

ОАО «ВымпелКом» Россия

Отчет о корпоративной социальной ответственности за 2013 год



Билайн®

Содержание

Об Отчете	3
Обращение Генерального директора	5
О нас	7
1.1 «ВымпелКом» сегодня	8
1.2 Анализ рынка, вызовов и возможностей	9
1.3 Стратегия	11
1.4 Стратегия корпоративной социальной ответственности	13
1.5 Взаимодействие с заинтересованными сторонами	14
Ответственное ведение бизнеса	16
2.1 Качество связи	18
2.2 Качество обслуживания	21
2.3 Информационная безопасность клиентов	25
2.4 Информационная прозрачность и маркетинговые коммуникации	31
Услуги для общества и поддержка инноваций	35
3.1. Мобильные финансовые услуги	37
3.2. Поддержка малого и среднего бизнеса	39
3.3. Интеграция людей с ограниченными возможностями	42
3.4. Социально значимые услуги для старшего поколения	44
3.5. Развитие сети Wi-Fi в общественных местах	45
Социальные инвестиции	46
4.1 Технологии поиска пропавших людей и обеспечения их безопасности	48
4.2 Мобильная благотворительность и работа с некоммерческими организациями	52



4.3 Стихийные бедствия и чрезвычайные ситуации	54
4.4 Поддержка образования	56
Экологическая ответственность	58
5.1 Внедрение «зеленых» технологий	61
5.2 Поддержка «зеленых» инициатив	64
5.3 Проект «Экоофис»	67
Ответственность перед сотрудниками	69
6.1 Система управления персоналом	71
6.2 Обучение и профессиональное развитие сотрудников	72
6.3 Мотивация и социальная поддержка сотрудников	74
6.4 Внутренние коммуникации	77
6.5 Привлечение персонала	79
6.6 Обеспечение безопасных условий труда	80
Приложения	81
7.1 Ключевые показатели деятельности за 2013 год	82
7.2 История Компании	84
7.3 Участие в отраслевых ассоциациях, инициативах и хартиях	87
7.4 Ключевые награды	88
7.5 Таблица стандартных элементов GRI	89

Об Отчете

ОТЧЕТ РАСКРЫВАЕТ НАШЕ ВИДЕНИЕ И ПОДХОД К КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ (КСО), ОН СФОКУСИРОВАН НА ТОМ, КАК ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И УСЛУГИ ВНОСЯТ ВКЛАД В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ ПРИСУТСТВИЯ, ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ ЛЮДЕЙ, А ТАКЖЕ В РЕШЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ И ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ.

Это первый Отчет о корпоративной социальной ответственности ОАО «ВымпелКом» в России. В нем мы постарались раскрыть подход Компании к реализации принципов ответственного ведения бизнеса, наши стратегические приоритеты и цели, а также наиболее важные события в жизни Компании в 2013 году. Мы надеемся, что этот Отчет станет важным шагом на пути развития диалога с нашими клиентами, сотрудниками, партнерами и обществом; даст исчерпывающую информацию не только о достижениях, но и о трудностях, с которыми мы столкнулись, и путях их преодоления. В дальнейшем мы планируем выпускать отчеты о корпоративной социальной ответственности ежегодно.

Подготовка отчетов о корпоративной социальной ответственности вошла в практику большинства компаний Группы «ВымпелКом». Консолидированные отчеты о деятельности Группы в этой сфере готовятся с 2012 года. С ними вы можете ознакомиться в соответствующем разделе сайта «ВымпелКом Лтд».

Границы

Отчет содержит информацию по бизнес-единице «Россия ОАО „ВымпелКом“», включающей в себя штаб-квартиру в Москве и 66 филиалов в регионах Российской Федерации. Информация по дочерним и зависимым обществам, находящимся в других юрисдикциях, в Отчете не представлена. Выбор границ обусловлен особенностями системы отчетности Группы компаний «ВымпелКом Лтд», выделя-

ющей бизнес-единицу в России как отдельную структурную и подотчетную единицу.

СОДЕРЖАНИЕ И СУЩЕСТВЕННОСТЬ

Отчет охватывает широкий круг тем, относящихся к результатам деятельности Компании в области корпоративной социальной ответственности. Для определения содержания Отчета Компания руководствовалась принципами существенности, охвата заинтересованных сторон, контекста устойчивого развития и полноты в соответствии с тем, как они определены в Руководстве по отчетности в области устойчивого развития Глобальной инициативы по отчетности (Руководство GRI).

Для определения существенных тем, которые необходимо раскрыть в Отчете, мы провели:

- анкетирование и интервьюирование руководителей ответственных подразделений;
- анализ содержания нефинансовых отчетов российских и зарубежных компаний-аналогов;
- анализ внутренней прессы Компании и деловой прессы России;
- анализ внутренних нормативных документов;
- экспертную оценку существенности.

Чтобы обеспечить качество Отчета, Компания руководствовалась принципами сбалансированности, сопоставимости, точности, своевременности, ясности и надежности, приведенными в Руководстве GRI.



Контакты по вопросам корпоративной социальной ответственности:

Евгения Чистова,
начальник отдела корпоративной социальной ответственности ООО «ВымпелКом»

Тел.: + 7 (495) 725-0700
EChistova@beeline.ru
127006, г. Москва, ул. Краснопролетарская, д. 4

Более подробную информацию вы можете найти на сайте moskva.beeline.ru и www.vimpelcom.com

Стандарты и руководства

Отчет подготовлен с учетом требований Руководства GRI (версия 3.0) и пилотной версии отраслевого приложения к нему для компаний телекоммуникационного сектора, включая протоколы к показателям. По нашим оценкам, Отчет соответствует уровню применения «С» Руководства GRI (см. Указатель содержания стандартных элементов отчетности на стр. 89).

В мае 2013 года компания «ВымпелКом Лтд» присоединилась к Глобальному договору ООН. Принимая и разделяя 10 его принципов, «ВымпелКом» в России стремился рассказать в Отчете о прогрессе, достигнутом по каждому из них.

Качество данных и отчетный процесс

В 2013 году в Группе компаний «ВымпелКом» началось внедрение единой глобальной электронной системы сбора данных для подготовки ежегодных отчетов в области КСО. Система была разработана компанией Oracle, она представляет собой модуль отчетности, который в перспективе будет интегрирован в систему финансового учета. В 2013 году, на первом этапе внедрения системы сбора дан-

ных, был сформирован перечень ключевых показателей деятельности, соответствующий рекомендациям Руководства GRI. В последующие годы перечень показателей будет расширен.

В связи с формированием новой системы сбора данных в рамках первого отчетного процесса приведены ключевые показатели результативности за период с 1 января 2013 года по 31 декабря 2013 года. Начиная со следующего отчетного периода, мы планируем раскрывать показатели в динамике.

Помимо фактических данных, Отчет содержит мнения, предположения и прогнозы руководства Компании, основанные на имеющейся информации. При изменении экономической или рыночной ситуации в стране фактические результаты деятельности «ВымпелКома» в будущем могут отличаться от представленных в Отчете прогнозов.

Обратная связь

Нам важно знать, что данный Отчет содержит полезную и актуальную информацию. Поэтому мы будем благодарны, если вы направите нам свои комментарии, замечания и предложения по совершенствованию отчетов.

Обращение Генерального директора



Я рад представить Вам Отчет о корпоративной социальной ответственности ОАО «ВымпелКом» в России. Для нас это первый отчет, однако сама практика корпоративной социальной ответственности (КСО) в нашей Компании имеет долгую историю. Отрасль, в которой мы работаем, является социально значимой по своей сути: современные технологии связи позитивно меняют наш мир, наше общество, жизнь каждого конкретного человека.

Успех и будущее нашей Компании определяется не только стабильными финансовыми и операционными показателями, но и долгосрочными и взаимовыгодными отношениями со всеми заинтересованными сторонами: клиентами, партнерами, сотрудниками, государством и даже конкурентами. Поэтому в основе нашей стратегии КСО лежит стремление улучшать качество предо-

ставляемых услуг, способствовать прогрессу, повышению удобства, безопасности и качества жизни людей наряду с участием в решении социальных проблем и ответственным отношением к собственной команде.

Прошедший год был для Компании непростым. Мы определили и признали существующие проблемы, инвестировали значительные средства и усилия в их решение и создание фундамента для долгосрочного роста.

Так, мы существенно изменили наш подход к ведению бизнеса. Новая стратегия, основанная на более глубоком анализе клиентского опыта обратной связи, направлена на культурную трансформацию в обслуживании клиентов и выстраивание с ними долгосрочных отношений.

Для создания лучшего клиентского опыта в 2013 году мы работали над качественным улучшением сети мобильной передачи данных, а также начали предоставлять новые услуги на базе 4G/LTE.

Особое внимание мы уделили развитию сети монобрендовых салонов продаж, увеличив их число более чем в три раза. Через собственную монобрендовую сеть мы имеем больше возможностей для обучения клиентов имеющимся услугам, улучшения качества обслуживания и снижения оттока клиентов.

В 2013 году мы также предприняли ряд шагов по противодействию SMS-спаму и навязыванию нежелательных услуг контент-провайдером.

Мы уже реализуем и в ближайшем будущем планируем расширить комплекс мер по повышению прозрачности наших услуг и дальнейшей оптимизации тарифного портфеля Компании.

Технологии и компетенции телекоммуникационной Компании позволяют не только предоставлять качественные услуги связи для наших клиентов, но и способствовать решению общественных проблем. Приоритетными направлениями для нас являются



2014 год положит начало «новому „Билайну”» и должен кардинально изменить образ Компании в глазах нашей главной целевой аудитории – наших клиентов. Я уверен в том, что стратегия, базисом для которой является, с одной стороны, – существующий пользовательский опыт, а с другой – пожелания клиентов, является оптимальной платформой для обеспечения будущего успеха и роста бизнеса.

— Михаил Слободин,
Генеральный директор ОАО «ВымпелКом»

ся содействие в повышении доступности образования, интеграция в общество людей с ограниченными возможностями и повышение их мобильности и безопасности. Еще одной важной для нас темой, имеющей серьезное социальное значение, является защита детей от интернет-угроз, а также содействие в поиске пропавших и потерявшихся людей. Эта проблема актуальна для всего мира, есть наработанные практики и технологии, которые могут быть эффективно применены в нашей стране, поэтому мы стараемся способствовать их внедрению. На сегодняшний день в России пока отсутствуют полноценные отлаженные механизмы немедленного реагирования на ситуации с пропажей людей, поэтому столь важно участие волонтеров. Мы счастливы быть полезными своими технологиями и информационными ресурсами волонтерам поискового отряда «Лиза Алерт», на счету которых сотни спасенных жизней.

«Билайн» также активно занимается благотворительностью, способствуя созданию «умных решений» и условий для развития в России самого института благотворительности. Для этого мы сотрудничаем с профессиональными НКО и совместно разрабатываем специальные решения в области мобильной благотворительности (M-charity). В 2013 году только за девять месяцев работы программы M-charity удалось собрать 40 млн рублей на помощь подопечным нескольких благотворительных фондов. На момент выхода данного Отчета эта сумма уже составляет 120 млн, а это значит, что механизм M-charity заработал в России в полную силу и у большего количества детей появился шанс на здоровое будущее.

Являясь ответственной Компанией, мы также последовательно снижаем наше негативное воздействие на окружающую среду. В 2013 году мы внедрили ряд «зеленых» технологий на наших базовых станциях и в центрах обработки данных, которые позволили

сократить потребление энергии в некоторых случаях до 40% и значительно уменьшить выбросы парниковых газов. Разделяя эти ценности, мы транслируем эти идеи во внешнюю среду, привлекая наших клиентов, партнеров, сотрудников к участию в общественных экологических инициативах и акциях.

Такие яркие достижения – это всегда заслуга отличной команды специалистов. В 2013 году мы значительно усилили ее с точки зрения экспертных и управленческих компетенций. В 2014 году мы планируем изменить систему мотивации и ключевых показателей эффективности сотрудников практически всех функциональных подразделений. В основу оценки будет положена удовлетворенность клиента вместо формального выполнения внутренних показателей.

Мы рады, что с нами сейчас 56,5 млн абонентов. Мы благодарны им за доверие к нашей Компании и обещаем, что с каждым годом будем стремиться сделать наше сотрудничество все более удобным и эффективным. Наша стратегия является долгосрочной, но первые результаты предпринятых мер будут заметны уже в 2014 году. Последовательно и четко реализуя свою стратегию, «ВымпелКом» на своем примере сможет доказать, что интеграция клиента в операционное управление является рациональным и оправданным решением для достижения целей долгосрочного роста.

Михаил Слободин,
ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ОАО «ВЫМПЕЛКОМ»

1

0 нас

- 1.1. «ВымпелКом» сегодня
- 1.2. Анализ рынка, вызовов и возможностей
- 1.3. Стратегия
- 1.4. Стратегия корпоративной социальной ответственности
- 1.5. Взаимодействие с заинтересованными сторонами



1.1 «ВымпелКом» сегодня



ОАО «ВымпелКом» — одна из крупнейших российских телекоммуникационных компаний¹, предоставляющих интегрированные услуги мобильной и фиксированной телефонии, международной и междугородной связи, передачи данных, телематических услуг связи, доступа в Интернет на базе беспроводных и проводных решений, включая технологии оптоволоконного доступа, Wi-Fi и сети третьего и четвертого поколений.

В 1996 году ОАО «ВымпелКом» первым из российских компаний осуществило листинг на Нью-Йоркской фондовой бирже NYSE. После образования в 2010 году холдинговой компании «ВымпелКом Лтд» на нее были перерегистрированы пакеты акций ОАО «ВымпелКом» и ЗАО «Киевстар Дж.Эс.Эм.».

В 2011 году ОАО «ВымпелКом» стало частью глобального телекоммуникационного холдинга «ВымпелКом Лтд», одного из крупнейших мировых интегрированных операторов связи². Холдинг обслуживает более 219,6 млн клиентов в 17 странах мира: России, Украине, Казахстане, Узбекистане, Таджикистане, Армении, Грузии, Кыргызстане, Лаосе, Алжире, Бангладеш, Пакистане, Бурунди, Зимбабве, Централь-

ноафриканской республике, Италии и Канаде.

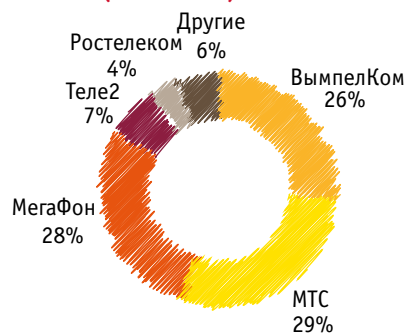
«ВымпелКом Лтд» является единственным акционером ОАО «ВымпелКом». Для целей операционного управления и подготовки отчетности в структуре «ВымпелКом Лтд» выделены пять бизнес-единиц: в России, Европе и Северной Америке, Африке и Азии, Украине и СНГ, которые отчитываются перед штаб-квартирой Компании в Амстердаме. Российская бизнес-единица — крупнейшая в Группе.

Среди клиентов ОАО «ВымпелКом» — частные лица, малые, средние и крупные предприятия, транснациональные корпорации, операторы связи. В России ОАО «ВымпелКом» осуществляет деятельность под торговой маркой «Билайн».

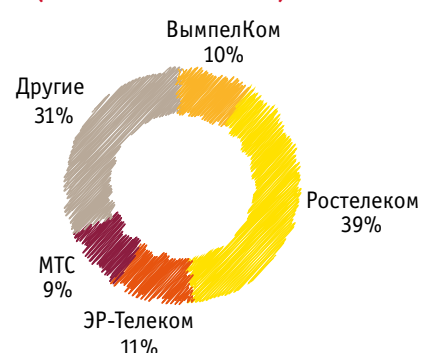
¹ ОАО «ВымпелКом» – третий по выручке оператор мобильной связи в России и четвертый по объему абонентской базы фиксированного ШПД в 2013 году (данные отчетности операторов и оценки «ВымпелКома»).

² Седьмое место в мире по количеству абонентов (оценка «ВымпелКом Лтд»).

Доля на рынке услуг мобильной связи в России (по выручке) в 2013 г., %



Доля на рынке услуг фиксированного ШПД в России (по количеству абонентов) в 2013 г., %





1.2 Анализ рынка, вызовов и возможностей



РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИНЦИПОВ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПОЗВОЛЯЕТ НАМ ОПЕРАТИВНО РЕАГИРОВАТЬ НА ИЗМЕНЕНИЕ РЫНКА И СОЦИАЛЬНОЙ СРЕДЫ И МАКСИМАЛЬНО ЭФФЕКТИВНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ ОТКРЫВАЮЩИЕСЯ ВОЗМОЖНОСТИ КАК ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА, ТАК И ДЛЯ РЕШЕНИЯ ВАЖНЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ЗАДАЧ.

В современном мире успех и долгосрочная стабильность компаний зависит как от внутренних бизнес-процессов, так и от внешней среды. Мы выявили факторы и риски внешней среды, которые оказывают значительное влияние на деятельность «ВымпелКома» в России. С одной стороны, они создают определенные ограничения при ведении бизнеса, с другой – открывают широ-

кие возможности для развития. Грамотное управление рисками и возможностями позволит нам получить дополнительные конкурентные преимущества и достичь стратегических целей. О том, какие внутренние преобразования произошли в «ВымпелКома» в 2013 году под влиянием факторов внешней среды, мы рассказываем в следующих главах Отчета.

Факторы внешней среды

УРБАНИЗАЦИЯ И НЕРАВНОМЕРНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ НА ТЕРРИТОРИИ РОССИИ

Потенциальные сложности и риски для Компании

- Значительные инвестиции в развитие сетевой инфраструктуры.
- Низкая экономическая и социальная активность людей в удаленных районах, недостаточно высокий уровень жизни из-за недоступности технологий и услуг связи.
- Низкая эффективность малого и среднего бизнеса в удаленных районах из-за недоступности технологий и услуг связи.
- Сокращение потенциального роста бизнеса за счет небольшого количества корпоративных и частных клиентов в удаленных районах.

Возможности для Компании

- Развитие сетей и расширение покрытия там, где это действительно необходимо.
- Стимулирование социально-экономического развития отдаленных и труднодоступных регионов, создание условий для развития малого и среднего бизнеса.
- Привлечение новых абонентов и закрепление лидерских позиций в данных регионах.
- Создание инфраструктуры и привлечение инвестиций (в том числе других операторов) в регионы.



Факторы внешней среды

Потенциальные сложности и риски для Компании

Возможности для Компании

РАЗВИВАЮЩИЙСЯ РЫНОК ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ УСЛУГ

- Формирующееся и изменяющееся законодательство.
- Высококонкурентный рынок.
- Снижение цен на услуги и необходимость внедрения новых технологий.
- Низкая удовлетворенность и отсутствие доверия клиентов из-за сложных и непрозрачных тарифов/услуг.

- Привлечение новых и удержание имеющихся клиентов за счет кастомизации услуг и повышения прозрачности тарифов.
- Повышение эффективности операционных расходов.
- Улучшение коммуникации и взаимодействия с органами власти, партнерами, НКО.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ЛИЧНЫХ ДАННЫХ АБОНЕНТОВ

- Подрыв доверия клиентов из-за утечек их персональных данных, как следствие, снижение объема востребованных услуг и уменьшение выручки.
- Разработка новых схем мошенничества с использованием телекоммуникационных услуг вследствие быстрого развития информационных технологий.
- Неограниченный доступ детей к нежелательному контенту в Интернете, что может стать причиной психологической травмы у ребенка и/или нанести материальный урон семье.

- Развитие партнерских отношений с участниками рынка и органами государственной власти при реализации мер по обеспечению безопасности пользователей телекоммуникационных услуг.
- Улучшение имиджа Компании за счет разработки и внедрения новых технологий, обеспечивающих как безопасность абонентов, так и повышение эффективности внутренних бизнес-процессов.
- Обеспечение защиты прав человека на доступ к информации и свободу в информационном пространстве.

ОГРАНИЧЕННАЯ ВОВЛЕЧЕННОСТЬ В АКТИВНУЮ СОЦИАЛЬНУЮ ЖИЗНЬ НАИБОЛЕЕ УЯЗВИМЫХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ОБЩЕСТВА: ЛЮДЕЙ СТАРШЕГО ПОКОЛЕНИЯ И ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ; СОЦИАЛЬНОЕ НЕРАВЕНСТВО

- Цифровое неравенство и ограниченный доступ к современным технологиям для определенных категорий людей, недостаточно высокий уровень их жизни.
- Значительное сокращение пула потенциальных клиентов как следствие невостребованности постоянно развивающихся телекоммуникационных услуг.

- Разработка специальных продуктов и услуг, а также тарифных предложений для привлечения данных категорий людей.
- Повышение качества жизни данных категорий людей.
- Расширение абонентской базы за счет привлечения новых сегментов пользователей.
- Развитие партнерских отношений с НКО, представителями органов власти и другими участниками рынка.
- Улучшение имиджа Компании.

ИЗМЕНЕНИЕ КЛИМАТА

- Рост количества чрезвычайных ситуаций и стихийных бедствий, приводящих как к негативным социальным последствиям, так и к значительному увеличению нагрузки на сетевую инфраструктуру.
- Значительный рост цен на ископаемые виды топлива и, соответственно, увеличение расходов на энергию, необходимую для обеспечения беспереывной работы телеком-оборудования.

- Обеспечение непрерывности бизнеса и его устойчивости к непредвиденным погодным условиям.
- Внедрение инновационных энергоэффективных технологий, снижающих расход топлива и уменьшающих нагрузку на окружающую среду.
- Повышение экологической сознательности местных сообществ за счет крупных информационных кампаний.



Грамотное управление рисками и возможностями позволит нам получить дополнительные конкурентные преимущества и достичь стратегических целей.

Так как «ВымпелКом» является частью глобального холдинга, он также учитывает факторы и риски, не имеющие национальных границ. В частности, изменение климата, которое, с одной стороны, оказывает косвенное влияние на деятельность Компании через возрастающую стоимость энергоресурсов и платежей за загрязнение окружающей среды, с другой – напрямую влияет на условия жизни населения и возможности ведения бизнеса в регионах возникновения стихийных бедствий.

1.3 Стратегия



В конце 2013 года «ВымпелКом» принял новую бизнес-стратегию «Просто. Удобно. Для тебя», рассчитанную на три года и направленную на изменение образа Компании в глазах пользователей. Она основана на потребностях и ожиданиях абонентов, а также на детальном анализе их пользовательского опыта и обратной связи.

Стратегия включает ряд целей по построению клиентоориентированной модели бизнеса: повышение операционной эффективности и эффективности капитала, оптимизацию структуры доходов, рост качества услуг и технологическое развитие. Положительный эффект от предпринятых мер ожидается в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Мы выделили четыре направления улучшений, которые позволят Компании восстановить положение на рынке телекоммуникационных услуг и вернуть доверие клиентов, став «самым любимым оператором» в России:

- качество связи;
- удобный клиентский сервис;
- выгодные тарифы и услуги;
- прозрачность списаний, корректность уведомлений и спам.

Для поиска наиболее эффективных путей достижения стратегических целей, а также обмена идеями и планами по развитию Компании был разработан специальный документ «Белая книга». В ней обозначены ключевые принципы нового курса «ВымпелКома», сформулированные по итогам анализа клиентского опыта и результатов обратной связи.

Новая стратегия позволит в 2014 году стабилизировать рыночные позиции и создать основу для роста в 2014–2015 гг. Она предусматривает кардинальное изменение подходов к постановке целей, ведению бизнеса и общению с клиентами, а также долгосрочные инвестиции в развитие Компании и создание принципиально новой бизнес-модели.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Мы уже значительно приблизились к достижению основных целей, о чем свидетельствуют результаты работы в 2013 году:

Направление	Достижения в 2013 году	Планы на 2014 год	Быстрая ссылка
Качество связи	<ul style="list-style-type: none"> • Расширение зоны покрытия: количество базовых станций 3G в России – 26 070. • Запуск сетей нового поколения LTE в Москве и еще шести регионах. • Включение результатов исследований удовлетворенности клиентов в планирование совершенствования сети. 	<ul style="list-style-type: none"> • Значительные инвестиции в строительство сетевой инфраструктуры для улучшения качества связи и расширения зоны покрытия. • Увеличение количества базовых станций 3G до 26 600. • Запуск сетей 4G/LTE на 50 территориях к концу года. 	стр. 24



Направление	Достижения в 2013 году	Планы на 2014 год	Быстрая ссылка
УДОБНЫЙ КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС	<ul style="list-style-type: none"> Запуск системы NPS. Обновление Личного кабинета. Запуск нового сайта www.beeline.ru. Внедрение системных мер по борьбе со спамом. Расширение собственной монобрендовой сети до 1240 офисов по России. Запуск объединенного центра обслуживания (ОЦО) в Ярославле. 	<ul style="list-style-type: none"> Дальнейшее увеличение количества собственных офисов продаж. Запуск услуги «Обратный звонок». Запуск мобильного приложения «Мой Билайн» на iOS и Android. Введение нового регламента взаимодействия с контент-провайдерами. Разработка комплексного решения по защите от DDoS-атак. 	стр. 17
ТАРИФЫ И УСЛУГИ	<ul style="list-style-type: none"> Пересмотр подхода к тарифообразованию и запуск новой тарифной линейки. Развитие партнерских отношений в сфере инновационных технологий (совместно с Альфа-Банком и MasterCard), разработки контентных сервисов (совместно с Google Play, Facebook и Википедией). 	<ul style="list-style-type: none"> Разработка и запуск пакетных предложений для различных ценовых сегментов. Упрощение роуминговых предложений. Развитие мобильных финансовых услуг (увеличение пользователей до 5 млн и выручки на 40%). Дальнейшее развитие партнерства в сфере мобильных платежей. 	стр. 29 стр. 33
ПРОЗРАЧНОСТЬ СПИСАНИЙ, КОРРЕКТНОСТЬ УВЕДОМЛЕНИЙ И СПАМ	<ul style="list-style-type: none"> Пересмотр подхода к раскрытию информации о тарификации для клиентов, в том числе в Личном кабинете; Внедрение системы SMS-информирования перед покупкой 80% услуг, предоставляемых контент-провайдерами. Дополнительные услуги по обеспечению безопасности абонентов, в том числе разработка антивирусных приложений. 	<ul style="list-style-type: none"> Внедрение понятной и легко доступной детализации расходов абонентов, в которой представлены финансовые отчеты и аналитика по всем транзакциям. Значительное сокращение количества спама – до 0,5 SMS в месяц. Запуск системы информирования об остатке средств на счете. 	стр. 24 стр. 29



Новая стратегия позволит в 2014 году стабилизировать рыночные позиции и создать основу для роста в 2014–2015 гг.



1.4 Стратегия корпоративной социальной ответственности



В 2011 году была утверждена Стратегия в области корпоративной социальной ответственности «ВымпелКома». Она направлена на успешную интеграцию принципов КСО в операционную деятельность и бизнес-стратегию Компании с целью обеспечения оптимального баланса интересов всех сторон – клиентов, сотрудников, акционеров и общества в целом.

Стратегия КСО определяет ключевые области воздействия, принципы корпоративной социальной ответственности и направления деятельности. Она соответствует глобальным принципам и направлениям КСО «ВымпелКом Лтд», а также принципам Глобального договора ООН, к которому «ВымпелКом Лтд» присоединился в 2013 году.

Стратегия КСО «ВымпелКома» способствует:

- снижению репутационных и операционных рисков;
- сокращению операционных издержек, в том числе за счет экономии энергоресурсов;

- разработке инновационных продуктовых и сервисных предложений;
- созданию благоприятных внешних условий для развития бизнеса;
- обеспечению устойчивости бизнеса и реализации долгосрочных планов.

Общие вопросы управления корпоративной социальной ответственностью Компании, координация проектов и выстраивание коммуникаций в этой области находятся в ведении Отдела КСО «ВымпелКома», входящего в состав Департамента внешних коммуникаций. Текущая деятельность по функциональным направлениям осуществляется ответственными структурными подразделениями Компании.

Ключевые направления стратегии КСО

Технологии,
меняющие мир



Разработка и предоставление продуктов и услуг, помогающих в решении важных социальных вопросов.

Сотрудники



Инвестиции в развитие персонала, создание равных возможностей, предоставление комфортных условий труда, помощь и забота.

Защита окружающей
среды



Внедрение «зеленых» технологий, повышение осведомленности и привлечение внимания клиентов и общества к вопросам экологической ответственности.

1.5 Взаимодействие с заинтересованными сторонами



Наш приоритет — построение долгосрочных взаимоотношений, основанных на доверии, честности и открытости. Это необходимое условие для решения поставленных стратегических задач и развития Компании. Постоянный диалог позволяет нам лучше понимать и объективнее оценивать условия ведения бизнеса, грамотно расставлять приоритеты и выстраивать эффективное взаимодействие между бизнесом и обществом.

Мы принимаем во внимание потребности наших ключевых групп заинтересованных сторон при формировании стратегических целей и ключевых показателей эффективности (КПЭ) развития бизнеса. Например, удовлетворенность абонентов качеством сервиса – один из КПЭ высшего руководства «ВымпелКома», он учитывается при расчете вознаграждений. В 2013 году мы пересмотрели подходы к взаи-

модействию с ключевыми группами заинтересованных сторон, направили усилия на более активный диалог с ними и значительное повышение прозрачности деятельности Компании. Мы намерены и дальше интенсивно работать в этом направлении, а также совершенствовать механизмы обратной связи, позволяющие учитывать «голос» заинтересованных сторон в процессе принятия управленческих решений.

СИСТЕМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ «ВЫМПЕЛКОМА» С ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМИ СТОРОНАМИ¹

Заинтересованные стороны	Ключевые вопросы и темы взаимодействия	Ключевые каналы взаимодействия	Ссылка на раздел/страницу Отчета
Клиенты	<ul style="list-style-type: none"> • Улучшение качества связи, повышение скорости мобильного Интернета и расширение покрытия. • Бесперебойное обеспечение связи. • Отсутствие спама. • Упрощение взаимодействия и ускорение реагирования. • Повышение прозрачности тарифов и предложение более выгодных условий. 	<ul style="list-style-type: none"> • Обновленный веб-сайт². • Блог Генерального директора в «Живом журнале». • Новый Личный кабинет. • Ежемесячные интервью в рамках исследования Net Promoter Score. • Колл-центры и точки продаж. • Маркетинговые и рекламные мероприятия и общения. • Пресс-релизы. • Присутствие специалистов службы поддержки в социальных сетях. 	Ответственное ведение бизнеса

¹ ◦ – Новый канал взаимодействия, появившийся в 2013 году.

² www.beeline.ru; www.vimpelcom.com/#Investor-relations/.



Заинтересованные стороны	Ключевые вопросы и темы взаимодействия	Ключевые каналы взаимодействия	Ссылка на раздел/страницу Отчета
СОТРУДНИКИ	<ul style="list-style-type: none"> • Возможности карьерного роста и профессиональной самореализации. • Доступ к обучению и программам повышения квалификации. • Прозрачная система вознаграждения. • Наличие социальных гарантий. • Возможность участвовать в процессе управления Компанией. 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ «Боевой листок» Генерального директора. ◦ Блог Генерального директора в «Живом журнале». • Личные встречи с руководителями. • Исследование уровня вовлеченности и корпоративной культуры. • Интранет-портал. • Электронные рассылки. • Корпоративный журнал Beelife. • Внутрикорпоративные мероприятия, конкурсы и награды. • Волонтерские акции. 	Ответственное ведение бизнеса
АКЦИОНЕР	<ul style="list-style-type: none"> • Реализация стратегии и выполнение поставленных целей. • Укрепление позиций на рынке. • Повышение экономической и операционной эффективности. • Повышение прозрачности деятельности. • Приверженность принципам ответственного ведения бизнеса. 	<ul style="list-style-type: none"> • Встречи, конференц-звонки. • Общее собрание акционеров. • Презентации для инвесторов. • Веб-сайт. • Финансовая отчетность. • Годовой отчет. 	История Компании
ДЕЛОВЫЕ ПАРТНЕРЫ	<ul style="list-style-type: none"> • Построение честных и открытых взаимоотношений. • Сохранение стабильной клиентской базы. • Упрощение взаимодействия и ускорение реагирования. 	<ul style="list-style-type: none"> • Встречи, конференции. • Деловые объединения и отраслевые ассоциации. • Пресс-релизы. • Финансовая отчетность. • Годовой отчет. 	Услуги для общества и поддержка инноваций
ОРГАНЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ	<ul style="list-style-type: none"> • Соблюдение лицензионных и законодательных требований. • Участие в законотворческих инициативах. • Повышение качества услуг связи. • Обеспечение честной конкуренции. • Расширение покрытия сетью. • Реализация партнерских программ в сфере решения социальных проблем регионов. 	<ul style="list-style-type: none"> • Участие в комиссиях и рабочих группах по законодательной деятельности. • Отраслевые конференции и совещания в соответствующих министерствах. • Официальные заявления и письма. • Годовой отчет. 	Информационная безопасность клиентов
СООБЩЕСТВА	<ul style="list-style-type: none"> • Улучшение доступа к услугам связи и ее бесперебойное обеспечение. • Минимизация вредного воздействия оборудования на жизнь и здоровье людей. • Предоставление доступа к мобильным сервисам (банковские и др. услуги). • Создание услуг и сервисов для решения важных социальных задач, в том числе адаптации людей с ограниченными возможностями. 	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Блог Генерального директора в «Живом журнале». • Веб-сайт. • Волонтерские акции. • Техническая и экспертная поддержка некоммерческих организаций и фондов. • Официальные партнерства с НКО. • Встречи, семинары, конференции. • Пресс-релизы. • Отчет в области КСО и годовой отчет. 	Услуги для общества и поддержка инноваций Социальные инвестиции

2

Ответственное ведение бизнеса

- 2.1. Качество связи
- 2.2. Качество обслуживания
- 2.3. Информационная безопасность клиентов
- 2.4. Информационная прозрачность и маркетинговые коммуникации





Наш приоритет – создание и разработка услуг, отвечающих потребностям разных групп клиентов независимо от их финансовых и физических возможностей, технологической грамотности и местонахождения. Постоянный диалог и взаимодействие позволяют нам улучшать качество и функциональность важных для общества продуктов и сервисов, а также развивать эффективные партнерские отношения в сфере инновационных технологий.

При построении клиентоориентированной модели бизнеса мы решаем следующие задачи:

- направление значительных инвестиций в развитие сетевой инфраструктуры и расширение высокоскоростных сетей нового поколения для обеспечения высокого качества и бесперебойной работы связи;
- получение оперативной обратной связи от клиентов и на ее основе реализация масштабных проектов по повышению качества обслуживания;
- внедрение современных технологий для обеспечения безопасности личных данных клиентов, борьбы с мошенничеством и спамом, а также защиты детей от нежелательного контента;
- повышение эффективности маркетинговых коммуникаций за счет обеспечения прозрачности тарификации, а также непосредственного взаимодействия с клиентами в ходе масштабных спонсорских проектов.

2.1 Качество связи



Качество услуг связи относится к числу наших приоритетов. Поэтому мы активно инвестируем в строительство сетевой инфраструктуры и внедряем технологические решения, позволяющие увеличивать пропускную способность сетей при одновременном сокращении негативного влияния на окружающую среду.

Капитальные вложения «ВымпелКома» направлены на повышение качества услуг мобильной голосовой связи: обеспечение непрерывности разговоров и расширение зоны приема. Компания также инвестирует в улучшение качества услуг мобильного широкополосного доступа в Интернет, это позволяет увеличивать скорость и территорию покрытия. Приоритетными с точки зрения развития сетевой инфраструктуры являются удаленные и малонаселенные регионы России, а также районы с большой плотностью населения, где нагрузки на сеть особенно велики.

Строительство инфраструктуры в экстремальных климатических условиях – сложная и зачастую экономически невыгодная задача, однако «ВымпелКом» видит в этом социальную миссию оператора. Благодаря усилиям Компании несколько десятков отдаленных населенных пунктов на территории Якутии, Приморского края, Республики Алтай, Чукотки, Камчатского края, Еврейской автономной области и Усть-Ордынского Бурятского автономного округа (УОБАО) Иркутской области впервые попали в зону покрытия мобильной сети. В частности, в рамках програм-

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДОСТУПА К МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ В ЯКУТИИ



К концу 2013 года связью было обеспечено свыше 300 населенных пунктов Якутии, из них более 150 поселков, где «ВымпелКом» стал первым оператором сотовой связи. Работа в условиях вечной мерзлоты потребовала использования особых технологий. Летом температура воздуха в Якутии может достигать высоких значений, что приводит к оттаиванию грунта под фундаментами базовых станций и создает угрозу для их функционирования. Для предотвращения этой угрозы были использованы сезоннодействующие охлаждающие устройства (СОУ) – это герметичные конструкции, заправленные хладагентом. Такое оборудование установлено в фундаментах 19 наиболее сложных объектов связи «ВымпелКома» в республике, что обеспечивает их круглогодичную надежную работу. В настоящее время связь «Билайн» в Якутии поддерживают более 450 базовых станций 3G и GSM. В зоне покрытия сети Компании находится 97% жителей республики.



мы нашего сотрудничества с Правительством Хабаровского края мобильная связь впервые появилась в пострадавшем от наводнения поселке Тахта и отдаленном поселке Кукане.

На сегодняшний день в России насчитывается более 6,7 тысячи населенных пунктов численностью свыше 500 человек, в которых отсутствует доступ в Интернет. В 2013 году мы завершили ряд проектов, направленных на обеспечение доступом в Интернет отдаленных районов Хабаровского края, Республики Алтай, Алтайского края, Тульской области и других регионов страны.

РАСШИРЕНИЕ МАГИСТРАЛЬНОЙ СЕТИ

В 2013 году мы завершили строительство кольцевых магистральных линий на Кавказе, Урале и в Сибири, которые будут поддерживать сети LTE (4G) и позволят удовлетворить постоянно растущий спрос на услуги мобильного широкополосного доступа в Интернет. Для обеспечения пропускания растущих объемов интернет-трафика в мобильной и фиксированной сети идет строительство волоконно-оптической линии связи (ВОЛС) Хабаровск – Владивосток общей протяженностью более 950 км. До 2015 года мы планируем охватить собственными магистральными линиями

всю территорию Восточной Сибири и Дальнего Востока.

РАЗВИТИЕ СЕТЕЙ 3G

На фоне активного распространения смартфонов, пользователи которых составляют 25% абонентов¹ «ВымпелКома», расширение покрытия сетей 3G и LTE является одним из приоритетных направлений.

Всего в 2013 году количество 3G базовых станций возросло более чем на 40% по сравнению с 2012 годом и достигло 26,1 тысячи. В Москве этот показатель увеличился до 4,9 тысячи, что обеспечило 190%-ный рост по сравнению с 2012 годом. В целом в отчетном периоде общее количество базовых станций, включая 2G, 3G и 4G, составило 68,3 тысячи.

При этом Компания стремится обеспечить высокую пропускную способность сетей и скорость передачи данных: в 2013 году они выросли в 2 и 1,3 раза соответственно по сравнению с 2012 годом. В 2 раза вырос объем мобильного трафика, а у пользователей смартфонов – в 3 раза. Среди российских телеком-операторов «ВымпелКом» вышел на первое место по скорости мобильного Интернета в сетях 3G в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге и Калининграде².

¹ www.interfax.ru/374322.

² Исследование качества услуг на рынке мобильной связи Московского региона. ООО «ДМТ», 2012–2013. dmtel.ru/CMS/_files/1813.pdf.



LTE обеспечивает скорость передачи данных до 73 Мбит/с, значительно повышая удобство и эффективность использования мобильных и интернет-услуг.

Для увеличения скорости передачи данных более 80% 3G базовых станций в стратегических регионах были подключены к высокоскоростным каналам, поддерживающим технологию HSPA+. Эта технология увеличивает максимально возможную скорость передачи данных до 21 Мбит/с. В Москве «ВымпелКом» начал внедрение технологии HSPA+ с двойной несущей (Dual Carrier), которая позволяет увеличить максимально возможную скорость передачи данных до 42 Мбит/с.

РАЗВИТИЕ СЕТЕЙ LTE

Строительство сети нового поколения – LTE является новым направлением развития телеком-индустрии и общемировой тенденцией, причем Россия лидирует по скорости строительства таких сетей. LTE обеспечивает скорость передачи данных до 73 Мбит/с, значительно повышая удобство и эффективность использования мобильных и интернет-услуг. Так, фильмы и музыка с мобильного устройства, подключенного к сети LTE, скачиваются в 3–3,5 раза быстрее, чем с устройства, подключенного к 3G. Сей-

час перед Компанией и другими участниками рынка стоит ряд комплексных задач по внедрению LTE в России: от непосредственного развертывания сети до разработки маркетинговой стратегии и стратегии ценообразования, а также позиционирования LTE-тарифов в рамках существующей продуктовой линейки.

27 мая 2013 года «ВымпелКом» запустил сеть LTE в Москве, а к концу 2013 года в соответствии с лицензионными требованиями – еще в шести регионах: Астраханской и Калининградской областях, Адыгее, Калмыкии и Ингушетии, Республике Алтай. Причем в зоне покрытия находятся все высшие и средние учебные заведения в городах с населением свыше 50 тысяч человек. В ближайших планах – активное расширение сети LTE в Московской области и ее запуск в десятках городов, включая Санкт-Петербург, Ростов-на-Дону, Ставрополь, Казань и другие. Это будет способствовать значительному улучшению пользовательского опыта и обеспечит возможности для создания новых продуктов.

ИНЦИДЕНТ С ТЕХНИЧЕСКИМ СБОЕМ В СЕТИ



Один из ключевых принципов работы «ВымпелКома» заключается в том, чтобы незамедлительно реагировать на инциденты, связанные со сбоями в сети. Наша задача – как можно скорее урегулировать ситуацию, восстановить связь и минимизировать последствия таких происшествий для абонентов.

Утром 15 ноября 2013 года в сети «ВымпелКома» в Московском регионе произошел инцидент, вследствие которого некоторые абоненты на севере, северо-востоке и северо-западе Москвы и Московской области (территория между Ярославским и Новорижским шоссе) испытывали сложности с доступом к услугам мобильной связи. Технические специалисты «ВымпелКома» незамедлительно приступили к восстановительным работам, и к 21:00 того же дня доступ к сервисам голосовой связи и SMS был полностью восстановлен.

Для сохранения связи во время инцидента мы подключили для абонентов межсетевой роуминг в сетях «МТС» и «МегаФон», и проинформировали их об этом с помощью рассылки сообщений, а также через сайт «Билайна» и официальные аккаунты Компании в социальных сетях.

Мы принесли извинения всем нашим абонентам в Московском регионе и в качестве компенсации предоставили бесплатное общение внутри местной сети «Билайн» в воскресенье 17 ноября, о чем дополнительно проинформировали через SMS-рассылку.

Мы понимаем, как важна для абонентов «ВымпелКома» стабильность и надежность связи. И стремимся сохранить их доверие, реализуя комплекс мер по предотвращению и своевременному реагированию на чрезвычайные ситуации.

2.2 Качество обслуживания



Гармоничные взаимоотношения, открытый диалог, понимание потребностей и постоянная обратная связь – вот тот базис, на котором «ВымпелКом» строит модель клиентоориентированного бизнеса.



Абонента, обратившегося по поводу той или иной проблемы, отдельно информируют о ее устранении.

Активный диалог с клиентами

В приоритете новой стратегии – клиент, его опыт, потребности и эмоциональный комфорт при общении с оператором. Для активного мониторинга этих показателей, а также «болевых точек», которые больше всего беспокоят клиентов Компании, используются несколько основных инструментов:

Наш показатель сервиса

В октябре 2013 года «ВымпелКом» запустил систему сбора и обработки обратной связи от абонентов, основанную на принципе Net Promoter System (NPS) и направленную на улучшение клиентского опыта. Достижение высокого показателя NPS является для Компании ключевым стратегическим индикатором результативности.

В рамках исследования проводится SMS-опрос. Клиенту предлагается оценить готовность рекомендовать Компанию своим друзьям и близким на основании последнего контакта с «ВымпелКомом» по шкале от 0 до 10. Система сбора обратной связи работает по всей России. Участие в SMS-опросе бесплатное, если клиент находится на территории РФ. Сообщения от «ВымпелКома» содержат 3–4 последо-

вательных вопроса. Клиенты могут сообщить о проблемах, с которыми сталкиваются, и высказать пожелания. Вся обратная связь от абонентов поступает в режиме реального времени как в службы, отвечающие за конкретный запрос, так и вышестоящим руководителям вплоть до генерального директора.

На основе полученной информации решаются вопросы конкретных клиентов и предлагаются структурные инициативы, направленные на ликвидацию системных проблем. Абонента, обратившегося по поводу той или иной проблемы, отдельно информируют о ее устранении. В 2013 году новая система обратной связи прошла тестирование в трех регионах России, а в 2014 году состоялся ее полномасштабный запуск.

«Путешествие с клиентом»

В апреле 2013 года «ВымпелКом» запустил в Московском регионе пилотный проект «Путешествие с клиентом» (Customer Journey), в ходе которого сотрудники Блока по клиентскому опыту прошли стандартный путь абонента от выбора оператора до тестирования модуля обслуживания. Тестирование позволило нам понять, насколько Компания соответству-



За 2013 год количество собственных офисов увеличилось более чем в 3 раза и составило 1238.

ет клиентским ожиданиям при выборе продуктов и услуг, насколько высок уровень обслуживания после подключения/покупки продуктов, а также какие преимущества и области для развития есть у нас по сравнению с конкурентами. Весной 2014 года был перестроен процесс запуска продуктов и услуг на рынок, в частности, usability-исследования и тестирование стали его обязательными этапами.

Стандартные исследования удовлетворенности клиентов

«ВымпелКом» также получает от абонентов обратную связь в Центрах поддержки клиентов и офисах продаж, в социальных медиа, в ходе маркетинговых и TRI*M Index-исследований. Показатели, характеризующие степень удовлетворенности клиентов во всех точках взаимодействия с Компанией, и их значимость для абонентов отслеживаются на уровне России и регионов, а также ключевых филиалов. Эта работа позволяет ежегодно определять рыночные позиции «ВымпелКома» в области клиентского опыта, выделять области для улучшений и обновлять банк инициатив по его совершенствованию.

Вовлечение сотрудников «ВымпелКома» в процесс улучшения качества продуктов и услуг

С 2005 года Компания реализует программу «Безупречный „Билайн“», позволяющую сотрудникам заявить о проблемах в обслуживании, с которыми столкнулись они сами или их знакомые абоненты «ВымпелКома», и предложить идеи, направленные на повышение удовлетворенности клиентов. В среднем в каждом квартале поступает около 300 различных сообщений. Помимо этого, в 2013 году в Компании стартовало два новых проекта, в частности была внедрена единая система «Территория идей» по сбору и обработке предложений от сотрудников, а также реализован

проект, в рамках которого часть персонала была временно переведена на клиентские тарифы. Это позволило нам посмотреть на Компанию глазами клиентов и предпринять меры по улучшению качества продуктов и сервисов.

Повышение качества обслуживания

«ВымпелКом» постоянно работает над повышением уровня сервиса в каждой точке обслуживания. Это стало особенно актуальным в связи с введением в декабре 2013 года услуги переносимости номеров MNP¹.

В мае 2012 года мы создали Дирекцию по клиентскому опыту, которая уже в 2013 году получила статус блока. Первоначально в функции Блока по клиентскому опыту входил анализ показателей удовлетворенности клиентов и координация кросс-функциональных инициатив. С течением времени появились новые задачи, такие как выстраивание приоритетов при распределении инвестиционных ресурсов Компании с точки зрения их влияния на удовлетворенность и лояльность ключевых групп абонентов, а также вовлечение сотрудников всех уровней в программу по работе с клиентским опытом.

Стратегические задачи, направленные на улучшение клиентского опыта:

- развитие собственной монобрендовой сети;
- развитие онлайн-каналов самообслуживания клиентов;
- совершенствование управления абонентской базой (СВМ);
- повышение лояльности клиентов;
- повышение прозрачности и упрощение всех процедур, напрямую связанных с удобством клиентов, а также временем их обслуживания.

Развитие собственной монобрендовой сети

Монобрендовая сеть «ВымпелКома» – это ключевая точка взаимодействия с клиентом.

Для направления претензий клиенты «ВымпелКома» могут выбрать любой удобный канал:

- колл-центр;
- электронную почту (e-mail);
- офис (личный визит либо письмо);
- Личный кабинет;
- авторизованные аккаунты (профили) Компании в социальных сетях.

Конкурс «ИННОВАЦИИ В ДЕЙСТВИИ»



Конкурс «Инновации в действии» побуждает сотрудников Компании предлагать идеи по повышению качества обслуживания клиентов. Победители определяются в трех номинациях: «Бриллиантовая идея», «Золотая идея» и «Мастер-идея». Первый конкурс состоялся осенью 2004 года, и с тех пор он проводится ежегодно с сентября по декабрь. За 9 лет в разных номинациях было представлено 570 идей. На внутреннем портале «ВымпелКома» сформирован единый каталог внедренных идей, где хранятся описания всех инноваций и лучших практик.

¹ MNP (англ. Mobile Number Portability) – переносимость номеров мобильных телефонов, возможность для абонента сохранить его телефонный номер после смены поставщика услуг связи.

За 2013 год количество собственных офисов увеличилось более чем в 3 раза и составило 1238. Одновременно с расширением собственной розничной сети мы ставим задачу сделать ее одной из самых эффективных на российском рынке.

Для повышения эффективности офисов мы реализуем следующие мероприятия:

- **Внедрение электронных очередей.** В 2013 году начато поэтапное оснащение салонов связи «ВымпелКома» системами электронных очередей. К концу года нововведение было внедрено в 189 офисах по всей России, из них 68 в Москве и Московской области, а также 122 в регионах.
- **Продвижение инструментов самообслуживания клиентов в офисах продаж.** В нескольких салонах Москвы был запущен пилотный проект по обучению клиентов методам самообслуживания через touchscreen-терминалы и планшеты.
- **Повышение квалификации сотрудников.** Для сокращения времени обслуживания клиентов в офисах «ВымпелКома» с 2013 года все консультанты Компании регулярно проходят обучение, а затем тестирование на знание абонентских процедур, продуктов и услуг.
- **Продление времени работы офисов обслуживания и продаж.** В сентябре 2013 года «ВымпелКом» открыл круглосуточный центр обслуживания в центральном офисе «Маяковская» (ул. 1-я Тверская-Ямская, д. 2, стр. 1) и перевел более 120 офисов обслуживания

и продаж Московского региона на 12-часовой режим работы в будние дни.

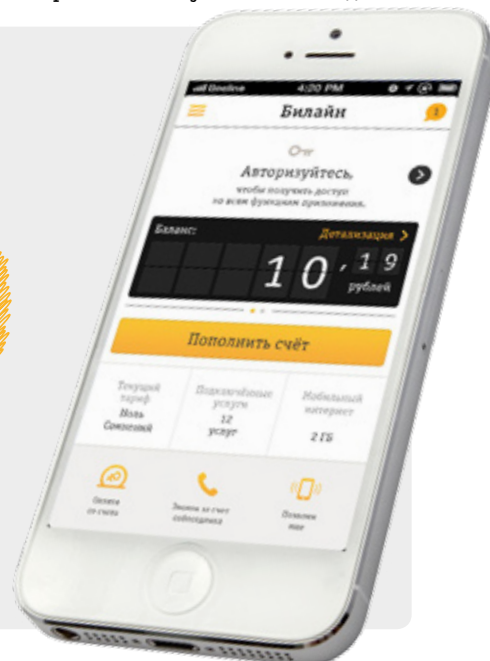
Основной тенденцией дальнейшего развития розничной сети продаж в 2014 году будет являться качественное улучшение действующей сети, в том числе путем релокации существующих офисов, а также расширение сети за счет увеличения франчайзинговых салонов и брендированных модулей.

Построение функциональной сервисной системы интернет-обслуживания – одна из приоритетных задач, поэтому мы активно расширяем эти каналы и переводим их на мобильные устройства. В 2013 году было разработано мобильное приложение для различных операционных систем, и уже весной 2014 года клиенты «ВымпелКома» получили сервисное мобильное приложение для iOS и Android как на смартфонах, так и на планшетах. Приложение выполняет все основные функции обслуживания и значительно упрощает решение таких задач, как контроль баланса, подключение/отключение услуг, получение информации о тарифах и переход на новый тариф, подключение роуминговых опций, онлайн-оплата счета, оперативный поиск ближайших точек продаж, а также возможность проводить операции не только со своим счетом, но и со счетами членов семьи.

Развитие онлайн-каналов самообслуживания клиентов

Развитие каналов удаленного самообслуживания позволяет сократить время, которое абонент тратит на получение необходимой

Количество зарегистрированных пользователей Личного кабинета





Построение функциональной сервисной системы интернет-обслуживания – одна из приоритетных задач, поэтому мы активно расширяем эти каналы и переводим их на мобильные устройства.

для него информации или проведение операций по счету и тарифному плану. Среди ключевых реализованных инициатив:

- **Запуск нового Личного кабинета.** В середине июня 2013 года мы запустили более совершенный и удобный Личный кабинет. Количество пользователей предыдущей версии Личного кабинета, действовавшей до июня 2013 года, составляло порядка 60 тысяч, а к концу 2013 года этот показатель увеличился до 4,9 млн абонентов. К середине 2014 года количество пользователей, оценивших удобство Личного кабинета «Билайна», выросло до 12 млн.
- **Запуск нового сайта «ВымпелКома».** В 2013 году мы запустили новый сайт для наших клиентов, его отличает большая клиентоориентированность и простота навигации. В 2014–2015 годах мы планируем адаптировать его для людей с ограниченными возможностями по зрению и нарушениями опорно-двигательного аппарата.

Совершенствование управления абонентской базой (СВМ)

С насыщением рынка мобильной связи меняются приоритеты бизнеса: акцент переносится с привлечения новых абонентов на работу с уже существующими клиентами. Мы ставим на первое место индивидуальный подход к каждому из них, для чего активно развиваем стратегическое направление СВМ (Customer Base Management – управление абонентской базой).

В 2012–2013 гг. в рамках СВМ было запущено три ключевых проекта:

- **Единая политика контактирования.** В марте 2013 года была внедрена единая политика контактирования: теперь «ВымпелКом» может ежемесячно отправлять клиенту не больше четырех SMS и делать не более одного звонка, а привлекать к участию в исследованиях

– не чаще раза в квартал. Этот принцип позволяет нам вести с клиентом сбалансированный диалог наиболее предпочтительным для него способом.

- **Внедрение проекта Inbound Next Best Action.** В августе 2013 года был запущен проект Inbound Next Best Action (INBA). Как только клиент сообщает в офис или колл-центр о своей проблеме, система СВМ за доли секунд анализирует детальную информацию о нем, причины обращения, вероятность принять предложение, его значимость для клиента. В итоге абонент получает индивидуальное предложение, полностью соответствующее текущим требованиям. При реализации проекта мы провели значительную работу по улучшению кросс-функционального взаимодействия между сотрудниками разных подразделений. Сейчас INBA работает во всех офисах и колл-центрах «ВымпелКома».
- **Упрощение структуры автоматизированной справочной системы (IVR).** В начале 2013 года была упрощена структура IVR, в результате значительно сократилось время обработки типовых сценариев – подключение/отключение услуг, информирование о тарифном плане и его изменение.

Повышение лояльности клиентов

В июле 2013 года во всех регионах России была запущена новая программа лояльности для абонентов мобильной связи «Счастливое время». Ее главная особенность – в простоте и прозрачности для пользователя. Принципиально новой является схема поощрения абонента: он получает бонусы не за ежемесячные расходы на связь, а за пополнение счета. Размер поощрения связан только с абонентским стажем (длительность пользования услугами Компании). Клиенты высоко оценили удобство программы, за полгода ее участниками стали почти 1,5 млн абонентов. При долгосрочном успехе возможна адаптация программы для потребителей других услуг, в частности ШПД¹ и IPTV².

В первые девять месяцев 2014 года программой лояльности воспользовалось уже более 2,7 млн клиентов.

¹ ШПД – широкополосный или высокоскоростной доступ в Интернет.

² Internet Protocol Television – интерактивное телевидение.

2.3 Информационная безопасность клиентов



С развитием мобильных технологий с каждым годом растет опасность угроз, связанных с потерей или кражей конфиденциальной информации или персональных данных, поскольку возрастает количество мошеннических атак как на сетевую инфраструктуру операторов, так и непосредственно на мобильные устройства абонентов. Доверие наших клиентов – отправная точка для построения успешного бизнеса. Вопросы обеспечения информационной безопасности – в числе главных приоритетов для «ВымпелКом».

Для обеспечения информационной безопасности бизнеса и клиентов «ВымпелКом» развивает три направления взаимодействия:

- **Взаимодействие внутри Компании.** Будучи частью «ВымпелКом Лтд», мы сотрудничаем в области информационной безопасности со всеми компаниями Группы. Особое внимание уделяем развитию взаимодействия IT-специалистов и экспертов по информационной безопасности, так как от слаженности этих двух функций напрямую зависит эффективность защитных систем.
- **Взаимодействие с участниками рынка.** Наиболее активное сотрудничество ведется с другими операторами, имеющими сходные задачи по защите абонентов: ОАО «Мобильные ТелеСистемы» (бренд «МТС»), ОАО «МегаФон» и ОАО «Ростелеком».

- **Взаимодействие с кредитно-финансовыми учреждениями и контент-провайдерами.** Для противодействия незаконному использованию конфиденциальных данных наших клиентов мы объединяем усилия с банками и контент-провайдерами: регулярно обмениваемся информацией о возникающих IT-угрозах, принимаем согласованные меры по их устранению, совершенствуем превентивные планы и системы защиты.

БЕЗОПАСНОСТЬ ЛИЧНЫХ ДАННЫХ АБОНЕНТОВ

Стремительное развитие мобильных технологий и быстрое распространение смартфонов повышают необходимость в дополнительной защите персональных данных, которые хранятся в мобильных телефонах абонентов. Работа, связанная с обеспечени-



В интересах клиентов в 2013 году «Билайн» взял курс на полное изменение правил игры на рынке оказания услуг на коротких номерах, существенно расширив набор системных мер по предотвращению нарушений и повышению прозрачности и качества их предоставления.

ем безопасности, ведется по нескольким направлениям.

Обработка персональных данных

В 2012 году в «ВымпелКоме» была принята Политика обработки персональных данных, определяющая общие положения, связанные с правоммерностью обработки и обеспечением безопасности данных.

Для объективной оценки текущего уровня защищенности персональных данных в мае 2013 года был проведен аудит корпоративных систем на соответствие требованиям российского законодательства, в частности Федерального закона №152-ФЗ «О персональных данных», регулирующего деятельность по их обработке (использованию).

В ходе проекта был реализован ряд мероприятий:

- проведен анализ основных регламентирующих документов, технологических процессов обработки персональных данных, существующих мер и средств защиты;
- определены потенциальные зоны для усиления защиты информационных систем и проверена актуальность моделей угроз;
- описаны актуальные угрозы и выработаны рекомендации по оптимизации системы защиты данных.

В результате в 2013 году на рабочие места сотрудников «ВымпелКома» были установлены дополнительные средства контроля доступа, а также система защиты информации SecretNet.

Дополнительные услуги

Параллельно с реализацией системных мер по защите конфиденциальности личных данных мы предлагаем абонентам ряд дополнительных решений, повышающих безопасность электронного обмена данными:

- **сервис «Сейф данных»:** приложение для смартфонов на базе Android (версий 2.3 и выше). С его помощью абоненты могут сохранять личные данные и в дальнейшем восстанавливать их в случае утери или кражи телефона, а также безопасно переносить с одного устройства на другое;
- **услуга подписки на антивирусы семейства ESET NOD32** для абонентов домашнего Интернета «ВымпелКома». Сервис реализуется в партнерстве с компанией ESET – ведущим международным разработчиком антивирусного ПО, экспертом в сфере киберпреступности и защиты от компьютерных угроз;

- **антивирусное приложение «Мобильная безопасность» для смартфонов**, которое в 2014 году планируется разработать и запустить совместно с ESET. Оно представляет собой специальную версию интеллектуального решения ESET NOD32 Mobile Security для Android, и абоненты «ВымпелКома» могут бесплатно скачать его в Google Play. Приложение в режиме реального времени предотвращает заражение мобильного устройства вредоносным ПО, регулярно автоматически обновляя вирусные базы, причем плата за трафик обновлений не взимается;

- **сервис «Мобильный под защитой»** включает страхование мобильного устройства от широкого спектра рисков: кражи, грабежа, негарантийной поломки, повреждения водой, а также многих видов механических повреждений. В услугу входит оформление необходимых документов и доставка нового телефона клиенту.

БОРЬБА С МОШЕННИЧЕСТВОМ

Одной из наиболее сложных проблем современного рынка связи является борьба с мобильным мошенничеством, цель которого – доступ к персональным данным и мобильным счетам абонентов. В ходе борьбы с мошенническими схемами «ВымпелКом» не только укрепляет собственные системы безопасности, но и регулярно информирует абонентов о существующих и новых угрозах, а также разрабатывает специальные дополнительные сервисы защиты.

Борьба с недобросовестным оказанием услуг, предоставляемых контент-провайдерами на коротких номерах

Вместе с запуском новой стратегии «Просто. Удобно. Для тебя» «ВымпелКом» существенно расширил набор системных мер по реализации масштабной программы по повышению качества предоставления контент-провайдерами услуг на коротких номерах.

Непрозрачность услуг, предоставляемых контент-провайдерами на коротких номерах, на протяжении многих лет была и для клиентов некоторых операторов продолжает оставаться одной из наиболее болезненных тем при пользовании услугами связи. Часто происходят непонятные и неожиданные списания с мобильного счета, внезапные подключения сервисов, появляются вирусы, отравляющие платные SMS на короткие номера.



С 2011 года «ВымпелКом» активно реализует просветительскую и образовательную программу «Безопасный „Билайн“», призванную знакомить пользователей мобильной связи и интернет-услуг с правилами безопасности.

В 2013 году «Билайн» взял курс на полное изменение правил игры на этом рынке в интересах клиентов. Поэтому в фокусе наших усилий – масштабные изменения в блоке услуг, предоставляемых контент-провайдерами: прозрачность информирования, понятность уведомлений, корректность списаний, контроль и простота подключения услуг и отказа от них. Комплекс мер, реализуемых в данном направлении, включает в себя:

- **запуск системы «360 градусов»**, позволяющей выявлять и блокировать недобросовестный или мошеннический трафик. Первыми этапами стало совершенствование процедуры мониторинга трафика, а также запуск системы двойного информирования абонента о стоимости услуги, возможности ее отключения, контактах провайдера до и после активации web-подписки – такой механизм используется теперь при подключении более 80% сервисов на коротких номерах;
- **внедрение процедуры проверки всех транзакций абонентских операций на коротких номерах**. При активации подписки без соблюдения правил подтверждения в системах оператора услуга не тарифицируется, абоненту возвращаются средства, а с провайдером взаиморасчеты не производятся;
- **обеспечение возможности обнаружения вирусного (тройского) трафика**. В случае выявления фактов отправки платных SMS до истощения

счета абоненту «ВымпелКома» автоматически возвращаются деньги, при этом у него нет необходимости обращаться в Компанию с жалобой. За 2013 год абонентам было возвращено порядка 8 млн рублей. За период январь-май 2014 года возвраты и моральные компенсации абонентам составили порядка 30 млн рублей;

- **создание регламента работы мобильных приложений**, позволяющего упорядочить их работу и эффективно бороться с распространением вредоносного ПО. При обнаружении несоответствующего регламенту трафика, идентифицированного как вирус, абоненту автоматически возвращаются деньги, а с контент-провайдером не проводятся взаиморасчеты;
- **внедрение процедуры дополнительного подтверждения заказа сервиса контент-провайдеров**. На конец 2013 года она охватывала более 90% услуг контент-провайдеров, что позволило значительно сократить количество неправомερных или непрозрачных списаний средств со счетов клиентов.

Информирование абонентов об основных видах мошенничества

С 2011 года «ВымпелКом» активно реализует просветительскую и образовательную программу «Безопасный „Билайн“», призванную знакомить пользователей мо-

Комплексное решение по защите от DDoS-атак



В последнее время наиболее распространенным и опасным видом киберугроз стали распространенные атаки (DDoS – Distributed Denial of Service), вызывающие отказ в работе корпоративных информационных систем. Предоставляя услуги связи большому количеству корпоративных клиентов, «ВымпелКом» ведет разработку комплексной системы «Защита от DDoS-атак», которая позволит компаниям – корпоративным клиентам уберечь свои информационные ресурсы. Запуск услуги планируется в 2014 году.

Ключевые особенности комплекса «Защита от DDoS-атак»:

- начало отражения атаки через 18 секунд;
- отсутствие влияния на интернет-трафик, не содержащий DDoS-атаку;
- борьба с самым широким на рынке спектром атак;
- автоматическое создание профиля интернет-трафика ресурса и правил фильтрации вредоносного трафика;
- удобные настройки;
- самостоятельная настройка оборудования центра очистки интернет-трафика;
- уведомление о начале атаки;
- автоматическая активация/деактивация режима очистки;
- техническая поддержка «ВымпелКома» и партнера Radware в режиме 24 x 7.



В декабре 2013 года «ВымпелКом» выступил инициатором объединения усилий крупнейших SMS-агрегаторов для выработки общих мер по противодействию SMS-спаму. В рамках совместной работы был организован единый номер отписки от спама 1888, а также база данных недобросовестных распространителей SMS-рекламы.



бильной связи и интернет-услуг с правилами безопасности. Основной платформой для коммуникации является сайт safe.beeline.ru, содержащий информацию о популярных видах мобильного и интернет-мошенничества, а также рекомендации по защите.

Чтобы оперативно реагировать на новые схемы мошеннических действий, в 2013 году «ВымпелКом» запустил горячую SMS-линию с номером 007. Все абоненты могут бесплатно переадресовывать на нее сообщения, полученные с коротких номеров, включая спам-рассылки и сообщения мошеннического характера, чтобы оператор мог их проверить. За 9 месяцев 2013 года мы получили 70 тысяч сообщений, более 50 тысяч из которых – подозрение на спам. Кроме горячей линии для приема обращений на сайте www.beeline.ru была создана специальная web-форма «Пожаловаться».

Дополнительные услуги

Для обеспечения безопасности клиентов «ВымпелКом» также предлагает ряд дополнительных услуг, часть из которых бесплатные. В том числе сервис «Черно-белые списки» для ограничения подключений к услугам на коротких номерах и сервис «Легкий контроль», позволяющий бесплатно получить информацию о пяти последних платных

списаниях со счета. Также в распоряжении абонентов есть возможность использования межсетевое экрана, фильтрации контента и сетевого антивируса.

БОРЬБА СО СПАМОМ

Рынок мобильной рекламы растет ускоренными темпами, и зачастую массовые SMS-рассылки распространяются ненадлежащим образом и содержат излишнюю или даже потенциально опасную для абонентов информацию. В 2013 году «Билайн» начал реализовывать программу по ликвидации всех болевых точек, существующих в отношениях «клиент – оператор». Проблема спама – одна из них, в IV квартале 2013 года она беспокоила почти 55% абонентов. Мы поставили себе задачу радикально изменить сложившуюся ситуацию и оградить абонентов от всех тех неудобств, а зачастую и опасностей, которые в себе несут подобного рода рассылки: начиная от плохого настроения и раздражения и заканчивая вирусами, распространяемыми в том числе по ссылкам в спам-сообщениях. Для этого была намечена комплексная программа для защиты абонентов от спам-атак и других мобильных угроз. Целевые показатели при старте программы составляли допустимость доставки 0,5 спам-SMS в месяц к осени 2014 года против 12 в октябре 2013 года.



Стремясь оградить своих клиентов от спам-атак, «ВымпелКом» действует на нескольких возможных в рамках законодательства уровнях.



Стремясь оградить своих клиентов от спам-атак, «ВымпелКом» действует на нескольких возможных в рамках законодательства уровнях.

Поддержка законодательных инициатив

Мы совместно с другими операторами и партнерами по рынку стремимся урегулировать процесс массовых SMS-рассылок, в том числе за счет участия в совершенствовании законодательства РФ. По состоянию на конец 2013 года борьба с незаконными рассылками осложнялась тем, что оператор был существенно ограничен в действиях, так как согласно Федеральному закону от 07.07.2002 №126-ФЗ «О связи» он не имеет права анализировать содержание SMS и обязан доставлять все сообщения. Сейчас на рассмотрении в Министерстве связи и массовых коммуникаций РФ находится новая редакция закона, где содержится определение спама и предусмотрена возможность операторов блокировать его.

Сотрудничество с SMS-агрегаторами

Значительным шагом в борьбе со спамом стало сотрудничество «ВымпелКома» с крупнейшими игроками на рынке услуг, связанных с корпоративными SMS-рассылками. Разработка совместной программы по противодействию SMS-спаму включает создание базы данных об отправителях сообще-

ний, замеченных в распространении спама, а также подготовку общих технических и административных решений, призванных воспрепятствовать незаконным SMS-рассылкам. Формирование общей базы данных позволяет партнерам не допускать переподключения недобросовестных рекламораспространителей друг к другу, повышать качество предоставляемых клиентам услуг, а также в целом способствовать оздоровлению рынка корпоративных SMS-сервисов.

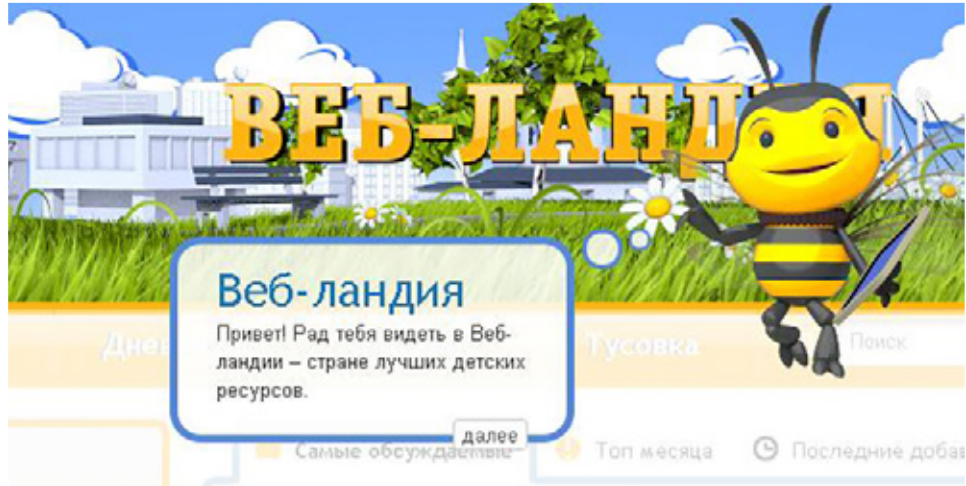
В декабре 2013 года «ВымпелКом» совместно с партнерами – SMS-агрегаторами – запустил единый номер 1888 для отписки абонентов от спама и нежелательных сообщений с коротких буквенно-цифровых номеров. Теперь клиенты могут с помощью бесплатного текстового сообщения отписаться как от рассылок, на получение которых они давали согласие (например, от торговых сетей и банков), так и от спам-рассылок, которые осуществляются с нарушением закона.

Штрафные санкции к недобросовестным контент-провайдерам

Действенная мера борьбы «ВымпелКома» со спамом и нарушениями в оказании услуг контент-провайдерами – это наложение штрафов на недобросовестных контент-провайдеров. По итогам первого полугодия 2013 года за услуги, оказанные ненадлежащим образом, «ВымпелКом» выставил контент-провайдерам штрафы на общую сум-



«ВымпелКом» первым на российском рынке стал развивать программу по безопасности Интернета для детей.



му 24 млн рублей, а возвраты абонентам за сервисы контент-провайдеров, предоставленные с нарушением процедур, составили 70 млн рублей. Причем возмещение средств осуществлялось и по факту обращения абонента, и при выявлении оператором неправомерного трафика.

Мы также достигли значительного успеха в снижении объема исходящего спама. Благодаря принятым мерам, объем спам-рассылок снизился с 82 млн SMS в период с января по сентябрь 2012 года до 2,9 млн SMS за аналогичный период 2013 года. Число обращений абонентов с вопросами об оказании услуг с привлечением контент-провайдеров на коротких номерах снизилось на 37% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года, а количество соответствующих претензий уменьшилось в 5,4 раза.

БЕЗОПАСНОСТЬ ДЕТЕЙ В ИНТЕРНЕТЕ

Все более актуальной становится проблема защиты детей от угроз в Интернете: нежелательный и зачастую опасный для детей контент, способный негативно повлиять на психологическое и социальное здоровье, вирусы, кражи паролей, персональных данных, доступ к финансовой информации семьи и другие виды угроз. В некоторых случаях онлайн-угрозы могут проявляться не только в виртуальной, но и в реальной жизни, например, предложения о встрече от неизвестных «друзей», телефонный шантаж, мошенничество, вымогательство и даже ограбление квартир или похищение другого имущества.

«ВымпелКом» первым на российском рынке стал развивать программу по безопасно-

сти Интернета для детей. Мы используем комплексный подход, сочетая технические и информационные меры, чтобы предлагаемые решения были максимально эффективными и вместе с тем не ограничивали конституционные права ребенка на получение информации. С одной стороны, «ВымпелКом» предоставляет особые виды услуг, которые помогают родителям ограничивать доступ детей к нежелательному контенту и отслеживать посещение сайтов, в частности, «Родительский контроль» и ряд дополнительных опций тарифа «Первый детский». С другой стороны, технологические решения дополняются просветительской работой. В январе 2012 года «ВымпелКом» и «Детское радио» запустили совместный проект «Уроки безопасного Интернета»: подготовлена серия из 12 образовательных радиуроков по мобильной и интернет-грамотности для детей и родителей.

Также в 2013 году был запущен детский Интернет «Билайн» – сайт-каталог лучших интернет-порталов для детей «Веб-ландия» (www.web-landia.ru). Этот проект «ВымпелКом» реализует в партнерстве с Российской детской государственной библиотекой, специалисты которой отбирают наиболее полезные, познавательные и безопасные сайты. На конец 2013 года в каталоге было более 400 интернет-ресурсов, а по итогам 2014 года данный список расширился до тысячи ресурсов. В отчетном периоде проект «Веб-ландия» был отмечен призом ежегодной программы «Лучшие социальные проекты России». Она поддерживает курс Правительства РФ на укрепление социальной политики при партнерском участии государства, общества и частного бизнеса.

2.4 Информационная прозрачность и маркетинговые коммуникации



Результаты наших исследований показывают, что прозрачность тарифов и услуг наряду с ответственным подходом к маркетинговым коммуникациям помогают «ВымпелКому» поддерживать высокий уровень лояльности клиентов. Сейчас бренд «Билайн» входит в тройку лидеров рейтинга «Самых ценных российских брендов 2013»¹. Компания намерена сделать его и самым любимым в стране.

Анализ обратной связи от абонентов с помощью системы NPS показал, что весьма существенное значение в ходе развития бизнеса имеет прозрачность и понятность тарифов. Пользователи хотят знать принципы их образования, быть в курсе списаний средств со счетов и получать своевременные, корректные уведомления об изменениях тарифов. Соответственно, фокусом маркетинговых коммуникаций Компании в 2013 и 2014 годах стала работа по оптимизации тарифной линейки, повышению прозрачности услуг, совершенствованию клиентского обслуживания и обеспечению прозрачности спонсорской деятельности.

ПРОЗРАЧНАЯ ТАРИФИКАЦИЯ

Исследования показывают, что многие абоненты сталкиваются со сложностями в понимании тарификации услуг «ВымпелКома». Для решения этой проблемы мы предпринимаем ряд мер:

Оптимизация линейки ключевых тарифов

В ходе оптимизации линейки ключевых тарифов мы руководствуемся принципом «одна потребность – одна услуга». В соответствии с ним в 2014 году Компания планирует обновить линейку, учитывая потребности клиентов. Это значительно упростит работу с пакетами услуг, сделает их набор максимально удобным и соответствующим бюджету.

Новый подход к изменению условий предоставления услуг для действующих клиентов

Стремясь обеспечить максимальную прозрачность тарификации не только новых, но и существующих продуктов и услуг, «ВымпелКом» планирует пересмотреть политику ценообразования для действующих клиентов. Главная цель – сделать изменение цен на тарифы максимально понятным и безбо-

¹ http://issuu.com/interbrand/docs/interbrand_best_russian_brands_2013?e=0.



Компания тестирует все новые продукты и услуги с участием фокус-группы из сотрудников «ВымпелКома». Эта мера позволяет заранее, до выпуска услуги на рынок, выявить и проработать все возникающие вопросы.

лезненным для абонентов, а также эффективным для Компании. В частности, будут изменяться только явные параметры тарифного плана, например цена за минуту, тип тарификации, абонентская плата, причем не более двух параметров одновременно. При этом в большинстве случаев повышение цен будет сопровождаться увеличением пакета минут или мегабайт. Мы также планируем обеспечить клиентов возможностью бесплатного перехода на актуальные тарифы в течение трех месяцев, если измененные условия не удовлетворяют их потребностей.

Обновление Личного кабинета

В новом Личном кабинете усовершенствован сервис детализации счетов, появилась возможность получать аналитику расходов.

Развитие каналов связи с клиентом

Чтобы повысить оперативность и удобство общения с потребителями, «ВымпелКом» развивает Центры поддержки клиентов, увеличивает количество офисов продаж, совершенствует онлайн-формы обратной связи, внедряет систему SMS-уведомлений.

Предварительное тестирование новых продуктов и услуг

Компания тестирует все новые продукты и услуги с участием фокус-группы из сотрудников «ВымпелКома». Эта мера позволяет заранее, до выпуска услуги на рынок, выявить и проработать все возникающие вопросы.

В 2014 году планируется реализовать ряд дополнительных мер для повышения прозрачности и удобства предоставления услуг, в том числе от контент-провайдеров (защита от «вирусов» и «родительский контроль»), что станет дополнительным фактором для повышения удовлетворенности и лояльности клиентов.

Изменение принципов работы с контент-провайдерами

В конце 2013 года «ВымпелКом» решил полностью изменить подход к предоставлению клиентам услуг контент-провайдеров с тем, чтобы сделать их максимально прозрачными и удобными.

4 ПРИНЦИПА РАБОТЫ С КОНТЕНТ-ПРОВАЙДЕРАМИ



1. Ответственность

«ВымпелКом» контролирует процедуру активации сервисов контент-провайдеров. В случае если абонент неудовлетворен качеством контента или ему непонятны условия тарификации, оператор займется решением его вопроса, а также внедрением предупреждающих мер.

2. Информирование на всех стадиях использования сервиса контент-провайдера

В настоящий момент уже более 90% услуг контент-провайдеров абоненты «Билайна» могут получить только с дополнительным AoC (Advice of Charge) – подтверждением заказа сервиса.

3. Возврат средств

При выявлении нарушений в предоставлении услуги «ВымпелКом» возвращает клиентам все списанные средства и штрафует недо-

бросовестных контент-провайдеров. Деньги перечисляются на мобильные счета клиентов в качестве моральной компенсации.

4. Актуальность

«ВымпелКом» устанавливает срок действия подписок на сервисы контент-провайдеров – 90 дней. Затем они отключаются автоматически. Для продления абоненты должны подтвердить свое решение дополнительным действием.

Кроме этого, «Билайн» активировал запрет на услуги контент-провайдеров на детских тарифных планах, а также социальных, таких как «Ветеран» и «Мобильный пенсионер». Благодаря введению этого комплекса мер количество обращений в Центр поддержки клиентов насчет услуг контент-провайдеров к сентябрю 2013 года снизилось в 3 раза по сравнению с февралем 2012 года, а к февралю 2014 года – в 6,5 раза.



«ВымпелКом» является главным партнером Мультимедиа Арт Музея (МАММ) в Москве – главной площадки современного фотоискусства Москвы.

СПОНСОРСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Мы стремимся выстраивать взаимоотношения с абонентами и потенциальными клиентами на основе общности идей и интересов. Четыре направления спонсорской деятельности отражают наше стремление вовлечь близких нам по духу людей в действительно интересные и значимые события, представить новый, более высокий уровень их организации и сформировать новые стандарты современной жизни и общения.

Музыка

«ВымпелКом» с 2004 года выступает организатором ежегодного фестиваля современной музыки и экстремального спорта BeeKiteCamp, который привлекает спортсменов, мастеров международного уровня по кайтсерфингу и известных музыкантов. В 2013 году Компания выступила организатором сразу двух BeeKiteCamp – в Анапе и Санкт-Петербурге. В Санкт-Петербурге участниками и гостями фестиваля стали более 24 тысяч человек. Продолжая традицию организации летних пляжных фестивалей, в 2014 году «ВымпелКом» планирует провести в Санкт-Петербурге и Анапе обновленный фестиваль музыки и спорта BeeCamp. Учитывая популярность подобных мероприятий у аудитории, мы разработали специальный фестивальный формат для поддержки запуска 4G по городам России.

В рамках десятого юбилейного пикника «Афиши» «ВымпелКом» стал спонсором главной музыкальной сцены «Билайна», а также представил собственные площадки в экостиле. На одной из них мы предлагали в аренду велосипеды со специальным устройством, позволяющим в поездке заряжать телефон.



Городское пространство

В 2013 году «ВымпелКом» в сотрудничестве с Департаментом транспорта города Москвы установил в центре столицы десять велосервисов, оборудованных паркингом и станцией обслуживания.

Также в 2013 году совместно с музейно-выставочным объединением «Манеж» был запущен проект «Туркультур», в рамках которого «ВымпелКом» предоставляет жителям города возможность бесплатно пользоваться самокатами, оформленными в стиле бренда «Билайн». В рамках проекта были разработаны

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СТРАТЕГИИ СПОНСОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ





десять культурных маршрутов с учетом интересов наших существующих и потенциальных абонентов.

Современное искусство

«ВымпелКом» выступил генеральным партнером Пятой Московской биеннале современного искусства, проходившей в «Манеже» в сентябре-октябре 2013 года. В рамках проекта был организован квест по экспозиции американского художника Марка Ликари. Клиенты «ВымпелКома» получили возможность бесплатно посещать выставку по понедельникам. Специально для мероприятия мы разработали официальное приложение Bee IN, с помощью которого можно было спланировать маршруты проезда до арт-центров и фестивальных площадок, найти подробную информацию об артистах, музыкантах и художниках выставки, а также купить билеты со скидкой или получить их бесплатно.

«ВымпелКом» также является главным партнером Мультимедиа Арт Музея (МАММ) в Москве. При поддержке нашей Компании там проходили различные выставки, была организована летняя веранда на крыше.

Инновации

По направлению «Инновации» «ВымпелКом» сотрудничает с Центром технологи-

ческого сообщества Digital October. Будучи представителями высокотехнологичной отрасли, мы стремимся использовать современные мобильные решения при проведении наших мероприятий. В частности, на пикнике «Афиши» мы организовали Bee Self Bar, где можно было заказать коктейль через приложение Bee IN: робот-аппарат считывал через планшет QR-код и автоматически начинал готовить выбранный посетителем коктейль.

«Дети дома» – важный проект, реализованный в 2013 году совместно с поисково-спасательным отрядом «Лиза Алерт». В одном из самых посещаемых парков Москвы «Музеон» была представлена интерактивная инсталляция с именами спасенных детей и ведущих их поиски волонтеров.

Мы также поддерживаем значимые региональные инициативы. В частности, в 2013 году были организованы мероприятия на открытом воздухе: например, рекорд по меренге в Хабаровске и международный фестиваль современной культуры Kremlin Live в Казани.

В 2014 году мы продолжим работу по всем четырем направлениям и разработаем подход к созданию единой платформы интегрированных коммуникаций с общественностью от лица Компании и бренда.



«Дети дома» – важный проект, реализованный в 2013 году совместно с поисково-спасательным отрядом «Лиза Алерт».

3

Услуги для общества и поддержка инноваций

- 3.1. Мобильные финансовые услуги
- 3.2. Поддержка малого и среднего бизнеса
- 3.3. Интеграция людей с ограниченными возможностями
- 3.4. Социально значимые услуги для старшего поколения
- 3.5. Развитие сети Wi-Fi в общественных местах





Наша задача заключается в том, чтобы разрабатываемые «ВымпелКомом» продукты и услуги были направлены на повышение качества жизни людей, создание дополнительных ценностей для общества и наших акционеров. С помощью телекоммуникационных технологий мы вносим вклад в социально-экономическое развитие страны, одновременно создавая возможности для развития бизнеса.

Телекоммуникационные технологии призваны делать жизнь людей удобнее и безопаснее, открывать для них новые возможности, сокращать время для поисков нужной информации. При этом мы должны заботиться не только об интересах наших клиентов, но и способствовать вовлечению людей старшего возраста и людей с ограниченными возможностями в активную общественную жизнь.

Поэтому в 2013 году мы поставили перед собой следующие задачи при разработке новых услуг и совершенствовании текущей линейки:

- ориентация на потребности клиентов и партнеров, их активное вовлечение в улучшение процессов и продуктов;
- внедрение инновационных технологий, которые, с одной стороны, позволяют снизить нагрузку на оборудование, а с другой – повысить удобство и сократить время, необходимое клиентам для выполнения транзакций;
- разработка решений, способствующих развитию малого и среднего бизнеса;
- интеграция и социальная адаптация людей с ограниченными возможностями через создание адресных услуг;
- развитие городских пространств и улучшение качества жизни горожан за счет расширения сети Wi-Fi в общественных местах.

3.1. Мобильные финансовые услуги



Одной из значимых тенденций развития телекоммуникационного сектора является стремительный рост рынка мобильных платежей. Возможность удаленного управления банковским счетом, а также оплаты широкого спектра продуктов и услуг при помощи мобильного телефона позволяет пользователям совершать финансовые транзакции быстро, в любое время и любом месте. Это особенно важно для малоподвижных групп населения, в том числе людей с ограниченными возможностями, а также жителей удаленных и труднодоступных районов нашей страны.

Активное проникновение сервисов мобильной коммерции в России стало возможным благодаря все большему распространению смартфонов, которыми к концу 2013 года уже пользовалось почти 36%¹ населения, а также постепенному расширению зоны покрытия мобильного ШПД.

Для «ВымпелКома» развитие технологий мобильных финансовых услуг является важным направлением деятельности, включающим в себя сервисы мобильной коммерции и

внедрение технологий NFC² («коммуникация ближнего поля»). В рамках данного направления мы сотрудничаем с ведущими финансовыми институтами, ориентированными на оказание инновационных услуг.

ПЛАТЕЖНЫЙ МИР RURU

В 2011 году совместно с Альфа-Банком был запущен проект по созданию универсальной платежной системы RURU. Она позволяет быстро, удобно и безопасно осуществлять дистанционные платежи на основе технологий мобильной и электронной коммерции, электронных денег и банковских карт, а также на основе NFC и других современных технологий.

При помощи банковских карт всех российских банков, мобильных счетов (для абонентов «Билайна», МТС, «МегаФона», Tele2) или средств из интернет-кошельков подписчики RURU могут оплачивать практически любые покупки и услуги, например услуги ЖКХ, штрафы ГИБДД, погашать кредиты или переводить деньги родственникам.

¹ Значение уровня проникновения смартфонов для операторской стратегии. Мировой опыт. J'son & Partners Consulting, 2013, http://www.json.ru/poleznye_materialy/free_market_watches/analytics/znachenie_urovnya_proniknoveniya_smartfonov_dlya_operatorskoj_strategii_mirovoj_opyt/.

² Near Field Communication, NFC – технология беспроводной высокочастотной связи, позволяющая производить защищенный обмен данными между устройствами, находящимися на расстоянии около 10 сантиметров.



«ВымпелКом», Альфа-Банк и международная система MasterCard в 2013 году запустили совместный проект по предоставлению платежного сервиса на базе NFC с использованием сим-карт «ВымпелКома» с инновационной технологией бесконтактной оплаты Mobile MasterCard PayPass®.

Уже за первый год работы платежной системы ее аудитория превысила 1 млн уникальных пользователей, каждый из них совершает не менее одной транзакции в месяц. За второй год (с июля 2012 по июнь 2013 года) пользователи провели более 70 млн транзакций, общий объем платежей по которым – свыше 20 млрд рублей.

В ходе развития сервисов мобильных платежей в конце 2012 года «ВымпелКом» и «Платежный мир RURU» заключили соглашение с компанией Google, что позволило всем абонентам «Билайна» в России, имеющим смартфоны на платформе Android, приобретать приложения в магазине Google Play без регистрации банковской карты, оплачивая их со своего мобильного счета.

Мы планируем увеличивать количество партнеров в сфере развития инновационных услуг. Так, в 2014 году намерены заключить аналогичное соглашение с компанией Microsoft, которое расширит возможности пользователей Windows Phone по оплате приложений со счета мобильного телефона.

ТЕХНОЛОГИИ БЕСКОНТАКТНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

Важным шагом «ВымпелКома» является внедрение платежных сервисов на основе технологии NFC. Она предназначена для обмена различной информацией между двумя расположенными близко друг к другу устройствами с поддержкой NFC и применяется в основном в мобильных средствах связи и планшетах. В отличие от технологии Bluetooth, NFC позволяет установить соединение за более короткое время и обеспечивает большую степень безопасности благодаря меньшему радиусу действия.

«ВымпелКом» применяет технологии NFC в рамках партнерских проектов в сфере оплаты услуг общественного транспорта, а также совершения бесконтактных платежей при помощи мобильных устройств. В частности, в 2012 году «ВымпелКом» совместно с Комитетом по транспорту Правительства Санкт-Петербурга, платежной системой RURU и ООО «Амбик Тэк СПб» запустили совместный проект по оплате проезда с помощью мобильного телефона по технологии NFC – услугу «Мобильный проездной». При установке NFC-модуля на мобильном телефоне автоматически появляется сим-меню «Проездной», позволяющее купить необходимое количество поездок, проверить количество купленных ранее билетов и их срок использования. Аналогичный проект был также запущен в Казани.

Было реализовано и несколько других проектов на базе NFC-услуг, которые дают возможность применять смартфон как альтернативу банковским картам, удостоверениям личности и электронным ключам. Так, «ВымпелКом», Альфа-Банк и международная система MasterCard в 2013 году запустили совместный проект по предоставлению платежного сервиса на базе NFC с использованием сим-карт «ВымпелКома» с инновационной технологией бесконтактной оплаты Mobile MasterCard PayPass®. Теперь клиенты Альфа-Банка могут моментально совершать покупки и оплачивать услуги в торговых точках, просто поднеся телефон к ридеру PayPass на кассе. Благодаря размещению банковского приложения на сим-карте сохраняются все преимущества сервисов, предоставляемых как оператором сотовой связи, так и банком.

3.2. Поддержка малого и среднего бизнеса



Благополучие малого и среднего бизнеса – это основа здоровой экономики страны и важное условие повышения уровня жизни за счет создания рабочих мест и возможностей для развития среднего класса.

Для бизнеса современных телекоммуникационных компаний сегмент B2B, или обслуживание корпоративных клиентов, является одним из ключевых драйверов развития, базирующихся на постоянном динамичном расширении спектра потребностей корпоративных клиентов, растущих требованиях к качеству продукта и непрерывности оказания услуг. В «ВымпелКоме» этот сегмент исторически демонстрировал впечатляющий рост как по числу клиентов и выручке, так и по ассортименту инновационных, зачастую эксклюзивных решений, ориентированных на эту аудиторию.

«ВымпелКом» входит в число лидирующих операторов связи, предоставляющих услуги крупным корпоративным клиентам. Кроме того, Компания системно и последовательно внедряет ряд услуг, ориентированных на потребности малого и среднего бизнеса. Мы разрабатываем индивидуальные решения, помогающие предпринимателям оптимизировать затраты, сокращать время разворачивания бизнеса и максимально эффективно использовать имеющиеся ресурсы:

- отраслевые решения под ключ;

- «облачные» сервисы;
- мобильное решение для приема платежей по банковским картам;
- решения на основе M2M-технологий.

ОТРАСЛЕВЫЕ РЕШЕНИЯ «ПОД КЛЮЧ»

Зачастую предприниматели видят проблему в подборе оптимального комплекса информационных услуг, соответствующих объему их операций в той или иной индустрии. Многолетний опыт работы с корпоративными клиентами и регулярные исследования среди представителей различных отраслей позволили нам предложить бизнесу готовые телекоммуникационные решения в следующих секторах: оптовая и розничная торговля, ресторанный бизнес, строительство, туризм и гостиничный бизнес, финансовый сектор, транспорт, телекоммуникации, бытовые услуги.

Для каждого сектора предлагается специализированный набор услуг, доказавших свою эффективность в решении характерных задач. Так, услуги пакета для строительных организаций позволяют клиенту:

- контролировать доставку и отгрузку строительных материалов;



Малым и средним предприятиям важно оперативно реагировать на постоянно меняющиеся условия рынка. Поддерживая их в этом стремлении, «ВымпелКом» предлагает ряд услуг на основе «облачных» технологий, которые помимо прочего позволяют пользователям повышать эффективность деятельности за счет экономии на содержании информационно-технологической инфраструктуры и обеспечении удаленного доступа к данным из любой точки мира.

- обеспечить сотрудников корпоративными тарифами без заключения договора на компанию;
- дистанционно передавать и получать отчеты о ходе строительства;
- эффективно контролировать работу мобильных бригад.

РАЗВИТИЕ «ОБЛАЧНЫХ» СЕРВИСОВ

Малым и средним предприятиям важно оперативно реагировать на постоянно меняющиеся условия рынка. Поддерживая их в этом стремлении, «ВымпелКом» предлагает ряд услуг на основе «облачных» технологий, которые помимо прочего позволяют пользователям повышать эффективность деятельности за счет экономии на содержании информационно-технологической инфраструктуры и обеспечении удаленного доступа к данным из любой точки мира. Среди них:

- решение Managed СРЕ, разработанное совместно с компанией Cisco, дает возможность корпоративным клиентам «ВымпелКома» полностью перевести работы по обслуживанию и повседневному управлению оборудованием на сторону оператора, тем самым сократив затраты на поддержку собственной сетевой инфраструктуры;
- услуга Co-location позволяет клиентам размещать серверное или телекоммуникационное оборудование в дата-центрах «ВымпелКома» и тем самым оптимизировать затраты на обеспечение надежности и непрерывности бизнеса;
- пакет Microsoft Office 365, предлагаемый клиентам в партнерстве с компанией Microsoft, обеспечивает повсеместный

доступ к почте, документам, контактам, календарям и другим офисным приложениям. Схожее решение Microsoft Office 365 Mobile позволяет нашим клиентам эффективно использовать «облачное» программное обеспечение Office 365 на мобильных устройствах.

МОБИЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ ОПЛАТЫ БАНКОВСКИМИ КАРТАМИ

Чтобы сократить затраты малого бизнеса на покупку оборудования для проведения безналичных платежей и сократить время на оплату товаров и услуг, «ВымпелКом» совместно с партнерами запустил инновационное решение для корпоративных клиентов по приему платежей с банковских карт – «Мобильный терминал оплаты Pay-me», представляющий собой компактный кардридер.

Важным преимуществом данного решения является безопасность: мобильные терминалы оплаты не хранят считанную с карты информацию, а передают ее в зашифрованном виде в процессинговый центр. Конфиденциальность обеспечивает встроенный security-чип, которым оснащено каждое устройство.

РЕШЕНИЯ НА ОСНОВЕ М2М-ТЕХНОЛОГИЙ

Автоматизация бизнес-процессов относится к числу необходимых условий для эффективной деятельности бизнеса, сокращения затрат и повышения уровня контроля. В рамках данного направления «ВымпелКом» предлагает корпоративным клиентам услуги, основанные на использовании М2М¹-технологии мониторинга с беспроводным доступом к информации об удаленных объектах. Эти услуги особенно актуальны для малого и среднего

¹ М2М – англ. Machine-to-Machine, межмашинная коммуникация.



бизнеса, так как позволяют значительно экономить ресурсы, обеспечивая высокую эффективность реализации бизнес-задач. В ос-

новном решения на основе М2М-технологий клиенты «ВымпелКома» применяют в следующих сферах:

Транспорт и логистика

грузоперевозки, мониторинг автопарка

Телеметрия и мониторинг

мониторинг данных на объектах электроэнергетики, водо- и газоснабжения, на производстве и в других областях

Безопасность

системы охраны подвижных объектов, охрана недвижимости, персональная безопасность и другое

Банки и платежные системы

банкоматы, платежные системы, терминалы оплаты и другое

Потребительская электроника

навигаторы, цифровые фоторамки и другие персональные устройства

Здравоохранение

дистанционный мониторинг состояния пациента по заданным параметрам и другое

Специально для предпринимателей, чей бизнес предполагает активное перемещение персонала, мы предлагаем услугу «Поиск». Она позволяет руководителю определять местоположение сотрудника, получать уведомления о его входе и выходе за пределы объек-

тов, контролировать маршруты и ряд других опций в режиме реального времени по всей России. Такая услуга особенно актуальна для обеспечения безопасности сотрудников и ценных грузов при транспортировках; она существенно экономит время и деньги клиентов.

**М2М-ТЕХНОЛОГИИ
ДЛЯ
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ**



С октября 2012 года «ВымпелКом» предоставляет М2М-услуги службе скорой медицинской помощи Курганской области.

В рамках федерального проекта по оснащению этой службы системой «ГЛОНАСС мониторинг автотранспорта» дежурные санитарные автомобили в Курганской области были обеспечены сим-картами, подключенными к «Центру управления М2М» от «ВымпелКома».

Система ГЛОНАСС дает отделениям скорой медицинской помощи возможность эффективно планировать маршруты автомобилей, что минимизирует время прибытия на вызов и оптимизирует затраты на топливо. При необходимости устройства передают SMS-сообщения с данными медицинских карт и предварительных осмотров пациентов, чтобы приемные отделения заранее подготовились к приезду тяжелобольных. Администрации больниц могут оперативно получать необходимые сведения о состоянии сим-карт и устройств, в которые они установлены. Удобный интерфейс программы позволяет управлять всеми беспроводными соединениями в оборудовании и контролировать расходы на связь в режиме реального времени. По состоянию на 31 декабря 2013 года М2М-решение «Бизнес» от «ВымпелКома» используют 19 городских и районных больниц Курганской области с общим автопарком из 175 автомобилей.

Следующим перспективным М2М-решением для отечественной медицины может стать «Видеоконтроль». Эта услуга позволит обеспечить круглосуточное наблюдение за территорией и помещениями больниц с тем, чтобы повысить безопасность ночных дежурных в приемных отделениях.

3.3. Интеграция людей с ограниченными возможностями



Миллионы россиян воспринимают мобильную связь как неотъемлемый атрибут жизни. Тем не менее в нашем обществе еще немало людей, для которых ее использование по разным причинам является труднодоступным благом.

«ВымпелКом» реализует множество проектов, направленных на обеспечение цифрового равенства, повышение доступности технологических решений и внедрение социально значимых услуг.

Тарифы и услуги

Интеграция людей с ограниченными возможностями по слуху относится к приоритетным направлениям социальной политики «ВымпелКома». Таким клиентам мы предлагаем специализированный тарифный план «Со-общение», который учитывает особенности общения тех, кто слышит плохо или не слышит вообще, и предполагает льготную стоимость SMS и MMS.

Также «ВымпелКом» предлагает «нулевые зоны» (0.facebook.com, 0.vk.com,

0.livejournal.com, m.wikipedia.org) для доступа с мобильных устройств к популярным социальным сетям и порталам, что позволяет слабослышащим людям бесплатно общаться в соцсетях и получать информацию из проверенных источников.

В 2014 году «ВымпелКом» планирует развивать проекты по повышению доступности услуг для людей с ограниченными возможностями с целью совершенствования их клиентского опыта. Ряд инициатив включает в себя расширение линейки тарифных планов, адаптацию нового сайта и Личного кабинета. Мы планируем первыми на рынке внедрить в офисах продаж практику обслуживания клиентов на жестовом языке, что позволит нам сделать сервис более доступным.



Другие виды поддержки

«ВымпелКом» вносит вклад в интеграцию слабослышащих людей, поддерживая благотворительные мероприятия. С 2010 года Компания выступает партнером фестиваля «Peace and Love: Мир глухих», который ежегодно собирает более 15 000 человек с нарушениями слуха на площадке парка «Сокольники» в Москве. Цель фестиваля – привлечь внимание российского общества к пробле-

мам слабослышащих и помочь их адаптации в здоровой среде.

В 2014 году «ВымпелКом» планирует развивать новое направление программы корпоративной социальной ответственности – «Поддержка образования». Мы планируем оказывать грантовую поддержку талантливым специалистам с ограниченными возможностями с тем, чтобы они могли активно учиться и повышать квалификацию.

ПОДДЕРЖКА ЕЖЕГОДНОГО МОСКОВСКОГО ФЕСТИВАЛЯ «PEACE AND LOVE: МИР ГЛУХИХ»



В сентябре 2013 года в ПККО «Сокольники» прошел ежегодный Московский фестиваль «Peace and Love: Мир глухих», приуроченный ко Всемирному дню глухих и организованный активистами Благотворительного фонда «Мир и Любовь» при поддержке «ВымпелКома», Правительства Москвы и Всероссийского общества глухих.

Фестиваль включал в себя разнообразные развлекательные программы, там также прошла презентация полезных услуг для слабослышащих людей: действовала зона подключения к Интернету от «ВымпелКома», зона юридической консультации и трудоустройства, зона обучения языку жестов. Маленькие гости участвовали в играх на детских площадках, в конкурсах и спортивных мероприятиях.

Как и в прошлые годы, был сконструирован специальный танцпол, трансформирующий звуки музыки в вибрации, чтобы слабослышащие люди могли «услышать» музыку. В финале прошло награждение победителей первого конкурса видеороликов на языке жестов, в котором приняли участие клипмейкеры, певцы и музыканты со всей России.

3.4. Социально значимые услуги для старшего поколения



Сейчас около 11% населения планеты уже достигли возраста 60 лет, а к 2050 году их доля увеличится до 20%¹. Это требует от бизнеса и общества принятия мер по адаптации современных технологий под нужды и возможности пожилых людей.

Особенно актуальной мы считаем проблему, связанную с обеспечением доступности телекоммуникационных услуг для старшего поколения. Для ее решения необходимо начать производство телефонов с крупными кнопками, предусмотреть возможность увеличения громкости звука, улучшить понятность тарифных планов, обеспечить наличие «любимых» номеров со сниженными тарифами и т.д. «ВымпелКом» занимает активную позицию по этому направлению и предлагает ряд решений для своих клиентов.

Так как пожилым людям важно поддерживать контакт с близкими, «ВымпелКом» пред-

лагает специальный тарифный план «Мобильный пенсионер», где стандартный набор услуг дополнен возможностью бесплатного подключения до пяти «любимых» телефонных номеров, звонки по которым оплачиваются со скидкой 50%. Для ветеранов Великой Отечественной войны мы разработали специальную опцию «Ветеран ВОВ» в рамках тарифа «Ноль сомнений»: каждый месяц предоставляем 300 минут местной исходящей связи в домашнем регионе бесплатно. Это позволяет ветеранам постоянно быть на связи как с родными и близкими, так и с работниками социальных служб.

¹ Исследование ООН World Population Ageing 2013, <http://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WorldPopulationAgeing2013.pdf>

3.5. Развитие сети Wi-Fi в общественных местах



Активное развитие и повышение комфорта городской среды неразрывно связано с расширением возможностей общения и оперативного получения информации, необходимой для работы, учебы или развлечений.

Для решения этой задачи «ВымпелКом» продолжает разворачивать сети беспроводного Wi-Fi-интернета в общественном пространстве: популярных местах для посещения, парках и городском транспорте. Мы полностью финансируем подобные проекты – от закупки, установки, настройки и интеграции оборудования до изготовления информационных материалов и оплаты трафика. Во многих городах мы становимся первым оператором, который реализует подобный инновационный проект.

При поддержке «ВымпелКома» бесплатная сеть Wi-Fi частично развернута в обществен-

ных местах, в том числе:

- парки и торгово-развлекательные центры (Москва, Екатеринбург, Тула);
- муниципальный наземный общественный транспорт (Абакан, Барнаул, Бийск, Екатеринбург, Калининград, Красноярск¹, Мурманск, Омск);
- метрополитен (Сокольническая ветка Московского метрополитена); в 2014 году планируется расширение зоны покрытия Wi-Fi в Московском метрополитене;
- образовательные учреждения.

¹ В Калининграде бесплатным Интернетом Wi-Fi обеспечен весь городской парк пассажирского транспорта.

4

Социальные инвестиции

- 4.1 Технологии поиска пропавших людей и обеспечения их безопасности
- 4.2 Мобильная благотворительность и работа с некоммерческими организациями
- 4.3 Стихийные бедствия и чрезвычайные ситуации
- 4.4 Поддержка образования





Мы считаем, что современные телекоммуникационные технологии должны не только способствовать развитию бизнеса и поддерживать межличностные коммуникации, но и решать социально значимые проблемы.

«ВымпелКом» видит свою роль в осуществлении социальных инвестиций при помощи технологий связи, адаптированных под нужды социально значимых проектов, таких как поддержка социального предпринимательства и волонтерства, поиск пропавших и потерявшихся людей, адаптация в обществе людей с ограниченными возможностями, развитие системы благотворительности и социальной помощи, а также поддержка образования.

В частности, острым вопросом является наличие разнообразных барьеров, отстраняющих людей от активного участия в жизни общества. Для многих такими препятствиями становятся проживание в отдаленных районах, ограничения по здоровью, стихийные бедствия и чрезвычайные ситуации. Социальные инвестиции «ВымпелКома» направлены на то, чтобы устранять социальные и физические барьеры и предоставлять воз-

можность как можно большему количеству людей пользоваться преимуществами информационно-коммуникационных технологий.

Наши ключевые задачи в рамках данного направления:

- развитие партнерства с поисково-спасательным отрядом «Лиза Алерт» и реализация инициатив по направлению M-health;
- развитие инструментов мобильной благотворительности и вовлечение клиентов и сотрудников в волонтерские и благотворительные проекты;
- совершенствование механизмов обеспечения бесперебойной связи в чрезвычайных ситуациях;
- активное участие в повышении доступности образования;
- предоставление услуг связи в удаленных и труднодоступных районах.

4.1 Технологии поиска пропавших людей и обеспечения их безопасности

Отсутствие налаженной и эффективной системы поиска пропавших и потерявшихся людей, будь то дети, пожилые люди или люди с инвалидностью, – одна из серьезных социальных проблем в России, к которой привлечено общественное внимание. Как оператор связи, который объединяет миллионы людей, мы понимаем, что эта ситуация может коснуться каждого из наших клиентов, партнеров или сотрудников. Мы также осознаем ту роль, которую могут сыграть телекоммуникационные технологии в решении этой проблемы, поэтому развиваем партнерство с государством, поисковыми отрядами и волонтерскими организациями.

ПАРТНЕРСТВО С «ЛИЗА АЛЕРТ»

По данным Министерства внутренних дел РФ, ежегодно в России более 70 тысяч человек числятся пропавшими без вести. Часто среди них оказываются заблудившиеся грибники, люди с ограниченными возможностями, страдающие потерей памяти, дети.

Территория России огромна, поэтому волонтерская деятельность является важным условием решения задач по поиску пропавших людей. В настоящее время этой темой последовательно и комплексно занимается добровольческий поисковый отряд «Лиза Алерт» – одна из самых значимых общественных организаций в стране.

Разделяя общие цели, в 2012 году «ВымпелКом» и «Лиза Алерт» начали комплексное сотрудничество. Мы хотим добиться того, чтобы общественность относилась к пропаже человека, а тем более ребенка, как к чрезвычайной ситуации. Совместно работаем над выстраиванием единой системы оповещения о пропавших людях, перенимая опыт европейских и американских коллег.

«ВымпелКом» предоставляет отряду «Лиза Алерт» телекоммуникационные решения и технологии, необходимые для эффективных поисков пропавших, а также оказывает услуги связи волонтерам. Чтобы обеспечить доступность информации и создать единую

Международный опыт оповещения о пропаже людей



В Европейском союзе решение вопросов, связанных с поиском пропавших детей, координирует общественная организация «Пропавшие дети» (Missing Children Europe), в состав которой входят 27 НКО из 22 стран ЕС. Для разработки превентивных мер и технологий поиска детей реализуются проекты по трем направлениям:

- организация единой горячей линии и единой базы данных о пропавших детях на территории ЕС;
- разработка системы немедленного оповещения о пропаже детей через различные информационные каналы (радио, телевидение, дорожные табло и т.п.);
- противодействие коммерческой сексуальной эксплуатации детей в Интернете.

В рамках проектов ведется взаимное обучение персонала: формируются рабочие группы, организуются учебные поездки и стажировки, семинары и практикумы, которые позволяют членам структуры обмениваться передовым опытом.

В США успешно функционирует специальная система молниеносного оповещения о пропавших детях Amber Alert (America's Missing: Broadcasting Emergency Response). При поступлении информации о пропаже ребенка:

- в течение 30 минут приводятся в полную готовность соответствующие службы спасения;
- поднимаются волонтеры и армия, береговая охрана и службы безопасности;
- информация проходит по бегущим строкам в супермаркетах, высвечивается на информационных табло на автотрассах, вокзалах и в аэропортах;
- в системе работают СМИ, сотрудники правоохранительных органов, юристы, психологи и другие специалисты, создавая методики оптимизации поиска, алгоритмы участия в них волонтеров и организаций, помогая родителям пропавших детей.



Партнерство с поисково-спасательным отрядом «Лиза Алерт» и запуск всероссийской горячей линии по поиску пропавших детей признаны лучшим социальным проектом 2013 года. Он завоевал Гран-при конкурса в области развития связей с общественностью PROBA-IPRA GWA 2013.

систему сбора заявлений о пропаже людей, «ВымпелКом» выделил бесплатную горячую линию 8-800-700-5452 для обращения граждан. За год ее существования волонтеры приняли более 8 000 звонков, обработали 1260 заявок из 52 регионов – это половина всех поступающих в отряд заявок. Операторы горячей линии также обработали более 500 свидетельств о пропавших людях, 800 обращений от волонтеров, СМИ и полиции. Благодаря этому были найдены десятки детей.

«ВымпелКом» предоставил бесплатную связь для организации штаба поисков, предложил использовать решение «Интрасеть» и услугу «Локатор». «Интрасеть» позволяет организовать современную многоканальную телефонную сеть только из мобильных телефонов. Использование «Локатора» помогает каждому участнику поисков в любое время определять местоположение свое и других членов команды, дает возможность присылать запрос на телефон заблудившемуся в лесу человеку для определения его местоположения. Вместе эти решения облегчают координацию работы волонтеров и ускоряют процесс поиска.

В рамках информационного сотрудничества с «Лиза Алерт» мы участвуем в распространении ориентировок с описанием примет пропавшего человека. Помогаем популяризировать информацию о правилах безопасности, используя таргетированные SMS-рассылки нашим абонентам.

За время сотрудничества с Компанией волонтеры спасли множество пропавших, и нам известно, что важной составляющей успеха при поисках является оповещение как мож-



но большего числа равнодушных людей. В связи с этим в 2013 году «ВымпелКом» совместно с «Лиза Алерт» провел в городах России ряд выставок, посвященных проблеме пропавших без вести. Таким образом, мы стремимся повысить осведомленность общества о том, какие действия нужно незамедлительно предпринимать, когда пропадают люди, и как предотвращать подобные ситуации.

Эффективное решение данной проблемы предполагает создание специальных услуг для абонентов, которые помогают в подобных ситуациях максимально быстро определять местоположение своих детей и близких. Так, в 2012 году была запущена услуга «Биллайн-Координаты», которая позволяет определять местоположение абонентов сети «Биллайн» в населенном пункте с точностью до 250 метров. А в 2014–2015 годах планируется запуск программы «Беззаботное детство», ее цель – популяризация знаний о том, как действовать в критических ситуациях.

Партнерство с поисково-спасательным отрядом «Лиза Алерт» и запуск всероссийской горячей линии по поиску пропавших детей признаны лучшим социальным проектом 2013 года. Он завоевал Гран-при конкурса в области развития связей с общественностью PROBA-IPRA GWA 2013.

PROBA-IPRA GWA – премия в области развития связей с общественностью, учрежден-

ная Северо-Западным отделением Российской ассоциации по связям с общественностью (РАСО) при поддержке коммуникационного агентства SPN Ogilvy в 2000 году. Победители PROBA-IPRA GWA становятся участниками одного из самых престижных в мире PR-конкурсов – IPRA Golden World Awards Международной ассоциации по связям с общественностью IPRA.

«МОБИЛЬНОЕ ЗДОРОВЬЕ»

M-health – одно из наиболее перспективных направлений развития телекоммуникационной отрасли во всем мире. Под «мобильным здоровьем» (mobile Health, mHealth) принято понимать практику предоставления медицинских и оздоровительных услуг, а также сопутствующей информации с помощью технологий мобильной связи.

По данным информационно-аналитического агентства Content-Review.com, драйвером M-health станет использование мобильных технологий в пред- и постлечебный период для профилактики заболеваний и слежения за ходом выздоровления¹. Это вполне соответствует интересам такой традиционной и закрытой индустрии, как здравоохранение, где ошибка в технологии или сбой в работе оборудования могут привести к летальным последствиям для пациента. Однако для того, чтобы следить за своим здоровьем, врачи не нужны, с этим оперативно могут справиться

¹ Потенциал M-Health в цифрах. <http://www.content-review.com/articles/27802/>.



M-health – одно из наиболее перспективных направлений развития телекоммуникационной отрасли во всем мире.



мобильные сервисы, приложения и устройства. В мире для различных мобильных платформ уже разработано свыше 100 000 приложений M-health, причем за последние 2,5 года их число увеличилось в два раза. По данным аналитического агентства research2guidance, к 2017 году глобальный рынок M-health вырастет с нынешних 4 млрд до 26,5 млрд долларов. По оценкам экспертов, в России тема M-health в период с 2011 по 2013 год находилась на стадии первоначального обсуждения. Анализируя современные мировые тренды и оценивая будущие потребности рынка, «ВымпелКом» начал реализацию проектов в области мобильного здоровья, первым из них стало участие в программе экстренной социально-медицинской помощи «Система Забота» в Санкт-Петербурге.

Программа направлена на оказание помощи пожилым горожанам и инвалидам с вовлечением всех служб жизнеобеспечения, она реализуется компанией «Леге» с 2003 года. В 2010 году «Система Забота» получила статус городского социального проекта в соответствии с постановлением Правительства города Санкт-Петербурга №1459 «О предоставлении специализированных услуг экстренной социально-медицинской помощи „тревожная кнопка“ гражданам пожилого возраста и инвалидам в Санкт-Петербурге».

Участникам программы предоставляется мобильный телефон или специальное электронное устройство, с помощью которого нажатием одной кнопки можно в любое время связаться с оператором, чтобы получить психологическую поддержку, помощь в медицинских, социальных и бытовых вопросах, а также в вызове скорой помощи, полиции и других экстренных служб.

В 2012 году за участие в данном проекте «ВымпелКом» был отмечен премией «Эксперт

года» делового журнала «Эксперт Северо-Запад».

Фонд помощи хосписам «Вера»

В рамках направления «Мобильное здоровье» «ВымпелКом» сотрудничает с Благотворительным фондом помощи хосписам «Вера», предоставляя услуги связи и Интернет для оперативной помощи подопечным Первого московского хосписа и Детской выездной службы. Мы передали в фонд 46 сим-карт и предоставили выездной службе хосписа 9 планшетов (iPad mini) с Интернетом и 12 смартфонов с бесплатной связью для круглосуточной поддержки родственников больных, нуждающихся в паллиативной помощи. Сотрудники Первого московского хосписа были обеспечены 11 планшетами и 8 смартфонами для постоянного взаимодействия и наблюдения за состоянием здоровья пациентов.

В настоящее время Детская выездная служба помощи пациентам с неизлечимыми заболеваниями обслуживает около 190 семей. Благодаря электронным устройствам все сотрудники службы имеют под рукой истории болезни детей и могут в режиме онлайн фиксировать данные об их состоянии, что значительно повышает оперативность и эффективность работы. Кроме того, сотрудники могут заносить в базу данных информацию, необходимую для распределения материальной помощи, а также сведения о желаниях и потребностях каждого пациента для координации деятельности волонтеров.

В ближайшем будущем фонд «Вера» и «ВымпелКом» планируют распространить практику дистанционного консультирования в региональных хосписах посредством видео-конференц-связи, а также создать круглосуточную горячую линию по вопросам паллиативной помощи.

4.2 Мобильная благотворительность и работа с некоммерческими организациями

M-CHARITY – СБОР ПОЖЕРТВОВАНИЙ ЧЕРЕЗ МОБИЛЬНЫЕ ТЕЛЕФОНЫ – САМЫЙ РАСПРОСТРАНЕННЫЙ ВО ВСЕМ МИРЕ МЕХАНИЗМ УЧАСТИЯ В БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. M-CHARITY ОТНОСИТСЯ К ЧИСЛУ БЫСТРЫХ, ЭФФЕКТИВНЫХ И ПРОСТЫХ СПОСОБОВ ПОМОЩИ, ДОСТУПНЫХ КАЖДОМУ. РАЗВИТИЕ МЕХАНИЗМОВ МОБИЛЬНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ – ВАЖНЫЙ ШАГ В РАЗВИТИИ СИСТЕМЫ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ И ВОВЛЕЧЕНИИ ЛЮДЕЙ В ОКАЗАНИЕ ПОДДЕРЖКИ НУЖДАЮЩИМСЯ.

Адаптируя лучшие международные практики, «ВымпелКом» делает механизмы благотворительности в России более простыми и понятными широкому кругу людей, чтобы от желания помочь до осуществления пожертвования был один шаг. В 2012 году Компания изменила подход к благотворительной деятельности и вместо прямых финансовых пожертвований стала оказывать техническую и экспертную поддержку благотворительным фондам и подшефным организациям, расши-

ряя тем самым возможности для их продуктивной работы.

Так, среди основных видов помощи – предоставление благотворительным организациям и подшефным детским домам услуг мобильной связи, высокоскоростного доступа в Интернет, номеров 8-800, стационарной телефонии, «Виртуальной АТС», а также специальных мобильных сервисов для сбора пожертвований. В 2013 году «ВымпелКом» оказал помощь благотворительным организациям

ПРОГРАММА M-CHARITY



В июне 2013 года «ВымпелКом» и Благотворительный фонд «Подари жизнь» запустили первый в России сервис регулярных ежемесячных мобильных пожертвований на лечение детей с онкологическими и гематологическими заболеваниями. Сервис нацелен на то, чтобы сделать благотворительность частью повседневной жизни россиян. При подключении к услуге пользователь настраивает функцию регулярного перевода платежей (с единовременной суммой от 10 до 15 000 рублей) со счета мобильного телефона на счет фонда «Подари жизнь».



Успешно испытав новый сервис, в ноябре 2013 года «ВымпелКом» совместно с другой благотворительной организацией – фондом спасения тяжелобольных детей «Линия жизни» запустил благотворительную акцию «Включи добро в мобильный счет». Ежемесячные пожертвования участников акции составляют 30 рублей, которые переводятся фонду для финансирования необходимого лечения.

По итогам 2013 года за неполные 9 месяцев работы сервиса M-charity удалось собрать более 90 млн рублей.



Развитие механизмов мобильной благотворительности – важный шаг в развитии системы благотворительности в России и вовлечении людей в оказание поддержки нуждающимся.

в размере 4 672 000 рублей, помощь технологиями и услугами связи на общую сумму 1 986 000 рублей, а общее количество часов участия волонтеров превысило 2 500.

Мы считаем, что одним из основных барьеров для развития благотворительности является отсутствие удобной инфраструктуры сбора пожертвований. Таким образом, поддерживая мобильные сервисы, мы повышаем эффективность этой инициативы в России и развиваем культуру благотворительности. На данный момент с «ВымпелКомом» сотрудничают более 80 благотворительных фондов, в том числе «Подари жизнь», «Вера», «Линия жизни», «Русфонд», «Детские сердца», «Волонтеры – в помощь детям-сиротам» и т.д.

Чтобы повысить эффективность работы этой системы, мы определили критерии, в соответствии с которыми благотворительные фонды и некоммерческие организации могут принять участие в программе сбора мобильных пожертвований, а также выстроили систему отчетности для отслеживания эффективности использования перечисленных средств.

КОРПОРАТИВНОЕ ВОЛОНТЕРСТВО

Сотрудники «ВымпелКома» играют важную роль в осуществлении корпоративной благотворительной деятельности и выступают с большим количеством социальных инициатив. В Компании сформирована сильная волонтерская культура. Крупнейшими проектами традиционно являются донорские акции и поддержка подшефных детских домов.

Донорские акции проходят два раза в год уже на протяжении пяти лет. В 2012 году

акция «ВымпелКома» по сбору крови стала крупнейшей корпоративной акцией в России, в ней участвовали более 500 человек из 40 филиалов, в том числе руководство компании, которое собственным примером регулярно привлекает внимание сотрудников к этой значимой инициативе.

В рамках партнерства с Благотворительным фондом «Подари жизнь» в 2012 году 200 сотрудников московского офиса «ВымпелКома» приняли участие в донорской акции и благотворительном фестивале, по результатам которого на лечение больных детей было собрано 420 тысяч рублей.

В ходе проектов по поддержке детских домов мы организуем для них праздники и сбор подарков, выезжаем группами для проведения образовательных мероприятий. Помимо этого, инициативные сотрудники Компании содействуют подшефным детским домам в решении организационных и административных вопросов с государственными органами, помогают в реализации программы устройства детей в семьи. В 2014 году планируется запуск централизованной волонтерской программы «Мир профессий „Билайна“», цель которой – социализация детей из детских домов посредством знакомства с различными профессиями, наиболее востребованными в современном обществе.

«ВымпелКом» с гордостью отмечает, что вклад в образование и развитие социальных навыков воспитанников детских домов также выражается в трудоустройстве выпускников в различные подразделения Компании, в частности в Центр поддержки клиентов и офисы продаж и обслуживания.

4.3 Стихийные бедствия и чрезвычайные ситуации

НАДЕЖНАЯ СВЯЗЬ – КЛЮЧЕВОЕ УСЛОВИЕ УСПЕХА СПАСАТЕЛЬНЫХ ОПЕРАЦИЙ ВО ВРЕМЯ СТИХИЙНЫХ БЕДСТВИЙ И ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЙ (ЧС). ПОЭТОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕСПЕРЕБОЙНОЙ, СТАБИЛЬНОЙ СВЯЗИ ЯВЛЯЕТСЯ ПРИНЦИПИАЛЬНО ВАЖНОЙ ЗАДАЧЕЙ ЛЮБОГО ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОГО ОПЕРАТОРА.

Для реализации этой задачи «ВымпелКом» уделяет особое внимание регулярному обновлению внутренних процедур, минимизирующих время реагирования и восстановления работоспособности в чрезвычайных ситуациях. Так, в 2012 году «ВымпелКом» стал первой российской компанией, прошедшей сертификацию по международному стандарту обеспечения непрерывности бизнеса BS 25999. Сертификат подтверждает, что механизмы, направленные на защиту деятельности Компании и ее абонентов от воздействия чрезвычайных и форс-мажорных ситуаций, соответствуют лучшим международным практикам.

СИСТЕМНЫЕ МЕРЫ

С 2004 года «ВымпелКом» реализует программу по резервированию наиболее важ-

ных информационных систем и сервисов и внедрению процесса обеспечения непрерывности бизнеса, направленного на защиту деятельности Компании и ее абонентов от воздействия чрезвычайных и форс-мажорных ситуаций. За прошедшее время в рамках программы было реализовано несколько комплексных проектов:

- построен резервный вычислительный центр;
- внедрены географически распределенные системы резервного копирования всех данных и синхронной репликации критичных данных;
- разработаны и внедрены решения по резервированию всех наиболее важных централизованных систем, обеспечивающих функционирование Компании и предоставление услуг абонентам;

СОХРАНЕНИЕ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ В ЗОНЕ НАВОДНЕНИЯ НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ

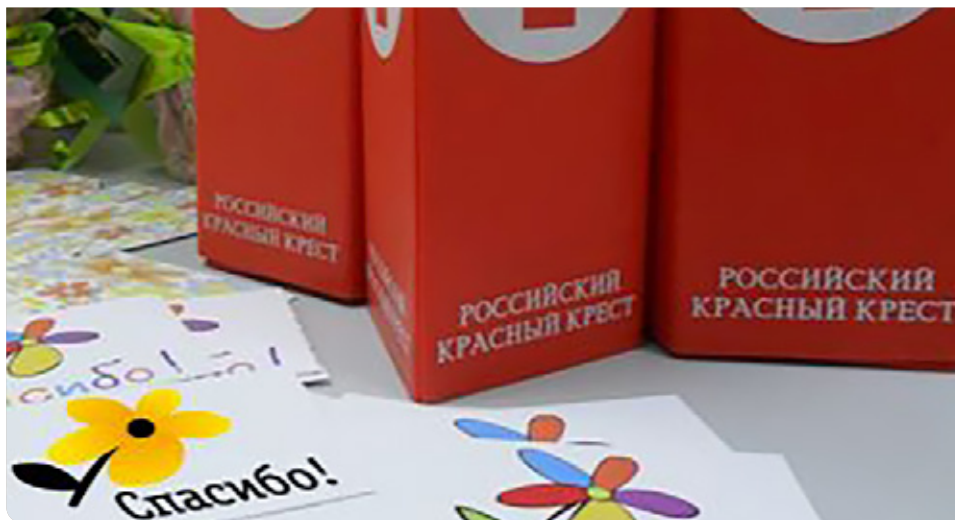


В августе-сентябре 2013 года Дальний Восток России пережил катастрофическое наводнение из-за разлива реки Амур. Стихийное бедствие потребовало от «ВымпелКома» принятия ряда мер, направленных на сохранение работоспособности базовых станций в зоне подтопления. В Хабаровском крае мы перевели часть базовых станций и оборудования транспортной сети вдоль трассы Хабаровск – Комсомольск-на-Амуре на автономное энергоснабжение. В Еврейской автономной области, в селах Ленинское, Благодословенное и Радде, перенесли оборудование выше уровня возможного подъема воды. В Амурской области были проведены работы по увеличению зоны покрытия и емкости базовых станций.

На всех территориях в зоне наводнения мы подготовили резервные источники электропитания с необходимым запасом топлива и организовали дополнительные аварийные бригады. Мы также проверили состояние и готовность объектов и линий связи, попадающих в зоны возможных затоплений, а также усилили наблюдение за сетью.

Физически обеспечив сохранность мобильной связи в районе стихийного бедствия, мы оказали и адресную помощь на месте. Так как пострадавшие от наводнения не имели возможности пополнить свой счет, мы бесплатно раздали 700 карт экспресс-оплаты. В пунктах временного размещения в ЕАО было выделено 10 мобильных телефонов с возможностью бесплатно звонить по России. В Благовещенске волонтеры «Гражданского корпуса» получили 3G Wi-Fi-роутер с бесплатным мобильным трафиком. В Хабаровском крае «ВымпелКом» предоставил ГУ МЧС России 300 сим-карт для бесплатной связи внутри группы, также сим-карты получили сотрудники МЧС из других регионов России и прибывшие на место ЧП волонтеры.

23 августа 2013 года «ВымпелКом» совместно с системой «Платежный мир RURU» и Хабаровским краевым отделением Российского детского фонда начали благотворительную акцию по сбору SMS-пожертвований для пострадавших от наводнения на Дальнем Востоке. В акции приняли участие более 2 000 наших абонентов, было собрано более 350 000 рублей.



- внедрены внутренние процедуры, минимизирующие время реагирования и восстановления работоспособности после чрезвычайных ситуаций.

Все внедренные решения регулярно тестируются на соответствие требованиям международных стандартов по восстановлению в случае чрезвычайной ситуации. В программу обеспечения непрерывности бизнеса также заложены принципы масштабируемости, которые позволяют поддерживать рост Компании без ущерба для достигнутого уровня надежности.

Своевременное предупреждение о ЧС сохраняет жизни людей, и здесь дорога каждая минута. Именно поэтому «ВымпелКом» в течение многих лет сотрудничает с МЧС России в ходе деятельности по оповещению населения о ЧС: в первые же часы и дни трагедий мы предоставляем жителям страны бесплатный доступ на номера горячих линий по чрезвычайным ситуациям, а также обеспечиваем бесплатной связью пострадавших.

ТРАГЕДИЯ В КРЫМСКЕ В ИЮЛЕ 2012 ГОДА

Во время крупного наводнения в Крымском районе Краснодарского края (Крымск, Геленджик, Новороссийск) для абонентов

всех сотовых операторов на пострадавшей территории «ВымпелКом» включил режим технического роуминга, благодаря чему при отсутствии сигнала в сети своего оператора абонент автоматически мог выйти на связь через нашу сеть. Звонки и SMS при техническом роуминге для наших абонентов не тарифицировались. В Крымске были открыты мобильные пункты связи «ВымпелКома», откуда можно было бесплатно позвонить в любую точку России, а также получить карту оплаты «Билайна» номиналом в 100 рублей. Помимо этого, мы предоставили бесплатную связь сотрудникам МЧС, Красного Креста и координаторам волонтерской помощи, в том числе волонтерам отряда «Лиза Алерт», приехавшим из Москвы и других городов.

Во время трагедии в Крымском районе мы впервые в истории «ВымпелКома» запустили для своих абонентов услугу по сбору благотворительных SMS-пожертвований в пользу пострадавших. Партнером акции стало Краснодарское отделение Российского Красного Креста. После проработки нового сервиса в условиях чрезвычайной ситуации мы получили действенный инструмент для поддержки пострадавших людей.

Помощь пострадавшим при террористических актах в Волгограде



29 и 30 декабря 2013 года в Волгограде произошло два террористических акта, в результате пострадали 106 человек, из них 34 погибли и 65 госпитализированы с травмами различной степени тяжести. При взрыве в троллейбусе погибла наша сотрудница Елена Белоусова, работавшая в Центральном офисе продаж и обслуживания города Волгограда. Мы выражаем искренние соболезнования ее родным и близким.

Мы благодарим всех наших абонентов и сотрудников, которые приняли участие в акции по сбору средств для пострадавших.

4.4 Поддержка образования



Современная коммуникационная среда предъявляет к образованию новые требования. В частности, необходимо все большее вовлечение в мировую систему знаний для того, чтобы дети со школьной скамьи умели грамотно выстраивать взаимодействие с ней, свободно ориентируясь в потоках информации. Задача операторов связи – с помощью телекоммуникационных технологий решать проблему доступности и качества начального, среднего и высшего образования в России.

Стремясь поддержать российскую систему образования, «ВымпелКом» обеспечивает доступ в Интернет школам, детским домам и другим публичным образовательным учреждениям, а также развивает стратегическое партнерство с вузами.

ШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

В ноябре 2013 года «ВымпелКом» стал официальным спонсором Первого Всероссийского форума «Будущие интеллектуальные лидеры России» в Ярославле, в котором участвовали более 500 талантливых детей со всей страны в возрасте от 14 до 17 лет. В рамках форума мы также организовали собственную секцию «Коммуникации будущего», где представили новые продукты компании, рассказали о будущем связи и мобильных устройств, познакомили участников с новейшими решениями по хранению и обработке данных, организации бизнес-процессов.

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Поддерживая развитие высшего образования, «ВымпелКом» вступает в стратегические

партнерства с вузами, в частности с Уральским федеральным университетом и Волгоградским государственным университетом. Подобные партнерства, как правило, предполагают целый ряд совместных инициатив, в том числе проведение обучающих тренингов для студентов, поддержку студенческих мероприятий и предоставление услуг связи на льготных условиях. В частности, в рамках партнерства с ВолГУ планируется разработка специального тарифного плана «Мой ВолГУ» для студентов и преподавателей.

В марте 2013 года Компания подписала соглашение с Южным федеральным университетом (ЮФУ) в сфере развития новых технологий и инновационных мобильных сервисов. По условиям соглашения партнеры на паритетных началах участвуют в разработке уникального коммуникационного приложения University для социальных сетей на платформе Facebook. Оно дает пользователям возможность получать через соцсети дополнительное и дистанционное образование. Приложение также позволит заказать исследование, найти рецензента или грант под



Поддержка ярких и интересных проектов в сфере современного образования – это сочетание энергии сотен людей, стремящихся преобразовать мир к лучшему, и технологий, созданных в помощь этому стремлению. «ВымпелКом» видит свою задачу в том, чтобы сделать лучшие мировые образовательные практики доступными для самого широкого круга людей в России.

проект, а также инвестора для собственного изобретения. Целевая аудитория проекта – специалисты компаний и предприниматели, повышающие квалификацию или получающие дополнительное образование, ученые, преподавательский и административный состав университетов, изобретатели, аспиранты и докторанты.

ДИСТАНЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Осознавая значение доступности образования, в 2014 году «ВымпелКом» планирует выступить коммуникационным партнером краудсорсингового проекта «Переведем Coursera», реализуемого компаниями ABVYU Language Services и Digital October. Coursera является одним из крупнейших международ-

ных проектов в сфере дистанционного образования и предоставляет возможность бесплатного доступа к образовательным курсам более ста лучших учебных заведений мира. К концу 2013 года слушателями Coursera стали уже более 7 млн человек, из них 1 млн составляет русскоязычная аудитория (Россия, Украина, Беларусь и Казахстан). В настоящий момент большинство учебных материалов доступно только на английском языке, и в рамках проекта «Переведем Coursera» волонтеры будут переводить лучшие курсы на русский.

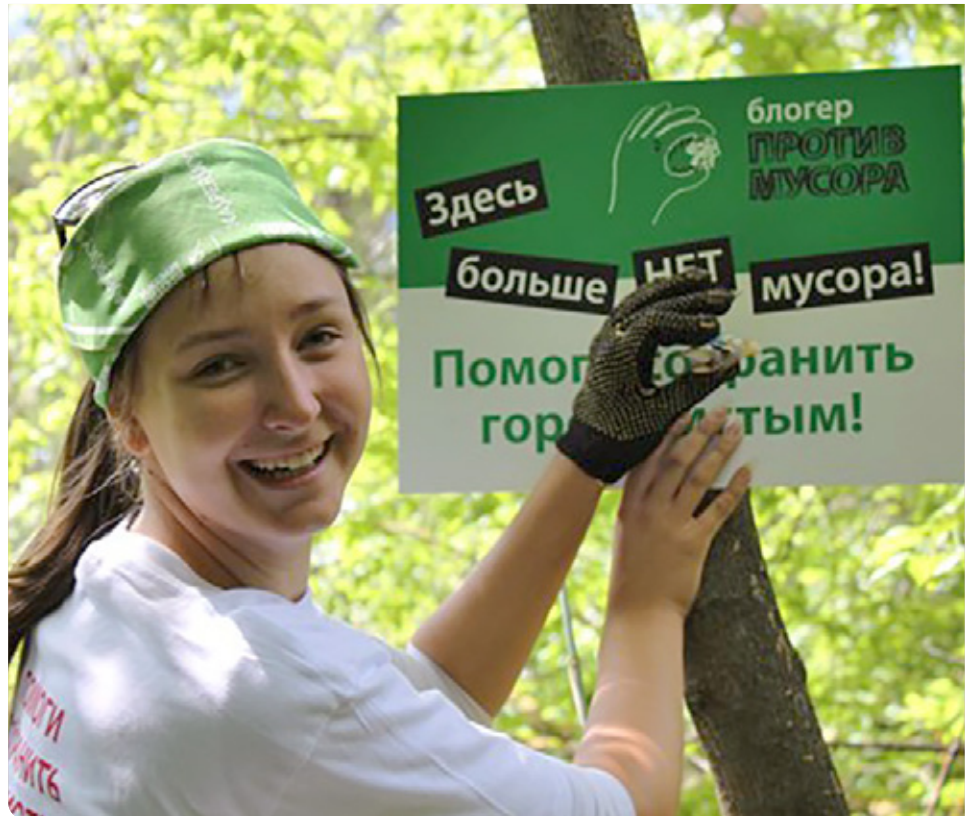
«Мы рады способствовать зарождению столь важной общественной инициативы и благодарны нашим партнерам за возможность участвовать в проекте, – прокомментировал инициативу Александр Пятигорский, директор по цифровым коммуникациям с клиентами ОАО «ВымпелКом». – На наш взгляд, «Переведем Coursera» – это один из наиболее ярких и интересных проектов в сфере современного образования. Это сочетание энергии сотен людей, стремящихся преобразовать мир к лучшему, и технологий, созданных в помощь этому стремлению. Уверен, совместными усилиями всех заинтересованных сторон мы сделаем лучшие мировые образовательные практики доступными для самого широкого круга людей в России. Отрадно, что благодаря этому проекту доступ к образованию мирового уровня получают в том числе люди с ограниченными возможностями. Со своей стороны «Билайн» сделает все возможное для популяризации проекта среди своих абонентов и обеспечения качественных коммуникаций между всеми его участниками».

5

Экологическая ответственность

- 5.1. Внедрение «зеленых» технологий
- 5.2. Поддержка «зеленых» инициатив
- 5.3. Проект «Экоофис»





ПРЕЖДЕ ВСЕГО ВЛИЯНИЕ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ КОМПАНИИ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ СВЯЗАНО С БОЛЬШИМ ОБЪЕМОМ ЭНЕРГИИ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ БЕСПЕРЕБОЙНОЙ РАБОТЫ ОБОРУДОВАНИЯ И ОФИСОВ. В СВОИХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАХ «БИЛАЙН» РУКОВОДСТВУЕТСЯ ПРИНЦИПАМИ БЕРЕЖНОГО ОТНОШЕНИЯ К ПРИРОДНЫМ РЕСУРСАМ.

Несмотря на то, что влияние «ВымпелКома» на окружающую среду менее значительно по сравнению с компаниями горнодобывающей, металлургической или нефтегазовой отрасли, мы думаем о своем влиянии на общество с точки зрения будущих поколений. Мы комплексно подходим к вопросу минимизации нашего воздействия на окружающую среду. С одной стороны, мы непрерывно совершенствуем наши технологические процессы, внедряем современные «зеленые» технологии, которые позволяют значительно сократить потребление энергии внутри Компании. С другой – мы привлекаем внимание профессионального сообщества, общественных экологических организаций, наших клиентов и обычных людей к вопросам охраны окружающей среды. «ВымпелКом» активно использует интернет-ресурсы, объединяя людей, равнодушных к экологическим проблемам

страны в целом, а также отдельных регионов, городов и районов.

Экологическая ответственность – одно из значимых направлений стратегии КСО «ВымпелКома», которое включает «зеленые» технологии и энергоэффективность, «зеленый» маркетинг и поддержку «зеленых» инициатив, а также проект «Экоофис». В 2012–2013 гг. мы реализовали ряд экологических и просветительских инициатив, чтобы минимизировать воздействие на окружающую среду и вместе с тем улучшить операционные показатели через снижение энергопотребления на наших основных объектах:

- энергоаудит объектов Компании, по результатам которого определены цели и приоритеты дальнейшей работы по повышению энергоэффективности;
- активное внедрение «зеленых» технологий на наших объектах и базовых стан-



Одним из приоритетов Компании является систематизация накопленного опыта и формирование единого подхода к управлению экологическими аспектами энергоэффективности. Один из этапов на данном пути – проведение собственного энергоаудита и определение зон дальнейшего совершенствования.



циях, обеспечивающее ежегодное снижение энергопотребления на 8%;

- запуск контейнера Центра обработки данных в Ярославле, объединившего в себе самые современные энергосберегающие технологии;
- внедрение отдельных элементов «Эко-офиса» для снижения энергопотребления и сокращения количества бытовых отходов в наших офисах;
- распространение новейших М2М-технологий, позволяющих нашим корпоративным клиентам снижать негативное воздействие на окружающую среду;
- поддержка «зеленых» инициатив клиентов и организация собственных акций по пропаганде охраны окружающей среды совместно с партнерами – Всемирным фондом дикой природы, известным блогером Сергеем Долей, компанией «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия» и др.

Для достижения наилучших операционных результатов мы повышаем эффективность всех процессов Компании, включая управ-

ление такими аспектами, как энергоэффективность, выбросы в атмосферу, образование отходов и сточных вод. На собственных объектах и в офисах Компании мы проводим различные мероприятия и внедряем современные решения, позволяющие снизить негативное воздействие на окружающую среду по каждому из этих направлений. Мы также стремимся как можно чаще информировать сотрудников и клиентов о необходимости бережного отношения к природным ресурсам.

Одним из приоритетов Компании является систематизация накопленного опыта и формирование единого подхода к управлению экологическими аспектами энергоэффективности. Один из этапов на данном пути – проведение собственного энергоаудита и определение зон дальнейшего совершенствования.

В своей деятельности мы руководствуемся лучшими международными практиками в области охраны окружающей среды, а также используем наши услуги и продукты для помощи клиентам в снижении их собственного воздействия.

**ЭНЕРГОАУДИТ
ОБЪЕКТОВ
«ВЫМПЕЛКОМА»**



В 2012–2013 гг. специалисты Центра энергоэффективности ИНТЕР РАО ЕЭС провели энергоаудит 76 филиалов Компании. На основе полученных результатов была разработана Программа энергосбережения и повышения энергетической эффективности «ВымпелКома» на 2013–2017 гг. Основная цель – повысить конкурентоспособность Компании за счет улучшения показателей энергоэффективности до уровня наилучших доступных технологий. Ключевыми направлениями развития признаны повышение энергоэффективности собственных объектов Компании, а также широкой сети офисов «ВымпелКома».



5.1 Внедрение «зеленых» технологий

СОБСТВЕННЫЕ ОБЪЕКТЫ КОМПАНИИ

Деятельность любой телекоммуникационной компании характеризуется большими объемами потребляемой энергии, поддерживающей работу базовых станций и других объектов инфраструктуры, обеспечивающих в свою очередь бесперебойность услуг связи, а также хранение и обработку персональных данных клиентов, их счетов и совершаемых транзакций. На обеспечение корректной работы нашего технологического и IT-оборудования приходится порядка 80% всех затрат электроэнергетики.

Прогнозируемый рост спроса на услуги передачи данных и повышенный интерес к качеству услуг будет способствовать увеличению нагрузки на мощности Компании, а значит, дальнейшему росту энергопотребления. Как следствие, ключевым направлением в области снижения негативного влияния «ВымпелКома» на окружающую среду выступает повышение энергоэффективности наших собственных объектов. Для этого мы переводим базовые станции и дата-центры Компании на энергоэффективное оборудование высочайшего класса и внедряем на объектах «зеленые» энергосберегающие технологии.

ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ, ПОВЫШАЮЩИХ ЭФФЕКТИВНОСТЬ БАЗОВЫХ СТАНЦИЙ «ВЫМПЕЛКОМА»

Технологии, повышающие эффективность базовых станций	Описание технологии	Экономия энергии
BTS POWER SAVING	Программное обеспечение, применяемое на всех новых базовых станциях «ВымпелКома», позволяет оптимизировать нагрузку на сеть за счет максимально эффективного использования работающих передатчиков и отключения незадействованных в данный момент. Именно передатчики отвечают за покрытие сети, они относятся к числу ключевых и вместе с тем наиболее энергозатратных элементов станции. На конец 2013 года данная технология была применена на 27 052 базовых станциях.	3%
NATURAL FREE COOLING	Технология, основанная на работе системы приточно-вытяжной вентиляции, которая позволяет экономить энергию, необходимую для охлаждения оборудования, за счет использования воздуха из внешней среды, прошедшего через систему дополнительных фильтров. В первую очередь используется на масштабных проектах, однако находит применение и на базовых станциях. Данная система устанавливается на всех новых базовых станциях, а также на существующих станциях после их модернизации. Начиная с 2012 года ежегодно модернизируется порядка 1000 базовых станций. На конец 2013 года данная система была установлена на 2 207 базовых станциях Компании.	12–19% в зависимости от региона
ИЗМЕНЕНИЕ НАСТРОЕК КОНДИЦИОНЕРОВ	Технология, обеспечивающая автоматическое регулирование температуры в аппаратной на базовой станции. Она позволяет повысить температуру с +22 до +25 °С, что существенно экономит электроэнергию, необходимую для питания сети. При этом не допускается более значительное повышение температуры, так как это может сократить срок службы аккумуляторных батарей в два раза.	3,5%
РАСПРЕДЕЛЕННЫЕ БАЗОВЫЕ СТАНЦИИ	Технология, позволяющая снизить потребление энергии, затрачиваемой на охлаждение передатчиков, за счет их переноса наружу, где они охлаждаются внешним воздухом. Для получения дополнительной экономии энергии и повышения мобильности базовых станций часть распределенных базовых станций оснащена специальными термобоксами, в которые помещаются модули управления. За счет зонирования охлаждения энергоемкого оборудования достигается снижение потребления энергии. Помимо этого, замена стандартных медных линий передач на оптоволоконные позволяет не только экономить природные ресурсы, но и увеличить зону покрытия. Данная технология активно применяется в средней полосе и на севере России. Распределенные базовые станции составляют порядка 40% во всей сети, из них более половины оснащены термобоксами. На конец 2013 года данная технология была установлена на 3 529 базовых станциях «ВымпелКома».	30%



При выборе технологий и оборудования проводится большая работа: мы анализируем международный опыт, ведем переговоры с разными производителями энергоэффективного оборудования, чтобы найти решения, наиболее подходящие для климата России. Перед запуском в эксплуатацию обязательно проводим тестирование в течение одного сезона, что позволяет оценить качество технологии и ее эффективность в тех или иных климатических условиях.

В целом в 2013 году энергоэффективные технологии применялись на 32 788 базовых станциях «ВымпелКома», что составляет 48% от общего количества станций.

Благодаря применению «зеленых» технологий начиная с 2011 года Компании удается снижать энергопотребление примерно на 8% ежегодно. Наиболее масштабным проектом, объединившим в себе самые современные энергосберегающие технологии, стал инновационный Центр обработки данных в Ярославле.

Для обеспечения надежной работы оборудования и оптимизации затрат на электроэнергию в 2012 году Компания внедрила централизованную систему автоматизированного учета электроэнергии (АИИС КУЭ). Данная система должна обеспечить до 20% экономии энергии на наших объектах, и уже сейчас позволяет снизить затраты на электроэнергию в пределах 30%. Система непрерывно анализирует динамику потребления энергии и на основе полученных результатов позволяет выбирать тариф, оптимальный для конкретного периода времени. По состоянию на конец 2013 года АИИС КУЭ была внедрена примерно на 40% объектов «ВымпелКома» в Северо-Западном и Центральном регионах, а также в Сибири. К концу 2014 года мы планируем внедрить систему на наших объектах в остальных регионах России.

Отдельным направлением деятельности по снижению воздействия на окружающую среду является уменьшение выбросов вредных

ЦЕНТР ОБРАБОТКИ ДАННЫХ В ЯРОСЛАВЛЕ



В 2013 году запущен контейнер Центра обработки данных (ЦОД) в Ярославле. Его главной целью является расширение существующих мощностей дата-центров, расположенных преимущественно в Москве и обеспечивающих на данный момент до 90% централизованной вычислительной нагрузки Компании. На следующем этапе будет запущен модуль на 240 серверных стоек. С завершением строительства ЦОДа, общая площадь которого составит 10 тысяч м², а вместительность превысит 1500 серверных стоек, «ВымпелКом» обеспечит техническую возможность дальнейшего развития продуктов и услуг для новых рынков. Учитывая стратегическую важность и масштабность проекта, Компания стремится использовать инновационные ресурсоэффективные технологии, чтобы оптимально расходовать как природные ресурсы, так и денежные средства. Благодаря применению этих технологий показатель эффективности использования электроэнергии (ПУЭ) – один из ключевых показателей, характеризующих работу ЦОДа, – должен приблизиться к идеальному значению, когда потери энергии равны нулю.

Среди применяемых «зеленых» технологий в ЦОДе можно выделить следующие:

- **охлаждение серверного оборудования системой Natural Free Cooling**, позволяющей экономить на энергии, затрачиваемой на функционирование кондиционеров. При температуре в помещении до 25 °С охлаждение серверов осуществляется лишь за счет подачи внешнего воздуха, проходящего через систему дополнительных фильтров. По предварительным расчетам данная система обеспечит эффективное охлаждение оборудования атмосферным воздухом на протяжении 9–10 месяцев в году. В результате использование данной технологии позволяет не только сократить расходы на электроэнергию, но и существенно снизить эксплуатационные расходы;
- **замена традиционных аккумуляторов на динамические источники бесперебойного питания**, впервые применяемые при строительстве ЦОДа. Накапливающаяся в них энергия поддерживает работу системы при отключении основного питания. Помимо 20-процентного снижения потребляемой энергии, данная технология позволяет сэкономить не менее 25% площадей под размещение силового оборудования. При переходе на кинетические накопители, применяемые при данной технологии, не требуется сложной утилизации батарей, как при использовании аккумуляторов. В 2014 году планируется дальнейшее внедрение данной технологии на других площадках «ВымпелКома».



веществ. Одним из основных источников выбросов на наших объектах выступают дизель-генераторные установки, основная задача которых – обеспечение резервного питания базовых станций и дата-центров Компании, если основное электропитание отключено. Для гарантии высочайшего качества и соответствия международным экологическим требованиям при выборе данного оборудования мы тесно взаимодействуем с лучшими международными производителями. Однако для максимального снижения выбросов в атмосферу с 2013 года действующие дизель-генераторные установки дополнительно оснащаются системой очистки выхлопных газов с каталитическими фильтрами, что позволяет минимизировать концентрацию вредных веществ. Очищенные отработанные газы выводятся согласно принятым требованиям через систему вентиляции на 2 метра выше уровня здания.

Продукты и услуги «ВымпелКом»

Мы предлагаем корпоративным и частным клиентам инновационные решения, позволяющие снижать их собственное воздействие на

окружающую среду. Так, возможность получать счета за услуги связи в электронном виде значительно сокращает количество используемой бумаги. А SMS и MMS, заменяя поздравительные открытки на 23 февраля и 8 марта, только за два дня позволяют сохранить порядка 1930 тонн бумаги. Еще одним инновационным решением являются бесконтактные платежи на основе технологии NFC¹. Встраиваемые NFC-модули позволяют использовать телефон как «мобильный билет» для оплаты проезда в общественном транспорте. Это снижает эмиссию бумажных и пластиковых проездных билетов и ведет к экономии ресурсов, затрачиваемых на их производство.

Благодаря многолетнему опыту работы с корпоративными клиентами мы адаптируем наши телекоммуникационные решения под их нужды, предоставляя возможность оптимизировать бизнес-процессы и достигать существенной экономии энергии, материалов, а также затрат в целом. С этой точки зрения наиболее успешным примером являются M2M-технологии, призванные решать целый спектр задач.

¹ Более подробная информация о технологии NFC представлена в разделе 3.1. «Мобильные финансовые услуги».

M2M-ТЕХНОЛОГИИ



M2M-технологии – это ключевой инструмент, позволяющий нашим корпоративным клиентам снижать воздействие на окружающую среду за счет устранения потенциальных проблем, связанных с оборудованием. В любом бизнесе нередки случаи его поломки или нецелевого использования, что приводит к перерасходу энергии и топлива. Чтобы избежать подобных ситуаций, оборудование клиента оснащается специальными сим-картами, которые обеспечивают непрерывный контроль и удаленное управление работой оборудования. При своевременном изменении параметров сим-карт и их статуса достигается существенное снижение затрат клиента. А за счет более эффективной работы оборудования, экономии энергии и топлива уменьшаются выбросы вредных веществ.

Наиболее масштабные примеры внедрения M2M-технологии:

- **«Сибирская горно-металлургическая компания».** «ВымпелКом» внедрил на этом предприятии автоматизированный мониторинг автопарка, за счет чего повысилась надежность грузоперевозок металлолома на металлургические комбинаты страны и снизилось потребление топлива;
- **«Донэнерго».** В рамках соглашения о стратегическом сотрудничестве «ВымпелКом» взял на себя обязательства по автоматизации информационно-измерительной системы энергопотребления всей Ростовской области. Планируемый объем проекта в 10 тысяч сим-карт позволит «Донэнерго» получать показания счетчиков электроэнергии в реальном времени, что исключает необходимость физического съема показаний сотрудниками компании, снижает трудозатраты и расходы на топливо;
- **«Ленэнерго».** В 2013 году «ВымпелКом» подписал договор о создании масштабной системы учета электроэнергии в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, принцип ее действия тот же, что и в Ростовской области. Переход на сбор данных о потреблении электроэнергии в реальном времени позволит существенно снизить коммерческие потери электроэнергии и уменьшить эксплуатационные затраты.

5.2 Поддержка «зеленых» инициатив



ПРОБЛЕМЫ ОХРАНЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ КАСАЮТСЯ КАЖДОГО ИЗ НАС. ОДНАКО ДАЛЕКО НЕ ВСЕ ЗНАЮТ О НИХ И О ТОМ, КАК МОЖНО СНИЗИТЬ ВРЕДНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ПРИРОДУ. МЫ, КАК ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННАЯ КОМПАНИЯ, ВИДИМ СВОЮ МИССИЮ В РАСПРОСТРАНЕНИИ ЭТОЙ ИНФОРМАЦИИ СРЕДИ МНОГОТЫСЯЧНОЙ АУДИТОРИИ КЛИЕНТОВ.

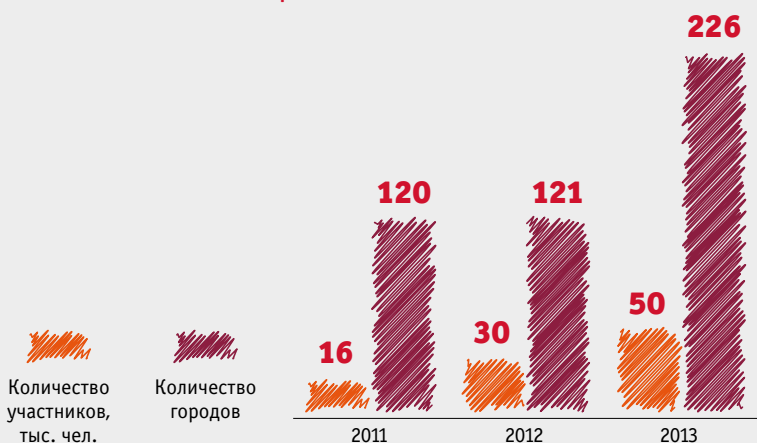
При выстраивании экологической деятельности «ВымпелКома» мы стремимся объединять собственные проекты с инициативами, возникающими в Интернете. Мы поддерживаем и тиражируем важные «зеленые» инициативы наших клиентов и представителей общественности, используя весь спектр имеющихся у нас коммуникационных ресурсов и технологий.

«БЛОГЕР ПРОТИВ МУСОРА»

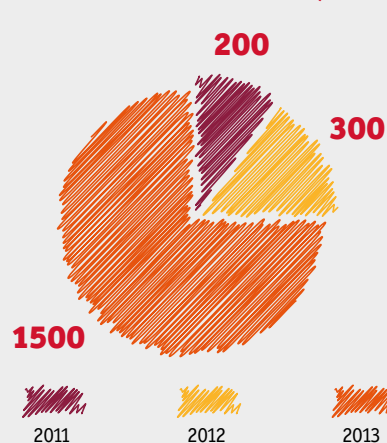
На протяжении уже трех лет «ВымпелКом» поддерживает инициативу «Блогер

против мусора» известного блогера Сергея Доли. В первую очередь инициатива направлена на решение проблемы загрязнения общественных парков и мест отдыха, а также на формирование культуры рационального использования ресурсов и их утилизации. Традиционно акция проходит в виде субботника, он проводится одновременно по всей России. За 2011–2013 гг. охват акции увеличился со 120 до 226 городов, включая не только Россию, но и страны СНГ.

ИТОГИ АКЦИИ «БЛОГЕР ПРОТИВ МУСОРА»



КОЛИЧЕСТВО СОБРАННОГО МУСОРА, ТОННЫ





«ВымпелКом» выступает коммуникационным и организационным партнером акции. В частности, мы обеспечиваем широкую информационную поддержку мероприятия, предоставляем бесплатный Интернет, инвентарь и питьевую воду в местах проведения субботников, вывозим собранный мусор, а также помогаем организовывать людей и распространять опыт проведения подобных мероприятий в регионах. Наши сотрудники выступают не только техническими организаторами акции, но и сами с удовольствием участвуют в уборке территорий.

За три года участники акции «Блогер против мусора» добились существенных результатов:

собрано более 2 000 тонн промышленных и бытовых отходов из городских парков, а число участников возросло с 16 до 50 тысяч человек.

В 2013 году субботник состоялся 14 сентября, в нем участвовало порядка 50 тысяч человек. Удалось собрать более 1500 тонн мусора – рекордное количество за все время проведения акции. Основная задача в этом году – научить людей разделению мусора, для чего «ВымпелКом» совместно с компанией «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия», партнером акции, разработали специальную программу. Она дала хороший результат: отдельный сбор мусора осуществлялся уже в 25 крупных городах.

**ПРОГРАММА
ВОССТАНОВЛЕНИЯ
ПЕРЕДНЕАЗИАТСКОГО
ЛЕОПАРДА
НА КАВКАЗЕ**



С 2007 года «ВымпелКом» выступает стратегическим партнером Всемирного фонда дикой природы в области реализации природоохранных проектов. Мы поддерживаем уникальный проект «Программа восстановления переднеазиатского леопарда на Кавказе», реализуемый при поддержке Министерства природных ресурсов России и Президента РФ Владимира Путина. Став национальным партнером WWF России, «ВымпелКом» с помощью технологий сотовой связи стремится популяризировать идеи защиты окружающей среды. Так, мы размещаем актуальную информацию о проектах и акциях фонда, вовлекаем своих абонентов в проекты по защите окружающей среды и редких видов животных, а также предоставляем возможность осуществить пожертвования с помощью мобильных телефонов. В 2013 году благодаря помощи «ВымпелКома» на свет появились долгожданные детеныши, они должны положить начало новой популяции леопарда на Кавказе. На сегодняшний день в Центре разведения и реабилитации переднеазиатского леопарда содержится 6 взрослых животных (по 3 самца и самки) и 4 детеныша. Сейчас детенышей готовят к самостоятельной жизни в неволе, а весной 2015 года планируется первый выпуск леопардов в дикую природу. Согласно планам, в течение 10–15 лет будет создано северное ядро популяции леопарда, которое вместе с существующим южным ядром в Иране обеспечит устойчивое существование леопарда не только на территории российского Кавказа, но и в странах Закавказья.

С целью дальнейшего развития совместных проектов в области экологии в 2013 году «ВымпелКом» принял решение вступить в корпоративный клуб Всемирного фонда дикой природы.



«Поддержка таких компаний, как „Билайн“, помогает Всемирному фонду дикой природы осуществлять природоохранные и экологические проекты в России. Кроме того, объединяя наши усилия, мы стараемся донести идею важности охраны природы и экологически ответственного образа жизни до самых разных людей: сотрудников, партнеров, клиентов компании».

— Екатерина Бабина,
директор по фандрайзингу
Всемирного фонда дикой
природы России



«ПОДАРИ ТЕЛЕФОНУ НОВУЮ ЖИЗНЬ»

Мы понимаем, что одним из основных видов отходов, косвенно связанных с нашей деятельностью, являются телефоны. Мы берем на себя ответственность за расширение возможностей их применения. Пока утилизация техники в России недостаточно развита, к тому же существует проблема необоснованно высокого уровня переработки еще действующей техники, поэтому мы нашли два собственных решения, призванных сократить количество телефонов, отправляемых на переработку до истечения срока использования.

В рамках акции «Блогер против мусора» в 2011 году проводилась благотворительная акция «Подари телефону новую жизнь». Цель акции – сбор ненужных рабочих аппаратов для передачи их нуждающимся. По итогам акции 10% участников субботника в Москве передали свои старые телефоны на благотворительные нужды. Все телефоны были приведены в рабочее состояние и переданы в фонд Елизаветы Глинки «Справедливая помощь».

Другое зарекомендовавшее себя решение – это передача оставшихся на складе «ВымпелКома» телефонов слабослышащим людям в рамках ежегодного фестиваля Pease and Love. В 2012 и 2013 гг. любой человек, предъявивший удостоверение об инвалидности по слуху, имел возможность получить

от нашей компании новый телефон с сим-картой.

«ЧАС ЗЕМЛИ»

«ВымпелКом» на протяжении трех лет поддерживает глобальную экологическую акцию «Час Земли» Всемирного фонда дикой природы (WWF). Ежегодно в назначенное время наша Компания на час выключает внешнее и внутреннее освещение более чем в 40 филиалах по всей стране. Своим примером мы стараемся привлечь внимание к проблеме изменения климата и выбросов парниковых газов, образующихся в том числе и в результате потребления электроэнергии. На протяжении двух лет Компания совместно с WWF проводит специальную акцию «Я буду, если будешь ты», призывающую людей к участию в инициативе «Час Земли». В период акции на официальных страницах «ВымпелКома» в «ВКонтакте», Facebook и Twitter можно найти интересные экологические факты и советы, как экономить энергию. В 2012 году девизом акции стал слоган «Спасем мир на спор», согласно которому в поддержку «Часа Земли» в Интернете «ВымпелКом» обещал посадить деревья на территориях, регулярно страдающих от пожаров. После акции, проходившей под девизом «Один „лайк“ – одно дерево» в 2012 году на юге России, было высажено около 600 деревьев.



5.3 Проект «Экоофис»

Обладая широкой сетью филиалов и офисов продаж по всей стране, мы понимаем, что они являются вторым по значимости для «ВымпелКома» источником потребления энергии.

По результатам энергоаудита наших объектов порядка 20% всей затрачиваемой электроэнергии приходится на офисные здания. Именно поэтому снижение потребления энергии нашими офисами выступает вторым ключевым направлением работы по уменьшению собственного негативного воздействия на окружающую среду. Чтобы максимально эффективно расходовать природные ресурсы и сократить нерациональное использование бумаги, воды, электрической и тепловой энергии, мы разрабатываем и внедряем проект «Экоофис». Проект также нацелен на повышение уровня экологической

ответственности сотрудников «ВымпелКома». Компания планирует проводить лекции по экоустойчивости с участием партнерских компаний, на регулярной основе обновлять специальный экопортал в интранете, создание которого запланировано на 2014 год, в частности размещать на нем интересные советы на каждый день, связанные с экологической тематикой.

Сегодня в Компании уже внедрены отдельные элементы «Экоофиса» – энергосберегающие технологии и мероприятия, направленные на экологическое просвещение сотрудников.

ВНЕДРЕНИЕ РЕСУРСОБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОБСТВЕННЫХ ОФИСАХ «ВЫМПЕЛКОМА»

Наименование аспекта	Внедренные в собственных офисах «ВымпелКома» ресурсосберегающие технологии и мероприятия	Достигнутые результаты ¹
ПОТРЕБЛЕНИЕ ВОДЫ	<ul style="list-style-type: none"> Установка приборов учета и расхода воды. Внедрение водосберегающих технологий в отдельных офисах. 	Снижение потребления воды более чем на 1700 м ³
ОБРАЗОВАНИЕ И УТИЛИЗАЦИЯ ОТХОДОВ	<ul style="list-style-type: none"> Использование на принтерах функции «Экопечать», изменяющей настройки принтера для экономии тонера и двухсторонней печати. Внедрение электронного документооборота. «ВымпелКом» стал одной из первых компаний, перешедшей в 2003 году на систему электронного документооборота. Все счета по умолчанию предоставляются клиенту в электронном виде. Передача на утилизацию использованных картриджей, люминесцентных ламп, а также офисной и бытовой техники. 	Снижение объемов образования отходов на 7 тонн
ПОТРЕБЛЕНИЕ ЭНЕРГИИ	<ul style="list-style-type: none"> Переход на энергосберегающие лампы, использование автоматического контроля освещения в технологических помещениях и коридорах. Внедрение системы регулирования подачи тепла в отдельных офисах. Переход на автоматизированное управление режимами энергосбережения рабочих мест сотрудников. Включение в список критериев по оценке закупаемого оборудования ключевых показателей эффективности расходования энергии. 	Снижение потребления электроэнергии на 1 млн кВт·ч
ПОТРЕБЛЕНИЕ ТОПЛИВА	<ul style="list-style-type: none"> Замена деловых поездок сотрудников видеоконференциями. Обновление автопарка и переход на более экологичные автомобили. Не менее 95% автопарка соответствуют экостандартам «Евро-3» и «Евро-4»². 	Снижение потребления топлива на 15%

¹ Данные по собственным офисам «ВымпелКома» в Москве («8 Марта», «Сокольники») за 2011–2012 гг.

² Данные по Москве и Московскому региону.



**Экологическое воздействие собственных офисов Компании
(консолидировано по следующим офисам: «8 Марта» и «Сокольники»)**

Наименование	2011		2012		2013	
	План	Факт	План	Факт	План	Факт
Тепловая энергия, Гкал	4 754	4 725	4 754	5 034	4 754	4 886
Электрическая энергия, тыс. кВт-ч	70 430	64 034	72 200	65 630	74 070	67 416
Объем потребления воды, м ³	52 836	23 179	52 836	21 466	52 836	20 135
Объем образования отходов, тонн	н/д	300 442	н/д	293 199	н/д	182 872
Обезврежено отходов (люминесцентные лампы), тонн	н/д	0,618	н/д	0,685	н/д	0,472
Передано отходов сторонним организациям (ТБО), тонн	н/д	299 824	н/д	292 514	н/д	182 400

**СИСТЕМА
ЭЛЕКТРОННОГО
ДОКУМЕНТООБОРОТА
В ОБЪЕДИНЕННОМ
ЦЕНТРЕ
ОБСЛУЖИВАНИЯ**



В мае 2013 года стартовал проект по внедрению промышленной системы электронного документооборота в недавно открытом Объединенном центре обслуживания (ОЦО) «ВымпелКома» в Ярославле. Это структурное подразделение призвано объединить в себе все вспомогательные функции Компании, включая ведение бухгалтерского учета, контроль и осуществление платежей, управление кадрами, а также поддержку закупок. ОЦО стал пилотным подразделением, полностью перешедшим на безбумажные технологии. Вся документация обрабатывается и поступает в другие филиалы «ВымпелКома» исключительно в электронном формате, что существенно снижает потребление бумаги. Данная система – это полноценный инструмент для сканирования, распознавания, хранения, а также поиска документов, который может использоваться для всех операций центра. После тестирования системы электронного документооборота в ОЦО она будет постепенно внедрена и по всей Компании для замены существующих приложений на базе «Лотус».

6

Ответственность перед сотрудниками

- 6.1. Система управления персоналом
- 6.2. Обучение и профессиональное развитие сотрудников
- 6.3. Мотивация и социальная поддержка сотрудников
- 6.4. Внутренние коммуникации
- 6.5. Привлечение персонала
- 6.6. Обеспечение безопасных условий труда





Сотрудники – это ключевой актив «ВымпелКома», определяющий динамику его развития и эффективность. Именно сотрудники и их система ценностей являются основой происходящих в Компании стратегических изменений. Поэтому сегодня наша ключевая задача – сформировать лучшую команду на рынке.

Принятие новой стратегии потребовало серьезных преобразований всех бизнес-процессов «ВымпелКома», ключевым из которых стало управление персоналом. В основу изменений легла новая система ценностей, которая определила подходы к привлечению, обучению, оценке эффективности, мотивации сотрудников. Ключевой ценностью «ВымпелКома» являются клиенты, следовательно, команда должна быть сфокусирована и ориентирована на удовлетворение их потребностей. В свою очередь мы стремимся к тому, чтобы каждый сотрудник мог быть полностью вовлечен в работу и чувствовал свою значимость для Компании.

Мы уверены, что для успешного формирования лучшей на рынке команды необходимо не только обладать уникальной экспертизой, но и учитывать опыт других отраслей, применять современные подходы к управлению персоналом и повышению его мотивации.

Мы видим большой потенциал в максимальном вовлечении высшего руководства в процесс коммуникаций с сотрудниками, что позволяет не только подчеркнуть важность происходящих в Компании перемен, но и предоставляет топ-менеджменту эффективный механизм обратной связи. Ведь зачастую инновационные идеи и предложения сотрудников, непосредственно работающих с клиентами, позволяют эффективно решать сложные вопросы и менять подход к сложившимся процессам. «ВымпелКом» стремится обеспечить сотрудникам комфортные условия для проявления инициативы и привлечь их к

участию в крупных корпоративных проектах, в том числе исследовании удовлетворенности клиентов по системе NPS.

В 2013 году ключевыми направлениями преобразований в рамках процессов управления персоналом стали:

- совершенствование системы управления;
- обучение и профессиональное развитие сотрудников;
- мотивация и материальная поддержка сотрудников:
 - в 2011 году была организована система добровольной корпоративной благотворительной помощи в сотрудничестве с Благотворительным фондом «Подари Надежду». Цель – оказание помощи сотрудникам и членам их семей, попавшим в сложную жизненную ситуацию, добровольные пожертвования сотрудников на конец 2012 года – более 408 тысяч рублей, а на конец 2013 года – свыше 663 тысяч рублей;
 - в 2013 году была усовершенствована система корпоративных наград, в том числе внедрена награда «Лучший сотрудник офиса продаж», определяемый на основе показателя NPS;
 - в компании действует «Билайн» университет», предоставляющий широкий спектр образовательных и бизнес-курсов, а также тренингов по личностному развитию и росту.
- вовлечение сотрудников в процесс принятия стратегических решений;
- обеспечение безопасных условий труда.

6.1 Система управления персоналом

2013 ГОД СТАЛ ГОДОМ СЕРЬЕЗНЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ «ВЫМПЕЛКОМА». ДЛЯ НАС ВАЖНО, ЧТОБЫ НАШИ СОТРУДНИКИ РАЗДЕЛЯЛИ НОВУЮ СТРАТЕГИЮ И ЧУВСТВОВАЛИ СЕБЯ ЧАСТЬЮ НОВОЙ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОЙ КУЛЬТУРЫ. ИМЕННО ЭТО ПОЗВОЛИТ НАМ НАБРАТЬ НЕОБХОДИМЫЕ ТЕМПЫ ИЗМЕНЕНИЙ И В МАКСИМАЛЬНО КОРОТКИЕ СРОКИ ДОСТИЧЬ ПОСТАВЛЕННЫХ ЦЕЛЕЙ ДАЖЕ В СЕГОДНЯШНИХ ВЫСОКОКОНКУРЕНТНЫХ УСЛОВИЯХ.

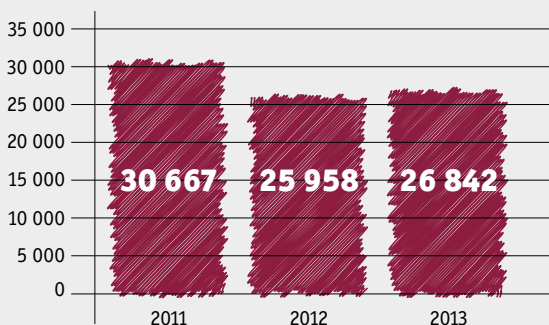
В 2013 году мы поставили перед собой амбициозную задачу – создание высокоэффективной команды, ориентированной на грамотное взаимодействие и удовлетворение потребностей клиентов. Это потребовало реализации ряда мероприятий по совершенствованию организационной структуры и оптимизации модели управления Компанией. В результате перераспределения функций между подразделениями возникла необходимость в изменении штатного расписания и структурного состава персонала.

В ходе оптимизации организационной структуры часть функций выведена на аутсорсинг, ряд важных функций переведен в штаб-квартиру Группы «ВымпелКом Лтд» в Амстердаме, сокращено количество уровней управления в ОАО «ВымпелКом». Все это привело к уменьшению численности штатного

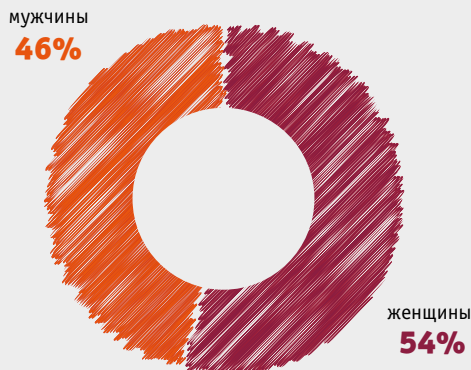
персонала в России почти на 13% по сравнению с 2011 годом. На конец 2013 года команда «ВымпелКома» составляла 26 843 человека. Преобразования продолжатся в 2014 году, в ходе которых будет произведено дальнейшее формирование управленческой команды. В этот период мы видим своей задачей помощь сотрудникам в освоении новой роли, получении новых знаний и компетенций, обеспечении открытых и честных каналов коммуникаций.

«ВымпелКом» предоставляет сотрудникам равные возможности независимо от пола, возраста, этнической принадлежности. 54% или 14 399 сотрудников Компании – женщины, 46% или 12 444 сотрудника – мужчины. Для персонала на позициях начального уровня вне зависимости от гендерной принадлежности устанавливается одинаковый уровень вознаграждения.

Численность сотрудников «ВымпелКома» в 2011–2013 гг., чел.



Гендерный состав сотрудников «ВымпелКома» в 2013 г.



6.2 Обучение и профессиональное развитие сотрудников



Единая система обучения «ВымпелКома», центральным элементом которой выступает «Билайн» университет, является проводником происходящих в Компании изменений и создает основу для эффективного обмена опытом и лучшими практиками между сотрудниками и экспертами международного уровня.

Основным принципом развития сотрудников «ВымпелКома» является принцип непрерывности (Lifelong learning), в соответствии с которым персонал развивается:

- на рабочем месте – благодаря реализации новых проектов и освоению новых зон ответственности;
- за счет получения обратной связи от непосредственного руководителя;

- посредством использования различных инструментов обучения (очное и дистанционное обучение).

Компания уделяет особое внимание усилению роли руководителей в обучающем процессе. Руководители, ответственные за бизнес-результаты своих подразделений, оценивают необходимость и формируют состав программы обучения целевой группы

КОРПОРАТИВНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «БИЛАЙН»



«Билайн» университет, появившийся в 1999 году по инициативе Дмитрия Борисовича Зимина, реализует комплекс обучающих программ стратегического уровня. Мы располагаем самым полным набором форматов и форм обучения среди всех корпоративных университетов России. По итогам 2012 года «Билайн» университет победил в номинации «Эффективное решение в области обучения, развития и повышения результативности персонала» профессионального конкурса Trainings Index – 2012.

«Билайн» университет – это:

- 83 общекорпоративных тренера;
- 82 функциональных тренера;
- 10 специалистов по организации обучения;
- 9 функциональных разработчиков курсов eLearning;
- 217 внутренних экспертов.

В каталоге Корпоративного университета «Билайн» 1200 очных курсов, из них 190 проводятся силами внутренних тренеров. Услуги в области обучения и развития нам предоставляют 150 внешних организаторов тренингов.



Программы обучения и профессионального развития сотрудников «ВымпелКома» охватывают такие направления, как эффективное управление ресурсами Компании, информационные технологии, взаимодействие с клиентами, дополнительное профессиональное обучение, охрана труда и техника безопасности, развитие личной эффективности.

сотрудников. Такой подход позволяет своевременно выявлять потребности в обучении и повышать его эффективность. Специалисты подразделения, отвечающего за корпоративное обучение, оказывают организационную поддержку и готовят обучающие программы в соответствии с запросами руководителей.

Программы обучения

Программы обучения и профессионального развития сотрудников «ВымпелКома» охватывают такие направления, как эффективное управление ресурсами Компании, информационные технологии, взаимодействие с клиентами, дополнительное профессиональное обучение (маркетинговое, юридическое и т.д.), охрана труда и техника безопасности, развитие личной эффективности.

Значимой частью системы профессионального развития является обучение менеджеров, которое реализуется в рамках следующих программ:

«Школа кадрового резерва» для действующих и будущих директоров филиалов способствует развитию внутренних кандидатов на управленческие должности в рамках программы «Кадровый резерв». Также на сотрудников, вошедших в кадровый резерв, рассчитана «Программа развития кадровых резервистов», появившаяся в 2012 году. Уникальность проекта заключается в том, что спикерами выступают ведущие эксперты, руководители и топ-менеджеры «ВымпелКома», а обучение ведется преимущественно в интерактивном формате (семинары, круглые столы, решение практических кейсов).

«Школа директоров филиалов» – этот обучающий проект, созданный в 2011 году, направлен на развитие стратегического

мышления и навыков управления ресурсами. В преподавательский состав Школы входят руководители разных функций на уровне России и ведущие внешние тренеры. В 2013 году 70 директоров филиалов прошли обучение по данной программе.

Программы развития компетенций новых руководителей. Сотрудники, поступающие на управленческие позиции, посещают семинар «Новый менеджер», который проводят внутренние эксперты HR, IT и юридического направлений, а затем курсы «Базовые управленческие навыки» и «Методы развития подчиненных».

Региональные программы обучения. В Компании реализуются проекты по обучению и развитию менеджеров для департаментов или филиалов в разных городах России. Например, курс «Эффективный менеджер. Перезагрузка», направленный на формирование высокоэффективной команды.

Для повышения эффективности распространения знаний и опыта в «Билайн» университете действует обучающая программа «Внутренние эксперты». Она помогает активировать потенциал сотрудников, обладающих экспертизой в своей профессиональной области.

Дистанционное обучение

Дистанционное корпоративное обучение позволяет эффективно вовлекать в учебный процесс сотрудников различных офисов и региональных управлений. Среди инструментов дистанционного обучения выделяются:

- дистанционное обучение в системе eLearning;
- веб-обучение на основе корпоративной технологии Lotus Sametime;
- библиотека печатных и электронных книг.

Система eLearning доступна сотрудникам Компании во всех регионах. Электронное обучение дает широкий спектр знаний для профессионального и личностного развития. Библиотека eLearning насчитывает более 160 электронных курсов, разработанных специалистами Компании и внешними провайдерами, и она постоянно пополняется.

Персонал «ВымпелКома» также имеет возможность самостоятельно обучаться с помощью электронной библиотеки, содержащей более 600 книг по бизнес-тематике. В первом полугодии 2013 года появилась мобильная библиотека для сотрудников Компании, в ней свыше 150 книг.

6.3 Мотивация и социальная поддержка сотрудников



Мы стремимся создать систему мотивации и социальной поддержки, ориентированную на потребности наших сотрудников. Их счастье и уверенность в будущем являются основой нашей бизнес-модели.

«ВымпелКом» гарантирует всем сотрудникам справедливое материальное вознаграждение по результатам труда, размер которого рассчитывается, исходя из оценки результатов сотрудников по достижению личных и корпоративных ключевых показателей эффективности. Материальное вознаграждение персонала состоит из должностного оклада, надбавок, премий и компенсационных выплат.

Все штатные сотрудники Компании действуют в соответствии с поставленными для них индивидуальными целями, а также целями регионов или всей бизнес-единицы «Россия». Общее число целей для каждого сотруд-

ника не превышает семи. За формулирование целей и оценку результатов персонала отвечают руководители различных уровней.

В Компании ежегодно проводится обязательная оценка уровня компетенций каждого из штатных сотрудников, в качестве эталона используется утвержденная руководством модель компетенций. Результаты оценки учитываются при принятии решений об обучении, продвижении по службе, компенсационных выплатах. В 2014 году мы планируем пересмотр модели компетенций, на базе которой будут сформированы система оценки и программы развития сотрудников.

Оценка по методу «360 градусов»



Начиная с 2009 года руководители «ВымпелКома» ежегодно проходят оценку компетенций по методу «360 градусов». Руководителей оценивают на основании мнений различных категорий сотрудников: вышестоящих руководителей, коллег и подчиненных.

За последние два года показатели по всем компетенциям улучшились, более половины участников получили оценку «Выше стандарта». По результатам были выделены такие сильные стороны руководителей, как профессионализм, достаточный опыт и знания для выполнения поставленных задач, личная ответственность за результаты.



СОЦИАЛЬНАЯ ПОДДЕРЖКА

Социальные выплаты и льготы являются частью компенсационного пакета «Вымпел-Кома» наряду с денежным вознаграждением. Они предоставляются всем сотрудникам Компании в стандартизированном объеме вне зависимости от стажа, статуса, оклада или результатов работы. В систему социальных льгот, гарантий и компенсаций входят:

- добровольное медицинское страхование;
- страхование от несчастных случаев и критических заболеваний;
- страхование в зарубежных поездках;
- выплаты в случае смерти по естественным причинам;
- служебная сотовая связь;
- скидки на продукты и услуги Компании, а также сторонних операторов связи;

- материальная помощь в случае рождения/усыновления (удочерения) ребенка, смерти близкого родственника, стихийных бедствий, необходимости дорогостоящих операций или медикаментозной терапии, а также оплаты санаторно-курортного лечения сотрудников и членов их семей.

КОРПОРАТИВНЫЕ КОНКУРСЫ И НАГРАДЫ

В 2013 году система корпоративных конкурсов и наград «ВымпелКома» была усовершенствована. В результате выделен ряд персональных и командных наград, которые вручаются сотрудникам за достижение значительных результатов, оптимизацию бизнес-процессов, проявление инновационного подхода к решению задач и командную работу. Появилась новая награда «Лучший со-

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД ДЛЯ СОТРУДНИКОВ «ВЫМПЕЛКОМА»



С 2011 года в «ВымпелКома» существует благотворительный фонд, организованный совместно с фондом «Подари Надежду» для оказания материальной помощи сотрудникам и их близким. Фонд создается из средств, добровольно перечисленных Компанией или ее персоналом. Материальная помощь выдается на проведение дорогостоящих операций, стоимость которых не покрывается другими видами материальной помощи Компании. Контроль над деятельностью фонда осуществляют специалисты Отдела льгот Дирекции по компенсациям и льготам. В 2012–2013 годах фонд оказал помощь на общую сумму более 1500 тысяч рублей. Размер фонда на конец 2013 года составил свыше 663 тысяч рублей.



СИСТЕМА КОРПОРАТИВНЫХ НАГРАД



трудник офиса продаж», где победитель конкурса определяется на основе показателя NPS.

В систему корпоративных конкурсов и наград «ВымпелКома», помимо прочего, входят: **«Бриллиантовая пчела»** – высшая корпоративная награда «ВымпелКома» за существенный вклад в развитие бизнеса, влияние на рост финансовых и операционных показателей или снижение расходов подразделения. За всю историю «ВымпелКома» ее получили 186 сотрудников.

«Звезда команды» – эта награда вручается сотрудникам, которые поддерживают командный дух в коллективе, предлагают инновационные идеи для улучшения работы всей команды и усиливают кросс-функциональные связи с коллегами.

«Свидетельство о признании» – индивидуальная корпоративная награда за успешную реализацию проектов, достижение высоких результатов.

«Сильное звено» – конкурс, который проводится с 2011 года, направлен на выявление лучших менеджерских практик в Компании. Сотрудники отправляют на конкурс коллективные заявки и номинируют своих руководителей, обладающих сильными лидерскими качествами. В 2013 году 160 команд сотрудников из разных функций и регионов заявили, что их руководитель является ярким лидером и образцом для подражания в нашей Компании. 5 руководителей разного уровня – от руководителей групп Центров поддержки клиентов до регионального директора – стали победителями конкурса, а 10 получили звание «Яркий лидер».

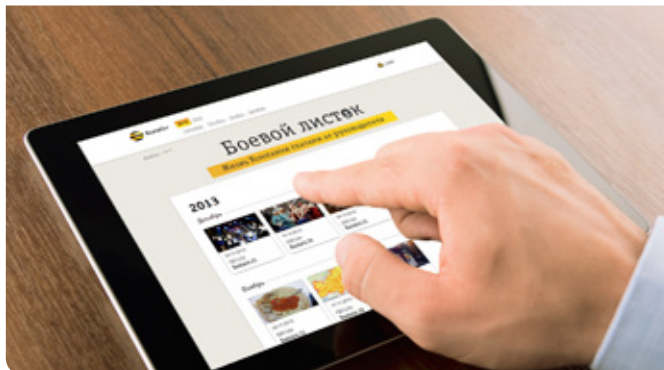
«Инновации в действии» – в рамках этого конкурса оцениваются идеи сотрудников по улучшению бизнеса «ВымпелКома». Они могут быть представлены к трем номинациям: «Бриллиантовая идея», «Золотая идея» и «Мастер-идея». Конкурс проходит с 2004 года, и за это время 570 идей удостоились корпоративных наград.

НАГРАДА «МАСТЕР СВЯЗИ»



Награда «Мастер связи» – высшая в телекоммуникационной отрасли России. Она присваивается специалистам, работающим в области связи не менее 15 лет, за успехи в совершенствовании инфокоммуникационного комплекса страны, реализацию федеральных и региональных программ развития связи и информатизации. В «ВымпелКоме» этого звания удостоились 122 сотрудника.

6.4 Внутренние коммуникации



СИСТЕМА ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ «ВЫМПЕЛКОМА» В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ НАПРАВЛЕНА НА НАЛАЖИВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОГО КРОСС-ФУНКЦИОНАЛЬНОГО ДИАЛОГА МЕЖДУ СОТРУДНИКАМИ И ТОП-МЕНЕДЖМЕНТОМ.

Система внутренних коммуникаций «ВымпелКома» имеет целью максимальное вовлечение сотрудников в жизнь Компании и позволяет поддерживать открытый диалог на всех уровнях управления. Ключевыми элементами системы коммуникаций являются:

Еженедельные «боевые листки» Генерального директора. Генеральный директор «ВымпелКома» в России Михаил Слободин каждое воскресенье, начиная с 9 сентября 2013 года, рассылает сотрудникам письма о приоритетах, достижениях и сложностях прошедшей недели, а также задачах, которые решались руководством, и практиках Компании, которые привлекли его внимание. Также «боевые листки» призывают сотрудников в ответ присылать свои идеи, замечания и предложения, они учитываются топ-менеджментом при принятии стратегических решений. «Боевой листок» является одним из наиболее популярных источников информации о жизни Компании для команды – ежедневно его читают более 8 тысяч сотрудников.

Ежеквартальный корпоративный журнал Beelife. Благодаря этому изданию персонал регулярно получает качественную аналитическую информацию о деятельности и достижениях «ВымпелКома», стратегических направлениях развития бизнеса. В жур-

нале публикуются истории успеха сотрудников Компании, интервью с топ-менеджерами о результатах важнейших проектов и развитии телекоммуникационной отрасли, а также другие материалы. В 2014 году мы планируем перевести журнал в электронный формат, что позволит публиковать новости и статьи по мере поступления и оперативно доносить информацию до сотрудников Компании.

Внутренний интернет-портал. Интранет «Билайна» представляет собой единое информационное пространство Компании. Здесь сотрудники могут получить внутреннюю информацию, ознакомиться с последними новостями бизнеса, а также пообщаться между собой, вступить в диалог с топ-менеджментом, подписаться на обновления тематического контента, поучаствовать во внутренних конкурсах и многое другое. Для поддержки культуры инноваций на портале существует раздел «Территория идей», задача которого – поиск актуальных предложений для развития бизнеса с дальнейшим внедрением.

Электронные рассылки от топ-менеджеров. О важных процессах и изменениях в Компании, ключевых назначениях, запусках новых продуктов топ-менеджеры сообщают в своих письмах. Это самый оперативный инструмент информирования, благодаря ко-

РАДИО «БИЛАЙН FM» для сотрудников СИБИРСКОГО РЕГИОНА



В 2013 году в День радио и работников всех отраслей связи сотрудники Сибирского региона «ВымпелКома» получили возможность слушать прямую трансляцию радиозэфира собственной станции «Билайн FM». Некоторые подключались к ней с компьютеров и мобильных устройств, а в Красноярском офисе Компании радио работало в коридорах. Сотрудники узнавали об интересных и важных проектах, изменениях и результатах работы. На сайте, через который шла трансляция, было зафиксировано более 300 подключений к «Билайн FM», от персонала пришло в эфир 489 сообщений.



тому, например, сотрудники узнают о новых продуктах до того, как они появятся на рынке.

«ВымпелКом» стремится вовлекать сотрудников в обсуждение стратегических решений топ-менеджмента и разработку стратегических инициатив. С этой целью в 2012 году был реализован проект по проведению личных встреч руководителей с сотрудниками – «Открытый диалог». На этих встречах сотрудники узнают информацию по актуальным проектам, стратегии и планам развития Компании и могут задать интересующие их вопросы и получить ответы онлайн.

Для получения обратной связи в целях оценки уровня вовлеченности в Компании с 2003 года проводится исследование вовлеченности сотрудников. В рамках участия в исследовании сотрудник может открыто высказать свое мнение, а также анонимно дать оценку ситуации в Компании. Результаты, полученные после обработки ответов, обсуждаются на встречах в филиалах, региональных управлениях и ключевых подразделениях Компании. Индекс вовлеченности сотрудников Компании в 2012 году составлял 47%, а по данным на начало 2014 года вырос до 60%. Это стало возможным благодаря инициативе и активному

участию руководства «ВымпелКома» в организации эффективных каналов общения между сотрудниками и их привлечению к решению задач, стоящих перед Компанией.

В 2014 году мы планируем расширить возможности для внутренних коммуникаций в «ВымпелКоме» и запустить корпоративную социальную сеть, которая позволит сотрудникам в режиме онлайн узнавать об актуальных событиях в Компании, участвовать в решении важных задач и просто общаться с коллегами на различные темы. Мы надеемся, что такой формат общения позволит сотрудникам почувствовать себя частью большой команды и внести вклад в ее будущее развитие.

Неотъемлемой частью нашей корпоративной культуры являются командные инициативы сотрудников, связанные со спортом. В «ВымпелКоме» существует более 40 команд, участники которых играют в футбол, волейбол и даже устраивают соревнования по подледной рыбной ловле. Спортзал или стадион для тренировок команды арендуют самостоятельно, а взносы для участия в корпоративных турнирах оплачиваются из бюджета филиала или подразделения. В День связи ежегодно организуются турниры с другими операторами мобильной связи.

Диалог с сотрудниками «ВымпелКома»



Осенью 2012 года в исследовании вовлеченности участвовало рекордное количество сотрудников – 80%. Результаты показали, что традиционно сильной стороной «ВымпелКома» был и остается корпоративный климат: высокий уровень сотрудничества и командной работы, поддержка и взаимодействие между подразделениями, обмен знаниями и опытом, общая атмосфера уважения и признания.

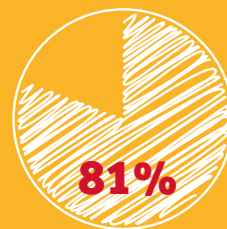
Результаты исследования показали, что:



69% сотрудников готовы рекомендовать услуги Компании своим близким и друзьям



67% сотрудников гордятся, что работают в «ВымпелКоме»



81% сотрудников готовы работать в Компании более 3–5 лет

В феврале и марте 2013 года все сотрудники приняли участие в обсуждении результатов исследования – состоялось более 100 встреч по всей России, на которых было предложено около 700 действий по улучшению.

В 2013 году в аналогичном исследовании приняло участие 65% сотрудников Компании. Информация о результатах исследования и последующем их обсуждении с сотрудниками будет опубликована в Отчете о корпоративной социальной ответственности «ВымпелКома» за 2014 год.

6.5 Привлечение персонала

При подборе новых сотрудников «ВымпелКом» руководствуется не только профессиональными качествами потенциальных кандидатов, но и стремится привлечь в команду людей, разделяющих ценности Компании и ориентированных на клиента.

В 2013 году система подбора сотрудников «ВымпелКома» претерпела ряд изменений: одной из ключевых компетенций потенциальных сотрудников стала ориентация на удовлетворение потребностей клиента. Для этого Компания начала внедрение новой системы оценки кандидатов в форме онлайн-опроса и бизнес-игры, которая позволит определить соответствие кандидата требованиям и ценностям «ВымпелКома».

В Компании используются различные инструменты подбора и найма персонала. Одним из наиболее эффективных инструментов для привлечения внешних кандидатов является информационный портал www.job.beeline.ru. При открытии новых вакансий есть возможность проводить внутренние конкурсы среди сотрудников или выбирать из числа внешних кандидатов. В каждом случае решение принимает руководитель, открывающий позицию. По многим позициям внутренние кандидаты имеют приоритет перед внешними, поскольку они уже являются частью команды «ВымпелКома», хорошо знакомы с ее корпоративной культурой и особенностями бизнес-процессов, обладают большим опытом.

«ВымпелКом» активно предоставляет возможности трудоустройства молодым специалистам. С 2006 года реализуется программа «Третье поколение» по привлечению студентов старших курсов и выпускников вузов на ежегодные специализированные стажировки в различных подразделениях. Предпочте-

ние отдается талантливым молодым людям и девушкам, преуспевающим в учебе, с хорошим знанием английского языка. Стажировка длится один год и делится на два этапа: интенсивная летняя стажировка с полной занятостью – в июле и августе, длительная стажировка с возможностью совмещать работу с учебой – с сентября по июнь. За время существования программы «Третье поколение» стажировку прошли более 500 студентов, из них около 75% стажеров перешли в штат.

Стажерам программы «Третье поколение» также предоставляется возможность участвовать в международных образовательных проектах. Так, в 2013 году два лучших стажера программы приняли участие в Telenor Youth Summit, организованном при участии Нобелевского центра мира. Цель этого саммита – создание международной платформы для обмена мнениями и идеями между представителями «цифрового» поколения, молодыми энтузиастами, которые видят в телекоммуникационных технологиях один из движущих факторов мирового социально-экономического развития.

В своей деятельности Компания соблюдает этические принципы, установленные Кодексом поведения Группы компаний «ВымпелКом Лтд», и не допускает дискриминации сотрудников по различным признакам, таким как расовая принадлежность, религия, пол, возраст, национальность, сексуальная ориентация, семейное положение или наличие инвалидности.

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ РАБОДАТЕЛЬ



По итогам 2012 года наша Компания заняла первое место в рейтинге работодателей России (в категории «Телекоммуникации, связь») крупнейшего отечественного сайта HeadHunter.ru. Кроме того, в 2012 году «ВымпелКом» вошел в топ-10 самых привлекательных работодателей России по версии агентства РБК.

6.6 Обеспечение безопасных условий труда

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНЫХ УСЛОВИЙ ТРУДА И ЗАБОТА О ЗДОРОВЬЕ СОТРУДНИКОВ ЯВЛЯЮТСЯ ГЛАВНЫМИ ПРИОРИТЕТАМИ «ВЫМПЕЛКОМА».

К опасным факторам и профессиональным рискам операторов телекоммуникационной связи относятся риски при работе с электро-техническим оборудованием базовых станций, при верхолазных работах, а также вредные факторы на рабочих местах в офисах Компании.

Для обеспечения безопасности сотрудников в Компании реализуется ряд профилактических мероприятий, в том числе:

- предоставление средств индивидуальной и коллективной защиты;
- обучение безопасным методам выполнения работ по охране труда, пожарной безопасности, оказанию первой помощи при несчастных случаях на производстве;
- инструктажи и проверки знаний по охране труда, стажировки на рабочем месте;
- аттестация рабочих мест, по итогам которой проводятся мероприятия по улучшению условий труда;
- выборочный контроль условий труда на рабочих местах;
- профилактические медицинские осмотры сотрудников, работающих во вредных и опасных условиях (электротехнический персонал; сотрудники, работающие на высоте; специалисты, перенапрягающие голосовой аппарат).

В результате проведения данных мероприятий Компании удалось поддерживать низкий уровень производственного травматизма. Всего за 2013 год было зафиксировано 8 несчастных случаев, из них ни одного со смертельным исходом.

Основными причинами несчастных случаев в 2013 году были нарушение трудовой, производственной дисциплины и несоблюдение требований охраны труда. В подразделениях, где произошли несчастные случаи, были проведены мероприятия по профилак-

тике производственного травматизма и инструктажи сотрудников.

В 2013 году произошло два несчастных случая со смертельным исходом, не связанных с производством: гибель сотрудницы в Хабаровске по дороге на работу, а также гибель сотрудницы в результате террористической атаки в Волгограде. В последнем случае Компания помимо материальной помощи семье, оказываемой Положением по материальной помощи, приняла решение организовать сбор средств для семьи погибшей сотрудницы.

ОБУЧЕНИЕ В ОБЛАСТИ ОХРАНЫ ТРУДА

Обучение по охране труда и проверка знаний основ электробезопасности – это важнейшие части системы охраны труда и здоровья «ВымпелКома». Мы стремимся не только совершенствовать техническое оснащение производственных процессов и проводить анализ несчастных случаев, но и внедрять системное обучение по этим направлениям.

Регулярно проводится обучение сотрудников определенных категорий:

- руководители, специалисты – 1 раз в 3 года;
- специалисты и работники, связанные с опасными или вредными производственными факторами, – 1 раз в год;
- специальное обучение – 1 раз в год (верхолазные работы, работы на высоте и т.д.).

Особое внимание уделяется подготовке и обучению по охране труда электротехнического персонала.

В 2012 году в рамках единой корпоративной программы обучение, связанное с безопасными условиями труда и технической безопасностью, прошли 2 436 человек. В 2013 году – 2 765 человек.

В дальнейшем мы планируем проводить Дни охраны труда для сотрудников Компании.

7

Приложения

- 7.1. **Ключевые показатели деятельности за 2013 год**
- 7.2. **История Компании**
- 7.3. **Участие в отраслевых ассоциациях, инициативах и хартиях**
- 7.4. **Ключевые награды**
- 7.5. **Таблица стандартных элементов GRI**



7.1 Ключевые показатели деятельности за 2013 год

Наименование показателя	Значение за 2013 г.
ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ	
Выручка от реализации услуг, млн руб., в том числе:	289 910
• мобильная связь	239 852
• фиксированная связь	50 058
ЕБИТДА, млн руб.	121 421
Рентабельность по ЕБИТДА, %	41,9
Капитальные затраты, млн руб.	58 792
ARPU, руб. (на 4 кв. 2013 г.), в том числе:	
• мобильная связь	327
• фиксированная связь	451
Объем капитальных вложений в развитие телекоммуникационной инфраструктуры, тыс. руб.	46 815 540
ОПЕРАЦИОННЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ	
Количество абонентов мобильной связи, тыс. чел.	56 512
Количество абонентов широкополосной сети, тыс. чел.	2 300
Количество монобрендовых офисов продаж, штук	1 238
Количество базовых станций, тыс. штук, в том числе:	68 305
• 4G	1 395
• 3G	26 072
• 2G	40 838
Трафик данных в сетях мобильной связи, Гбайт	206 132 133
Количество регионов с LTE	7
Количество использованных минут на одного абонента в месяц (MoU)	293

СОЦИАЛЬНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ (СОТРУДНИКИ)

Численность подрядчиков, чел.	134
<hr/>	
Списочная численность штатных сотрудников, в том числе:	26 842
– мужчин,	12 444
из них занятых частично	118
– женщин,	14 398
из них занятых частично	223
<hr/>	
Численность вновь принятых сотрудников, в том числе:	13 199
– мужчин	5 921
– женщин	7 278

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Потребление энергии внутри Компании (дизельное топливо), в том числе:	11 709,7
– на содержание собственных офисов, ГДж	925,5
– на содержание сетей, ГДж	10 784,2
<hr/>	
Потребление энергии за пределами Компании, в том числе:	3 636 015,8
– на содержание собственных офисов, ГДж	368 022,2
– электрическая энергия, ГДж	368 003,8
– тепловая энергия, ГДж	18,4
– на содержание сетей, ГДж	3 267 993,6
– электрическая энергия, ГДж	3 267 993,6
<hr/>	
Потребление топлива на осуществление перевозок, связанных с деятельностью Компании, и перевозок сотрудников, в том числе:	160 679,8
– дизельное топливо, ГДж	24 375
– бензин, ГДж	136 304,8

7.2 История Компании

Компания «ВымпелКом» основана русским ученым Дмитрием Борисовичем Зиминим и американским предпринимателем Оги Фабела в 1992 году. Первоначально запускаемая сеть была рассчитана всего на 600 абонентов и включала только пять базовых станций в Москве. В 1993 году Компания начала осуществлять деятельность под брендом «Би Лайн», который благодаря своему яркому и жизнерадостному стилю выделил новую телекоммуникационную компанию из ряда других на российском рынке.

Уже через четыре года количество абонентов в сети «Билайн» возросло до 50 тысяч. А в 1996 году «ВымпелКом» стал первой российской компанией за 90 лет, включенной в листинг Нью-Йоркской фондовой биржи (NYSE).

Дмитрий Борисович Зимин и Оги Фабела заложили в основу деятельности Компании такие принципы, как приоритет высокого качества, новаторский дух, прозрачность бизнеса и высокий уровень корпоративного управления. Именно эти принципы сделали Компанию уникальным явлением в современной России и странах СНГ, а также лидером в своей отрасли. Основатели также сформировали и внедрили ответственный подход к ведению бизнеса, который нашел свое отражение в воплощаемой сейчас Стратегии корпоративной социальной ответственности «ВымпелКома».

Годы

История «ВымпелКома»

История развития КСО в «ВымпелКома»

1992–1996

12 июля 1992 года раздается первый звонок в сети «ВымпелКом». 15 сентября этого же года осуществляется официальная регистрация ОАО «ВымпелКом» – День рождения Компании.

1–2 июня 1994 года «ВымпелКом» начинает осуществлять коммерческую деятельность под торговой маркой «Би Лайн».

В марте 1995 года Компания осуществляет переход с аналогового стандарта AMPS на цифровой стандарт DAMPS. «Би Лайн» становится первой цифровой сетью России.

15 ноября 1996 года «ВымпелКом» включен в листинг Нью-Йоркской фондовой биржи.

В августе 1995 года «ВымпелКом» впервые на российском рынке вводит круглосуточное справочно-информационное обслуживание абонентов.

Первая российская компания, включенная в листинг, – образец и пример лучших корпоративных практик на развивающемся российском рынке.

В СЕТИ «БИ ЛАЙН» – БОЛЕЕ 56 ТЫСЯЧ АБОНЕНТОВ

1997–2001

В 1997 году под маркой «Би Лайн» осуществляется запуск первой в России сети GSM-1800.

В октябре 1997 года начинают работать первые роуминговые соглашения в сети GSM. К 1999 году в Компании появляется уникальная услуга – национальный автоматический роуминг.

1 декабря 1998 года «ВымпелКом» и Telenor подписывают соглашение о стратегическом партнерстве. Telenor приобретает 25% + 1 акцию Компании.

В 2000 году «Би Лайн» осуществляет первый запуск WAP в коммерческую эксплуатацию.

Переход на стандарт связи второго поколения GSM позволил значительно снизить вредное воздействие высокочастотного излучения на организм человека по сравнению с аналоговым стандартом первого поколения DAMPS.

В октябре 1998 года осуществляется запуск пакета услуг «Би+», повышающий доступность связи для широкого круга потребителей, в том числе и по ценовому показателю. Сотовая связь перестала быть прерогативой элиты.

В сентябре 1999 года в сети «Би Лайн» введена посекундная система оплаты разговоров, которая позволяет абонентам экономить около 20% от суммы своего ежемесячного платежа.

В марте 2001 года сеть «Би Лайн» начинает работать в московском метро, позволяя абонентам расширить границы общения.

В ноябре 2001 года вступает в действие новая универсальная система



Годы

История «ВымпелКома»

История развития КСО в «ВымпелКоме»

1997–2001

В мае 2001 года компания «Альфа-Эко Телеком Лимитед» входит в число акционеров ОАО «ВымпелКом».

В сентябре 2001 года начинается масштабная региональная экспансия: до конца года филиалы «ВымпелКома» появляются еще в 6 городах России (Владимире, Рязани, Липецке, Туле, Смоленске, Белгороде).

оплаты счетов – Веерау. У абонентов «Би Лайн» появляется возможность выбрать, где, когда и как оплачивать услуги связи – наличными или с помощью банковской карты, днем или ночью, в будни или выходные дни, в метро или в магазине. Новая система значительно упрощает процесс оплаты услуг сотовой связи, делает его максимально удобным и быстрым.

В СЕТИ «БИ ЛАЙН» – БОЛЕЕ 2 МИЛЛИОНОВ АБОНЕНТОВ

2002–2006

В 2002 году «Би Лайн» первым в России запускает MMS и BeeOffice (систему электронного обслуживания абонентов).

В течение года Компания открывает филиалы еще в 26 крупных городах России, а в 2003 – в Санкт-Петербурге.

В августе 2004 года «ВымпелКом» выходит на рынок Казахстана, приобретая второго по величине сотового оператора «КаР-Тел».

4 апреля 2005 года происходит ребрендинг «Билайна». Спустя полгода бренд «Билайн» был признан самым дорогим российским брендом – его стоимость составила более 5 млрд долларов США.

В 2005 году «ВымпелКом» выводит на рынок услугу «Мобильная почта»: первое в России решение для полноценного доступа к корпоративной электронной почте с мобильного телефона.

Компания активно выходит на рынки стран СНГ: бренд «Билайн» теперь есть в Грузии, Таджикистане, Узбекистане, Армении и Украине.

1 июля 2006 года «ВымпелКом» отменяет плату за входящие звонки.

25 октября 2006 года «ВымпелКом» в 4-й раз подряд становится обладателем престижной премии в области связей с инвесторами авторитетного международного специализированного издания IR Magazine.

22 мая 2002 года состоялась первая совместная пресс-конференция двух ведущих российских компаний сотовой связи: «ВымпелКом» и МТС, посвященная запуску услуги обмена SMS-сообщениями между абонентами двух сетей. Ранее такой обмен был невозможен.

В январе 2004 года «ВымпелКом» при поддержке Минобразования РФ организовал работу интернет-классов в рамках проекта «Новые технологии детям».

9 мая 2005 года ко дню 60-летия победы в Великой Отечественной войне «ВымпелКом» проводит акцию «„Билайн“ помогает ветеранам ВОВ», направленную на оказание адресной помощи общественным организациям ветеранов. Мероприятия варьировались в зависимости от региона России: финансовая поддержка, предоставление телефонов с подключением или организация культурных программ.

В 2006 году «ВымпелКом» запускает уникальный тарифный план для людей с ограниченными возможностями по слуху «Со-общение».

В 2006 году был разработан специальный тарифный план «Мобильный пенсионер» с особыми условиями для ветеранов и людей пожилого возраста.

19 июля 2006 года подписана инициированная «ВымпелКомом» «Хартия мобильного этикета» – документ, призванный установить стандарты этикета в мобильном общении. И дать старт просветительской кампании, направленной на популяризацию этических стандартов общения по мобильному телефону.

29 ноября 2006 года «Билайн» объявляет «Неделю мобильной вежливости». Ее участниками стали более 50 учреждений культуры и искусства в 27 городах России.

В 2006 году «ВымпелКом» запускает Программу сотрудничества с ведущими вузами России «Третье поколение», в рамках которой топ-менеджеры Компании преподают в вузах, а в различных департаментах «ВымпелКома» организуются стажировки для студентов. За год стажировку прошли 14 студентов – победители строгого отборочного конкурса.

В СЕТИ «БИЛАЙН» – БОЛЕЕ 48 МИЛЛИОНОВ АБОНЕНТОВ

2007–2011

В 2007 году «Билайн» получает лицензию 3G. За 2 года 3G-сети будут запущены более чем в 40 городах России.

12 сентября «ВымпелКом» подписывает принципиальное соглашение о создании совместного предприятия в сфере мобильных телекоммуникаций с GTel Mobile во Вьетнаме. «ВымпелКом» становится первым российским

В апреле 2007 года на рынке появился первый тарифный план «Билайна» для детей – «Первый детский», позволяющий детям оставаться на связи даже при минусовом балансе.

21 мая 2007 года «Билайн» становится стратегическим партнером Всемирного фонда дикой природы (WWF Россия) в области реализации природоохранных проектов. Сотрудничество «Билайна» с WWF начинается с проекта «Восстановление переднеазиатского леопарда на Кавказе».



Годы

История «ВымпелКома»

История развития КСО в «ВымпелКоме»

2007–2011

сотовым оператором, шагнувшем за пределы России и СНГ.

29 февраля 2008 года завершена сделка по слиянию «ВымпелКома» и «Голден Телекома», благодаря чему создан единственный интегрированный оператор связи в России и СНГ.

5 октября 2009 года объявлено об объединении «ВымпелКома» и «Киевстар» в новую компанию – «ВымпелКом Лтд».

10 июня 2010 года утверждены изменения в структуре управления «ВымпелКом Лтд». Выделены четыре бизнес-единицы: Россия, Украина, СНГ и международные бизнесы, которые подчиняются непосредственно Штаб-квартире Компании в Амстердаме.

15 апреля 2011 года «ВымпелКом Лтд» и WIND TELECOM S.p.A. объявили о завершении сделки по объединению двух компаний. «ВымпелКом» становится глобальным международным игроком с шестой в мире по размеру абонентской базой.

В 2008 году утверждена Стратегия по корпоративной социальной ответственности ОАО «ВымпелКом».

2 апреля 2008 года под эгидой «ВымпелКома» проходит Экспертный совет программы «Мобильная грамотность», направленной на выработку мер противодействия мобильным мошенникам.

В 2010 году был запущен специальный информационный ресурс www.safe.beeline.ru для борьбы с мобильным мошенничеством.

2010 год – помощь в ликвидации последствий лесных пожаров и поддержка людей, оставшихся без связи.

В 2011 году Компания стала коммуникационным и организационным партнером акции «Блогер против мусора». Она объединила более 16 тысяч пользователей социальных сетей, вышедших на субботники в 120 городах России.

С 2011 года «ВымпелКом» выступает телеком-партнером проекта «Система Забота», запущенного в Санкт-Петербурге, по поддержке программы экстренной социально-медицинской помощи пожилым людям и инвалидам.

С 2011 года «ВымпелКом» начал сотрудничество с отрядом «Лиза Алерт», занимающимся поиском пропавших детей. В частности, осуществляется предоставление связи волонтерам.

В 2011 году создан фонд благотворительной помощи, формируемый из добровольных пожертвований сотрудников «ВымпелКома». Средства фонда идут на оказание материальной поддержки тем сотрудникам, кто оказался в сложной жизненной ситуации.

2012 год – наводнение в Крымске и поддержка связи для волонтеров.

2012 год – продолжение ежегодного проекта «Peace and Love: Мир глухих» – городского фестиваля в поддержку людей с нарушениями слуха.

2013 год – запуск проекта «Веб-ландия» и детской зоны Wi-Fi для быстрого доступа детей к полезному и развивающему контенту в Интернете.

Август-сентябрь 2013 года – обеспечение сохранности мобильной связи и телекоммуникационная помощь жителям во время наводнения на Дальнем Востоке.

Ноябрь 2013 года – поддержка талантливых детей в рамках Ярославского форума инноваций (годовой доступ к Интернету, а также iPad для более эффективного получения знаний и решения исследовательских задач).

Заключение стратегического партнерства с вузами (Казань, Екатеринбург).

Запуск услуги «Билайн-Координаты» для оказания помощи пожилым, людям с инвалидностью и детям.

Поддержка просветительской акции-выставки «Не по-детски» поисково-спасательного отряда «Лиза Алерт» в Москве (культурный центр «Винзавод»), а также в Брянске, Ростове-на-Дону, а в 2014 году – в Казани и Кирове. Благодаря привлечению общественного внимания к проблеме потерявшихся детей в этих городах были организованы региональные ячейки отряда.

Июнь 2013 года – запуск сервиса M-charity совместно с фондом «Подари жизнь».

2014 год – старт работы с фондом оказания помощи хосписам «Вера», старт проекта «Мобильная медицина».

В СЕТИ «БИЛАЙН» – БОЛЕЕ 59 МИЛЛИОНОВ АБОНЕНТОВ

7.3 Участие в отраслевых ассоциациях, инициативах и хартиях

Ассоциация	Статус
Ассоциация документальной электросвязи (АДЭ)	Член ассоциации
Национальная радиоассоциация	Руководитель департамента обеспечения радиочастотных ресурсов ОАО «ВымпелКом» Валерий Ильич Александров является членом правления ассоциации с 2013 года Начальник планово-договорного отдела ОАО «ВымпелКом» Константин Владимирович Зудин входит в состав Ревизионной комиссии ассоциации
Союз участников рынка инфокоммуникационных услуг (Инфокоммуникационный Союз)	Член союза
Некоммерческое партнерство «Телекоммуникационный форум»	Член некоммерческого партнерства
Ассоциация менеджеров России	Член ассоциации
Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО)	Член ассоциации
Международная ассоциация операторов GSM	Член ассоциации
Лига безопасного Интернета	Член лиги
Хартия мобильного этикета	Член хартии
Хартия российских операторов связи по борьбе с детской порнографией	Член хартии

7.4 Ключевые награды

Награда/конкурс/рейтинг	Номинация	Место
ЕЖЕГОДНАЯ ПРЕМИЯ В СФЕРЕ ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ INTERCOMM 2013	«Общий знаменатель» (Инtranет-портал ОАО «ВымпелКом»)	Победитель
МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ КОНКУРС КОРПОРАТИВНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ «СЕРЕБРЯНЫЕ НИТИ – 2013»	«Лучший корпоративный журнал» (Beelife)	Лауреат
	«Лучший инtranет-портал» (Инtranет-портал ОАО «ВымпелКом»)	Победитель
МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНКУРС В ИНДУСТРИИ КОЛЛ-ЦЕНТРОВ РОССИИ И СНГ «ХРУСТАЛЬНАЯ ГАРНИТУРА»	«Лучший контактный центр»	Победитель
	«Лучшая стратегия по улучшению, программа модернизации» (распределенный контакт-центр «Билайн»)	Победитель
	«Лучшее использование технологии» (online-чат ЦПК Сибирского региона, Новосибирск)	Победитель
	«Менеджер года» (Александр Барафанов, руководитель группы оперативного обслуживания клиентов ШПД и мобильной связи ЦПК Центрального региона, Воронеж)	Победитель
	«Оператор года» (Денис Благоднравов, старший специалист группы оперативного обслуживания клиентов ШПД и мобильной связи ЦПК Центрального региона, Воронеж)	Победитель
ПРЕМИЯ ЗА ДОСТИЖЕНИЯ В ОБЛАСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ КАПИТАЛОМ «ХРУСТАЛЬНАЯ ПИРАМИДА»	«HR-руководитель года» (Михаил Яковлев, Вице-президент по организационному развитию, работе с персоналом и административным вопросам)	Победитель
ВСЕРОССИЙСКИЙ КОНКУРС BEST INTRANET RUSSIA – 2013	«Корпоративные онлайн-издания» (Инtranет-портал ОАО «ВымпелКом»)	3-е
ПРЕМИЯ В ОБЛАСТИ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ PROVA-IPRA GWA 2013	Совместный проект с «Лиза Алерт» «Горячая линия для приема сообщений о пропавших детях»	Гран-при
II ЕЖЕГОДНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ COMNEWS AWARDS 2013	«Оператор платного ТВ, транслирующий в своей сети наибольшее количество спутниковых каналов»	Победитель
ЕЖЕГОДНАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ В ОБЛАСТИ МНОГОКАНАЛЬНОГО ЦИФРОВОГО ТВ «БОЛЬШАЯ ЦИФРА»	Услуга «Домашнее цифровое телевидение „Билайн“» Номинация «Поддержка и обслуживание абонентов»	Победитель
КОНКУРС GLOBAL CIO «ПРОЕКТ ГОДА – 2013»	«Лучшее отраслевое решение, телекоммуникации» (проект Mobile Quality Analyzer, направленный на проведение регулярных измерений качества мобильного Интернета)	Победитель

7.5 Таблица стандартных элементов GRI

Название показателя		Раскрытие показателя	Подраздел / страница Отчета
Стратегия и анализ			
1.1	Заявление самого старшего лица, принимающего решения в организации, публикующей Отчет, о значимости устойчивого развития бизнеса и его стратегии	Раскрыт	Обращение Генерального директора
1.2	Характеристика ключевых воздействий, рисков и возможностей	Раскрыт	1.2 Анализ рынка, вызовов и возможностей, стр. 9–10
Характеристика организации			
2.1	Название организации	Раскрыт	1.1 «ВымпелКом» сегодня, стр. 8
2.2	Главные бренды, виды продукции и/или услуг	Раскрыт	1.1 «ВымпелКом» сегодня, стр. 8
2.3	Функциональная структура организации	Частично раскрыт	1.1 «ВымпелКом» сегодня, стр. 8
2.4	Расположение Штаб-квартиры организации	Раскрыт	1.1 «ВымпелКом» сегодня, стр. 8
2.5	Количество и названия стран, в которых организация осуществляет свою основную деятельность или которые особенно значимы для раскрытия вопросов устойчивого развития в Отчете	Раскрыт	1.1 «ВымпелКом» сегодня, стр. 8
2.6	Характер собственности и организационно-правовая форма	Раскрыт	1.1 «ВымпелКом» сегодня, стр. 8
2.7	Рынки, на которых работает организация	Раскрыт	1.1 «ВымпелКом» сегодня, стр. 8
2.8	Масштаб организации	Раскрыт	1.1 «ВымпелКом» сегодня, стр. 8
2.9	Существенные изменения масштабов, структуры или собственности, произошедшие на протяжении отчетного периода	Частично раскрыт	Об Отчете, стр. 3
2.10	Награды, полученные за отчетный период	Раскрыт	7.4 Ключевые награды, стр. 88
Параметры Отчета			
3.1	Отчетный период (например, финансовый/календарный год), к которому относится представленная информация	Раскрыт	Об Отчете, стр. 3
3.2	Дата публикации последнего из предшествующих отчетов (если таковые публиковались)	Раскрыт	Об Отчете, стр. 3
3.3	Цикл отчетности	Раскрыт	Об Отчете, стр. 3

7 ПРИЛОЖЕНИЯ

7.5 Таблица стандартных элементов GRI

Название показателя	Раскрытие показателя	Подраздел / страница Отчета
3.4 Контактная информация для вопросов относительно Отчета или его содержания	Раскрыт	Об Отчете, <i>стр. 3</i>
3.5 Процесс определения содержания Отчета	Раскрыт	Об Отчете, <i>стр. 3</i>
3.6 Границы Отчета	Раскрыт	Об Отчете, <i>стр. 3</i>
3.7 Ограничения области охвата Отчета	Раскрыт	Об Отчете, <i>стр. 3</i>
3.8 Основания для включения в Отчет данных по совместным предприятиям, аренде производств, передаче части функций внешним подрядчикам и другим организационным единицам, которые могут существенно повлиять на сопоставимость с предыдущими отчетами и/или другими организациями	Раскрыт	Об Отчете, <i>стр. 3</i>
3.9 Методы измерения данных и расчетов, включая предположения и методики, использованные для подготовки показателей и другой информации, включенной в Отчет	Раскрыт	Об Отчете, <i>стр. 3</i>
3.10 Описание значения любых переформулировок информации, приведенной в предыдущих отчетах, а также оснований для таких переформулировок	Раскрыт	Об Отчете, <i>стр. 3</i>
3.11 Существенные изменения относительно предыдущих периодов отчетности в области охвата, границ или методов измерения, примененных в Отчете	Раскрыт	Об Отчете, <i>стр. 3</i>
3.12 Таблица, указывающая расположение стандартных элементов в Отчете	Раскрыт	7.5 Таблица стандартных элементов GRI, <i>стр. 89</i>
3.13 Политика и применяемые практические подходы в отношении внешнего подтверждения Отчета	Раскрыт	В рамках первого отчетного цикла и становления системы нефинансовой отчетности Компания не рассматривала необходимость проведения процедуры внешнего подтверждения
Управление, обязательства и взаимодействие с заинтересованными сторонами		
4.1 Структура управления организации, включая основные комитеты в составе высшего руководящего органа, ответственные за конкретные задачи, например за разработку стратегии или общий надзор за деятельностью организации	Раскрыт	Устав Компании
4.2 Является ли председатель высшего руководящего органа одновременно исполнительным менеджером компании	Раскрыт	Нет, не является
4.3 Количество независимых членов высшего руководящего органа и/или членов, не относящихся к исполнительному руководству компании (для организаций, имеющих унитарный Совет директоров)	Раскрыт	В Совете директоров Компании нет независимых директоров
4.4 Механизмы, при помощи которых акционеры или сотрудники организации могут направлять деятельность высшего руководящего органа или давать ему рекомендации	Раскрыт	В части сотрудников – 6.4. Внутренние коммуникации, <i>стр. 77–78</i> В части акционеров – Устав Компании

7 ПРИЛОЖЕНИЯ

7.5 Таблица стандартных элементов GRI

Название показателя	Раскрытие показателя	Подраздел / страница Отчета
4.5 Связь между выплатами членам высшего исполнительного руководящего органа, представителям высшего исполнительного руководства и старшим руководителям (включая выходные пособия) и результатами деятельности организации (включая социальные и экологические результаты)	Раскрыт	Вознаграждение членам Совета директоров Компании не выплачивается в соответствии с решением Внеочередного общего собрания акционеров ОАО «ВымпелКом» от 15 июля 2011 года. В части высшего исполнительного руководства и старших руководителей – 6.3. Мотивация и социальная поддержка сотрудников, <i>стр.</i> 74
4.6 Действующие процессы в высшем руководящем органе, призванные предотвратить конфликт интересов	Раскрыт	Кодекс поведения Группы компаний «ВымпелКом Лтд»
4.7 Процессы определения квалификации и компетентности членов высшего руководящего органа для формирования стратегии организации по экономическим, экологическим и социальным темам (устойчивого развития)	Раскрыт	Члены Совета директоров являются директорами Группы компаний «ВымпелКом Лтд», которая выступает единственным акционером ОАО «ВымпелКом», и обладают значительным профессиональным, а также управленческим опытом работы, в том числе в телекоммуникационной отрасли
4.8 Разработанные внутри организации заявления о миссии или ценностях, кодексы корпоративного поведения и принципы, значимые с точки зрения экономической, экологической и социальной результативности, а также степень их практической реализации	Раскрыт	В Группе компаний «ВымпелКом Лтд» действует Кодекс поведения, который устанавливает основные принципы профессиональной этики и добросовестного ведения бизнеса и объясняет, как они применяются на практике сотрудниками всех дочерних компаний Группы, в том числе бизнес-единицы «ВымпелКом» в России. Кодекс поведения приведен в соответствии с основополагающими принципами Всеобщей декларации прав человека, Международной организации труда (МОТ), Глобального договора ООН и Руководящих принципов ОЭСР для многонациональных корпораций
4.9 Процедуры, используемые высшим руководящим органом для надзора за тем, как организация оценивает свою экономическую, экологическую и социальную результативность и управляет ею, включая риски и возможности, а также следование или соответствие международным стандартам, кодексам корпоративного поведения и принципам	Раскрыт	Высший руководящий орган не использует процедуры оценки экономической, экологической и социальной результативности деятельности организации
4.10 Процессы оценки собственной результативности высшим руководящим органом, в частности, в связи с экономическими, экологическими и социальными результатами деятельности организации	Раскрыт	Высший руководящий орган не использует процедуры оценки собственной результативности в связи с экономическими, экологическими и социальными результатами деятельности Компании
4.11 Разработанные внешними сторонами экономические, экологические и социальные хартии, принципы или другие инициативы, к которым организация присоединилась или поддерживает	Раскрыт	7.3 Участие в отраслевых ассоциациях, инициативах и хартиях, <i>стр.</i> 87

7 ПРИЛОЖЕНИЯ

7.5 Таблица стандартных элементов GRI



Название показателя		Раскрытие показателя	Подраздел / страница Отчета
4.12	Членство в ассоциациях (например, отраслевых) и/или национальных и международных организациях по защите интересов	Раскрыт	7.3 Участие в отраслевых ассоциациях, инициативах и хартиях, <i>стр. 87</i>
4.13	Перечень заинтересованных сторон, с которыми взаимодействовала организация	Раскрыт	1.5 Взаимодействие с заинтересованными сторонами, <i>стр. 14–15</i>
4.14	Основания для выявления и отбора заинтересованных сторон с целью дальнейшего взаимодействия с ними	Раскрыт	1.5 Взаимодействие с заинтересованными сторонами, <i>стр. 14–15</i>
4.15	Подходы к взаимодействию с заинтересованными сторонами, включая частоту взаимодействия по формам и заинтересованным группам	Частично раскрыт	1.5 Взаимодействие с заинтересованными сторонами, <i>стр. 14–15</i>
4.16	Ключевые темы и интересы, поднятые или выявленные в процессе взаимодействия с заинтересованными сторонами, и то, как организация ответила на эти темы и интересы, в том числе посредством своей отчетности	Частично раскрыт	1.5 Взаимодействие с заинтересованными сторонами, <i>стр. 14–15</i>
Проект отраслевого приложения к Руководству GRI для телекоммуникационного сектора			
Внутренние операции			
I01	Объем капитальных вложений в развитие телекоммуникационной инфраструктуры	Раскрыт	7.1 Ключевые показатели деятельности за 2013 год, <i>стр. 82–83</i>
I03	Практики по охране труда персонала, задействованного в установке, эксплуатации и обслуживании линейных опор, базовых станций, укладке кабелей и других линейных сооружений	Раскрыт	6.6 Обеспечение безопасных условий труда, <i>стр. 80</i>
Предоставление доступа к телекоммуникационным продуктам и услугам			
PA1	Политики и практики, направленные на развитие телекоммуникационной инфраструктуры и расширение доступа к телекоммуникационным продуктам и услугам в отдаленных и малонаселенных пунктах	Раскрыт	2.1 Качество связи, <i>стр. 18–20</i>
PA3	Политики и практики, направленные на обеспечение бесперебойной связи	Частично раскрыт	2.1 Качество связи, <i>стр. 18–20</i>
PA4	Уровень доступности телекоммуникационных продуктов и услуг на территориях присутствия Компании	Частично раскрыт	2.1 Качество связи, <i>стр. 18–20</i>
PA6	Программы предоставления и поддержки связи в чрезвычайных ситуациях и при стихийных бедствиях	Раскрыт	2.1 Качество связи, <i>стр. 18–20</i>
PA10	Инициативы, направленные на обеспечение прозрачности тарифной политики	Раскрыт	2.4 Информационная прозрачность и маркетинговые коммуникации, <i>стр. 31–32</i>
Применение технологий: ресурсоэффективность			
TA1	Примеры ресурсоэффективности предоставляемых телекоммуникационных продуктов и услуг	Раскрыт	5.1 Внедрение «зеленых» технологий, <i>стр. 61–63</i>

7 ПРИЛОЖЕНИЯ

7.5 Таблица стандартных элементов GRI

Название показателя		Раскрытие показателя	Подраздел / страница Отчета
Показатели экономической результативности			
Подходы в области менеджмента		Раскрыт	1.3 Стратегия, <i>стр.</i> 11–12
ЕС1	Созданная и распределенная прямая экономическая стоимость, включая доходы, операционные затраты, выплаты сотрудникам, пожертвования и другие инвестиции в сообщества, нераспределенную прибыль, выплаты поставщикам капитала и государствам	Раскрыт частично	7.1 Ключевые показатели деятельности за 2013 год, <i>стр.</i> 82–83
ЕС4	Значительная финансовая помощь, полученная от органов государственной власти	Раскрыт	7.1 Ключевые показатели деятельности за 2013 год, <i>стр.</i> 82–83
ЕС5	Диапазон соотношений стандартной заработной платы начального уровня и установленной минимальной заработной платы в существенных регионах деятельности организации	Раскрыт	Соотношение стандартной заработной платы начального уровня и установленной минимальной заработной платы составляет 122%
ЕС8	Развитие и воздействие инвестиций в инфраструктуру и услуги, предоставляемые в первую очередь для общественного блага посредством коммерческого, натурального или благотворительного участия	Раскрыт	7.1 Ключевые показатели деятельности за 2013 год, <i>стр.</i> 82–83 2.1 Качество связи, <i>стр.</i> 18–20 3.3 Интеграция людей с ограниченными возможностями, <i>стр.</i> 42–43 3.4 Социально значимые услуги для старшего поколения, <i>стр.</i> 44
Показатели экологической результативности			
Подходы в области менеджмента		Раскрыт	5.2 Поддержка «зеленых» инициатив, <i>стр.</i> 64–65 5.3 Проект «Экоофис», <i>стр.</i> 67
EN3	Прямое использование энергии с указанием первичных источников	Раскрыт	7.1 Ключевые показатели деятельности за 2013 год, <i>стр.</i> 82–83
EN4	Косвенное использование энергии в разбивке по первичным источникам	Раскрыт	7.1 Ключевые показатели деятельности за 2013 год, <i>стр.</i> 82–83
EN5	Энергия, сэкономленная в результате мероприятий по снижению энергопотребления и повышению энергоэффективности	Раскрыт	5.1 Внедрение «зеленых» технологий, <i>стр.</i> 61–63
EN6	Инициативы по предоставлению энергоэффективных или основанных на использовании возобновляемой энергии продуктов и услуг, а также снижение потребности в энергии в результате этих инициатив	Частично раскрыт	5.1 Внедрение «зеленых» технологий, <i>стр.</i> 61–63
EN8	Общее количество забираемой воды с разбивкой по источникам	Частично раскрыт	5.3 Проект «Экоофис», <i>стр.</i> 67
EN22	Общая масса отходов в разбивке по типу и способу обращения	Частично раскрыт	5.3 Проект «Экоофис», <i>стр.</i> 67

7 ПРИЛОЖЕНИЯ

7.5 Таблица стандартных элементов GRI

Название показателя	Раскрытие показателя	Подраздел / страница Отчета
EN28 Денежное значение значительных штрафов и общее число нефинансовых санкций, наложенных за несоблюдение экологического законодательства и нормативных требований	Раскрыт	В отчетный период значительных штрафов и нефинансовых санкций за несоблюдение экологического законодательства на Компанию не налагалось
EN29 Значимое воздействие на окружающую среду перевозок продукции и других товаров и материалов, используемых для деятельности организации, и перевозок рабочей силы	Раскрыт	7.1 Ключевые показатели деятельности за 2013 год, <i>стр. 82–83</i> Общее количество автотранспортных средств (в собственности или лизинге) составило 1873 штуки
Показатели результативности в области организации труда		
Подход в области менеджмента	Раскрыт	6.1 Система управления персоналом, <i>стр. 71</i>
LA1 Общая численность рабочей силы в разбивке по типу занятости, договору о найме и региону	Раскрыт	6.1 Система управления персоналом, <i>стр. 71</i> 7.1 Ключевые показатели деятельности за 2013 год, <i>стр. 82–83</i>
LA2 Общее количество сотрудников и текучесть кадров в разбивке по возрастным группам, полу и региону	Частично раскрыт	7.1 Ключевые показатели деятельности за 2013 год, <i>стр. 82–83</i>
LA3 Выплаты и льготы сотрудникам, работающим на условиях полной занятости, которые не предоставляются сотрудникам, работающим на условиях временной или неполной занятости, в разбивке по основной деятельности	Раскрыт	6.2 Обучение и профессиональное развитие сотрудников, <i>стр. 72–73</i> 6.3 Мотивация и социальная поддержка сотрудников, <i>стр. 74–76</i>
LA4 Доля сотрудников, охваченных коллективными договорами	Раскрыт	В Компании отсутствует профсоюзная организация, и Компания не заключает коллективные договоры с сотрудниками
LA5 Минимальный(е) период(ы) уведомления в отношении значительных изменений в деятельности организации, а также определен(ы) ли он(и) в коллективном соглашении	Раскрыт	Минимальный период уведомления в отношении значительных изменений в деятельности организации соответствует трудовому законодательству
LA7 Уровень производственного травматизма, уровень профессиональных заболеваний, коэффициент потерянных дней и коэффициент отсутствия на рабочем месте, а также общее количество смертельных исходов, связанных с работой, в разбивке по регионам	Частично раскрыт	6.6 Обеспечение безопасных условий труда, <i>стр. 80</i>
LA12 Доля сотрудников, для которых проводятся периодические оценки результативности и развития карьеры	Раскрыт	6.2 Обучение и профессиональное развитие сотрудников, <i>стр. 72–73</i>
LA14 Отношение базового оклада мужчин и женщин в разбивке по категориям сотрудников	Раскрыт	В Компании отсутствует гендерный подход при установлении размера заработной платы, базовые оклады мужчин и женщин для всех категорий сотрудников не отличаются
Показатели результативности в области прав человека		
Подходы в области менеджмента	Раскрыт	6.1 Система управления персоналом, <i>стр. 71</i>

7 ПРИЛОЖЕНИЯ

7.5 Таблица стандартных элементов GRI



Название показателя		Раскрытие показателя	Подраздел / страница Отчета
HR3	Общая совокупная продолжительность (в часах) обучения сотрудников политикам и процедурам, связанным с аспектами прав человека, значимыми для деятельности организации, включая долю обученных сотрудников	Раскрыт	В Компании не проводится обучение сотрудников политикам и процедурам, связанным с аспектами прав человека
HR4	Общее число случаев дискриминации и предпринятые действия	Раскрыт	Случаев дискриминации в 2013 году зафиксировано не было
HR5	Деятельность, в рамках которой право на использование свободы ассоциации и ведение коллективных переговоров может быть подвержено существенным рискам, и действия, предпринятые для поддержки этих прав	Раскрыт	Компания не занимается деятельностью, в рамках которой право на использование свободы ассоциации и ведение коллективных переговоров может быть подвержено существенным рискам
HR7	Деятельность, в рамках которой имеется значительный риск использования принудительного или обязательного труда, и действия, предпринятые для участия в искоренении принудительного или обязательного труда	Раскрыт	Компания не занимается деятельностью, в рамках которой имеется значительный риск использования принудительного или обязательного труда
Показатели результативности в области взаимодействия с обществом			
	Подход в области менеджмента	Раскрыт	1.3 Стратегия, стр. 11–12
S03	Доля сотрудников, прошедших обучение антикоррупционным политикам и процедурам организации	Раскрыт	Пилотный проект по обучению сотрудников антикоррупционным практикам и процедурам был запущен в 2012 году, обучение прошли 65 сотрудников. В 2013 году обучение прошли 789 человек
S04	Действия, предпринятые в ответ на случаи коррупции	Раскрыт	В Компании не было зарегистрировано случаев коррупции в отчетном периоде
S05	Позиция в отношении государственной политики, участие в формировании государственной политики и лоббирование	Частично раскрыт	2.4 Информационная прозрачность и маркетинговые коммуникации, стр. 31–34
S06	Общее денежное выражение финансовых и натуральных пожертвований политическим партиям, политикам и связанным с ними организациям в разбивке по странам	Раскрыт	Компания не делала финансовых и натуральных пожертвований политическим партиям в отчетном периоде
S07	Общее число случаев правовых действий в отношении организации в связи с противодействием конкуренции, практические подходы по недопущению монополистической практики и их результаты	Частично раскрыт	В 2012 году в отношении ОАО «ВымпелКом» Федеральной антимонопольной службой (ФАС) и ее территориальными органами было зафиксировано три случая нарушения антимонопольного законодательства. Согласно двум постановлениям на Компанию были наложены штрафы в размере более 41 млн рублей. Одно постановление предусматривало реализацию мер по устранению причин и условий, способствовавших возникновению нарушения ФЗ «О защите конкуренции». К 2013 году Компания исполнила предписания ФАС в порядке, предусмотренном законодательством РФ

7 ПРИЛОЖЕНИЯ

7.5 Таблица стандартных элементов GRI

Название показателя	Раскрытие показателя	Подраздел / страница Отчета
S08 Денежное выражение существенных штрафов и общее число нефинансовых санкций, наложенных за несоблюдение законодательства и нормативных требований	Раскрыт	В отчетном периоде существенных штрафов за несоблюдение законодательства на Компанию не налагалось; общее количество случаев нефинансовых санкций составило 10; в отношении одного дела использовались механизмы урегулирования споров
Показатели результативности в области ответственности за продукцию		
Подход в области менеджмента	Раскрыт	2.4 Информационная прозрачность и маркетинговые коммуникации, <i>стр.</i> 31–34
PR5 Практики, относящиеся к удовлетворению потребителя, включая результаты исследований по оценке степени его удовлетворения	Частично раскрыт	2.2 Качество обслуживания, <i>стр.</i> 21–24
PR7 Общее количество случаев несоответствия нормативным требованиям и добровольным кодексам, касающимся маркетинговых коммуникаций, включая рекламу, продвижение продукции и спонсорство, в разбивке по видам последствий	Раскрыт	В отчетном периоде произошло 6 случаев несоответствия нормативным требованиям, приведших к штрафу или взысканию, и 22 случая несоответствия, приведших к предупреждению; случаев несоответствия добровольным кодексам не зарегистрировано
PR8 Общее количество обоснованных жалоб, касающихся нарушения неприкосновенности частной жизни потребителя и утери данных о потребителях	Раскрыт	В отчетном периоде жалоб от внешних сторон не было, тем не менее поступило 3 жалобы от регулирующих органов. Всего в отчетном периоде произошло 3 случая утери данных о потребителях
PR9 Денежное выражение существенных штрафов, наложенных за несоблюдение законодательства и нормативных требований, касающихся предоставления и использования продукции и услуг	Раскрыт	В отчетном периоде существенных штрафов и нефинансовых санкций за несоблюдение законодательства, касающегося предоставления и использования продукции и услуг, на Компанию не налагалось



Билайн®