не может оказаться на рабочем месте к началу рабочего времени, он обязан уведомить своего непосредственного руководителя или представителя HR департамента о том, где он находится и когда придет на рабочее место (руководителям подразделений головного офиса и директорам филиалов в случаях отсутствия на рабочем месте необходимо оповещать об этом Директора *Компании* и HR-департамент). Работники *Компании* могут отступать от Правил внутреннего трудового распорядка, если этого требует выполнение рабочих задач. Во всех случаях отклонения работника от утвержденного распорядка требуется согласование непосредственного руководителя и оповещения HR департамента.
- 8.3. Рекомендуется приходить на работу заблаговременно, чтобы к началу рабочего времени приступить к выполнению своих должностных обязанностей.
- 8.4. Рабочее время работников должно быть полностью посвящено работе. Неприемлемы отвлекающие затяжные разговоры и беседы по телефону личного характера, использование приложений мобильных устройств (игры, социальные сети, WhatsApp, Viber и пр.) если они не касаются рабочего процесса. Хождение по кабинетам с целью, не связанной с исполнением трудовых обязанностей и обсуждения других личных вопросов.
- 8.5. При длительном отсутствии в течение рабочего дня, работникам необходимо оставлять в HR департаменте исчерпывающую информацию о своем местонахождении и сроках возвращения. В целях бесперебойного функционирования участка работы, на котором задействован работник, ему также необходимо в обязательном порядке сообщить своему непосредственному руководителю номер телефона, по которому с ним можно будет связаться в момент его отсутствия на рабочем месте.
- 8.6. После окончания рабочего дня работникам следует привести в порядок свое рабочее место, учитывая существующие в *Компании* требования к нормам санитарной, информационной и пожарной безопасности, действующим правилам и процедурам.

9. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕСУРСОВ КОМПАНИИ

- 9.1. Для работы каждому работнику необходимы определенные ресурсы: деньги, оборудование, программное обеспечение, информация и т.п. *Компания* принимает на себя обязательство обеспечить каждого работника всем необходимым ему для эффективной работы.
- 9.2. Каждый работник принимает на себя обязательство использовать имеющиеся в его распоряжении ресурсы *Компании* максимально эффективно и исключительно в рабочих целях. Каждый работник *Компании* обязан бережно относиться к имеющимся в его распоряжении ресурсам, не допускать их нерационального и нецелевого использования, повреждения, утери, передачи ненадлежащим лицам.

10. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ В КОЛЛЕКТИВЕ

- 10.1. Принимая во внимание, что результаты работы всех работников *Компании* взаимосвязаны, абсолютным принципом внутренних взаимоотношений работников является принцип корпоративной сплоченности и ответственности за конечный результат.
- 10.2. Для того чтобы выстроить максимально эффективное и комфортное взаимодействие между работниками, в *Компании* действуют следующие *принципы*:
 - 1) Быть открытым и готовым к общению. Для того чтобы эффективно работать в команде, необходимы искренние отношения между людьми. Поэтому каждый работник *Компании* должен быть открыт для конструктивного общения.
 - 2) В общении следует руководствоваться взаимоуважением, вежливостью и доброжелательностью..
 - 3) Коммуникации должны быть конструктивными, и настроены на результат.
 - 4) Неприемлемость распространения сплетен и участия в их обсуждении.
 - 5) Стиль общения между работниками - свободный, способ обращения – на «Вы», если нет договоренности о другом.

К Директору *Компании* и работникам *Компании*, представляющимися по имени и отчетству, необходимо обращаться по имени и отчетству, если отсутствует иная договоренность с ними.. Не допускается обращение друг к другу в уменьшительно-ласкательной форме.

- 6) О проблемах/помощи нужно, соответственно, говорить/просить.
 - 7) Не скрывать своих ошибок, а своевременно докладывать о них своему непосредственному руководителю одновременно с предложением вариантов их исправления.;
 - 8) Выступать с предложением об оптимизации работы *Компании*.
 - 9) Собирать полную информацию о поручаемой работе, задавать вопросы в случае неясности;
 - 10) Обсуждать результат работы, а не ее исполнителя;
 - 11) Положительные результаты работы другого работника высказывать публично;
 - 12) Негативную оценку работы давать приватно работнику, ее исполнившему (кроме совместного публичного обсуждения).
- 10.3. Руководство и работники *Компании* должны прикладывать максимум усилий для создания в коллективе атмосферы взаимного доверия, уважения и взаимовыручки. При этом, предполагается не попустительство ошибок на основе приятельских отношений, а конструктивная критика недостатков выполненной работы, а также не допускается устранение одним работником ошибок/недостатков в работе другого работника.
- 10.4. На территории *Компании* всем работникам следует обязательно приветствовать друг друга, также посетителей *Компании*, в том числе незнакомых посетителей.
- 10.5. Для укрепления доверия и уважения следует быть точными в исполнении обязательств и договоренностей.
- 10.6. Все подразделения *Компании* и их работники вносят общий вклад в достижение целей *Компании*, поэтому разделяющая позиция на «мы» и «они» по отношению к коллегам не приемлема.
- 10.7. Не следует выражать личное отношение к коллегам; не допускается влияние личного отношения на результат совместной работы.
- 10.8.
- 10.9.
- 10.10.
- 10.11. Компания вправе предполагать, что все работники и члены их семей, будут пропагандировать *Компанию*, ее достоинства и достижения знакомым и родным.
- 10.12. Компания отрицательно относится к вредным привычкам, таким как табакокурение, чрезмерному употреблению алкоголя и др. В связи с этим курение возможно только в специально отведенных местах, во время, отведенное специальным регламентом.
- 10.13. Компания отрицательно относится к использованию ее помещений в целях, не связанных с исполнением трудовых обязанностей. Исключения допускаются только для организации занятий работников с целью повышения их квалификации и профессионализма и проведение общекорпоративных праздников, санкционированных руководством *Компании*.
- 10.14. **Разрешение конфликтов**
- 1) Поиску оптимального решения иногда сопутствуют резкие высказывания в адрес коллег, обмен «острыми» комментариями, разговор «на повышенных тонах». Работники *Компании* должны стремиться предотвращать и не допускать конфликтных ситуаций. В *Компании* допускаются только конструктивные споры, связанные с конкретными производственными вопросами или рабочими моментами.
 - 2) Основная черта конструктивного профессионального конфликта - он никогда не переходит на личности. Спор можно вести из-за разногласий в решениях, а не из-за взаимных личных претензий и только в корректной форме.
 - 3) Если спор не может быть разрешен усилиями вовлеченных в него сторон, он должен быть разрешен посредством медиации третьей стороны. В качестве третьей стороны должны выступать непосредственные руководители спорящих сторон. При этом, после принятия ими решения, спор считается исчерпанным, и спорящие стороны обязаны исполнять принятое решение.
 - 4) На третью сторону возлагается принятие решения, учитывающего интересы обеих сторон. Третья сторона обязана приложить все усилия к окончательному разрешению спора.
 - 5) В случае невозможности разрешения спора посредством медиации третьей стороны, спор подлежит разрешению руководством. Разрешение спора руководством считается окончательным.

11. ВЗАИМООТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ

- 11.1. Основной приоритет *Компании* – это ее клиенты и их потребности. Для поддержания и укрепления взаимовыгодного, плодотворного сотрудничества, работникам *Компании* следует оперативно реагировать на изменяющиеся потребности и запросы клиентов, непрерывно улучшать качество их обслуживания.
- 11.2. Работникам, независимо от должности и выполняемых функций, следует неукоснительно придерживаться следующих правил в отношениях с клиентами *Компании*:
- 1) при проведении встреч и переговоров с клиентами руководствоваться Стандартами по обслуживанию клиентов (далее по тексту - «СОК»); использовать скрипты и Правила *Компании* о ведении переговоров;
 - 2) общаться с клиентом на «его» языке, не ждать, когда клиент предложит удобную форму общения ; инициатива должна исходить от работника. Документы по ведению переговоров и сделкам предоставлять на языке, удобном клиенту;
 - 3) встречать и провожать клиента приветливой улыбкой, быть вежливыми и корректными в общении, оказывать клиенту необходимую помощь, проявлять заинтересованность в решении его проблем, связанных с предоставляемыми *Компанией* услугами;
 - 4) демонстрировать готовность к общению с клиентом. Уважать личность и интересы клиентов *Компании*, быть порядочными и пунктуальными при выполнении своих обязательств. Дорожить временем и ресурсами клиентов, не допускать затягивания в решении их вопросов;
 - 5) выражая перед клиентами самоуважение, не допускать личной моральной зависимости от клиентов, а также принятия на себя обязательств, выходящих за рамки полномочий работника.

12. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЛУЖЕБНОГО ПОЛОЖЕНИЯ

- 12.1. Каждый работник *Компании* должен осознавать, что он может восприниматься третьими лицами как представитель *Компании*. Поэтому крайне важно понимать, что каждое действие работника может быть воспринято как действие *Компании*.
- 12.2. Многие работники *Компании* по роду своей деятельности тесно взаимодействуют со сторонними организациями и людьми. Такому взаимодействию может сопутствовать предложение подарков, денежных вознаграждений, услуг и прочих благ от клиентов и третьих лиц. При возникновении таких ситуаций, необходимо помнить, что все эти блага имеют отношение не столько к конкретному работнику, сколько к *Компании*. Недопустимо использовать свое служебное положение для получения каких-либо благ от каких-либо третьих лиц.
- 12.3. В частности, работники не должны допускать получения подарков, услуг, платежей, специальных привилегий, скидок в организации личного отдыха/досуга от любого лица или организации, которые конкурируют, вступили или намереваются вступить в отношения с *Компанией*.
- 12.4. Подарки, получаемые работниками от клиентов *Компании*, не могут по стоимости превышать 5 (пять) МРП (месячных расчетных показателей).
Подарки, предполагающие возможность их потребления коллективом подразделения (продукты питания к знаменательным и праздничным датам: торты, соки, фрукты, спиртное, конфеты и пр.), подлежат передаче работником, их получившим, всему коллективу, либо распоряжению ими по согласованию со всем коллективом.
Другие подарки (сувенирная и полиграфическая продукция, зонты, канцелярские товары и прочее) могут быть использованы лично работником, их получившим с условием, что их стоимость не превышает 5 МРП. В противном случае работник не должен их принимать.
- 12.5. *Компанией* не приветствуется аффилированность (связанность) работников с третьими лицами:
- 1) приобретение/получение работниками прав участия (акций/долей/паев) в предприятиях – конкурентах, клиентах, партнерах, поставщиках, исполнителях, подрядчиках и прочих контрагентах *Компании*;
 - 2) прием на работу работников, аффилированных (связанных) с одним либо несколькими третьими лицами из числа лиц, определенных пп. 1).
- 12.6. При возникновении угрозы экономическим интересам *Компании* вследствие действий работников, аффилированных (связанных) с третьими лицами из числа лиц, определенных пп. 1) п. 12.5, *Компания* оставляет за собой право применить меры, определенные законодательством Республики Казахстан по защите своих интересов.
- 12.7. О возникновении признака аффилированности (связанности) с третьим лицом, из числа лиц, определенных пп. 1) п. 12.5, работник обязан письменно уведомить *Компанию* незамедлительно с момента его возникновения.
- 12.8. *Компанией* не приветствуется прием на работу лиц, связанных с работником родственными либо свойственными отношениями.

13. ВНЕШНИЙ ВИД РАБОТНИКОВ

- 13.1. Внешний вид каждого работника формирует образ *Компании*, влияет на доверие клиентов и деловых партнеров, на их готовность сотрудничать с *Компанией*.
- 13.2. Основываясь на нормах Конституции Республики Казахстан (п.1 ст.1) об утверждении Республики светским государством, в *Компании* устанавливается светский стиль одежды, а именно: одежда повседневного и делового стиля, без элементов, свидетельствующих о принадлежности к какой-либо религии (хиджаб, никаб, чадра, паранджа, тюрбан, чалма, балахон, мантия, ряса, платок и пр.). Также не рекомендуется демонстрация предметов религиозного культа: нательных крестов, полумесяцев и др. Отведение религиозного культа (чтение молитв, намазов и пр.) на рабочем месте не допускается.
- 13.3. Поэтому принципиально важно соблюдать нижеуказанные требования и рекомендации к внешнему виду (СОК).
- 13.4. **Минимальные требования к внешнему виду для работников *Компании*, осуществляющих личные контакты с клиентами**

Для женщин	Для мужчин
1. Одежда	
Опрятная, чистая, выглаженная, не ярких/броских тонов; Офисные платья, юбки, шорты длиной не выше 5-7 см от колена; Брюки классического покроя, полной длины или бриджи классического покроя; Колготки и чулки должны быть однотонными, черного или телесного цвета, без ярких рисунков; Не допускаются яркие вызывающие расцветки, глубокое декольте, открытый живот, просвечивающие ткани	Опрятная, чистая, выглаженная; Рубашки без крупных принтов; Классический галстук, галстук-бабочка должны быть без сложных принтов; Брюки – отглаженные с ровными стрелочками по центру каждой штанины. Допускаются классические джинсы темных тонов, хлопчатобумажные брюки; Ремень – классический офисный, без ярких декоративных элементов и эмблем Носки длиной выше щиколотки, в тон костюму
2. Обувь	
Классические туфли (по сезону), на небольшом каблуке умеренной высоты (не выше 10 см). Зимой в офисе обязательно ношение сменной обуви	Классические туфли, ботинки, сапоги. Допускаются мокасины, сандалии. Не допускается ношение обуви без носков

Не допускается спортивная обувь	Зимой в офисе обязательно ношение сменной обуви Не допускается спортивная обувь (кроссовки), сланцы
3. Лицо	
Дневной, не яркий макияж Не допускается ношение пирсинга на лице	Чисто выбритое лицо, либо ухоженные усы и борода (при наличии)
4. Прическа	
Чистые волосы, аккуратно собранные/уложенные. Длинные волосы следует собрать. Не допускаются раскраска волос неформального стиля, яркие перья	Волосы чистые, аккуратно подстриженные/собранные Не допускается раскраска волос неформального стиля
5. Руки	
Чистые руки, аккуратный маникюр	Чистые руки с коротко остриженными ногтями
6. Украшения	
Не допускаются яркие украшения и вечерние туалеты	Классические часы, обручальное кольцо, запонки, зажим для галстука
7. Парфюмерия	
Аромат парфюма легкий, умеренный	Аромат парфюма легкий, умеренный

- 13.5. В случае несоответствия внешнего вида работника настоящим требованиям, он может быть отправлен непосредственным или вышестоящим руководителем для приведения своего внешнего вида в соответствие настоящими требованиями, при этом время его отсутствия *Компанией* не оплачивается. За соблюдением настоящих требований должны следить руководители подразделений головного офиса *Компании* и директора филиалов. Также руководитель другого подразделения (отдела) или кто-либо из руководства *Компании* вправе в корректной форме сделать замечание работнику о несоответствии его внешнего вида.
- 13.6. В пятницу при отсутствии запланированных официальных встреч с внешними клиентами *Компании* для всех работников, осуществляющих личные контакты с клиентами, допускается свободный стиль в одежде.
- 13.7. Работники *Компании*, не осуществляющие личные контакты с клиентами, обязаны придерживаться установленных п. 13.2 требований к внешнему виду.

14. КОММУНИКАЦИИ

- 14.1. Прием работников у руководства *Компании* по личным вопросам (Директор компании) производится, как правило, по предварительной записи посредством Skype или через запись у административного менеджера.
- 14.2. Рабочие совещания, встречи, переговоры (мероприятия) назначаются на определенное время, исходя из интересов и возможностей всех участников мероприятия. Поэтому своевременная явка и присутствие на данных мероприятиях является обязательным для каждого работника *Компании*. Опоздания на рабочие совещания, встречи и переговоры не допускаются. В случае невозможности присутствия на запланированном мероприятии в оговоренное время, работнику необходимо заблаговременно уведомить об этом непосредственного руководителя, а при необходимости - прочих заинтересованных лиц.
- 14.3. Планирование рабочих совещаний/встреч/переговоров осуществляется еженедельно всеми руководителями подразделений *Компании* с использованием различных ресурсов или через административного менеджера.
- 14.4. В случае необходимости, проведение совещаний/встреч/переговоров может осуществляться с использованием конференцсвязи (с удаленными филиалами и по-необходимости).
- 14.5. Ответственный за организацию совещания/встречи/переговоров (инициатор) обязан:
- 1) заранее определить необходимый состав участников;
 - 2) согласовать со всеми участниками дату, время, место проведения и тему совещания /встречи / переговоров;
 - 3) подготовить и направить на ознакомление всем участникам необходимые раздаточные материалы и рабочие документы;
 - 4) в случае изменения времени или места проведения совещания/встречи/переговоров незамедлительно проинформировать об этом всех участников;
 - 5) в случае необходимости, оформлять протокол совещания по форме, принятой в системе документооборота Компании.
- 14.6. Участники совещания/встречи/переговоров обязаны:
- 1) заранее ознакомиться с полученными раздаточными материалами и рабочими документами;
 - 2) в случае невозможности принять участие в совещании/встрече/переговорах, уведомить об этом всех участников и обеспечить участие в совещании/встрече/переговорах своего представителя, при условии обладания им информацией по вопросу мероприятия и навыками обсуждения;
 - 3) заблаговременно (за 5 минут до начала мероприятия) прибыть на совещание/встречу/переговоры.
- 14.7. Телефонные разговоры
- 1) Совершая телефонный звонок и отвечая на него, необходимо в первую очередь поздороваться и представиться собеседнику в следующей форме: «Добрый день. Рекламно - маркетинговая компания «Регион-Медиа», менеджер по работе с клиентами, Иван Иванов, слушаю Вас...». Стандартами обслуживания клиентов (СОК) и скриптами (заготовки диалогов) Компании для отдельных вопросов и работников могут устанавливаться специальные сценарии телефонных разговоров.
 - 2) Снимать телефонную трубку следует не позднее третьего звонка.
 - 3) Во время телефонного разговора необходимо следить за тем, чтобы Вас было хорошо слышно. Речь должна быть грамотной, четкой и внятной. Тон разговора должен быть сдержанным. Относится к

собеседнику следует доброжелательно и заинтересованно; проявление в разговоре отрицательных эмоций недопустимо.

- 4) Запрещается использование в телефонном разговоре нецензурных выражений, а также слов-паразитов («типа...», «как бы...», «это самое...», «короче...», «на самом деле...», «собственно...», «ну...», «так сказать...», «вот...», «как сказать...», «в общем-то...», «а именно...», «на этом...», «действительно...» и пр.), а также не допускается «меканье» (то есть заполнение пауз, возникающих при спонтанной речи, продолжительными звуками «э-э...», «м-м...», «а-а...», «гм...»), свидетельствующих о низком культурном уровне говорящего, и негативно влияющих на имидж *Компании*.
 - 5) Не следует оставлять без внимания звонки на телефон временно отсутствующего коллеги, необходимо ответить на звонок, приняв информацию, и попросить перезвонить позже, указав предполагаемое время возвращения нужного работника.
 - 6) Запрещается использовать служебный телефон для продолжительных внутригородских звонков личного характера, так как это затрудняет доступ коллег и клиентов к необходимой им информации. Запрещается осуществлять со служебного телефона междугородние и международные звонки и звонки на сотовые номера телефонов в личных целях. Не следует допускать чрезмерного использования междугородней, международной связи, а так же звонки на сотовые номера телефонов.
 - 7) Работникам, имеющим корпоративные сотовые телефоны, следует держать их включенными в течение всего рабочего времени, заряженными и доступными для принятия звонка. В случае невозможности ответа на звонки, а также в преддверии выходных и праздничных дней на телефоне должен быть активизирован режим «перевода звонка» или включен режим автоответчика.
 - 8) Работникам, имеющим корпоративные переносные телефоны, используемые внутри офиса, следует иметь их при себе в течение всего рабочего времени.
- 14.8. В связи с перепиской в процессе деятельности *Компании*, осуществляемой работниками как между собой, так и третьими лицами, всю переписку можно разделить на официальную и неофициальную. Официальная переписка с клиентами *Компании* и третьими лицами осуществляется только посредством направления им официальных документов. Неофициальная переписка с клиентами *Компании* и третьими лицами, а также переписка между работниками внутри *Компании*, осуществляется посредством корпоративной электронной почты.
- При использовании электронной почты для внутренней переписки следует избегать рассылки файлов большого размера (более 10 Мб). Вместо этого следует выложить данный файл на сервер *Компании*, о чем оповестить коллег путем рассылки электронного письма с уведомлением и указанием ссылки на место нахождения файла.
- Все письма, исходящие от работника, должны содержать автоподпись в едином корпоративном стиле.

15. БЕЗОПАСНОСТЬ

- 15.1. *Компания*, соблюдая принцип уважения и неприкосновенности личной жизни работников, а также оберегая свою деловую репутацию, вправе регламентировать распространение информации о деятельности *Компании*.
- 15.2. .
- 15.3. Работники *Компании* обязаны следить за сохранностью и использованием ее материальных и нематериальных (информационных) активов.
- 15.4. Каждый работник *Компании* обязан заботиться о безопасности *Компании* и не причинять ей ущерба каким-либо своим действием либо бездействием.
- 15.5. Работникам категорически запрещается самостоятельно вскрывать неисправное оборудование и производить какие-либо работы по восстановлению работоспособности оборудования.
- 15.6. Работникам *Компании* категорически запрещается самостоятельно производить установку на компьютеры *Компании* каких-либо дополнительных устройств, а также программного обеспечения, без соответствующего разрешения Департамента технической поддержки и развития.
- 15.7. В целях обеспечения информационной защиты работникам запрещается оставлять без присмотра на рабочем месте, а также на рабочем столе компьютера любые рабочие документы, в том числе проекты документов.
- 15.8. Все ненужные документы, образующиеся в процессе работы (черновики, проекты документов, распечатки) подлежат уничтожению посредством шредера (аппарат для уничтожения бумаги) либо вручную. Запрещается выбрасывать в урну цельные (не разорванные) документы или отдельные листы документов/проекты документов, в особенности документы, содержащие подписи работников/печати *Компании*. Последние в обязательном порядке должны уничтожаться посредством шредера.
- 15.9. В случае необходимости отлучиться с рабочего места, работник обязан перевести свой персональный компьютер в режим, исключающий несанкционированный доступ к нему других работников.
- 15.10. Работникам запрещается сообщать другим работникам *Компании* и третьим лицам пароли, используемые работниками при осуществлении ими трудовых обязанностей.
- 15.11. По завершении работы работники обязаны привести в порядок рабочее место, а также выключить свой персональный компьютер, принтер, сканер, кондиционер, зарядные устройства для телефонов, а также иные устройства в соответствии с правилами техники безопасности.
- 15.12. В случае прекращения трудовых отношений с *Компанией* по каким-либо основаниям, не допускается самостоятельная чистка/форматирование компьютеров, уничтожение каких либо бумаг, баз данных, копирование файлов и различных документов без письменного согласования с непосредственным руководителем/директором с целью удаления различного рода информации. Все, что находится на персональных компьютерах, в шкафах, столах, сейфах, выданных в пользование работнику на период осуществления им трудовой деятельности, является имуществом *Компании*, и распоряжаться им может только *Компания*. В противном случае это будет рассматриваться как умышленная порча и уничтожение имущества/информации, которые работнику необходимо будет восстановить или компенсировать любым удобным для *Компании* способом.

16. Совершенствование корпоративной политики

- 16.1. Руководство *Компании* считает своим долгом постоянное совершенствование корпоративной политики. В это связи в данный *Кодекс* по необходимости, определяемой Руководством, могут вноситься изменения и дополнения.
- 16.2. .
- 16.3. Соблюдение корпоративных процедур и норм обязательно для всех работников *Компании*, вместе с тем, их применение не должно быть автоматическим, а должно учитывать конкретные обстоятельства и здравый смысл.