

PEOPLEINVESTOR

КОМПАНИИ, ИНВЕСТИРУЮЩИЕ В ЛЮДЕЙ



АССОЦИАЦИЯ  
МЕНЕДЖЕРОВ

Комплексная программа Корпоративной  
Социальной Ответственности (КСО) компании  
на базе бизнес-стратегии 3i:

# «ИННОВАЦИИ, ИНТЕРНЕТ, ИНТЕГРАЦИЯ»



ТЕЛЕКОМ ИДЕЯ  
инновации / информация / интеллект



«ДЕТИ  
в  
ИНТЕРНЕТЕ»



2011 — 2012 гг.

# Обращение президента компании



Сфера телекоммуникаций социальна по своей сути, и все предоставляемые компанией сервисы — мобильная и фиксированная связь, интернет и цифровое телевидение — давно и прочно вошли в «потребительскую корзину» каждого жителя России. Мы убеждены, что любая ответственная компания должна не только работать «на отлично», получая за это справедливое вознаграждение, но и оказывать посильную помощь обществу. Наши стратегические решения и бизнес-процессы базируются на принципах корпоративной социальной ответственности и ориентированы на построение доверительных и долгосрочных партнерских отношений со всеми стейкхолдерами.

**Ключевые направления нашей социальной деятельности** — поддержка молодых инноваторов, обучающие проекты по безопасному интернету для детей, развитие волонтерства и благотворительного движения помощи тяжело больным детям — **базируются на стратегии компании «Зі» (Инновации, Интернет, Интеграция), что обеспечивает синергию социальной активности компании и ее бизнес-операций.**

**В 2011 году компания при поддержке Министерства связи и Министерства образования РФ запустила всероссийский конкурс молодежных инновационных проектов в сфере телекоммуникаций «Телеком Идея». Мы также инициировали создание Центров молодежных инноваций в ряде российских городов, которые стали ключевой площадкой для взаимодействия талантливой молодежи с бизнесом и государством.** В конкурсе приняли участие свыше 400 человек и более 200 различных проектов со всех уголков России, а некоторые из них — «Кнопка Жизни» и «Лесной дозор» — уже претворяются в жизнь в партнерстве с компанией.

**Другим направлением нашей социальной деятельности стало повышение доступности интернета.** Мы несем ответственность не только за предоставление бесперебойного доступа во Всемирную паутину, но и за безопасность пользования данным сервисом, ведь помимо удобств и разнообразия интернет привнес в нашу жизнь новые риски и угрозы, которым в значительной степени подвержены дети. **Поэтому работу в области защиты детей от негативного контента, продвижения безопасного и полезного пользования интернетом мы рассматриваем как приоритет в рамках блока «Интернет» нашей программы корпоративной социальной ответственности. Реализуя федеральную программу «Дети в интернете», мы разрабатываем проекты образовательного и консультационного характера не только для самых юных пользователей, но и для их родителей, формируя в обществе культуру безопасного поведения в сети.**

**Третьим ключевым направлением комплексной программы в области КСО стало объединение наших сотрудников, клиентов и партнеров вокруг идеи «добраго дела», таким проектом стало единое благотворительное движение помощи тяжелобольным детям «ПРОСТО дари добро».**

Наша компания с каждым годом все больше инвестирует в людей, помогая им реализовать свой потенциал на благо отрасли и общества в целом. Мы верим, что Россия стоит на пороге глобальной информатизации и масштабных перемен в области IT, и именно социальные проекты станут тем инструментом, который поможет людям принять изменения и вместе с государством и бизнесом быстрее осваивать новые технологии и горизонты.

# Предпосылки для создания комплексной программы в области КСО

**Созданию стратегии компании в области КСО предшествовал ряд предпосылок:**

- **Н**еобходимость усиления инновационной составляющей в репутации компании, поиска новых идей для бизнеса, конструктивного диалога с государством, поддержки репутации компании как лучшего работодателя для талантливой молодежи (**Инновации**);
- **Р**ост заинтересованности общества в безопасном доступе в интернет: анализ внешней среды показал, что внедрение программы в области использования безопасного и полезного Интернета будет способствовать продвижению Компании как лидера в области предоставления услуг интернет-доступа социальной ответственности перед пользователями и государством, а также росту лояльности клиентов (**Интернет**);
- **С**тратегические проекты в области КСО с учетом актуальных потребностей общества и задач государства позволяют создать благоприятную экосистему для устойчивого развития бизнеса в долгосрочной перспективе (**Интеграция**).



# Взаимосвязь бизнес- и КСО-стратегий компании



## Бизнес-стратегия «3i»

Комплексной программы Корпоративной Социальной Ответственности (КСО) телекоммуникационной компании основана на бизнес-стратегии «3i», которая состоит из трех ключевых элементов:

ИННОВАЦИИ

**Р**ыночная дифференциация и укрепление конкурентных преимуществ через создание портфеля инновационных продуктов и услуг;

ИНТЕРНЕТ

**И**спользование «умных сетей» для формирования дополнительной ценности для клиентов;

ИНТЕГРАЦИЯ

**С**оздание и развитие новых сетей и точек взаимодействия с потребителями для устойчивого роста бизнеса.



## КСО-стратегия «3i»

В тесной интеграции с бизнес-стратегией компании и предпосылками были сформулированы три элемента стратегии телекоммуникационной компании в области корпоративной социальной ответственности:

**1. ОТКРЫТЫЕ ИННОВАЦИИ:** поддержка талантливой молодежи — поиск и привлечение новых идей для бизнеса путем создания профессионального сообщества инноваторов и открытой инновационной площадки в области телекоммуникаций «Телеком идея», с помощью которой студенты, выпускники и молодые ученые могли бы «пощупать» реалии бизнеса — то, как идеи превращаются в продукты, услуги и, в конечном итоге, деньги, а также реализовать свой идейный потенциал и имеющиеся инновационные разработки; развитие интеллектуального потенциала российской телеком отрасли в целом.

**2. БЕЗОПАСНЫЙ И ПОЛЕЗНЫЙ ИНТЕРНЕТ:** создание не только технических средств защиты юных абонентов от нежелательного контента и других рисков в сети, но и осуществление информационно-просветительской деятельности в целях безопасного и полезного использования детьми и взрослыми интернета и мобильной связи.

**3. ИНТЕГРАЦИЯ В ОБЩЕСТВО:** вовлечение ключевых стейкхолдеров (клиентов, партнеров и сотрудников компании) в благотворительность с целью решения важных социальных проблем, находящихся в центре фокуса социальной политики государства, а также укрепления корпоративного духа и репутации компании.

# Бюджет, география и сроки реализации проекта



## Общий бюджет проекта

- Порядка **570 млн. руб.:** 270 млн. руб. в 2011г.,  
порядка **300 млн. руб.** заложено на 2012 г.

## География проекта

- Проект общероссийского значения



## Сроки реализации проекта:

**Процесс реализации проекта разделен на два этапа, в настоящий момент реализуется первый этап:**

- **1 этап, 2011–2012 гг.** — запуск процесса реализации стратегии на уровне компании в России и на Украине, отладка ключевых механизмов и процедур;
- **2 этап, 2012 – 2013 гг.** — трансляция лучшего опыта в зависимые дочерние компании (включая страны присутствия в регионе СНГ).



# Реализация программы в 2011-2012 гг.



## Блок «ИННОВАЦИИ» (инновационная площадка для талантливой молодежи «Телеком Идея»)

Блок «Инновации» был направлен на решение двух задач в сфере КСО:

■ Развитие системы «открытых инноваций» — поиск новых идей для развития бизнеса во внешней среде с акцентом на молодежную аудиторию;

■ Выстраивание конструктивных отношений с обществом и государством — участие в повышении интеллектуального потенциала отрасли и модернизации экономики.

Была разработана комплексная коммуникационная платформа «Телеком идея» для вовлечения талантливой молодежи в процесс инновационного развития компании и отрасли.



Инновационная площадка «Телеком идея» представляет собой интернет-портал, интегрированный с социальными сетями (Facebook, Twitter, YouTube), и серию мероприятий, направленных на формирование вокруг компании сообщества молодых инноваторов в области телекоммуникаций и содействие им в реализации идейного потенциала и инновационных разработок.

## Результаты:

Компания одной из первых среди отечественных телекоммуникационных компаний перешла на модель «открытых инноваций», создав уникальный механизм генерации, отбора и внедрения инновационных идей. Опыт компании может быть тиражирован и востребован в других компаниях — для повышения инновационного потенциала отдельных индустрий и модернизации страны в целом.

Под лозунгом «Мы открыты для инноваций» компания фактически создала уникальную социально-интеграционную площадку, объединившую талантливую молодежь, разработчиков и молодых ученых, с бизнесом и государством.



Суммарная вовлеченная аудитория социального проекта **«Телеком Идея»** за 2011 год, включая участников инновационных и творческих конкурсов, публичных мероприятий, зарегистрированных пользователей сайта и подписчиков страниц проекта в социальных сетях, составила **более 20 тыс. человек.**

Заметно повысилась привлекательность компании как работодателя — за 2011 год количество присланных резюме на начальные позиции в региональных офисах компании выросло в **2,5 раза.** По результатам реализации проектов для молодежи компания привлекла на постоянную работу в технические, IT и маркетинговые подразделения компании порядка **50 перспективных инноваторов.**



## На площадке «Телеком идея» прошли

**1. Первый всероссийский конкурс молодежных инновационных проектов «Телеком Идея»**, в котором приняло участие более **400 человек и 200 проектов**, вышли в финал **15**, стали победителями **4** — сейчас ведется активная работа по запуску решений. В 2012 г. компания расширила географию конкурса, пригласив к участию не только граждан России, но и молодых инноваторов из стран СНГ, и ввела специальные номинации. В конкурсе этого года приняли участие **163** более качественных и крупных по сравнению с прошлым годом проекта студентов, молодых ученых, разработчиков и предпринимателей из России, Украины и Белоруссии. Победителями стали **5 проектов.**



**ТЕЛЕКОМ ИДЕЯ**  
инновации / информация / интеллект



**2. Студенческий инновационный саммит**, в котором приняло участие порядка **300 студентов**, молодых ученых, разработчиков инновационных идей и предпринимателей из Москвы и регионов РФ. **Более 1200 зрителей** наблюдало за ходом саммита с помощью интернет-трансляций на портале проекта и сайте ИА «ПРАЙМ».



**3. Порядка 50 региональных мероприятий во всех федеральных округах страны**, направленных на продвижение Компании как лидера в области инноваций.

**4. Творческие конкурсы для молодых инноваторов.** В рамках площадки «Телеком Идея» компания провела Фестиваль актуального научного кино 360° с Политехническим музеем и организовала ряд творческих конкурсов: «Телеком Хит», Конкурс мобильного научного кино «Новые 360°» для самых продвинутых представителей молодого научного сообщества.



**5. Создание центров молодежных инноваций по всей России.**

В 2011 г. Компания открыла первый центр молодежных инноваций «Академический учебно-исследовательский центр информационно-коммуникационных технологий» в Обнинске. Его ценность для Компании заключается в специализации инноваторов, работающих в рамках центра, на проектах телеком-отрасли. В дальнейших планах Компании — **создание центров молодежных инноваций в наукоёмких городах по всей России.**

**6. Учреждение специальной номинации на конкурсе «Бизнес инновационных технологий».** В 2011–2012 гг. Компания выступила партнером конкурса молодых предпринимателей «Бизнес инновационных технологий» (БИТ) и учредила специальную номинацию **БИТ-mobile** в области телекоммуникаций. В 2012 году компания также учредила специальную номинацию «**Инновации в телекоммуникациях**» в рамках Национального конкурса инновационных проектов.





**7. Запуск первой интерактивной программы в области молодежных инноваций «Борьба идей» на телеканале «Просвещение» в 2012 г.** В эфире передачи участники международного конкурса молодежных инновационных проектов **«Телеком идея»** представляют свои проекты телезрителям и Экспертному совету конкурса, в который входят лучшие эксперты отрасли и бизнеса, задают непростые вопросы свои оппонентам и получают пропуск в финал конкурса.

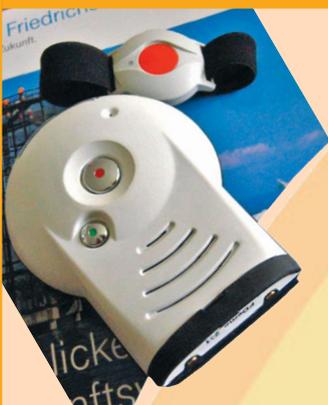
**8. По итогам «Телеком Идеи – 2011» компания реализовала ряд идей совместно с победителями конкурса.**

Один из проектов-победителей конкурса **«Телеком Идея»** — проект по внедрению системы мониторинга леса и раннего обнаружения лесных пожаров **«Лесной Дозор»** высоко оценен на

уровне руководства страны и сегодня, при содействии региональных органов власти и компании, внедряется в подразделениях лесного хозяйства по всей стране — всего планируется установить **2000 точек** видеомониторинга по всей России.

Потенциальный эффект для государства от внедрения системы **«Лесной Дозор»** составляет экономия около **1,5 млн рублей в год** на одной точке мониторинга, эта сумма включает в себя затраты на тушение пожаров, экономию средств на обнаружение пожаров, восстановление лесных массивов и сокращение выбросов углеродной эмиссии.





■ В пилотном режиме через розничную сеть компании реализуется проект-победитель **«Кнопка жизни»** — мобильная сигнализация для пожилых людей и инвалидов. В рамках пилота в декабре 2011 начались продажи в **5** наших салонах, в марте 2012 — в **50** салонах, летом — во всех **500** салонов Москвы, а в августе — в **200** салонов Санкт-Петербурга, осенью планируется выход в Нижний Новгород, Казань и Пермь.



**Д**ля победителей конкурса «Телеком идея 2011» компания организовала специальный телеком-тур в Европу, в рамках которого юные инноваторы имели возможность лично пообщаться с министром связи и массовых коммуникаций РФ и посетить центры ведущих мировых телекоммуникационных компаний — Deutsche Telekom и Vodafone. Осенью 2012 г. для победителей «Телеком идея 2012» будет организован аналогичный тур.

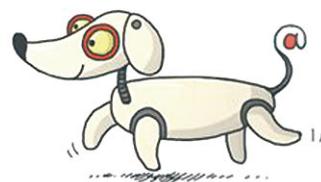
## **9. В 2012 г. мы также получили эффективные бизнес-решения:**

■ **Адаптивная антенна для базовых станций мобильной связи** увеличивает емкость сети на одной частоте в три раза. Компания уже сейчас тестирует ее в одном из регионов.

■ **«Новые технологии страхования»** позволяют оценивать качество вождения автомобилистов при помощи смартфонов, что снижает стоимость автострахования примерно на **30%**.



# „ДЕТИ в ИНТЕРНЕТЕ“



## Блок «ИНТЕРНЕТ»

(разработка и внедрение собственных решений и специальных образовательных программ для осуществления безопасного доступа в интернет)

Для решения задачи был разработан двухкомпонентный подход:

● Создание технических средств и потребительских сервисов для безопасного доступа в интернет как на уровне компании, так и для всей отрасли в целом;

● Просветительская и образовательная деятельность в целях обеспечения безопасного и полезного использования доступа в интернет детьми и взрослыми.

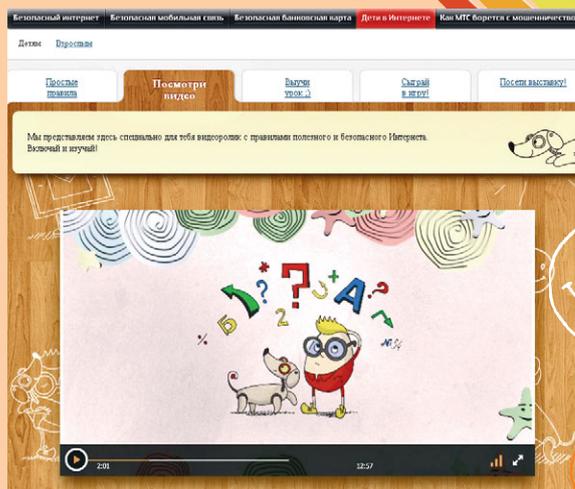
### 1. Создание технических устройств для безопасного доступа в интернет.

● Разработка и внедрение собственных решений — запуск услуг «Родительский контроль», «Антивирус».



## ● Разработка общепромышленных решений

- единые для отрасли стандарты установки систем интернет-фильтрации и методы распознавания негативного содержания (проект с **Ассоциацией Документальной Электросвязи России**).
- борьба с вредоносным контентом в интернете через **«Лигу безопасного интернета»**,
- стандартизация на международном уровне подходов к интернет-фильтрации (совместно с **Международным союзом электросвязи (ITU)**



## 2. Образовательная и просветительская деятельность

- **Уроки для младших классов.** Компания совместно с **факультетом психологии МГУ им. М.В. Ломоносова** и **Фондом развития интернета** разработала **урок по теме «Безопасный и полезный интернет»**, рассчитанный на учащихся 2–4 классов.



Мы хотим, чтобы **ИНТЕРНЕТ**  
Был вашим другом много лет!  
Выучим **шесть правил** этих –  
Смело гуляй в интернете!



● **Консультационная поддержка.**

Компания поддерживают работу бесплатной телефонной Линии помощи юным пользователям интернета «**Дети онлайн**» (8-800-25-000-15).



● **Организация ежегодной мобильной интерактивной выставки «Дети в Интернете»,** ориентированной на детей и их родителей. Специально для целей проекта были разработаны вымышленные герои-помощники **Интернешка** и **Митястик**, которые выступают проводниками детей по миру интернета, рассказывая им, как он устроен и как в нем нужно себя вести, чтобы получить максимум пользы и избежать опасностей.

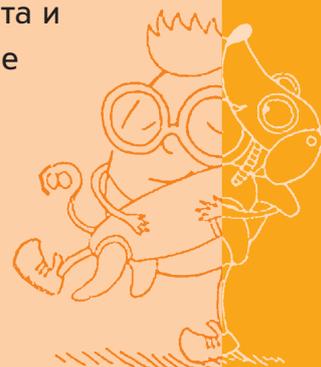


● **Организация Международного детского онлайн-конкурса «Интернешка»,** направленного на развитие навыков безопасного и полезного использования Интернета и мобильной связи у детей, повышение интернет-грамотности, создание условий для творческого и интеллектуального развития подрастающего поколения.



● **Обучающие приложения и полезный контент.** Компания выпустила для детей мультимедийные обучающие пособия для изучения правил поведения в Интернете: флеш-презентацию урока, видеоурок и развивающую игру «**Необычайные**

**приключения в Интернете»** для социальных сетей и мобильных устройств на платформе Android. Разработчиком игры выступил компания «Информационные технологии» из Санкт-Петербурга, специализирующаяся на производстве детского цифрового контента и побывавшая в конкурсе «**Телеком Идея 2011**».



## Результаты:

1. Образовательная программа для детей одобрена **Федеральным институтом развития образования (ФИРО) при Министерстве образования РФ**, проведено свыше **100 уроков** о безопасном интернете в школах и **60 уроков** на базе Политехнического музея в Москве.
2. На текущий момент было осуществлено свыше **2000 телефонных консультаций** в рамках горячей линии «**Дети Онлайн**». Анализ типов звонков и сообщений, поступивших на линию помощи, показал высокую востребованность психологической и информационной поддержки жителями не только Москвы и Московской области, но и других регионов.



Компания реализует уникальный проект по защите детей от опасностей Глобальной сети, оперативно отвечая на актуальный запрос со стороны российского общества. Уникальность и комплексность проекта обеспечены вовлечением технических специалистов, разработавших специальные решения, деятельной позицией компании на общеотраслевом уровне и просветительской работой, к участию в которой были приглашены профессиональные психологи и педагоги.

3. Выставка «**Дети в интернете**» открылась в декабре 2011 года в одном из самых известных и крупных российских музеев — **Политехническом музее** в Москве. Выставку посетили **более 50 тыс. человек**. С осени 2012 года интерактивная выставка начнет свое путешествие по регионам России. Согласно плану, до конца года выставку «**Дети в Интернете**» посетят **не менее 100 тыс. детей и их родителей**.



4. В период проведения конкурса «**Интернешка**», со 2 апреля по 15 мая 2012 года, веб-сайт компании посетило более **24 тысяч человек**, на мероприятиях конкурса зарегистрировалось около **11 тысяч пользователей** практически из всех регионов России, а также из других стран. На конкурс поступило около **2000 тыс.** работ от юных пользователей в возрасте от 6 до 17 лет из РФ, ближнего и дальнего зарубежья, более **40 человек** стали призерами.

# Блок «ИНТЕГРАЦИЯ»

## (корпоративное волонтерское движение и благотворительная деятельность)

**Внутрикорпоративная деятельность компании в области КСО также имеет свои особенности и учитывает как жизненные ценности сотрудников, так и приоритеты общества в целом.**

Результатом анализа в этом направлении стал комплексный проект компании по вовлечению **сотрудников, партнеров и клиентов компании** в благотворительное движение помощи больным детям в регионах страны и объединение разрозненных по филиалам компании инициатив в единое благотворительное движение **«ПРОСТО дари добро»**. Включение в название благотворительного движения аббревиатуры ценностей компании **«ПРОСТО»** (Партнерство, Результативность, Ответственность, Смелость, Творчество, Открытость), положительно повлияло на восприятие компании сотрудниками как социально ответственного работодателя и успешно решает операционную HR-задачу: усвоение и разделение сотрудниками ценностей компании.



По данным исследования ВЦИОМ и Института социологии РАН, проведенного в России, Украине, Беларуси, порядка 90% россиян называют поддержку детства главным жизненным приоритетом. С этим утверждением по внутренним опросам согласны большинство сотрудников компании. Именно этот факт обусловил ключевое направление программ компании для продвижения репутации социально ответственного работодателя среди сотрудников, а затем партнеров и клиентов — помощь детям и детским учреждениям.

### 1. Вовлечение сотрудников на базе двух идей: волонтерское движение с целью помощи детским домам в регионах и сбор средств на лечение больных детей.

● **поддержка детских домов и школ-интернатов** в Московской области, Ельце, Твери, Санкт-Петербурге, Новосибирске, Оренбурге, Пензе, Орске, Уфе, Орловской и Оренбургской областях, Республике Бурятия, Забайкальском крае, Казани, Йошкар-Оле, Благовещенске, Иркутске, Краснодаре, Ставрополе, Волгограде, Астрахани и многих других городах.





В преддверии Дня защиты детей по всей России компания провела акцию **«Сделаем детей счастливей»**. В Санкт-Петербурге совместно с Региональной общественной организацией **«Петербургские родители»** компания провела благотворительный фестиваль **«Энергия лета»**. На празднике присутствовали более 500 детей из детских домов Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Ежегодно компания проводит регулярные общекорпоративные волонтерские акции помощи воспитанникам детских домов и реабилитационных центров – **«Зеленый экспресс»** (к началу учебного года) и **«Елки – детям!»** (к Новому году).

● **Программа «Поможем вместе».**

Сначала объявляется сбор средств на помощь тяжелобольному ребенку среди сотрудников, а затем собранную сотрудниками сумму при перечислении в **«Русфонд» (благотворительный фонд ИД «Коммерсант»)** компания удваивает из собственного благотворительного фонда. Компания обеспечила **«Русфонду»** также **«горячую линию»** для бесплатных звонков по всей территории России, а также предоставила для всех своих абонентов, включая корпоративных, возможность переводить средства в адрес больных детей через сервис премиум-смс на короткие номера.



## **2. Вовлечение партнеров и клиентов в благотворительную деятельность**

● **Программа помощи больным детям в регионах России «Подари добро».**

Первоначально в основу финансирования программы легло решение перенаправить средства, прежде выделяемые на корпоративные подарки клиентам и партнерам, на лечение больных детей. Корпоративным подарком стало **«доброе дело»** – открытка с рассказом о программе **«Подари добро»**.

● Клиенты компании имеют возможность осуществления без комиссии благотворительных пожертвований в целый ряд благотворительных фондов и некоммерческих организаций через **удобный сервис «Легкий платеж»** через интернет или с мобильного телефона.



### 3. Перечисление взносов благотворительным фондам и некоммерческим организациям, реализующим комплексные благотворительные программы

Ежегодно компания целевым образом перечисляет пожертвования благотворительным фондам и некоммерческим организациям, помогая больным и бездомным детям, инвалидам, поддерживая детские кинофестивали и реализуя другие социально-значимые программы. В рамках программы **«Подари добро»** компания сотрудничает с Благотворительным фондом «Созидание», Благотворительным фондом «Система», Фондом Константина Хабенского, Фондом «Центр Гуманитарных Программ», Фондом «Дети Земли», Благотворительным фондом помощи детям «Детский КиноМай».



### 4. Прочие волонтерские активности.

#### Помощь ветеранам и престарелым людям в рамках проекта «Связь поколений»



В рамках появившегося единого корпоративного движения **«ПРОСТО дари добро»** также проходят благотворительные и волонтерские акции проекта **«Связь поколений»**, приуроченного к памятным событиям истории и международным праздникам.

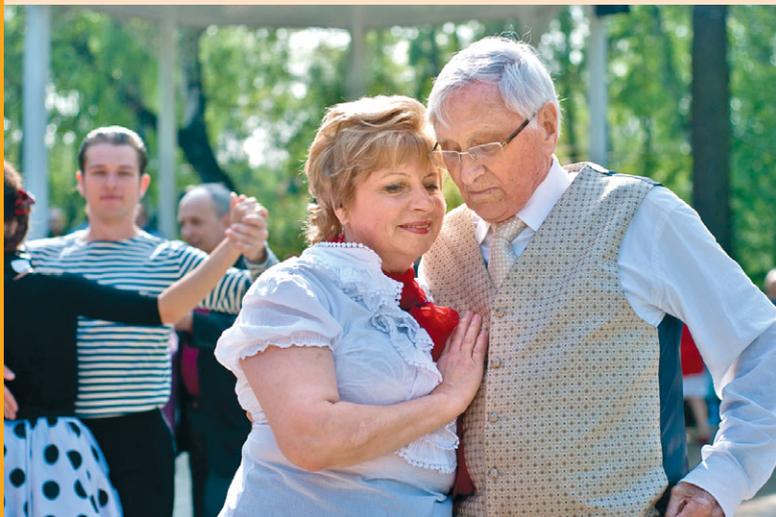
Так, в честь праздника Победы компания вместе со своими сотрудниками проводит широкий круг различных социальных и благотворительных акций:

**Компания организует бесплатное общение в рамках акции «Спасибо за победу!»**

**Сотрудники компании организуют праздничные мероприятия ко Дню Победы по всей России:**

- Для жителей различных регионов, в том числе Москвы, Калуги, Воронежа, Брянска и Владимира. В Уфе, Саратове, Новосибирске, Твери в День Победы и предпраздничные дни волонтеры компании раздают горожанам георгиевские ленточки;





● 9 мая в Москве сотрудники компании организовали для ветеранов и гостей ПКИО «Сокольники» танцевальный вечер **«Танго Победы»**, который провели преподаватели танцевальной студии «Грация МГУ» под аккомпанемент мелодий военных и послевоенных лет в исполнении духового оркестра.

● На Дальнем Востоке компания совместно с региональными СМИ провела конкурс **«Связь с Победой»** на лучшую историю военных лет, связанную со связью. Главный приз – сотовый телефон от компании и год бесплатного общения.



● В Кургане компания при поддержке Администрации Кургана и совместно с газетой **«Курган и курганцы»** реализовала проект по реставрации фотографий военных лет. Самые интересные снимки приняли участие в фотовыставке, которая 9 мая торжественно открылась в Городском саду.

**Сотрудники компании ежегодно лично поздравляют ветеранов связи с Днем Победы.**

● В Москве волонтеры компании в преддверии Дня Победы посетили **более 100 ветеранов связи**, чтобы вручить подарки и лично поздравить их со знаменательной датой и профессиональным праздником – **Днем связиста**. Также волонтеры компании лично поздравляют ветеранов в Самаре, Астрахани, Калуге, Рязани и Архангельске.



## Результаты

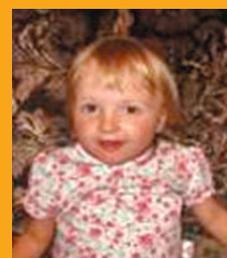
**З**а 2011 г. и 2012 г. компания оказала помощь более **30 благотворительным фондам** и некоммерческим организациям. В рамках программы «Просто дари добро» была оказана помощь **34-м тяжело больным детям**. В рамках программы «Поможем вместе» силами сотрудников было собрано **более 5 млн. руб.** (за 1,5 года), эту сумму компания удвоила.

На Новый год для клиентов, партнеров и сотрудников выпущен специальный календарь с рисунками детей, которым была оказана помощь в 2011 году. Согласно проведенному опросу, **96,5%** корпоративных клиентов были довольны получить вместо корпоративного подарка на НГ «**доброе дело**», причем, ряд клиентов высказал готовность поддержать благотворительную программу «**Подари добро**».

В настоящий момент свыше **10%** бюджета Программы уже формируется за счет взносов партнеров, рабочая группа проекта приступила ко второму этапу реализации программы.

В проекте «**Связь поколений**» ежегодно участвует **более 500 сотрудников** и **более 3000 ветеранов** России.

Суммарное число сотрудников компании, принявших участие в волонтерской программе, в настоящий момент превышает **2000 человек**. В корпоративном волонтерском движении приняли участие **семьи** более двухсот сотрудников компании. В настоящий момент наряду с общекорпоративными программами в компании развиваются свыше **15 различных независимых волонтерских проектов**.



# Итоги реализации программы КСО в 2011-2012 гг.



## Закрепление репутации социально-ответственной инновационной компании на рынке

**В** сентябре 2012 г. за свою активную социальную позицию компания получила самую высокую среди российских операторов связи оценку в первом национальном рейтинге корпоративной социальной ответственности (КСО), составленного рейтинговым агентством (РА) «Репутация», на уровне **AA(s)**, что является лучшим показателем для российских компаний рынка информационно-коммуникационных технологий, принявших участие в рейтинговании. При составлении рейтинга учитывается **более 180 факторов** по следующим основным направлениям: экономическая результативность и организационное управление, взаимодействие с потребителем, трудовые отношения и права персонала, взаимодействие с обществом, экология и охрана окружающей среды. Такой подход позволяет комплексно оценить вклад компании или организации в общественное благосостояние и социальное обустройство общества, а также эффективность деятельности и управленческих решений в области КСО.



**В июне 2012 г.** бренд компании стал единственным российским брендом, который пятый год подряд вошел в ежегодный рейтинг ста лидирующих мировых брендов **BRANDZ™**, публикуемый ведущим международным исследовательским агентством Millward Brown Optimor, и признан самым дорогим телекоммуникационным брендом России со стоимостью **\$9,55 миллиарда**.



**К**омпания **значительно повысила лояльность своей целевой аудитории** — роль бренда компании при принятии клиентом решения о покупке ее продуктов и услуг выросла в 2011 году **до 39% с 37,9%** в 2010 году.

На рынке России компания лидирует по уровню доверия среди потребителей. Так, **в июне 2012 г.** компания в шестой раз стала победителем ежегодного рейтинга **«Марка доверия»** по итогам исследования, проведенного ведущим международным издательским домом **«Ридерз Дайджест» (Reader's Digest)**.

**В марте 2012 г.** компания стала победителем конкурса престижной премии в области управления персоналом **Группы компаний Headhunter «HR-бренд года»** за комплексную программу **«На гребне инноваций»** по реализации идейного потенциала сотрудников, соискателей и клиентов компании на благо бизнеса, принесшую **\$37 млн.** Одним из ключевых элементов программы стала молодежная площадка **«Телеком идея»**.

По результатам опроса вовлеченности персонала компании международной консалтинговой компанией **Hay Group в 2011 году, более 80%** сотрудников отметили, что гордятся работой в компании.

**По итогам 2011 г.** за проект **«Телеком Идея»** компания получила премию **«Время Инноваций»** в номинации **«Открытие года»** категории **«IT и телекоммуникации»**. Премия учреждена **Фондом «Социальные проекты и программы»** при поддержке **Министерства экономического развития РФ, Министерства связи и массовых коммуникаций РФ.**



Согласно исследованию по восприятию бренда компании в России **«Трекинг Здоровья Бренда и Эффективности Рекламы»** компании «ТНС Маркетинговый Информационный Центр» **за 2011 г.**, в котором приняло участие **10 392 респондентов**, у компании после запуска проекта **«Телеком идея»** зафиксирован рост положительной связи со следующими функциональными и эмоциональными атрибутами: **«Яркий»** и **«Первым предлагает новые прогрессивные услуги / Является инновационным»**, а также сохранение атрибута **«Лидирующий»** на фоне конкурентов.