

Tele2 Россия Социальный отчет

2011–2012

TELE2



Оглавление

Обращение президента и генерального директора Tele2 Россия.....	3
1. Tele2 Россия	5
1.1. Информация о компании	6
1.2. История развития Tele2 в России	8
1.3. Продукты и услуги	11
2. Ответственное ведение бизнеса	12
2.1. Территория присутствия	13
2.2. Система корпоративного управления.....	14
2.3. Принципы ведения бизнеса.....	16
2.4. Стратегия Tele2 Россия.....	19
2.5. Положение на рынке	21
2.6. Как Tele2 понимает свою корпоративную ответственность	26
2.7. Ключевые стейкхолдеры Tele2 Россия.....	31
3. Абоненты	40
3.1. Tele2 Россия — доступная и качественная связь.....	41
3.2. Качество связи	43
3.3. Качество обслуживания	45
3.4. Супермаркет связи Tele2 — инновации в клиентском сервисе.....	48
3.5. Безопасность в сфере мобильной связи	49
3.6. Просветительские программы.....	51
3.7. Вовлечение абонентов в социальные акции и благотворительность	53
4. Сотрудники	55
4.1. Численность и характеристика персонала	57
4.2. Права человека и недискриминационная политика найма	58
4.3. Кадровая устойчивость.....	59
4.4. Обучение и профессиональное развитие.....	61
4.5. Ежегодная оценка персонала	63
4.6. Система стажировок	64



4.7. Материальное стимулирование.....	65
4.8. Развитие корпоративной культуры.....	67
5. Вклад в развитие регионов присутствия	73
5.1. Инвестиции в развитие инфраструктуры связи	74
5.2. Социальные инвестиции.....	75
5.3. Просветительские и обучающие программы для малых предпринимателей ...	76
5.4. География поддержки предпринимательства	77
5.5. Поддержка фонда «Навстречу переменам»	80
5.6. Благотворительность.....	84
6. Экология	86
6.1. Воздействие мобильной связи на окружающую среду	87
6.2. Воздействие мобильной связи на здоровье человека	88
6.3. Tele2 вносит вклад в предотвращение лесных пожаров	89
6.4. Экоофис Tele2	90
6.5. Экологическая политика Tele2	92
7. Приложения	95
7.1. Об отчете.....	96
7.2. Таблица показателей GRI 3.1.....	97
7.3. Контактные данные	110



Обращение президента и генерального директора Tele2 Россия

Дорогие друзья!

Более десяти лет назад Tele2 начала работать в России. За это время компания вошла в число лидеров телекоммуникационной отрасли страны и завоевала признание миллионов абонентов. Сегодня, несмотря на замедление темпов роста рынка сотовой связи, Tele2 Россия по-прежнему демонстрирует впечатляющие финансовые и операционные результаты. Сохраняя высокие показатели прибыльности бизнеса, компания одновременно наращивает абонентскую базу. Кроме того, в течение последних трех лет нашей компании удается сохранять самый высокий в отрасли уровень лояльности абонентов.

Сегодня услуги Tele2 доступны жителям 41 региона России — от Калининграда до Камчатки. Эти результаты были достигнуты благодаря гибкому сочетанию европейского подхода к организации бизнеса, лидерской корпоративной культуры и ориентации на качественные и доступные услуги связи.

В апреле 2013 года Tele2 Россия была приобретена группой ВТБ, а в октябре акционерами компании также стали два крупных стратегических инвестора. Эти события открыли новую страницу нашей истории и самые широкие стратегические возможности как для развития бизнеса, так и для вклада в социальное развитие страны. С самого начала работы Tele2 в России ответственное ведение бизнеса стало важной частью корпоративной философии компании. Мы предоставляем тарифы и услуги по выгодным ценам, что делает мобильную связь доступной для все большего числа людей. Мы строим сеть в том числе в малонаселенных, отдаленных и труднодоступных деревнях, где часто отсутствует стационарная телефонная связь. Мы активно способствуем социально-экономическому развитию регионов присутствия компании, оказывая поддержку малому и среднему бизнесу, развивая местные сообщества, реализуя образовательные проекты, занимаясь благотворительностью. Приоритетное внимание компания уделяет устойчивому





развитию регионов России через создание новых рабочих мест, обучение и развитие кадров, сотрудничество с поставщиками и подрядчиками, налоговые отчисления в бюджеты. Мы завоевали репутацию социально ответственной компании — это стало итогом эффективной работы, в том числе по реализации более чем 500 социально ориентированных проектов в 2011–2013 годах.

Tele2 Россия — это команда единомышленников, разделяющих общие деловые и социальные принципы. Отношения в нашей компании основаны на взаимном уважении, поддержке и общих взглядах на цели бизнеса. Работу в Tele2 характеризуют комфортные условия для раскрытия личностных, профессиональных и творческих качеств каждого сотрудника. Демократичная атмосфера, дружелюбие и открытость преобразуют энергию творчества в успех Tele2. Во многом этого удалось достичь благодаря принятой в компании программе развития корпоративной культуры. В ее рамках утвержден Кодекс корпоративной этики, развернута масштабная деятельность по обучению сотрудников, созданы необходимые условия для корпоративного добровольчества.

В этом контексте показательны результаты нашей федеральной коммуникационной кампании «Скажи свое слово», которая направлена на то, чтобы дать возможность неравнодушным и активным людям в регионах России сделать окружающий их мир лучше. В процесс улучшения объектов городской и социальной инфраструктуры активно вовлечено большое число жителей нашей страны, которые вместе с сотрудниками Tele2 превращают серые и унылые объекты в яркие и функциональные достопримечательности.

Мы прошли большой путь, достигли впечатляющих результатов и перешли к новому этапу развития. Это касается не только успехов Tele2 Россия в бизнесе, но и системной работы в социальной сфере. Чтобы успешно двигаться вперед, необходимо подвести предварительные итоги и поставить перед собой новые цели.

Сегодня мы представляем вам первый социальный отчет Tele2 Россия об итогах работы в 2011–2012 годах. Документ содержит информацию о деятельности компании в области социальной ответственности и о нашем вкладе в устойчивое развитие. Для Tele2 Россия социальный отчет — это не только констатация достигнутых результатов, но и «дорожная карта», с которой мы сверяем свои планы развития в будущем. Нашем с вами будущем.

*Александр Провоторов,
президент и генеральный директор Tele2 Россия*

1

Tele2 Россия



1.1. | Информация о компании

Tele2 Россия — это альтернативный оператор мобильной связи родом из Швеции. Компания работает в России с 2003 года и с тех пор прошла путь от небольшого регионального оператора до игрока федерального уровня, став одной из ведущих телекоммуникационных компаний в России.

Сегодня Tele2 обладает уникальными качествами инновационного бизнеса и органично сочетает в своей работе передовые глобальные подходы с ориентацией на развитие отечественного рынка мобильной связи.

Абонентская база Tele2 Россия по итогам 9 месяцев 2013 года составила более 23,5 млн человек; на конец 2012 года — 22,7 млн человек.

Все больше людей по всей России выбирают услуги связи Tele2 для повседневного общения. На конец 2012 года абонентская база Tele2 составляла 22,7 млн человек.

Tele2 Россия вносит ощутимый вклад в развитие регионов присутствия: оператор способствует активному росту конкурентной среды, стимулирует снижение стоимости услуг и улучшение качества мобильной связи. Компания строит бизнес по уникальной для телекоммуникационного рынка модели, оказывая качественные услуги по низким ценам.

Лицензии GSM в 43 регионах с общей численностью населения около 62 млн человек.

С 2003 года инвестиции компании в российскую экономику превысили 3 млрд долларов США.

Свыше 3 млрд долларов США инвестиций в экономику России за 10 лет работы.



Управление затратами и работа по сокращению издержек помогают компании развиваться активнее других игроков российского рынка мобильной связи¹.

С января 2011 года численность сотрудников компании выросла почти на 20% и по статистике на конец 2012 года достигла 3526 человек. 45% сотрудников Tele2 Россия — это молодые специалисты.

¹ Операционная выручка по итогам 9 месяцев 2013 года составила 48,8 млрд рублей; в 2012 году — 59,5 млрд рублей.

Штат Tele2 Россия на конец 2012 года — 3526 сотрудников в 41 регионе России.

В декабре 2012 года Tele2 Россия вошла в десятку лучших работодателей России по итогам независимого исследования Best Employers Study международной исследовательской компании Aon Hewitt, а также заняла восьмое место в рейтинге лучших работодателей в Центральной и Восточной Европе среди крупных компаний.

По версии Aon Hewitt: Tele2 Россия в десятке лучших работодателей России, восьмое место в рейтинге лучших работодателей Европы среди крупных компаний.

В 2013 году после приобретения 100% акций Tele2 Россия группой ВТБ компания стала полностью российской — сделка открыла новые перспективы в развитии бизнеса оператора.

Наше видение:

Мы будем лучшими во всем, что делаем для наших абонентов.

Наша миссия:

Мы не боимся трудностей, быстро реагируем на изменения и всегда предлагаем нашим абонентам то, что им нужно, дешевле.



1.2. | История развития Tele2 в России

2013

- Акционерами Tele2 Россия стали несколько крупных стратегических инвесторов.
- Tele2 Россия получила федеральную лицензию для работы в качестве виртуального оператора (MVNO).
- Компания приобрела воронежского оператора «Кодотел».
- 100% акций Tele2 Россия приобретены группой ВТБ.
- За 9 месяцев 2013 года абонентами Tele2 в России стали почти 1 млн человек, абонентская база превысила 23,5 млн человек.

2012

- В Омске и Пскове успешно завершены испытания первой в России сети стандарта LTE 1800. Эффективность принципа технологической нейтральности в России подтверждена на практике.
- На 6 месяцев раньше срока, предписанного лицензионными соглашениями, в эксплуатацию запущены сети GSM в четырех регионах Дальнего Востока: Еврейской автономной области, Камчатском крае, Магаданской и Сахалинской областях.
- Tele2 Россия вошла в десятку лучших работодателей России и заняла восьмое место среди крупных компаний в рейтинге Best Employers Study.
- За 2012 год абонентами Tele2 в России стали более 2,1 млн человек, абонентская база составила 22,7 млн человек.

2011

- Tele2 Россия получает право на оказание услуг мобильной связи стандарта GSM 1800 еще в пяти регионах России:



Еврейской автономной области, Камчатском крае, Магаданской и Сахалинской областях, Чукотском автономном округе.

- За год абонентами Tele2 в России стали более 2,2 млн человек — абонентская база Tele2 Россия превысила 20 млн человек.
- Реализованы масштабные проекты по переходу на новый фирменный стиль и переводу салонов связи на новый для России формат мобильного супермаркета.
- Tele2 Россия выводит на рынок принципиально новую программу для бизнес-абонентов, ориентированную на компании малого и среднего бизнеса и индивидуальных предпринимателей.

2010

- Начало оказания услуги связи в Калининградской области.
- Абонентская база компании возросла до 18,6 млн абонентов.
- Tele2 Россия — обладатель национальной премии «Компания года» в номинации «Телекоммуникации» и в номинации «Успешный дебют» рейтинга «Эксперт-400».
- В Воронеже открыт «Объединенный Центр обслуживания», выполняющий финансовые, бухгалтерские и налоговые функции в Tele2 Россия.

2009

- Несмотря на сложную экономическую ситуацию в стране, компания запускает коммерческие операции в 14 новых регионах страны.
- Tele2 имеет лицензии и оказывает услуги сотовой связи в 37 регионах России, обслуживая около 14 млн абонентов.

2008

- Штаб-квартира Tele2 принимает решение о выделении российского бизнеса в отдельное бизнес-подразделение.
- Компания покупает GSM-оператора сотовой связи в Республике Адыгея.
- Tele2 Россия приобретает сеть сотовой связи в Калининградской области и запускает собственную сеть в Краснодарском крае и Республике Адыгея.
- Численность абонентов Tele2 в России превысила 10 млн человек.



2007

- Tele2 запускает сети в Мурманской, Архангельской и Новгородской областях.
- Покупка GSM-оператора сотовой связи в Краснодарском крае.
- По результатам конкурсов на получение лицензий GSM-1800 компания получила возможность выхода в 17 регионов в четырех федеральных округах.
- Абонентская база Tele2 в России насчитывает более 8,5 млн человек.

2006

- Tele2 покупает четырех GSM-операторов в Архангельской, Мурманской и Новгородской областях и Республике Коми.
- Под брендом Tele2 начинают работать приобретенные ранее GSM-операторы в Липецкой области и Республике Коми.
- Абонентская база Tele2 в России насчитывает более 6 млн человек.

2005

- Запуск GSM-сети в Воронежской области.
- Покупка липецкого GSM-оператора сотовой связи.
- Абонентская база Tele2 в России насчитывает более 3 млн человек.

2004

- Запуск GSM-сетей в Нижегородской, Курской, Белгородской и Челябинской областях.
- Покупка GSM-оператора сотовой связи в Воронежской области.
- Абонентская база компании превысила 1 млн человек.

2003

- Tele2 Россия запускает в коммерческую эксплуатацию первые GSM-сети в Иркутской, Ростовской, Ленинградской, Кемеровской, Омской и Смоленской областях, Республике Удмуртия и городе Санкт-Петербурге.
- Шведская телекоммуникационная группа Tele2 AB выходит на российский рынок, приобретая GSM-операторов сразу в нескольких регионах.



1.3. | Продукты и услуги

Tele2 Россия предоставляет абонентам услуги мобильной связи в 41 регионе России.

Частным и корпоративным клиентам компания предлагает линейки тарифных планов, каждая из которых для удобства абонентов включает в себя не более пяти тарифов. Все тарифы разработаны с учетом потребностей различных категорий абонентов, обладают понятной структурой, удобны в подключении и использовании. Полный перечень услуг и тарифов приведен на корпоративном интернет-сайте www.ru.tele2.ru.

По данным исследования аналитического агентства ComNews Research, и массовые и корпоративные тарифы Tele2 Россия на протяжении 2012–2013 годов официально признавались самыми выгодными в России, а самая высокая стоимость услуг мобильной связи для абонентов зафиксирована в тех регионах, где Tele2 в период исследования не работала. Компания второй год подряд сохраняет ценовое лидерство, предлагая самые выгодные в России тарифы для частных лиц и предпринимателей.



2

Ответственное
ведение бизнеса



2.1. Территория присутствия

В настоящее время Tele2 Россия оказывает услуги мобильной связи в 41 регионе России, и территория охвата услугами компании постоянно расширяется. В стратегических планах компании — стать полноценным федеральным оператором услуг мобильной связи после получения соответствующих лицензий.

1 К макрорегиону Дальний Восток также относятся Курильские острова.



Центрально-Черноземный

Воронеж
Липецк
Тамбов
Курск
Белгород
Брянск
Орел

Центр

Тула
Тверь
Владимир
Рязань
Калуга
Смоленск

Северо-Запад

Санкт-Петербург
Новгород Великий
Мурманск
Архангельск
ЯНАО
Калининград
Псков
Петрозаводск

Волга и Урал

Нижний Новгород
Коми
Киров
Челябинск
Ижевск
Вологда
Кострома

Сибирь

Новосибирск
Омск
Томск
Кемерово
Эвенкия

Юг

Ростов-на-Дону
Краснодар
Адыгея

Дальний Восток¹

Сахалин
Чукотка
Камчатка
Магадан
Еврейская АО
Корякия



2.2. Система корпоративного управления

Руководство деятельностью компании осуществляется единоличным исполнительным органом — генеральным директором, который одновременно выполняет функции президента. Для управления компанией используется функциональная структура, которая включает в себя восемь основных дирекций. Каждая из них специализируется на отдельном виде управленческой деятельности.

Все региональные подразделения Tele2 Россия объединены в семь крупных организационных единиц — макрорегионов, которыми управляет Дирекция по операциям: Центрально-Черноземный, Центр, Северо-Запад, Волга и Урал, Юг, Сибирь, Дальний Восток.



Александр Провоторов

Президент
и генеральный директор Tele2 Россия



Джери Калмс

Первый заместитель
генерального директора



Мамука Мархулия

Директор по корпоративным вопросам
и правовой поддержке



Дмитрий Лопатухин

Директор
по операциям



Роман Володин

Коммерческий
директор



Ритварс Криевс

Технический
директор



Людмила Смирнова

Финансовый и административный директор



Светлана Скворцова

Директор по стратегическому планированию



Елена Иванова

Директор по работе с персоналом



2.3. | Принципы ведения бизнеса

Tele2 Россия считает необходимым придерживаться принципов честного и ответственного ведения бизнеса, зафиксированных в кодексах корпоративной этики для сотрудников и бизнес-партнеров. Кодексы, в свою очередь, опираются на принципы Глобального договора ООН и ряд других международных и национальных документов.

Противодействие коррупции и открытый подход во взаимоотношениях с подрядчиками и поставщиками

В целях противодействия коррупции выбор поставщиков и принятие решений о закупках в Tele2 Россия строго регламентируются действующими процедурами закупок и этическими принципами компании. Во избежание использования коррупционных схем переговоры с поставщиками и дилерами проводятся с участием сотрудников Tele2, ответственных за закупки, и с применением принципа двойного контроля при принятии решений. В Tele2 Россия приняты правила, запрещающие сотрудникам любого уровня получать подарки или какие-либо иные привилегии, если это выходит за рамки общепринятых норм бизнес-этики и деловых отношений.

Равным образом сотрудники не должны предлагать деньги или какие-либо подарки правительственным служащим или государственным чиновникам, за исключением символических подарков незначительной денежной стоимости. Выполнение данных норм, правил и процедур обеспечивается с помощью системы мотивации персонала, а также посредством эффективной системы контроля бизнес-процессов.

Конфликт интересов

В компании действуют четкие нормы поведения и инструкции, регламентирующие работу по предотвращению конфликтов



интересов, в том числе операций с ценными бумагами на основе инсайдерской информации. Деловые решения принимаются исключительно на благо компании, и никакие личные отношения или соображения не могут оказывать на них влияние. Эти нормы касаются потенциальной выгоды не только для сотрудников Tele2 Россия, но также для членов их семей, друзей и знакомых.

Соответствующие элементы интегрированы в корпоративные тренинги и инструктажи, которые регулярно проходят сотрудники компании.

В компании внедрена эффективная система контроля за соблюдением норм, правил и процедур, направленных на предотвращение и выявление конфликтов интересов.

Честная конкуренция

Tele2 Россия считает, что открытая и честная конкуренция благотворно влияет на развитие отрасли и успехи в бизнесе, позволяя оказывать качественные услуги связи по низким ценам. Tele2 строго придерживается принципов честной конкуренции в интересах конечных потребителей и выступает против сговоров и монополистических действий. С момента прихода в Россию в каждом регионе присутствия компания способствует развитию конкуренции, поскольку убеждена, что только в этом случае будет соблюден справедливый баланс интересов бизнеса, абонентов и государства.

Tele2 Россия считает принципиально важным, чтобы все без исключения участники рынка, действуя в собственных бизнес-интересах, соблюдали общепринятые нормы бизнес-этики и высокие профессиональные стандарты поведения.

Информируя через различные каналы коммуникации действующих и потенциальных абонентов о продуктах и услугах, освещая позицию компании по любым вопросам рынка мобильной связи и отрасли телекоммуникаций в целом, Tele2 Россия соблюдает целый ряд принципов и ограничений, в частности:

- компания не комментирует и не критикует действия и высказывания других операторов — участников рынка;
- компания не инициирует обсуждение сильных и слабых сторон других операторов — участников рынка.

Tele2 Россия нацелена на конструктивный диалог и эффективное взаимодействие с участниками рынка по актуальным вопросам отрасли: преодоление цифрового неравенства, улучшение качества связи, борьба с мошенничеством в сфере мобильной связи и в сети Интернет, консолидация финансовых, организационных



и информационных ресурсов для реализации социально ориентированных проектов.

Достоверность и точность финансовой информации

Tele2 Россия соблюдает строгие правила и стандарты бухгалтерского учета, точно и полностью предоставляет финансовую информацию, использует необходимый внутренний контроль и процедуры, что обеспечивает полное соответствие бухгалтерской и финансовой отчетности действующему законодательству. Сотрудники, участвующие в формировании отчетности, всегда должны предоставлять полную, достоверную, точную и своевременную информацию, на основе которой Tele2 подает документы в государственные и налоговые органы и которую использует в публичных коммуникациях.

Клиентоориентированность и доступность услуг

Компания Tele2 завоевывает уважение клиентов и выстраивает долгосрочные отношения с ними, предоставляя качественные услуги по низким ценам и демонстрируя честность, открытость и добросовестность во всех действиях.

Техническое развитие сети связи и расширение сети дистрибуции проводятся компанией на основе клиентоориентированного подхода и строятся с учетом пожеланий абонентов.

Информационные материалы и все виды коммуникации с внешними аудиториями готовятся на основе полной, достоверной и актуальной информации в полном соответствии с законодательством РФ.

Обработывая анкетные данные своих клиентов, Tele2 Россия соблюдает законы, нормы и правила, охраняющие право на частную жизнь и конфиденциальность личных данных граждан. Компания стремится предотвращать любой несанкционированный доступ к данной информации.

Tele2 старается оградить абонентов от незаконных действий третьих лиц. Компания на постоянной основе ведет работу по предотвращению фактов мошенничества с использованием мобильной связи и злоупотреблений оказываемыми услугами.



2.4. | Стратегия Tele2 Россия

Стратегия определяет конкурентные преимущества компании, ее долгосрочные и краткосрочные цели, ресурсы, необходимые для реализации планов развития, а также процессы, обеспечивающие текущую деятельность Tele2. Стратегия рассматривается как уникальный комплекс «строительных блоков», которыми пользуются сотрудники компании при создании «архитектуры» бизнеса в долгосрочном периоде.

Для того чтобы наглядно представить то, как будет создаваться будущее компании, в Tele2 используется образ дома. Компания определила для себя стратегическое Видение, Миссию и Цели, которые должны быть достигнуты в трех наиболее значимых для Tele2 областях: клиенты, сотрудники, акционеры¹. Чтобы их достичь, компания также определила шесть стратегических областей развития, которые помогут нам достичь желаемой позиции. И, конечно, все, что делает Tele2, всегда основывается на надежном фундаменте — ценностях Tele2 Way. ¹ GRI 4.15.



Видение

Мы будем лучшими во всем,
что делаем для наших абонентов

Миссия

Мы не боимся трудностей, быстро реагируем на изменения
и всегда предлагаем нашим абонентам то, что им нужно, дешевле

Цели

Сотрудники:
быть
лучшим
работодателем

Клиенты:
быть оператором,
которого выбирают
абоненты

Акционеры:
обеспечить самую высокую
рентабельность в группе
сопоставимых компаний

Области развития

Люди | Дифференциация | Лидерство по издержкам | Качество | Бизнес-модель | Рост

Ценности Tele2 Way

Открытость | Вызов | Бережливость | Качество | Гибкость | Действие



2.5. | Положение на рынке

Из года в год компания подтверждает статус одной из самых динамичных и эффективных компаний на телекоммуникационном рынке страны. На протяжении 2012 года Tele2 Россия удавалось сохранять минимальный уровень оттока абонентов и демонстрировать впечатляющие темпы прироста абонентской базы.

По итогам 9 месяцев 2013 года Tele2 Россия занимает четвертое место в России по объему абонентской базы — более 23,5 млн абонентов.

В первом квартале 2012 года впервые в истории российского рынка мобильной связи сократилась совокупная абонентская база всех операторов «большой тройки». При этом Tele2 стала единственным крупным игроком рынка, который показал прирост абонентской базы. Всего в 2012 году к оператору подключились более 2,1 млн человек. Рост абонентской базы компании за год превысил 10% от совокупного объема.

В течение отчетного периода Tele2 Россия также лидировала по уровню лояльности абонентов, продемонстрировав по итогам 2012 года самый высокий среди сотовых операторов в России индекс NPS (Net Promoter Score, готовность активно рекомендовать оператора близким и знакомым) — 56 %¹. Уровень оттока абонентов по итогам 2012 года составил 31,6% — это самый низкий показатель в отрасли мобильной связи.

¹ Данные J'son and Partners.

Благодаря этому во многих регионах присутствия Tele2 Россия занимает лидирующие позиции по доле рынка мобильной связи.

Развитие сети мобильной связи

Широкий региональный охват и соответствующая стратегия централизованного роста определяют специфику работы компании по развитию сети мобильной связи и структуру услуг. Tele2 Россия



активно работает в регионах со слаборазвитой дорожной сетью и наличием географически отдаленных территорий, где недостаточно представлены другие виды связи. Компания считает важным предоставление доступа к качественной и недорогой сотовой связи всем жителям сельской местности, малых и средних городов в отдаленных и труднодоступных зонах. Поэтому оператор последовательно инвестирует финансовые средства в развитие технологической инфраструктуры, что позволяет обеспечить устойчивое покрытие таких территорий. В этом отношении бизнес-стратегия компании гармонично сочетается с социальной миссией. Ее важной составляющей является преодоление «цифрового неравенства» и дискриминации различных групп населения в доступе к современным телекоммуникационным услугам.

Tele2 Россия создает свою инфраструктуру таким образом, чтобы сеть работала максимально эффективно. Профессиональный подход к планированию сети и использование современного оборудования позволяют компании предоставлять надежную мобильную связь по доступным ценам. В 2012 году объем инвестиций в IT-инфраструктуру и технологическое развитие сети составил 6,1 млрд рублей. Компания на 14% увеличила число базовых станций, благодаря чему существенно расширила зону покрытия сети и улучшила качество связи. За год сеть Tele2 Россия дополнительно покрыла территорию, на которой проживает более 1,8 млн человек.

Объем инвестиций Tele2 Россия в IT-инфраструктуру и технологическое развитие сети в 2012 году — 6,1 млрд рублей.

Компания уделяет большое внимание экономической эффективности при строительстве сети. Так, с 2009 года удалось на 20% снизить стоимость обслуживания каждой базовой станции в условиях постоянного роста арендных ставок и тарифов на электроэнергию. Компания использует преимущество эффекта от масштаба на фоне динамичного роста. Это позволяет постоянно совершенствовать качество услуг и обеспечивать их бесперебойность при сохранении низкой стоимости тарифов.



Розничная сеть продаж

Розничная сеть Tele2 Россия развивается по системе франчайзинга. За отчетный период она насчитывала более 420 салонов связи, 300 из которых в 2012 году были переведены на новый фирменный стиль. Для оформления своих салонов Tele2 использовала новый принцип обслуживания клиентов — формат супермаркета связи. Переоборудование магазинов позволило повысить лояльность абонентов и как следствие — показатели продаж в среднем на 10–15%.

Компания использует собственную программу лицензирования партнеров, основанную на европейском опыте. В качестве партнеров Tele2 Россия привлекает крупнейшие федеральные ритейл-сети и небольшие региональные компании. Приобрести франшизу Tele2 могут также индивидуальные предприниматели, которым не обязательно иметь собственную розничную сеть или специальный опыт в области телекоммуникаций.

Став участником партнерской программы Tele2, такой предприниматель получает возможность начать собственное дело на основе детально проработанного и стандартизированного бизнес-решения. Оно учитывает все ключевые элементы — от стратегии развития до оформления интерьера салона. Tele2 заинтересована в успехе партнеров, поэтому оказывает им поддержку на всех этапах ведения бизнеса.



Розничная сеть Tele2 Россия по итогам 9 месяцев 2013 года насчитывает 508 монобрендовых салонов связи; по итогам 2012 года — 426 монобрендовых салонов в 41 регионе страны.

Услуги и продукты Tele2 Россия можно приобрести в магазинах крупнейших федеральных сетей «Евросеть» и «Связной». В 2012 году компания заключила контракты с сетью магазинов бытовой техники и электроники «Эльдорадо» и крупным региональным ритейлером «Магнит».

Чтобы жители небольших населенных пунктов также имели доступ к услугам Tele2, компания развивает сотрудничество с предприятиями «Почта России», «Роспечать», «АРИА-АиФ». По состоянию на конец 2012 года стать абонентом оператора можно было в более чем 12380 отделениях «Почта России», 1800 киосках «Роспечать» и более 700 киосках «Аргументы и факты».

Активно растет объем реализации продуктов и услуг Tele2 через собственный интернет-магазин. В 2012 году этот показатель вырос более чем в два раза, в основном за счет заказов в крупных городах.

Одновременно компания стремится сделать доступными интернет-покупки даже в небольших городах. Эта задача успешно решается посредством местных партнеров, осуществляющих оперативную доставку комплектов подключения покупателям и оформление контрактов.

Поддержка развития малого и среднего бизнеса в сфере мобильной связи

Расширение сети дистрибуции и популяризация нового формата продаж осуществляются с активным привлечением региональных предпринимателей, которые заинтересованы в создании и развитии собственных торговых точек под брендом Tele2 Россия. Компания последовательно поддерживает малый и средний бизнес и развивает формат супермаркета сотовой связи на основе франчайзинга, предоставляя предпринимателям соответствующую консультационную, организационную и финансовую поддержку. Развивая региональную сеть супермаркетов сотовой связи, Tele2 Россия вносит существенный вклад в создание новых рабочих мест, обновление и создание торговой инфраструктуры, продвижение современных форматов организации клиентских сервисов.

К концу 2012 года монобрендовая сеть Tele2 Россия насчитывала 426 фирменных салонов связи, на которые приходится более 20% всех подключений новых абонентов.



Во всех точках контакта с клиентами Tele2 Россия разработала и предложила своим абонентам новый фирменный стиль — простой, привлекательный, лаконичный, модный. В его основе — классическое черно-белое сочетание, дополненное несколькими новыми цветами, которые оживляют строгую гамму и делают супермаркеты сотовой связи и рекламно-информационные материалы компании более дружелюбными. По статистике, внедрение нового фирменного стиля увеличивает объем продаж в монобрендовых салонах в среднем на 15%.

Основные результаты деятельности ¹

¹ GRI 2.8.

В 2012 году компания продемонстрировала уверенный рост основных финансовых показателей. Операционная выручка выросла на 15% по сравнению с 2011 годом и составила 59,5 млрд рублей. Компания также сохранила стабильный уровень прироста операционной прибыли. В 2012 году показатель EBITDA увеличился на 7% по сравнению с 2011 годом.

Средний доход на одного абонента (ARPU) вырос на 4% год к году в рублевом исчислении и составил 229 рублей.

Операционные и финансовые достижения Tele2 Россия были отмечены наградами ComNews Awards Группы компаний ComNews — ведущего информационного агентства в сфере ИКТ-бизнеса. Компания стала лидером рейтинга среди мультирегиональных операторов в номинации «Крупнейший оператор связи по выручке» и в номинации «Крупнейший оператор связи по количеству абонентов»².

² GRI 2.10.

Показатель	2011	2012
Абоненты, тыс.	20636	22716
Выручка, млрд руб.	51,9	59,5
EBITDA, млрд руб.	20,3	21,7
Выплачено налогов в бюджеты всех уровней		
Количество работников	3347	3526



2.6. | Как Tele2 понимает свою корпоративную ответственность

Принципы КСО Tele2 Россия

Ключевые принципы деятельности компании в области корпоративной социальной ответственности и устойчивого развития, а также вопросы взаимодействия с заинтересованными сторонами Tele2 Россия зафиксированы в Корпоративной социальной политике, регламентирующей эту сферу деятельности. Данный документ является основанием для принятия любых решений в сфере КСО. При реализации социальной политики Tele2 Россия исходит из следующих принципов:

- Предоставление клиентам качественной и надежной мобильной связи позволяет добиваться синергетического эффекта, сочетая интересы общества с задачами бизнеса. Социальная роль компании заключается также в покрытии сетью Tele2 малонаселенных, отдаленных и труднодоступных деревень, что снижает уровень «цифрового неравенства» в стране.
- Деятельность в области корпоративной социальной ответственности является одним из факторов конкурентной устойчивости компании на рынке в долгосрочном периоде, а также фактором снижения нефинансовых рисков компании и ее социального окружения.
- В процессе реализации социальной политики Tele2 Россия осуществляет недискриминационный выбор партнеров и объектов своей социальной активности. При этом компания может учитывать мнение некоммерческих организаций и общественных объединений, органов власти и местного самоуправления регионов присутствия или действовать по собственной инициативе, однако в первую очередь в расчет принимается социальная значимость проекта.



- Реализуя проекты в области КСО, компания объединяет собственные компетенции и ресурсы с партнерами — благотворительными и социальными организациями, органами власти и СМИ.
- Компания развивает механизмы участия абонентов в благотворительности, используя SMS-фандрайзинг. Это позволяет ей формировать общие ценности с абонентами, вовлекать их в свою работу в области социальной ответственности и добиваться позитивного социального эффекта.
- Tele2 внедряет современные энергоэффективные технологии связи, разработанные с учетом российских и международных технологических и экологических стандартов, которые экономят ресурсы и не наносят вред природе и здоровью человека.
- Tele2 Россия стремится к тому, чтобы все сотрудники, включая членов совета директоров и правления, а также деловые партнеры, дилеры, консультанты, поставщики и продавцы вели свой бизнес не только в соответствии с требованиями закона, но и с самыми высокими этическими стандартами. В компании приняты Кодекс корпоративной этики и Кодекс деловой этики для партнеров по бизнесу.

Система управления КСО

Корпоративная социальная ответственность является формой деятельности и планирования, которая интегрирована в основные деловые процессы Tele2 Россия и является неотъемлемым элементом корпоративного управления. Это обеспечивает системный подход к проектированию и реализации принципов социальной политики компании.

Управленческие, этические и социокультурные аспекты реализации принципов КСО отражены в документах и специальных регламентах, в том числе в Кодексе этики и Корпоративной социальной политике Tele2 Россия. Эти документы служат практическими ориентирами в каждодневной деятельности на всех управленческих и операционных уровнях компании.

Общее руководство вопросами КСО в центральной функции осуществляет Дирекция по корпоративным коммуникациям. В региональных офисах за реализацию социальных программ отвечают менеджеры по связям с общественностью.

Все сотрудники информированы об основных положениях и принципах КСО, и деятельность в данном направлении рассматривается ими как неотъемлемая часть рабочего процесса на всех уровнях управления Tele2. В информационно-аналитической



системе Интранет ведется раздел «Добрые новости», который помогает осуществлять оперативное, полное и непрерывное оповещение сотрудников компании и всех заинтересованных сторон об активности в сфере благотворительности и КСО в регионах присутствия.

В настоящее время компания рассматривает возможность дальнейшего развития интегрированной системы менеджмента КСО, с тем чтобы непрерывно отслеживать результативность социальных инвестиций и находить пути для повышения их эффективности.

Вовлечение сотрудников компании в социальные инициативы

Tele2 прилагает системные усилия по развитию элементов корпоративной культуры, открывающих перед сотрудниками широкие возможности для творческой реализации в профессиональной, образовательной, культурной, спортивной и социальной сферах.

Компания поощряет и поддерживает инициативные проекты в области корпоративной социальной ответственности, основанные на проявлении самостоятельности и развитии творческой энергии сотрудников. Подробнее об участии сотрудников в социальных инициативах см. в разделе «Корпоративное волонтерство в Tele2 Россия».

Основные направления социального инвестирования в регионах присутствия

Добровольный вклад компании в развитие социальной сферы общества существенно выходит за рамки установленного законодательством минимума. Компания не только уделяет повышенное внимание соблюдению законодательных норм и правил в области экологии и охраны окружающей среды, раскрытия информации, работы с персоналом, подрядчиками и поставщиками, но и самостоятельно реализует комплекс программ по социальному и инфраструктурному развитию регионов присутствия.

Сегодня в различных регионах России компания инициирует и поддерживает партнерские проекты в области школьного, вузовского и бизнес-образования, здравоохранения, спорта, культуры, социальной сферы. Поддержка перспективных начинаний и развитие потенциала тех, кто готов совершенствоваться и после окончания поддержки со стороны компании, — один из приоритетов социальной политики Tele2.

Рассматривая социальную ответственность как важнейший элемент консолидации интересов, Tele2 реализует сбалансированную



и эффективную социальную политику, которая позволяет компании быть максимально прозрачной для общества, потребителей, акционеров, персонала, партнеров и государства. Это является неизменным условием стабильности в настоящем и устойчивого развития в будущем.

Целевыми ориентирами Tele2 Россия в области социального инвестирования в регионах присутствия являются следующие направления:

Социально-экономическое развитие

- поддержка малого предпринимательства и содействие формированию цивилизованной предпринимательской культуры;
- создание новых рабочих мест, обеспечивающих безопасные условия труда, социальные гарантии и перспективы профессионального роста.

Развитие местных сообществ

- поддержка волонтерского движения, ориентированного на устойчивое социальное развитие местных сообществ;
- мобильная безопасность и борьба с «цифровым неравенством»;
- участие в профессиональном, культурном и духовном развитии через поддержку возрождения исчезающих или утраченных традиций.

Социально уязвимые группы общества

- поддержка инициатив людей с ограниченными возможностями, поощрение их интеграции в общество;
- благотворительная помощь институциональным учреждениям и общественным организациям социальной направленности;
- содействие талантливой молодежи в достижении социально значимых целей и реализации собственного потенциала;
- поддержка образования и профессиональной ориентации молодежи.

Здоровье и окружающая среда

- экология и охрана окружающей среды;
- поддержка проектов в области охраны здоровья;
- содействие массовому спорту и здоровому образу жизни.



К целевым аудиториям социальных проектов относятся:

- жители регионов присутствия Tele2 Россия;
- молодежь — школьники, студенты;
- учителя и сотрудники благотворительных организаций;
- компании малого и среднего бизнеса, индивидуальные предприниматели и субъекты молодежного предпринимательства;
- дети с ограниченными возможностями и дети-сироты;
- ветераны войны и пожилые люди;
- люди с ограниченными возможностями (инвалиды);
- многодетные семьи.



2.7. | Ключевые стейкхолдеры Tele2 Россия

Компания системно и последовательно развивает многосторонний диалог со всеми заинтересованными сторонами (стейкхолдерами). Эта работа включает непрерывный мониторинг деятельности компании в области КСО и оценку ее результатов посредством системы обратной связи и тематических исследований.

Для компании исключительно важно формирование партнерских отношений со стейкхолдерами — для лучшего взаимодействия стороны активно привлекаются к проектированию, планированию, реализации и оценке эффективности усилий компании в социальной сфере.

Tele2 Россия сотрудничает с заинтересованными группами, открыта к восприятию новых идей и инициатив в области КСО.



Tele2 проводит анализ социального и институционального ¹ [GRI 4.14](#) окружения компании в поисках новых стейкхолдеров, заинтересованных во взаимодействии по темам корпоративной социальной ответственности.



Абоненты

Предоставление качественных, доступных и надежных услуг мобильной связи широким слоям населения России — это основная задача маркетинговой и социальной политики Tele2 Россия, ориентированной на потребительскую аудиторию. С одной стороны, пользователи услуг оператора рассматриваются как основное звено в цепочке бизнес-процессов, а с другой — как полноценные партнеры компании, с которыми строятся доверительные и открытые отношения, основанные на принципах социальной ответственности и сотрудничества.

Компания принимает во внимание территориальные масштабы России и наличие множества территорий со слаборазвитой инфраструктурой связи. Исходя из этого, Tele2 фокусируется на развитии региональной сети, учитывая потребности жителей удаленных территорий, сельской местности и малых городов в современных средствах коммуникации.

Предлагая свои услуги, компания принимает в расчет интересы различных групп населения, а также способствует формированию зрелых потребительских сообществ посредством просветительской и информационной деятельности. Принимая во внимание значение малого и среднего предпринимательства для устойчивого развития российских регионов, Tele2 Россия выступает инициатором социальных акций и программ, ориентированных на эту группу стейкхолдеров.

Tele2 Россия на регулярной основе проводит маркетинговые и социологические исследования с целью выявления уровня удовлетворенности клиентов услугами и возможностью их совершенствования¹. В течение отчетного периода по результатам качественных и количественных исследований компания констатирует высокий уровень удовлетворенности и лояльности абонентов, который указывает на готовность клиентов активно рекомендовать оператора родственникам, друзьям, знакомым. Tele2 демонстрирует самый высокий в отрасли мобильной связи в России индекс NPS (Net Promoter Score) — 56% по итогам 2012 года.

¹ GRI 4.14.

Tele2 Россия учитывает мнение абонентов при формировании планов технического развития сети и развития сети дистрибуции, активно вовлекая их в процессы тестирования качества связи и уровня обслуживания. В частности, в регионах присутствия компании на регулярной основе реализуются проекты «Народный контроль», «Построй свою сеть», «Добро пожаловать» и другие, в ходе которых на основе обратной связи от абонентов компания вносит необходимые коррективы в свою деятельность.



Сотрудники

Долгосрочное устойчивое социальное и коммерческое развитие Tele2 Россия основано на доверительных, открытых и ответственных отношениях с персоналом.

Фундаментом для построения эффективных внутренних коммуникаций являются ценности Tele2Way, и особенно «открытость», которая определяет следующие принципы взаимодействия внутри компании:

- Мы взаимодействуем честно и открыто.
- Скромность — наше кредо.
- Мы делимся своим опытом, знаниями и навыками.
- Мы работаем в команде и помогаем, когда нужно.
- Мы всегда на связи.

В Tele2 Россия действует развитая система внутренних коммуникаций, направленных на обеспечение сотрудников достоверной и актуальной информацией о работе компании, организационных изменениях и управленческих решениях руководства, а также на сбор обратной связи от сотрудников. В компании действуют специальные Правила отправки коммуникаций всем сотрудникам. Практикуется вовлечение специалистов Tele2 в обсуждение ключевых корпоративных решений.

Департамент внутренних коммуникаций издает ежеквартальный корпоративный журнал Tele2Day и ежемесячный новостной дайджест, делает регулярные информационные рассылки, в том числе еженедельные Friday News — об изменениях в кадровом составе и актуальных вакансиях в компании, а также проводит встречи сотрудников с руководством в различных форматах. Единым информационным ресурсом компании является внутренний информационный портал Интранет. Для организации обратной связи с сотрудниками создан специальный почтовый адрес.

Ежегодно проводится опрос удовлетворенности и вовлеченности персонала, в котором принимают участие все сотрудники. Основная цель этого опроса — предоставить специалистам Tele2 возможность поделиться своим мнением или инициировать необходимые изменения в компании. Кроме того, исследование помогает узнать уровень вовлеченности сотрудников, оценить лидерский потенциал руководителей, а также выявить сильные и слабые стороны организации.

Благодаря сформированной в компании системе информационного обмена сотрудники могут свободно выражать свое мнение по различным аспектам организации труда без риска для своей профессиональной деятельности и карьеры. В 2011 и 2012 годах в опросе приняло участие 99 и 100% сотрудников соответственно¹.

¹ GRI 4.14.



Акционеры и инвесторы

Компания развивается быстрыми темпами и является привлекательным объектом для инвестиций. Tele2 Россия соблюдает строгие правила и стандарты бухгалтерского учета (МСФО), точно и полностью предоставляет финансовую информацию и использует необходимый внутренний контроль и процедуры, обеспечивающие соответствие бухгалтерского учета и финансовой отчетности действующему законодательству. Достоверность финансовой документации очень важна для ведения эффективной деятельности компании и первостепенна для сохранения уверенности и доверия акционеров.

В рамках корпоративного управления обеспечиваются контроль, классификация и подведение итогов всех сделок в соответствии с учетной политикой компании. Сотрудники, участвующие в составлении финансовой отчетности, проходят специальное дополнительное обучение, а система контроля качества этой информации построена таким образом, чтобы полностью исключить риск представления неполных, недостоверных и несвоевременных данных в отчетах и документах, которые компания составляет и подает в государственные и налоговые органы, использует в любых публичных сообщениях.

Поставщики и партнеры

Доверительные и прозрачные отношения с поставщиками и дилерами — один из ключевых элементов успеха компании. Выбор подрядчиков и поставщиков и принятие решений о корпоративных закупках производятся по объективным критериям и на основе анализа издержек, финансовых и нефинансовых рисков и высоких требований к качеству продукции и услуг. При заключении договоров с подрядчиками и поставщиками компания строго соблюдает политику закупок и руководствуется высокими этическими принципами.

Переговоры с поставщиками и дилерами проводятся в соответствии со специальными процедурами, с привлечением ответственных лиц со стороны Tele2 и с применением принципа двойного контроля — принципа «четырёх глаз»¹. Таким образом исключаются ситуации, когда третьи лица оказывают неоправданное влияние на принятие деловых решений. Подрядчикам и поставщикам, которые пытались незаконно повлиять на закупочные решения Tele2 Россия, автоматически будет отказано в любого рода сотрудничестве с компанией.

¹ Так называемый принцип «четырёх глаз» применяется во многих мировых компаниях. Он предполагает, что все документы утверждаются и подписываются двумя руководителями, не находящимися во взаимном подчинении. Это помогает осуществить параллельное независимое принятие решений и исключить злоупотребления со стороны сотрудников.



НКО

Планирование и реализация социальной деятельности Tele2 Россия осуществляются в тесном партнерстве с российскими и международными некоммерческими организациями (НКО), специализирующимися на благотворительности, волонтерстве и охране окружающей среды, а также со СМИ, ставящими своей целью своевременное, полное и непредвзятое информирование населения о фактах и тенденциях в сфере социального развития.

Партнерские отношения Tele2 Россия с сектором НКО позволяют добиваться высокой результативности и адресности социальных инвестиций и ставить целевые ориентиры в области КСО в соответствии с актуальными запросами общества.

Тесное взаимодействие с НКО способствует большей прозрачности социального инвестирования Tele2 Россия для всех заинтересованных сторон и позволяет совершенствовать систему управления КСО на основе экспертных рекомендаций и лучших практик социально ответственного бизнеса. Объединение ресурсных и экспертных усилий компании и НКО повышает эффективность социального инвестирования. С 2011 года Tele2 оказывает стратегическую поддержку известному международному фонду Reach for Change («Навстречу переменам», ранее Playing for Change), который имеет значительный опыт поддержки социального предпринимательства в мире.

Tele2 Россия осуществляет регулярные исследования, направленные на выявление и уточнение целевых аудиторий социальных инвестиций, благотворительности и спонсорства. В 2012 году компания привлекла Агентство социальной информации для комплексного экспертного анализа своей активности в области КСО. В ходе исследования были собраны сведения о лучших российских и мировых практиках КСО в телекоммуникационной отрасли, произведена оценка эффективности КСО в Tele2 Россия и выработаны рекомендации по совершенствованию социальной политики оператора. Компания применила полученную информацию для повышения эффективности практик социальных инвестиций, благотворительности и спонсорства, ориентированных на ключевые заинтересованные стороны, а также для разработки корпоративной социальной политики¹.

¹ GRI 4.15.



Органы государственной власти и местного самоуправления

Будучи компанией общероссийского масштаба, Tele2 Россия стремится к системному выстраиванию открытых и доверительных взаимоотношений с органами государственной власти на федеральном и региональном уровнях, а также с органами местного самоуправления. Опыт компании, накопленный за годы успешного сотрудничества с различными органами власти, способствует устойчивости и эффективности корпоративного развития. Соблюдение федерального и регионального законодательства, сотрудничество в реализации социальных программ и программ по развитию отрасли мобильной связи в стране, совместная деятельность по предотвращению мобильного мошенничества, реализация социальных программ, активная позиция компании в области законодательских инициатив — все это помогает компании выстраивать диалог и продуктивное сотрудничество с органами государственной власти.

Взаимодействие с федеральными органами государственной власти

Специалисты Tele2 Россия участвуют в формировании законодательства, регулирующего сферу телекоммуникаций. Представители компании привлекаются для работы в Экспертном совете по связи при Комитете Совета Федерации по экономической политике, в Комитете по информационной политике, информационным технологиям и связи Государственной Думы.

В Министерстве связи и массовых коммуникаций специалисты Tele2 Россия принимают участие в рабочих группах по вопросам:

- переносимости номера мобильного телефона (MNP);
- корректировки «Правил оказания услуг связи»;
- поправок к Федеральному закону «О связи»;
- распределения и использования радиочастотного спектра;
- корректировки «Требований к построению сетей телефонной связи» и «Требований к порядку пропуска трафика по сетям телефонной связи».

В рамках сотрудничества с Минкомсвязи эксперты Tele2 Россия за отчетный период принимали участие в работе Общественного совета при Роскомнадзоре, Координационной группы по связи, Консультативного совета по защите прав субъектов персональных данных, Экспертного совета при Минкомсвязи.



Представители Tele2 Россия за отчетный период также принимали участие в работе следующих рабочих групп, советов и комиссий Министерства экономического развития РФ:

- Консультативный совет по иностранным инвестициям (КСИИ);
- рабочие группы по анализу действующих и планируемых к принятию нормативных актов и оценке регулирующего воздействия нормативно-правовых актов;
- экспертная группа по разработке мер по поддержке конкуренции на рынке услуг связи;
- Комиссия по информационным технологиям и связи;
- рабочие группы по актуальным вопросам регулирования телекоммуникационной сферы;
- рабочие группы по защите персональных данных.

Специалисты компании участвуют также в качестве экспертов в рабочих группах Открытого правительства в рамках принятой правительством РФ «дорожной карты» по развитию конкуренции и Экспертного совета ФАС по совершенствованию нормативного и правового регулирования рынка услуг связи.

Позиция Tele2 по вопросам регулирования отрасли

Tele2 выступает за изменение принципов регулирования отрасли с целью либерализации рынка связи, обеспечения прозрачной и конкурентной среды.

По мнению компании, в настоящее время сотовые операторы в общей сложности используют и, соответственно, оплачивают около 58% доступного радиочастотного спектра. Оставшиеся 42% либо не используются и, соответственно, не оплачиваются, либо оплачиваются операторами по минимальным ставкам, из-за чего государственный бюджет недополучает около 10 млрд рублей в год. В соответствии с предложением Tele2 Россия государство могло бы взимать плату не за частотные присвоения, как это происходит сейчас, а за полосу частот. Такой принцип позволил бы получать деньги и от тех компаний, которые не используют имеющиеся в их распоряжении частоты.

Чтобы повысить эффективность использования частот, необходимо распределять их не на конкурсах, где возможно проявление необъективного отношения к участникам, а на аукционах, которые предполагают конкуренцию покупателей и потому обеспечивают большую прозрачность.

Выигранные частоты следует оплачивать по факту их выделения, а не при выдаче разрешения на их эксплуатацию. Необходимо также ввести принцип технологической нейтральности,



предоставляющий операторам право использовать имеющиеся у них частотные ресурсы без привязки к определенной технологии. Это позволит Tele2 и другим компаниям, которые не получили лицензии на мобильную связь третьего и четвертого поколений (3G и 4G соответственно) строить такие сети на имеющихся частотах. Tele2 предлагает также разрешить операторам перепродажу частот друг другу, как это принято во многих странах. Наличие «вторичного» рынка частот будет способствовать их более эффективному использованию.

Взаимодействие с региональными органами государственной власти

В регионах присутствия Tele2 Россия объединяет усилия, компетенции и ресурсы с органами исполнительной власти в целях дальнейшего развития отрасли связи, повышения доступности мобильных услуг для населения и ликвидации «цифрового неравенства». С этой целью Tele2 Россия подписывает Соглашение о взаимодействии и сотрудничестве в сфере развития мобильной связи с правительствами различных субъектов РФ. В соответствии с соглашениями компания строит собственные базовые станции и предоставляет качественные и недорогие услуги мобильной связи в том числе на малонаселенных, труднодоступных и отдаленных территориях, где в силу технических ограничений или экономической неэффективности невозможно развернуть сети фиксированной связи. В свою очередь, администрации регионов создают режим максимального благоприятствования для реализации инвестиционных проектов компании.

В 2011–2012 годах такие соглашения были подписаны с администрациями Калининградской, Калужской, Вологодской, Омской, Нижегородской, Тульской, Новосибирской, Магаданской, Ленинградской областей, Краснодарского края, Удмуртской Республики, городов Кемерово и Новокузнецка.

Подчеркивая свою невовлеченность в политический контекст, Tele2 Россия также ориентирована на взаимодействие с местными властями в реализации социальных проектов. Это помогает компании находить способы эффективного сотрудничества и оставаться не ангажированной в чьих-либо политических интересах.

Так, в рамках соглашения с администрацией города Кемерово был реализован ряд совместных проектов по развитию молодежного предпринимательства и популяризации молодежных видов спорта.

Соглашение с администрацией Новокузнецка в 2012 году не только позволило эффективно удовлетворить быстрорастущие



потребности населения в доступных и качественных услугах связи, но и способствовало развитию проектов, направленных на поддержку талантливой молодежи, спорта, бизнеса.

В Томске в сотрудничестве с департаментом соцзащиты был разработан специальный тариф для слабовидящих. Кроме того, через благотворительный фонд инвалидов Tele2 передала в безвозмездное пользование 100 специальных телефонных аппаратов для этой категории граждан.

Экспертное и деловое сообщество

Tele2 Россия активно сотрудничает и является членом ведущих российских и зарубежных деловых сообществ и отраслевых ассоциаций, где активно участвует в обсуждении перспектив развития отечественного бизнеса и инновационных технологий в области связи. Партнерами компании являются: Российский союз промышленников и предпринимателей (РСПП), «Деловая Россия», «ОПОРА РОССИИ», Ассоциация региональных операторов сотовой связи (АРОС), Союз защиты прав потребителей, The Association of European Businesses (АЕВ).

СМИ

Tele2 Россия предоставляет обществу и экспертам полную и объективную информацию о своей деятельности. Дирекция по корпоративным коммуникациям Tele2 Россия на регулярной основе информирует СМИ и медиасообщество о различных аспектах работы компании, оперативно обрабатывает обращения журналистов и аналитиков отрасли. Представители компании регулярно принимают участие в крупнейших отраслевых форумах, конференциях и круглых столах.

Компания системно работает над информированием и вовлечением журналистов, блогеров, аналитиков и лидеров общественного мнения в телекоммуникационную тематику. На регулярной основе организуются пресс-конференции на тему операционных и финансовых результатов компании, проводятся пресс-туры с целью освещения профессионально значимых для отрасли событий и запуска объектов сетевой и сервисной инфраструктуры в регионах России. Компания нацелена на то, чтобы представители СМИ и общественности всегда имели возможность оперативно получить достоверную информацию по актуальным вопросам индустрии телекоммуникаций. Публикация первого социального отчета Tele2 Россия является важным элементом корпоративной информационной политики.

3

Абоненты



3.1. | Tele2 Россия — доступная и качественная связь

С начала деятельности в России Tele2 выработала эффективную бизнес-стратегию. Эффективное управление издержками, уникальная маркетинговая стратегия и ориентация на лучший мировой опыт в области технологий и обслуживания стали залогом устойчивого развития компании и роста числа лояльных клиентов в долгосрочной перспективе.

Компания стремится перевыполнять лицензионные требования, обеспечивая покрытие не только в крупных городах, но и в самых отдаленных уголках страны. Тем самым Tele2 Россия способствует решению важной социальной задачи — сделать качественную и недорогую мобильную связь доступной максимальному числу российских жителей. Население многих регионов, где действует сеть оператора, имеет относительно невысокие доходы и относительно относится к качеству и стоимости услуг мобильной связи. Компания всегда учитывает этот фактор при формировании собственной ценовой политики — оператор старается сделать ценообразование ясным и прозрачным для клиентов, а также предоставлять услуги связи по минимальным ценам при высоком уровне качества связи и обслуживания. Благодаря развитию сети Tele2 Россия доступ к качественным услугам связи смогли получить группы населения, которые ранее не имели такой возможности.

В 2012 году аналитическое агентство ComNews Research провело очередное исследование стоимости услуг мобильной связи для частных абонентов в 83 регионах России. Результаты показали, что тарифы Tele2 были признаны наиболее выгодными среди предложений всех операторов, оказывающих услуги в России.

Благодаря деятельности по созданию сети сотовой связи в сельской местности и в географически удаленных регионах Tele2 вносит вклад в преодоление «цифрового неравенства» и формирование единого телекоммуникационного пространства на территории страны.



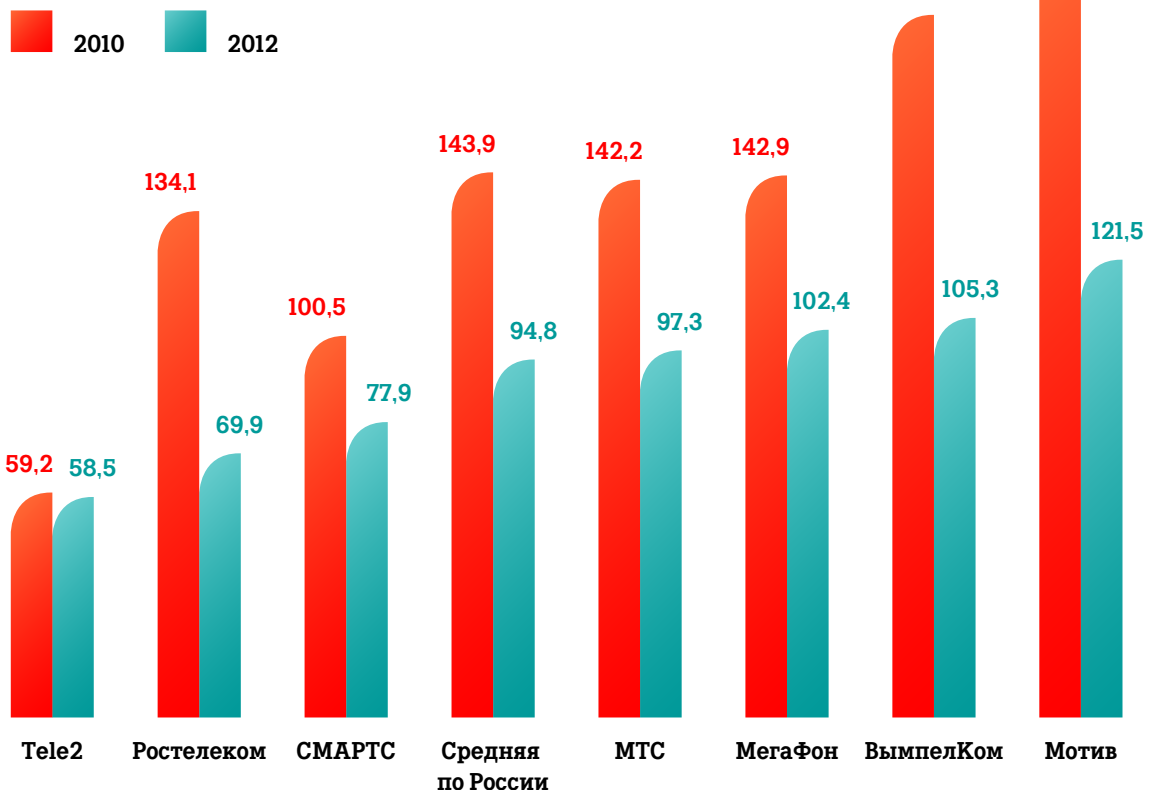
В 2012 году Tele2 Россия планомерно снижала стоимость услуг международного роуминга в европейских странах, в результате чего цены на звонки в странах Европы и Турции сократились почти вдвое до уровня национального роуминга — 9,45 рубля.

В мае 2012 года компания объявила о беспрецедентном снижении цен на услуги международного роуминга в странах действия международной сети Tele2. В Швеции, Эстонии, Латвии, Литве, Хорватии и Казахстане абоненты могут воспользоваться уникальными ценами: одна минута разговора и мегабайт мобильного Интернета стоят всего 5 рублей (ранее 1 минута разговора обходилась абонентам в 18 рублей, а 1 мегабайт трафика — в 25 рублей).

Таким образом, коммерческая стратегия компании — предоставлять качественную связь по доступным ценам — совпадает с принципами социальной ответственности и устойчивого развития.

¹ Стоимость услуг сотовой связи в регионах России. Открытый отчет по итогам ежегодного исследования аналитического агентства ComNews Research, www.comnews-research.ru/node/56.

Стоимость наиболее доступных предложений операторов мобильной связи (категория тарифов с низкой стоимостью услуг «малая корзина») в среднем по России, октябрь 2010 года — июль 2012 года, рублей¹.





3.2. | Качество СВЯЗИ

Tele2 Россия предоставляет абонентам качественные и доступные услуги связи. Качество связи — один из ключевых приоритетов компании. Техническая служба в плановом режиме и на основе обращений граждан регулярно расширяет зону покрытия сети и улучшает качество связи в местах повышенных нагрузок.

В 2012 году компания увеличила число базовых станций на 14%, что позволило расширить площадь покрытия сети и улучшить качество связи. За 2012 год сеть Tele2 охватила новые территории, на которых проживает более 1,8 млн человек.

Важным направлением технологического развития Tele2 в 2012 году стало расширение радиопокрытия ключевых автодорог России. Масштабные работы по улучшению качества связи были проведены на трассах Москва — Санкт-Петербург (М10 «Россия»), Москва — Рига (М9 «Балтия»), Москва — Нижний Новгород (М7 «Волга»).

В течение 2012 года работы по увеличению емкости сети проводились во всех регионах присутствия Tele2 Россия. По итогам года сетью Tele2 было покрыто 164 тыс. км дорог регионального и межмуниципального значения, а также более 10 тыс. км ключевых федеральных автомагистралей. Покрытие автодорог, проходящих по лицензионной территории Tele2 Россия, составило 86%. Помимо развития сетевой инфраструктуры на автомобильных трассах, было расширено покрытие вдоль железнодорожного пути Москва — Санкт-Петербург.

Компания существенно повысила качество связи внутри зданий и помещений общественного пользования в крупных городах, связь Tele2 появилась в метро.

Программа развития сети затронула не только крупные областные центры, но и удаленные поселения, где наличие мобильной связи имеет важное социальное значение. Так, сеть Tele2 появилась в селах Карай-Салтыково, 1-е Левые Ламки и поселке Совхозный Тамбовской области, в которых ранее мобильная связь полностью



отсутствовала. Также работы по улучшению качества связи были проведены в малонаселенных районах Вологодской, Кемеровской, Костромской, Псковской, Челябинской областей и Удмуртской Республики.

Кроме того, Tele2 улучшила качество связи и расширила зону действия сети в популярных местах отдыха россиян, в том числе на озере Селигер и на побережье Черного моря. Оператор провел работы по увеличению покрытия олимпийских объектов, особое внимание уделялось качеству связи на территории города Сочи.



3.3. | Качество обслуживания

Компания регулярно расширяет ассортимент услуг и работает над повышением качества обслуживания. Торговые точки Tele2 имеют дружелюбный интерфейс, облегчающий пользование услугами. Все сотрудники компании, работающие в контакте с клиентами, проходят специальное обучение и повышение квалификации по организации общения с потребителями на основе международных стандартов.

Одним из ключевых элементов системы абонентского обслуживания является Контактный центр обслуживания абонентов. В Tele2 Россия функционируют два контактных центра — в Ростове-на-Дону и в Челябинске.

Контроль качества обслуживания абонентов в контактном центре и монобрендовых салонах осуществляется в плановом режиме, а также посредством специально смоделированных обращений, нацеленных на выявление системных проблем и фактов ненадлежащего оказания услуг.

При формировании системы абонентского обслуживания Tele2 Россия поставила во главу угла доброжелательность, качество обслуживания и скорость обработки обращений. Это новый взгляд на процесс обработки обращений абонентов, в рамках которого жалобы в Tele2 рассматриваются как важная и полезная информация и используются как эффективный и быстрый способ совершенствовать качество продукции и сервиса, оптимизировать бизнес-процессы. Еще одно нововведение Tele2 — эмпатия операторов по отношению к клиентам, или, проще говоря, сочувствие и расположение, которое не запрещается испытывать операторам во время беседы с абонентами. Благодаря этому растет уровень доверия между оператором и абонентом.

В Tele2 особое внимание уделяется обучению операторов способности правильно понять абонента, помочь ему с решением любых вопросов и тем самым улучшить его настроение. Над развитием профессиональных навыков операторов постоянно трудится



команда тренеров, которые не только дают им первоначальные знания о процедурах и продуктах компании, но и в первую очередь обучают грамотному общению с людьми. В частности, эмпатия, как известно, предполагает повышенное сопереживание. В программе обучения есть также блок, направленный на тренинг навыков психологической разгрузки.

Чтобы отслеживать качество работы операторов и соблюдение ими всех регламентов и установок компании, специальная группа мониторинга прослушивает по 30 разговоров каждого оператора в месяц. Если оператор неэффективен, то скрыть это при таком наблюдении невозможно.

Такой уровень подготовки позволяет операторам контактного центра Tele2 при первом обращении решать более 75% вопросов абонентов. Если ситуация нестандартная и на линии в режиме реального времени оператор решить ее не может, то есть возможность создать заявку для специалистов из других отделов компании, и вопрос абонента обязательно будет решен. Стоит отметить, что операторы Tele2 в кратчайшие сроки могут решить вопросы, связанные, например, с ошибочным платежом.

Также абоненты могут обратиться по специальным номерам телефонов для получения консультации по всем интересующим вопросам.

Несмотря на распространенное мнение, не более 5% звонков абонентов приходится на жалобы и технические вопросы. Подавляющее большинство из них уже имеют техническое решение и отрабатываются по итогам первичного обращения. Львиная доля обращений — более 80% — касается вопросов о продуктах и услугах компании.





Компания всегда оперативно и в полном объеме реагирует на запросы со стороны потребителей. Все жалобы, претензии и предложения рассматриваются с учетом интересов абонентов.

Еще один важный канал информирования и сервисного обслуживания — корпоративный интернет-сайт Tele2 Россия. Сайт имеет весь необходимый набор сервисов, ориентированных на полноценное взаимодействие с клиентами, включая систему обратной связи, оперативной помощи, личный кабинет и полную информацию о компании.

Один из ключевых приоритетов системы обслуживания абонентов — защита персональных данных. Все операции, услуги и сервисы, связанные с получением, обработкой и хранением персональных данных абонентов, обеспечены необходимыми степенями защиты.



3.4. | Супермаркет связи Tele2 — инновации в клиентском сервисе

Компания считает, что абоненты имеют право выбирать каждый элемент в пакете приобретаемых услуг. Tele2 Россия организовала процесс покупки своих продуктов и услуг таким образом, чтобы максимально облегчить потребительский выбор и дать возможность абонентам самостоятельно формировать индивидуальный пакет услуг мобильной связи.

В 2010 году компания впервые опробовала инновационный формат обслуживания клиентов — супермаркет связи. Так же как и в крупных розничных магазинах, в супермаркете Tele2 Россия покупатель может самостоятельно скомпоновать свой собственный набор мобильных услуг. Специальный терминал позволяет выбрать понравившийся клиенту номер телефона или сформировать его на основе собственных предпочтений. Затем посетитель супермаркета подбирает тариф и дополняет его необходимыми услугами. Здесь же можно приобрести телефон и аксессуары. Для корпоративных клиентов открыта специальная секция с готовыми решениями, разработанными под конкретные задачи малого и среднего бизнеса. Наполнив корзину продуктами, покупатель оплачивает свои покупки на кассе и может сразу же начать пользоваться услугами сети Tele2.

Открытие первых супермаркетов связи прошло под девизом «Ничего лишнего», что отражает базовый подход компании к построению продуктового портфеля: несколько простых тарифных планов, удовлетворяющих основные потребности большинства абонентов, а также большой набор дополнительных услуг, востребованных на рынке.

Этот подход существенным образом отличается от общепринятого подхода в отрасли, когда набор услуг, как правило, определяет оператор сотовой связи, а не потребитель.



3.5. | Безопасность в сфере мобильной связи

Работа по обеспечению безопасности в сфере мобильной связи организована в Tele2 Россия в полном соответствии с законодательством России. Выполняя все законодательно установленные требования и процедуры, Tele2 по собственной инициативе разъясняет клиентам принципы и формы безопасного использования мобильной связи. Компания проводит активную политику, направленную на профилактику и предотвращение случаев телефонного мошенничества и незаконного раскрытия персональных данных. Абоненты, обратившиеся в компанию с вопросами, касающимися безопасного использования средств мобильной связи, получают профессиональные консультации. Представители компании участвуют в тематических мероприятиях (конференциях, круглых столах и т.п.), посвященных проблемам безопасности мобильной телефонии. Компания сотрудничает с правоохранительными органами в деле расследования и профилактики преступлений в сфере мобильной связи. Все случаи мобильного мошенничества тщательно расследуются, по результатам расследования компания устраняет возможности для совершения подобных преступлений в будущем.

Tele2 Россия принимает необходимые меры по противодействию насилию над детьми. В августе 2012 года было принято решение о введении в действие программы NetClean ProActive, выявляющей незаконный информационный контент с элементами насилия над несовершеннолетними.

Орел В начале 2012 года представители руководства регионального отделения Tele2 Орел приняли участие в круглом столе на тему «Мошенничество в отношении социально незащищенных граждан», который был организован УМВД РФ по Орловской области. Менеджеры компании рассказали об основных схемах мошенничества в телекоммуникационной среде («ошибочный перевод средств», «розыгрыш



призов», «несчастный случай с родственниками»), а также информировали участников о методах борьбы с мобильными мошенниками.

Белгород

Дважды в месяц в белгородском приложении к ежедневнику «Аргументы и факты» выходит специальная рубрика «Мобильная грамотность», где размещаются материалы по актуальным вопросам использования сотовой связи. На страницах газеты эксперты Tele2 на примере продуктов компании рассказывают об услугах и сервисах, которые могут оказаться полезными в повседневной жизни.

Псков

В марте 2011 года руководство и профильные специалисты Tele2 Псков приняли участие в круглом столе, посвященном проблемам безопасности в сфере мобильной связи, организованном газетой «Комсомольская правда — Псков». В мероприятии приняли участие представители крупнейших сотовых операторов, операторов фиксированной связи, Роспотребнадзора и правоохранительных органов. В ходе встречи участники обсудили наиболее эффективные механизмы борьбы с мобильным мошенничеством и рассказали о своих подходах к предотвращению преступлений в сети Интернет.



3.6. | Просветительские программы

Tele2 Россия проводит активную просветительскую работу с целью повысить грамотность населения в различных сферах. Совместно с органами местного самоуправления и общественными организациями компания реализует проекты, направленные на изменение социального поведения граждан.

Тула В 2011 году Тульское отделение Tele2 Россия инициировало социальный проект «Горячая линия Tele2 для молодых родителей», в рамках которого молодые родители могли позвонить по бесплатному телефону и получить квалифицированную консультацию по вопросам, касающимся рождения и воспитания детей. На вопросы родителей отвечали специалисты отделения Пенсионного фонда РФ по Тульской области, Тульского территориального фонда обязательного медицинского страхования, центров планирования семьи, Тульского регионального отделения Фонда социального страхования Российской Федерации, Детской областной клинической больницы, Управления образования по городу Туле. Партнером проекта стало Тульское региональное общественное движение поддержки семьи «МамКомпания».

Архангельск В 2012 году Tele2 Архангельск приняла участие в «Декаде дорожной безопасности детей», организованной ГИБДД в начале учебного года. В школе поселка Васьково сотрудники ГИБДД в игровой форме рассказали учащимся младших классов о простых, но эффективных правилах безопасного поведения на дорогах. В рамках сотрудничества с Центром добровольческого движения Управления социальной защиты населения представители компании Tele2 Белгород и волонтеры управления встретились с учащимися начальных классов и их родителями, чтобы обсудить с ними тему безопасности пешеходов на дорогах и улицах города. Tele2 Архангельск



в течение нескольких лет тесно сотрудничает с ГИБДД по вопросам профилактики безопасности дорожного движения среди детей. Оказывается поддержка детских областных конкурсов, профилактических мероприятий в школах.

Владимир

В День защиты детей на территории детского города ГИБДД в Парке имени 850-летия города Владимира при поддержке Tele2 состоялся детский конкурс «Приключения дорожных всезнаек». В конкурсе приняли участие 10 команд из дошкольных образовательных учреждений Владимира. На различных этапах конкурса ребята продемонстрировали знание дорожных знаков и сигналов светофора, приняли участие в викторинах «Безопасный пешеход», «Безопасный пассажир», «Безопасный водитель» и в других познавательных играх.



3.6. | Вовлечение абонентов в социальные акции и благотворительность

Мобильная связь является удобным инструментом проведения социальных и благотворительных акций, поскольку позволяет оперативно аккумулировать добровольные пожертвования от абонентов. Компания активно развивает механизмы участия абонентов в благотворительности, поскольку SMS-фандрайзинг наилучшим образом позволяет вовлечь большое число абонентов в социальный проект и добиться положительного эффекта. Это не только действенный механизм сбора средств и источник софинансирования социальных проектов, но и способ взаимодействия с абонентами, основанный на формировании общих ценностей. Организуя подобные акции, Tele2 Россия пропагандирует культуру благотворительности и социального участия среди населения страны. Как правило, для сбора средств компания выделяет специальный короткий номер 410, легкий для запоминания. Отправляя SMS-сообщение со словом «ДОБРО» на указанный номер, абонент дает согласие на списание со своего счета 10 рублей. Собранные средства перечисляются благотворительным организациям или социальным учреждениям. За отчетный период Tele2 Россия провела целый ряд подобных акций с привлечением абонентов.

Омск Собранные в ходе благотворительной SMS-акции средства были направлены на ремонтные работы, а также на закупку компьютеров и оргтехники для Исилькульского детского дома. Участниками акции стали другие операторы сотовой связи, Министерство образования Омской области, Министерство промышленной политики, транспорта и связи Омской области.

Брянск В 2011 году прошла совместная акция компании Tele2 Брянск и Брянской региональной чернобыльской общественной организации «Радимичи — детям Чернобыля». На собранные средства были приобретены инвалидные коляски



и кресла-каталки. Акцию поддержал Комитет по молодежной политике, физической культуре и спорту Брянской области.

Мурманск

Tele2 Мурманск стала партнером благотворительного проекта «Добро без границ», организованного совместно с телеканалом «ТВ-21», информационным агентством «Би-порт» и благотворительным фондом «Радость жизни». Собранные средства были направлены на организацию детского выездного лагеря в районе поселка Умбы Мурманской области. Кроме этого, Tele2 оказывает помощь отделению онкологии и гематологии Мурманской городской детской больницы и помогает в организации детского праздника в Международный день защиты детей.

Санкт-Петербург

В 2012 году Tele2 Санкт-Петербург приняла участие в общегородской благотворительной акции «Белый цветок», приуроченной к Международному дню защиты детей. Компания разработала специальный сервис, с помощью которого абоненты могли оказать поддержку пациентам Санкт-Петербургского детского хосписа. Благодаря расширенному функционалу сервиса «Tele2 кошелек» каждый абонент оператора в Санкт-Петербурге мог пожертвовать 50 рублей со своего мобильного счета.

4

Сотрудники



Сотрудники являются основным и наиболее ценным нематериальным активом компании. Социальная ответственность в отношении персонала Tele2 Россия строится на основе следующих принципов:

- равные возможности и отсутствие любого вида дискриминации в карьерном и профессиональном росте, независимо от пола, возраста, этнической принадлежности, вероисповедания, места проживания и специальности;
- инвестиции в интеллектуальное, личностное и профессиональное развитие посредством корпоративной системы обучения, справедливой оценки и социально-психологической ориентации;
- привлечение молодых специалистов для создания сильной команды единомышленников, разделяющих корпоративные ценности и принципы трудовой этики;
- уровень материального вознаграждения и социального обеспечения, гарантирующий достойное качество жизни и возможность для самореализации в досуге, отдыхе, потреблении и семейной жизни, а также для творческой реализации и профессионального развития.



4.1. Численность и характеристика персонала

В компании работают в основном молодые специалисты. Это придает Tele2 Россия дополнительную динамику развития, однако ставит перед ней важные задачи по развитию человеческого потенциала в соответствии с современными требованиями.

Численность персонала за последние два года постоянно росла.

Гендерное распределение персонала на конец 2012 года

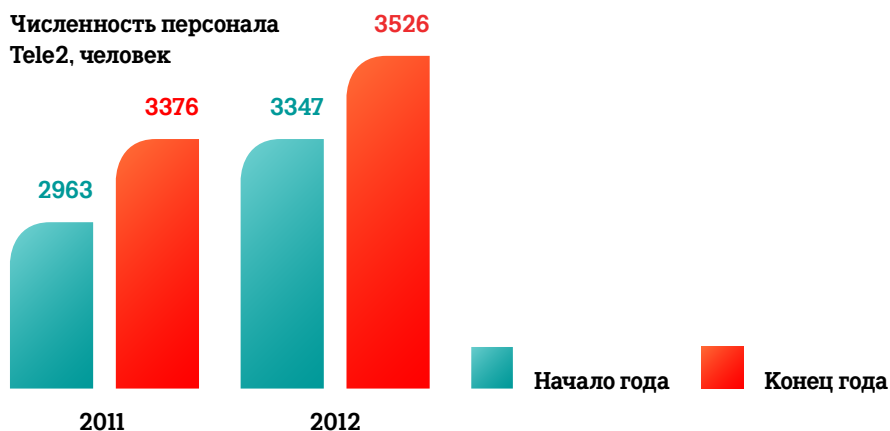
Менеджеры



Сотрудники, не входящие в категорию управленческого персонала



Численность персонала Tele2, человек





4.2. | Права человека и недискриминационная политика найма

Tele2 Россия соблюдает все без исключения права человека и гражданина по отношению ко всем сотрудникам. Компания запрещает любые виды дискриминации в активной или пассивной форме при приеме на работу, в процессе трудовой деятельности или профессионального роста на основании этнической принадлежности, национальности, вероисповедания, политических убеждений, инвалидности, пола, сексуальной ориентации, брачного или родительского статуса либо возраста. Tele2 Россия рассматривает разнообразие взглядов, мнений и убеждений как фактор обеспечения прав и свобод человека.

Никто из сотрудников компании не может быть подвергнут на рабочем месте физическому, сексуальному, психологическому или вербальному насилию.

Принудительный труд и эксплуатация детского труда категорически запрещены. Нельзя принуждать сотрудников работать больше регулярных и сверхурочных часов, установленных законодательством. Сверхурочное время оплачивается по ставкам, определенным законом.

При оформлении на работу в Tele2 Россия сотрудники не должны предоставлять дополнительные документы сверх предписанных действующим трудовым законодательством. Все нанятые сотрудники заключают понятные и недвусмысленные трудовые договоры, определяющие условия их занятости.

В Tele2 Россия отсутствует профсоюзная организация, однако компания уважает права сотрудников свободно объединяться в сообщества и коллективно вести переговоры в соответствии с законодательством.



4.3. | Кадровая устойчивость

Компания убеждена, что, наряду со стратегией, технологиями или продуктами, важная роль в достижении успеха принадлежит квалифицированному, целеустремленному, консолидированному по интересам, лояльному и уверенному в завтрашнем дне персоналу. Поэтому в Tele2 Россия ведется планомерная работа по созданию условий для формирования и сохранения сильного кадрового резерва.

Для этого компания предоставляет инициативным, амбициозным и успешным сотрудникам возможности для профессионального и личного роста.

Компания последовательно работает над созданием и реализацией комплексных программ развития, которые способствуют совершенствованию профессиональных навыков, продвижению сотрудников по карьерной лестнице и формированию кадровой устойчивости.

Безопасные и комфортные условия труда — предмет особого внимания в компании. Адекватные меры по предотвращению несчастных случаев и причинению вреда здоровью заключаются в сокращении до минимума уровня рисков, присущих данной производственной среде, и предоставлении соответствующего оборудования для обеспечения безопасности.

Tele2 Россия проводит масштабную корпоративную социальную политику в отношении сотрудников компании и членов их семей. Компания предоставляет своим сотрудникам высококонкурентную заработную плату, систему бонусирования и компенсации, обеспечивает дополнительное медицинское страхование, расширенный социальный пакет. В 2011 году была реализована программа пересмотра заработной платы, которая привела к существенному росту заработной платы и мотивации персонала.

В декабре 2012 года Tele2 Россия вошла в десятку лучших работодателей России по версии авторитетной международной компании Aon Hewitt, которая проводила независимое исследование Best



Employers Study. Также компания заняла восьмое место в рейтинге лучших работодателей в Центральной и Восточной Европе среди крупных компаний¹.

¹ GRI 2.10.

Основной задачей исследования было определить уровень вовлеченности сотрудников и влияющие на нее факторы. Исследование позволило получить объективную оценку результатов Tele2 в сравнении с ситуацией на российском рынке труда в целом. По традиции, основанной на европейском опыте, Tele2 продемонстрировала высокий уровень ответственности по отношению к сотрудникам. По всем факторам и уровню вовлеченности компания показала значительно более высокие результаты, чем средние показатели по России.

Уровень удовлетворенности трудом в среднем по компании составил 75% против 60% в среднем по корпоративному сектору России.

Особенно высокие оценки по сравнению с рынком получили такие факторы, как «ценность сотрудников», «зарплата» и «социальный пакет». Это свидетельствует о том, что компания относится к своему персоналу как к своему самому ценному активу и предоставляет конкурентоспособный компенсационный пакет. Именно это является одним из наиболее сильных преимуществ Tele2 Россия на российском рынке.



4.4. | Обучение и профессиональное развитие

В Tele2 Россия создана система внутрикорпоративного обучения, охватывающая все группы сотрудников и все регионы присутствия компании. Она опирается на принципы непрерывного образования, когда получение новых знаний сочетается с освоением лучших практик и профессиональным общением между участниками. Образовательная система Tele2 Россия не только работает на профессиональный рост, но и является важным каналом межличностной коммуникации между представителями различных региональных отделений компании.

В течение 2012 года в компании действовало несколько обучающих программ.

Tele2 Way Walk the Talk — цикл тренингов о ценностях компании. Основными слушателями программы стали представители региональных подразделений. К разработке тренингов привлекались известные консультанты. В течение 2012 года участниками программы стали более 100 руководителей разного уровня и 175 сотрудников региональных подразделений.

Программа развития лидерства — серия тренингов, направленных на развитие лидерских качеств и освоение современных методов управления. Тренинги включают модули «Основы эффективного управления», «Навыки оперативного управления», «Навыки влияния», «Управление проектами». Универсальный характер полученных знаний позволяет использовать их в любой отрасли. В течение 2012 года состоялся 21 тренинг, обучение прошли 188 человек — две трети из них работают в регионах присутствия Tele2 Россия.

«Стратегии и технологии управления компанией в телеком-отрасли» — программа, раскрывающая специфику отраслевого бизнеса, предусматривает повышение квалификации коммерческих директоров и руководителей управляющих департаментов. В курс входят три модуля: «Стратегия бизнеса», «Маркетинг и операционная эффективность бизнеса», «Управление изменениями».



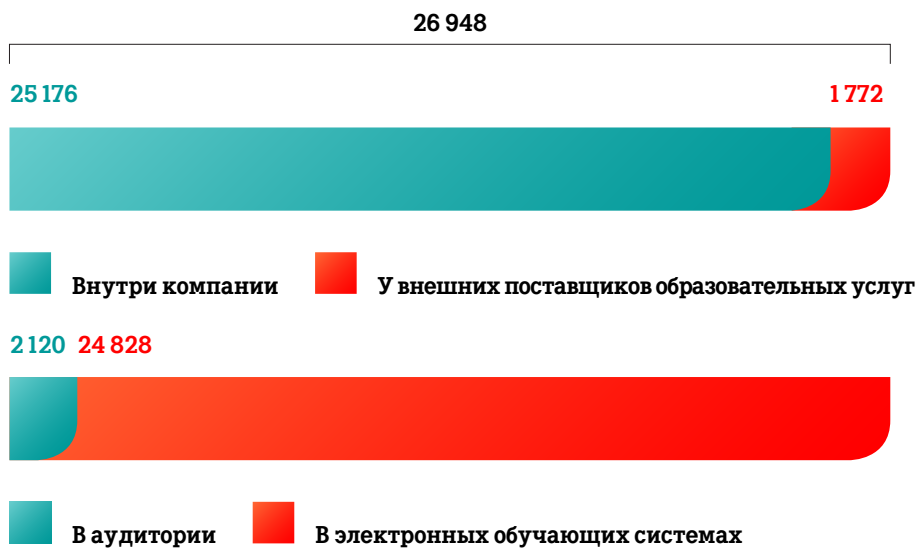
Программа является корпоративным аналогом MBA и предусматривает подготовку и защиту выпускной работы. В 2012 году ее выпускниками стали 40 управленцев Tele2 Россия.

Программа «Академия продаж» рассчитана на широкий круг сотрудников Tele2 Россия и позволяет повысить уровень квалификации в области практических продаж, переговоров и управления подразделениями продаж. В программе принимают участие все сотрудники, связанные с продажами. В течение 2012 года по разным модулям программы обучение прошли около 300 слушателей.

Всего в 2012 году общее время, потраченное на обучение и развитие, составило 26948 часов, а число сотрудников, посетивших хотя бы одно занятие, включая интернет-курсы, — 3065 человек.

В течение 2012 года почти четверть сотрудников Tele2 Россия стала слушателями и выпускниками программ внутрикорпоративного обучения.

Время, затраченное на обучение и развитие в 2012 году, часов





4.5. | Ежегодная оценка персонала

В Tele2 используется система управления персоналом по целям (KPI). Этот инструмент позволяет планировать результаты деятельности на всех организационных уровнях и эффективно направлять усилия сотрудников на их достижение.

Для справедливой оценки вклада каждого сотрудника в развитие компании на основании единых критериев существует комплексная система оценки по целям и ценностям, которая позволяет анализировать результативность персонала.

Оценка по целям и ценностям проводится ежегодно с промежуточным этапом в середине года. В зависимости от уровня должности, занимаемой сотрудником, цели подразделяются:

- на стратегические цели компании на один год, которые формулирует президент и утверждает совет директоров Tele2 Россия;
- макрорегиональные цели;
- региональные цели;
- функциональные/бизнес-цели, которые устанавливаются для каждого сотрудника.

Оценка целей и задач производится по специальной шкале. В процессе оценки анализируется степень достижения сотрудником количественных показателей эффективности, а также качество и своевременность выполнения поставленных задач. Результаты заносятся в специальную программу, с помощью которой принимается решение о том, насколько работа сотрудника удовлетворяет корпоративным стандартам (превосходит ожидания, соответствует ожиданиям, частично соответствует ожиданиям, полностью не соответствует ожиданиям). Некоторые цели, определенные на региональном уровне, а также функциональные/бизнес-цели отдельных сотрудников, отвечающих за вопросы управления персоналом, клиентского обслуживания, энергоэффективности и другие функциональные направления, отвечают критериям концепции устойчивого развития.

Результаты оценки непосредственно влияют на премирование, а также на карьерный рост сотрудников.



4.6. Система стажировок

Tele2 Россия обеспечивает кадровую устойчивость, в том числе через организацию стажировок для студентов и выпускников вузов. Наиболее успешные кандидаты могут стать сотрудниками компании.

С 2010 года в Tele2 Россия действует программа стажировок Tele2 Praktik для студентов выпускных курсов ведущих вузов в регионах присутствия оператора. Специально для нее в компании разработана система наставничества. Участвуя в проектах выбранного функционального направления под руководством опытного менеджера, стажеры одновременно посещают тренинги для развития персональных навыков. По окончании двухмесячной программы практиканты проходят процесс оценки, на основании которой принимается решение о продлении стажировки. Участники, показавшие лучшие результаты, продолжают свою работу в компании на условиях гибкого графика, совмещая учебу с практическим применением полученных навыков.

На первом этапе реализации программы в 2010 году 15 студентов старших курсов, выбранных по итогам нескольких этапов конкурса из более чем 300 претендентов, получили возможность пройти двухмесячную летнюю практику в различных функциональных подразделениях центрального офиса компании в Москве. Во время стажировки студенты приобрели новые теоретические знания, а также получили практический опыт работы в крупной телекоммуникационной компании. Многие из них стали постоянными сотрудниками Tele2 Россия.

С 2011 года компания распространила успешный опыт студенческих стажировок еще на пять регионов России: Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Воронеж, Ростов-на-Дону и Омск. В 2012 году в программе участвовали уже 13 регионов страны.



4.7. | Материальное стимулирование

Компания обеспечивает своим сотрудникам достойный уровень заработной платы. Все специалисты Tele2 Россия имеют право на одинаковую плату за сходные виды работ. Базовые оклады в компании, как правило, превышают средний уровень заработной платы в каждом отдельно взятом регионе, а целевой уровень оплаты труда полностью соответствует средним значениям по рынку. Социальные бонусы и льготы персоналу предоставляются в соответствии с российским законодательством, внутренними регламентами и с учетом ситуации на рынке труда.

В 2011–2012 годах сотрудники компании имели право на следующие компенсации и льготы:

- страхование жизни и здоровья сотрудников, предоставление скидок на страховые программы для родственников;
- доплата по больничному листу до 100% оклада;
- компенсация членства в спортивных клубах;
- премирование — бонус по результатам достижения годовых целей;
- оплата расходов, связанных с переездом сотрудника в связи с производственной необходимостью;
- отдых в летних лагерях для детей сотрудников;
- материальная помощь в различных жизненных ситуациях (единовременная выплата по вступлению в брак и пр.);
- доплата за использование личного транспорта в служебных целях;
- компенсация за использование мобильной связи в служебных целях;
- обучение английскому языку, профессиональные тренинги и повышение квалификации.

Для мотивации выполнения и перевыполнения сотрудниками целей компании и своих индивидуальных целей существует система премий, которые не являются постоянно выплачиваемой фиксированной частью оклада. Премирование предусмотрено:



- для сотрудников подразделений продаж и обслуживания (ежеквартально);
- сотрудников контактного центра в Ростове (ежемесячно);
- всех сотрудников, исключая участвующих в программе премирования подразделений продаж и обслуживания, а также сотрудников контактного центра, работающих на операторских должностях (ежегодно).



4.8. | Развитие корпоративной культуры

Кодекс этики Tele2 Россия

Tele2 Россия уделяет пристальное внимание развитию продуктивной и благоприятной корпоративной культуры, способствующей раскрытию личностного и профессионального потенциала каждого сотрудника. За годы работы компании на российском рынке сформировался свод правил поведения и ценностей. Они нашли отражение в ряде документов, доступных для ознакомления сотрудникам, партнерам и всем заинтересованным сторонам.

С 2010 года в компании действует Кодекс корпоративной этики, где в простой и ясной форме изложены ключевые позиции Tele2 Россия по различным аспектам деятельности. Документ также содержит единые принципы бизнес-поведения, которыми персонал компании руководствуется в своей профессиональной деятельности. Все сотрудники, руководители и члены совета директоров Tele2 ознакомлены с содержанием Кодекса и действуют в соответствии с его положениями.

В Кодексе раскрыта позиция компании по следующим направлениям:

- безопасность изделий и услуг;
- конфиденциальность информации о клиентах, безопасность клиентов;
- сотрудничество с подрядчиками и поставщиками;
- честность ведения бизнеса, противодействие коррупции, позиция относительно конфликта интересов, ведения финансовой отчетности, корпоративного управления;
- уважительное отношение к сотрудникам, включая справедливые условия труда, компенсации и льготы, охрану труда и технику безопасности;
- окружающая среда.

Основные подходы, изложенные в Кодексе, описаны в разделе «Принципы ведения бизнеса» настоящего отчета.



Также в Tele2 Россия действует Кодекс деловой этики для партнеров по бизнесу, основные положения которого распространяются на сотрудников, партнеров и поставщиков. Компания всегда понимала значимость корпоративной социальной ответственности, которая является неотъемлемой частью ее деловой и культурной традиций.

Tele2 Way Walk the Talk и интеграция сотрудников в систему ценностей Tele2 Россия

Tele2 Россия — динамично развивающаяся компания с молодым и энергичным коллективом. Особенностью организации труда в ней является широкая географическая распределенность сотрудников, которые работают в 41 регионе страны. Для того чтобы интегрировать всех специалистов в единую и эффективную команду единомышленников, ознакомить их с общими ценностями, принципами работы и корпоративной культурой, в компании разработана система первичного обучения новых сотрудников.

Tele2 Россия разделяет принципы ведения бизнеса, которые были заложены много лет назад основателем компании в Швеции Яном Стенбеком. Для того чтобы компания не потеряла свою самоидентификацию и конкурентные преимущества, эти принципы были сформулированы в концепции Tele2 Way. Необходимость ознакомления новых сотрудников с корпоративными ценностями привела к созданию института амбассадоров Tele2 Россия. Он был создан из числа сотрудников, которые, по сути, являлись носителями культуры Tele2 Way и доказывали это в своей ежедневной работе.

В 2011 году перед компанией встала задача распространить философию бизнеса Tele2 Way среди максимального числа сотрудников. Было принято решение расширить пул тренеров и пригласить к участию в конкурсе выдающихся сотрудников Tele2 Россия.

По итогам конкурса и по рекомендациям руководителей макро-региональных бизнес-единиц были отобраны 19 амбассадоров, которые прошли курс обучения тренерскому мастерству и специфике подачи материала Tele2 Way.

Для всех новых сотрудников проводится двухчасовая вводная презентация, а также тренинг продолжительностью 1-1,5 дня. В процессе курса новые сотрудники знакомятся с особенностями работы в компании и базовыми элементами корпоративной философии, включая ценности: открытость, бережливость, качество, гибкость, действие, вызов.

В тренингах принимают участие и другие категории сотрудников, в том числе руководители всех уровней.



Вид тренинга	Продолжительность	Участники
Вводная презентация	1,5–2 часа	Все новые сотрудники
Тренинг Walk the Talk	1,5 дня	Руководители с должностным уровнем не ниже 60, кадровый резерв
Тренинг Walk the Talk	1,5 дня	Все сотрудники

Система корпоративного признания, наград и поощрений

Компания постоянно совершенствует систему мотивации и поощряет лучших сотрудников. С 2011 года в Tele2 Россия введена система индивидуальных наград для сотрудников за выдающиеся результаты и отношение к работе, а также за поддержку и продвижение ценностей Tele2 Way. Любой штатный сотрудник компании может быть номинирован на получение награды в одной из трех номинаций.

Награда в номинации «Достижение года» присуждается за выдающиеся результаты в работе или инновационное предложение, реализация которого положительно повлияла на бизнес на региональном или федеральном уровне.

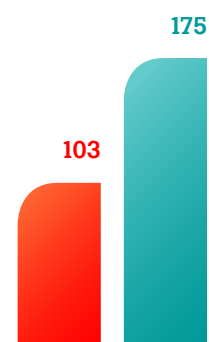
По итогам года пять сотрудников компании становятся финалистами в этой номинации, а главный кубок по аналогии с премией «Оскар» вручается лучшему из них.

Награда «Менеджер года» присуждается руководителю, чье подразделение показало выдающиеся результаты, а он сам действовал в соответствии с принципами Tele2. Соискателем может выступить любой руководитель, имеющий в подчинении двух и более сотрудников. Пять человек по итогам года становятся финалистами, а награда вручается лучшему из них.

Для сотрудников, работающих в компании продолжительное время, существует награда «Золотой фонд Tele2». На праздновании корпоративного Нового года в Москве и регионах все сотрудники, чей стаж работы в Tele2 Россия на конец 2011 года составил 10 лет и более, получили памятные подарки. В 2012 году были награждены сотрудники со стажем работы 5–9 и 10 лет.

Помимо индивидуальных номинаций, достижения сотрудников отмечаются и в командном зачете.

Количество участников



Федеральный уровень

Региональный уровень
13 групп



Для лучших региональных операционных компаний в составе Tele2 Россия учреждены командные награды — Sales star и Break-even of the Year.

В 2012 году в компании состоялся конкурс Dream team. В рамках состязания определялись лучшие региональные команды, которые продемонстрировали слаженную и результативную работу, выполнили установленные показатели эффективности по развитию нового сегмента — корпоративных абонентов (B2B) и реализовали два маркетинговых или PR-проекта, признанных «лучшими практиками». Победителем конкурса Dream team стал региональный офис в Архангельске.

Корпоративное волонтерство в Tele2 Россия

Компания заинтересована и поддерживает инициативы в области социальной ответственности с участием сотрудников компании. Это способствует дальнейшему укреплению корпоративной культуры и существенно обогащает деятельность компании в области КСО.

Корпоративное волонтерство рассматривается в качестве гибкого и эффективного инструмента развития социальной активности сотрудников и расширения диапазона социальных инвестиций Tele2 Россия. Компания выделяет организационные, информационные и финансовые ресурсы на развитие корпоративного добровольчества. Информация о достижениях в этой области ежемесячно публикуется в выпуске Tele2 Day в разделе «Добрые новости».

За отчетный период в регионах присутствия компания реализовала ряд добровольческих проектов в сфере КСО по инициативе или при участии сотрудников Tele2.

Курск В октябре 2012 года сотрудники курского офиса Tele2 поддержали донорское движение и приняли участие в акциях «Капля жизни» и «Автоматодонор». Перед тем как работники Службы крови выехали в районы области, специалисты Tele2 разослали около 19 тыс. SMS-сообщений о проведении Дня донора. Помимо призыва откликнуться и прийти на передвижные пункты сдачи крови, в сообщении был также указан бесплатный номер, по которому абоненты Tele2 могли больше узнать о донорстве и подготовке к добровольной сдаче крови. На бесплатный номер позвонили почти 1300 человек.

Рязань В конце октября 2012 года сотрудники рязанского филиала Tele2 пришли на городскую станцию переливания крови



и стали участниками акции по добровольной сдаче донорской крови.

Белгород

Наиболее активной частью Центра добровольческого движения Белгорода являются пенсионеры из волонтерского агентства «55+». 1 октября 2012 года сотрудники Tele2 Белгород и Управления социальной защиты населения города поздравили их с Днем пожилого человека.

Архангельск

Неравнодушные жители региона каждый год собирают подарки воспитанникам социальных центров. Сотрудники офиса Tele2 Архангельск также приняли участие в традиционной благотворительной акции «Письмо Деду Морозу». Они собрали средства на покупку прогулочной коляски для девочки с ограниченными возможностями из малообеспеченной семьи.

Челябинск

На одной из регулярных встреч активисты челябинского контактного центра Tele2 решили взять шефство над больницами или интернатами, где есть потребность не только в материальной помощи, но и в человеческом участии. В середине сентября 2012 года была проведена первая акция по оказанию помощи детям, больным онкологическими заболеваниями. Многие сотрудники откликнулись на инициативу и принесли детям разнообразные подарки. С тех пор регулярно — раз в 3–4 месяца — сотрудники Tele2 Челябинск навещают своих подопечных.

Тверь

В преддверии 2011 года сотрудники Tele2 Тверь в рамках проекта «Будем просто добрее» устроили праздник для детей из Социально-реабилитационного центра для несовершеннолетних Лесного района Тверской области. Специалисты компании сами подготовили для маленьких воспитанников увлекательное интерактивное представление, главным героем которого стал Волшебный телефон. В течение года сотрудники Tele2 Тверь четыре раза собирали игрушки, книги, одежду для детей и приезжали в центр с подарками. Самым желанным приобретением стали плазменный телевизор и спутниковая антенна, которая обеспечивает в этой местности бесплатный доступ к просмотру 12 федеральных телеканалов.

**Сыктывкар**

Компания Tele2 Коми совместно с банком ВТБ24 откликнулись на призыв регионального детского благотворительного фонда «Сила добра» и общими усилиями оборудовали детскую площадку Республиканского кардиоцентра. Благотворители собрали средства, на которые закупили все необходимое для строительства, а потом в течение двух недель, вооружившись лопатами, красками и кисточками, трудились на площадке: устанавливали новые скамейки и качели, обновляли и красили веранду для прогулок и сказочный домик, разбивали цветочные клумбы. В день открытия, 1 июня 2011 года, всем пациентам детского отделения вручили игрушки, краски, карандаши и фломастеры.

5

Вклад
в развитие
регионов
присутствия



5.1. | Инвестиции в развитие инфраструктуры связи

Создание инфраструктуры мобильной связи является важным фактором роста социальной и деловой активности населения, катализатором инвестиций в экономику региона, что, безусловно, сказывается на темпах реализации программ социального развития.

Во многих регионах компания объединяет усилия с органами исполнительной власти в целях дальнейшего развития отрасли связи, повышения ее доступности для населения и преодоления «цифрового неравенства». Для этого Tele2 Россия подписывает с региональными правительствами Соглашение о взаимодействии и сотрудничестве в сфере развития мобильной связи — данный документ позволяет объединить усилия, компетенции и ресурсы обеих сторон. При этом Tele2 строит базовые станции и запускает в эксплуатацию сети качественной и недорогой мобильной связи. Эта работа ведется в том числе на малонаселенных, труднодоступных и отдаленных территориях, где в силу технических ограничений или экономической неэффективности невозможно развернуть сети фиксированной связи. В свою очередь, администрации регионов создают режим максимального благоприятствования для реализации инвестиционных проектов.

В 2011–2012 годах такие соглашения были подписаны с администрациями 24 субъектов Российской Федерации.

Совокупный объем инвестиций Tele2 Россия в строительство и модернизацию инфраструктуры связи в России за 10 лет по итогам 2012 года составил свыше 3 млрд долларов США.

Tele2 Россия осуществляет целевые инвестиции в социальное развитие регионов присутствия. Компания заключает соглашения с региональными властями о сотрудничестве в реализации социальных проектов, что также позволяет адаптировать социальную политику к региональной специфике.

Соглашения определяют потенциал в создании новых рабочих мест и сервисной инфраструктуры, а также объем социальных инвестиций.



5.2. | Социальные инвестиции

Ключевое значение для Tele2 имеет устойчивое развитие регионов присутствия. В каждом из регионов, где компания создала свои филиалы, она является крупным и дисциплинированным налогоплательщиком.

Добровольный вклад Tele2 Россия в развитие социальной сферы общества существенно выходит за рамки установленного законодательством минимума. Компания реализует комплекс программ по социальному и инфраструктурному развитию регионов присутствия. Компания поддерживает разнообразные социальные проекты, направленные на развитие потенциала общественно активной части общества, которые способствуют достижению долгосрочного и системного результата. Tele2 Россия поощряет обмен опытом и эффективными подходами к достижению целей и решению задач, поддерживает перспективные начинания, которые будут положительно влиять на внешнее социальное окружение компании в целом.

В реализации проектов компания нацелена на инфраструктурное развитие окружающей социальной среды, помогая всем заинтересованным сторонам планомерно и самостоятельно решать аналогичные задачи в регионах присутствия. В качестве форм социальной активности компания отдает предпочтение стратегической благотворительности, формализует подход к инвестициям в этой области и поддерживает социальное предпринимательство.

Tele2 Россия также поддерживает прозрачные и этичные взаимоотношения с представителями органов государственной власти и органов местного самоуправления в регионах присутствия и сотрудничает с ними в рамках проектов, направленных на развитие местных сообществ.



5.3. | Просветительские и обучающие программы для малых предпринимателей

Содействие развитию малого и среднего предпринимательства, вовлечение молодежи в предпринимательскую активность относятся к стратегическим направлениям социальных инвестиций Tele2. Компания рассматривает свою деятельность по популяризации развития современного цивилизованного бизнеса как вклад в повышение устойчивости российского общества. Особое внимание уделяется формированию предпринимательских сообществ в малых и средних городах страны, способных стать генераторами экономического роста в регионах.

Специалисты Tele2 регулярно организуют и принимают участие в качестве приглашенных экспертов в семинарах, конференциях, форумах и круглых столах, посвященных возможностям для социально-экономического развития территорий. Компания реализует информационные и просветительские проекты, направленные на формирование благоприятного климата для развития малого и среднего бизнеса. В каждом из регионов присутствия Tele2 способствует привлечению внимания к актуальным проблемам и перспективам бизнес-сообществ.

За отчетный период Tele2 Россия стала инициатором и участником программ и акций по поддержке малого и среднего предпринимательства во многих регионах страны. Талантливые бизнесмены получили от компании гранты на реализацию своих проектов.



5.4. | География поддержки предпринимательства

Калининград

В 2011 году в рамках проекта «Бизнес-молодость» специалисты компании вели консультационное сопровождение проектов предпринимателей-инноваторов от этапа творческой идеи до ее успешной реализации в бизнесе. Начинаящие бизнесмены прошли обучение и получили рекомендации топ-менеджеров Tele2 Калининград и известных российских консультантов. С момента запуска проекта в нем приняли участие 75 человек, средний возраст которых составил 22 года. За четыре месяца активной работы проекта участники открыли в регионе свыше 10 частных компаний. К обсуждению результатов программы были привлечены представители бизнес-сообщества Калининграда, Министерство промышленной политики Калининградской области и региональные СМИ.

Владимир

В ноябре 2011 года при поддержке Tele2 Владимир состоялся Первый Владимирский региональный форум, где собрались ведущие эксперты, представители органов власти и более 100 молодых предпринимателей Владимирской области. Форум стал важным событием в деловой жизни региона и стимулировал активность молодых предпринимателей. Участники обсудили ключевые проблемы развития малого и среднего бизнеса, а также посетили мастер-классы и круглые столы с привлечением успешных менеджеров и предпринимателей. В рамках форума состоялось вручение премии «Лучший предприниматель Владимирской области».

Кемерово

В феврале 2012 года в Кузбасском Технопарке прошел бизнес-форум «Точка роста — 2012», ориентированный на молодых предпринимателей Кемеровской области. Совместный проект компании Tele2 Кемерово, Ассоциации молодых предпринимателей России, администраций Кемеровской области



и города Кемерово объединил более 150 предпринимателей. На форуме обсуждались эффективные инструменты управления бизнесом, которые с успехом используются в российских и зарубежных компаниях. Участники посетили тематические семинары, тренинги, круглые столы и смогли получить практические знания по продажам, маркетингу и развитию бизнеса с помощью социальных сетей. На форуме выступили представители оператора: директор по операционной работе с персоналом, руководитель направления интернет-коммуникаций Tele2 Россия, а также руководитель отдела продаж на массовом рынке Tele2 Кемерово.

Великий Новгород

В октябре 2012 года Tele2 Великий Новгород совместно с молодежной школой предпринимательства «101 СТАРТАП» объявили о запуске инновационного социального образовательного проекта для инициативных молодых предпринимателей, нуждающихся в консультационной и организационной поддержке. В рамках проекта опытные тренеры, известные предприниматели Новгородской области и топ-менеджеры Tele2 делились своим опытом с лидерами региональных стартап-проектов. Tele2 Великий Новгород предоставила лучшим участникам проекта возможность пройти практику в компании и стать полноценным членом команды профессионалов.

Кострома

В 2011 году при поддержке и участии Tele2 Кострома состоялся Первый открытый региональный конкурс молодежных бизнес-проектов «От идеи к бизнесу». На первом этапе конкурса более 30 молодых людей подали в исполнительный комитет «Деловой России» свои проекты. 18 наиболее интересных и перспективных претендентов были отобраны для участия во втором туре. Их авторы представили свои идеи членам жюри, доказывая новаторство и рентабельность бизнес-идеи. Для 10 финалистов конкурса был организован семинар, на котором участники изучали маркетинг, управление персоналом и развивали лидерские качества. Каждый начинающий предприниматель получил индивидуальные рекомендации по эффективному продвижению собственного бизнеса. Практические приемы вирусного и партизанского маркетинга были представлены на семинаре специалистом Tele2 Кострома.



Псков В ноябре 2011 года при поддержке Tele2 Псков прошел «День карьерной навигации» для учащихся выпускных классов и студентов. В ходе деловой игры, направленной на выработку практических навыков для построения успешной карьеры, участники смогли из «безработных» превратиться в «служащих», «наемных работников», «предпринимателей» и «собственников». Сотрудники Tele2 в ходе игры на площадке «Наемный работник» раскрыли секреты кадровой политики, рассказали о перспективах трудоустройства в компанию, представили оригинальные программы развития сотрудников и стажировок.



5.5. | Поддержка фонда «Навстречу переменам»

В 2011 году международный фонд Reach for Change («Навстречу переменам») при поддержке Tele2 Россия запустил долгосрочную программу поддержки проектов социального предпринимательства в России, которые помогают изменить жизнь детей и подростков к лучшему. Организационными, информационными и финансовыми партнерами фонда стали Tele2 Россия и целый ряд компаний, входящих в международный холдинг Kinnevik.

Учредители фонда и его партнеры исходят из того, что социальные предприниматели, так же как и бизнесмены в коммерческом секторе, создают новые бизнес-модели для реализации перспективных бизнес-идей. Но в отличие от традиционного бизнеса социальные предприниматели фокусируются на решении общественных проблем. Основная задача фонда — помочь социальным предпринимателям воплотить эти модели в жизнь, построить эффективные и устойчивые организации, работающие на благо детей.

Программа «Навстречу переменам» предусматривает выявление, конкурсный отбор и поддержку наиболее перспективных проектов, разработанных социальными предпринимателями. Ими являются руководители или сотрудники российских некоммерческих организаций, лидеры инициативных групп, которые работают для улучшения жизни детей и подростков в областях, определенных Законом «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях».

Первый отборочный тур среди социальных предпринимателей был объявлен в ноябре 2011 года на региональном уровне. Заявки на участие подали 310 человек из 78 городов России. В финальную часть конкурса попали восемь наиболее актуальных и проработанных проектов, авторы которых сумели убедить экспертов фонда в состоятельности и жизнеспособности своих бизнес-идей. Четыре проекта были признаны победителями и получили финансовую, организационную и консультационную поддержку фонда.



Партнерство с фондом дало Tele2 Россия еще одну возможность реализовать свой потенциал в сфере социальных инвестиций. Конкурс вызвал большой интерес у сотрудников компании как в регионах, так и в Москве. Многие из них — юристы, специалисты в области налогового права, менеджмента, продаж, маркетинга и PR — вызвались на безвозмездной основе консультировать в своих областях авторов проектов-победителей.

Участники конкурса отмечают, что работа в таком формате дает начинающим предпринимателям возможность структурировать свою деятельность, правильно ставить задачи, профессионально анализировать их выполнение, обсуждать результаты с коллегами и наставниками.

Бампер

Уникальный проект «Бампер» Анны Тихомировой (Москва) помогает детям из детских домов, многодетных и малообеспеченных семей, а также тем, кто живет в отдаленных населенных пунктах, получить доступ к книгам с помощью передвижного автобуса-библиотеки. Хорошая детская литература — это огромный ресурс для личностного и социального развития человека. Для этого автобус «Бампер» ездит по стране с большим количеством детских книжек на русском языке и продает их по минимальной цене. Кроме того, создатели проекта проводят для детей, родителей и специалистов занятия, где знакомят аудиторию с хорошей литературой и раскрывают педагогический потенциал каждой книги. За два года реализации проекта в книжных программах приняли участие уже около 8000 детей из разных городов России. Более 5 тыс. семей приобрели в «Бампере» около 23 тыс. лучших детских книг. В детские дома на безвозмездной основе передано более 500 книг.

Партнеры по радости

Проект «Партнеры по радости» (Томск) реализует одноименная некоммерческая организация. Его идея заключается в том, чтобы улучшить эмоциональное состояние тяжелобольных детей, которые лежат в больнице продолжительное время и проходят болезненные процедуры. Такие пациенты подвержены не только стрессам, но и задержкам в социальном развитии. Дети, попавшие в трудные жизненные ситуации, несмотря ни на что должны играть, любить и чувствовать себя любимыми, не быть одинокими. В рамках проекта организована школа аниматоров-волонтеров, прошедших подготовку по программе «Больничная клоунада». Больничный клоун обладает специальными навыками, а его выступление



полностью соответствует утвержденной и разработанной программе, максимально адаптированной к условиям медицинского учреждения.

География работы «Школы больничных клоунов» — Томск, Кемерово, Новосибирск, Красноярск, Магнитогорск, Саранск. В рамках проекта проведен набор и обучение 50 волонтеров в Сибири и 38 волонтеров в Республике Мордовия. Зрителями «Больничной клоунады» стали 16 тыс. детей. В рамках проекта было организовано 120 домашних визитов к детям, 16 посещений детских домов города Томска, шесть праздников для детских благотворительных фондов. К реализации проектов АНО «Партнеры по радости» привлечены три инвестора. Напечатаны раскраски для детей тиражом 4 тыс. экземпляров, а также опубликованы семь номеров интернет-журнала для всей семьи «Детский вопрос».

Jewel Girls

Проект Jewel Girls Елены Тимофеевой (Москва) представляет собой программу арт-терапии, направленную на реабилитацию воспитанников приютов и детских домов из так называемой группы риска. На групповых занятиях участники программы приобретают профессиональные навыки изготовления уникальных украшений из натуральных материалов, а также узнают о том, как защитить себя от насилия и эксплуатации, изменить свое социальное положение, заработать деньги законным путем и улучшить условия своей жизни. В рамках программы Jewel Girls также организуются мероприятия по повышению осведомленности в обществе о проблеме торговли людьми. Изготовленные на занятиях украшения ручной работы поступают в продажу. Половина вырученных средств тратится на нужды детей — участников программы и авторов изделий, 30% идет на закупку материалов для рабочих групп с детьми, а 20% — на административные расходы программы. В 2012 году программа Jewel Girls проходила в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге и Смоленске. За это время в ней приняли участие более 700 детей. Результаты анкетирования участников программы показали, что 80% из них используют навыки, полученные во время тренингов и рабочих групп в жизни. Сделанные детскими руками украшения активно приобретаются сотрудниками Tele2 Россия на внутрикорпоративных благотворительных ярмарках.

**Паркур**

За последние годы большую популярность у молодежи и подростков приобрели уличные спортивные субкультуры: паркур, фриран, скейтбординг, велоспорт и др. Проект «Паркур» Федерации скейтбординга, велоспорта-ВМХ и экстремальных видов спорта Томской области, инициированный Владимиром Ковальским, рассчитан на подростков, которые увлекаются экстрим-спортом без определенных навыков и специальных знаний, что увеличивает риск получения травм. В рамках программы начинающих спортсменов учат заниматься спортом безопасно. В работе федерации участвуют 15 профессиональных инструкторов в пяти городах.



5.5. | Благотворительность

Компания оказывает поддержку детским домам, интернатам, реабилитационным центрам, выделяя средства на закупку оборудования и подарков, оснащение учебных помещений, проведение праздников. Во многих регионах при участии компании прошли акции «Помоги собраться в школу». Школа-интернат для детей с ограниченными возможностями здоровья станицы Платнировской в Кореновском районе Краснодарского края получила в подарок компьютеры и другую необходимую технику на сумму 500 тыс. рублей. Для Воронежского реабилитационного центра «Парус надежды» было закуплено реабилитационное оборудование на сумму 425 тыс. рублей.

В регионах своего присутствия Tele2 Россия организует целевые благотворительные акции, которые призваны помочь социально незащищенным категориям населения, являющимся объектом социальной ответственности бизнеса, власти и общества:

Курск В девяти салонах связи Tele2 в партнерстве с местным благотворительным фондом разместила ящики для сбора пожертвований. Абоненты Tele2 могли пожертвовать средства на лечение детей с онкологическими заболеваниями.

Белгород В рамках соглашения, подписанного в 2011 году между Tele2 Белгород и Центром добровольческого движения Управления социальной защиты населения администрации города Белгорода, Tele2 предоставила мобильные телефоны со своими SIM-картами активистам волонтерского движения. В него вошли члены координационного совета ЦДД, лидеры добровольческого агентства «55+» и представители студенческого волонтерского объединения. Бесплатная мобильная связь позволяет активистам центра более эффективно координировать свою деятельность.



Киров Tele2 Киров разработала социальный проект «Территория свободы», направленный на поддержку социально незащищенных слоев населения, в категорию которых попадают пенсионеры, ветераны, люди с проблемами зрения и нарушениями опорно-двигательного аппарата, многодетные семьи и т. д. Проект стартовал в октябре 2011 года в Нолинском районе, пять жителей которого получили в подарок телефоны марки Voxtel VM25. Данная модель телефона оборудована большими кнопками, ярким экраном и специальной кнопкой SOS, на которую можно запрограммировать любой номер — в случае возникновения чрезвычайной ситуации достаточно одного нажатия, чтобы близкий человек получил тревожное SMS-сообщение. При нажатии кнопка издает сигнал, характерный для служб экстренного реагирования, что позволяет привлечь дополнительное внимание прохожих. Подобные проекты были реализованы в Томске и других городах присутствия Tele2.

6

ЭКОЛОГИЯ



6.1. | Воздействие мобильной связи на окружающую среду

Отрасль телекоммуникаций является источником экологических рисков. Тем не менее по своему характеру они значительно отличаются от возможных негативных последствий работы промышленных предприятий. Деятельность операторов мобильной связи не сопряжена с использованием существенных объемов опасных материалов и не сопровождается образованием большого количества отходов. Сооружение объектов сети мобильной связи, как правило, не влечет за собой изменения окружающей среды и не наносит ущерб местной флоре и фауне.

В то же время сектор информационных и телекоммуникационных технологий является крупным потребителем энергоресурсов. Производство энергии, необходимой для функционирования соответствующего оборудования, сопровождается выбросами углекислого газа, что при больших объемах потребления электроэнергии в конечном счете воздействует на изменение климата. Tele2 выявляет и учитывает подобного рода экологические риски, изучает мировой опыт в этой области и активно внедряет современные разработки по профилактике и минимизации техногенных рисков в своей деятельности.

Чтобы сохранить природный баланс и предотвратить вредное влияние технических работ на окружающую среду, на всех этапах проектов по строительству сети Tele2 использует технологии и оборудование, которые считаются передовыми в области экологической безопасности и ресурсосбережения.

Компания использует самое современное экологически безопасное и энергоэффективное оборудование ведущих мировых производителей во всех регионах своего присутствия.



6.2. | Воздействие мобильной связи на здоровье человека

Сотовые телефоны и телекоммуникационное оборудование являются источниками электромагнитного излучения, которое несет в себе потенциальные риски для здоровья человека.

При передаче сигналов и использовании телекоммуникационных установок происходит электромагнитное излучение.

Все возможные негативные последствия электромагнитного излучения хорошо изучены, а на основе научных исследований разработаны международные и российские стандарты, регулирующие условия безопасного использования оборудования.

Это позволяет принимать решения о приобретении и применении технологий, минимизирующих потенциальный негативный эффект.

Все оборудование и технологии Tele2 прошли специальную сертификацию в соответствии с утвержденными нормативами и в полной мере отвечают всем требованиям. При запуске нового оборудования компания осуществляет предварительную экспертизу, проводит обязательную государственную сертификацию и получает санитарные и технические паспорта, где отражены возможные техногенные риски и меры по их предотвращению.

В то же время в обществе существует ряд мифов, основанных на искаженных представлениях о характере воздействия мобильной связи на здоровье человека и состояние живой природы. Поэтому компания считает важной для общества задачей идентифицировать реальные риски и информировать население о правилах безопасного использования мобильной связи. Эксперты Tele2 регулярно выступают на круглых столах, конференциях и форумах, принимают участие в просветительных мероприятиях, в телевизионных и радиопередачах, в ходе которых совместно с другими операторами мобильной связи и общественными организациями делятся актуальной информацией и отвечают на вопросы абонентов.



6.3. | Tele2 вносит вклад в предотвращение лесных пожаров

Tele2 участвует в программе профилактики лесных пожаров в ряде регионов присутствия. При участии компании создана и успешно используется система мониторинга лесных массивов, которая предусматривает размещение современного видеоборудования на антенно-мачтовых конструкциях сотового оператора. Дистанционно управляемые видеокамеры купольного типа осуществляют передачу видеоизображения на расстояние около 20 км в региональный пункт диспетчерского управления. При этом для транспортировки сигнала используется сеть мобильной связи Tele2. Просмотр изображения в режиме реального времени осуществляется на специальном интернет-сайте, который позволяет дистанционно управлять параметрами наблюдения. В 2011 году в соответствии с соглашением о сотрудничестве с областным Департаментом лесного хозяйства компания установила оборудование для мониторинга лесных пожаров в Гусь-Хрустальном районе Владимирской области. В этом же году запущен пилотный проект видеомониторинга в Рязанской области. Tele2 намерена развивать данную программу и в других регионах.



6.4. | Экоофис Tele2

Компания последовательно реализует мероприятия по созданию комфортной среды и условий труда, отвечающих требованиям экологичности, эргономики и эстетики. Это обеспечивает формирование благоприятного психологического климата в офисе и является фактором охраны здоровья сотрудников.

Исходя из этого Tele2 в 2011 году приняла решение о переезде в новый офис, который отвечал бы требованиям экологичности и ключевым принципам корпоративной философии. Результатом сотрудничества Tele2 с архитектурным бюро Line Architects стало инновационное пространственное решение офиса, наилучшим образом отражающее мировоззрение и принципы компании.





Для переезда из центра Москвы был выбран современный и экологичный бизнес-парк класса А — Olympia Park, находящийся в благоприятном природном окружении на берегу Химкинского водохранилища.

В офисе Tele2, который занимает два этажа, есть комфортабельная столовая и спортивный зал. В офисе хорошо продуманы внутренние коммуникации между сотрудниками и их передвижение по всей территории офисного центра. Помимо открытого пространства рабочей зоны, имеются также многофункциональные зоны неформального общения.

В отделке офиса были использованы натуральные материалы: натуральный шпон, кирпич и массивная доска. Зоны для отдыха окружают живые растения. В офисе всегда свежо и комфортно благодаря системе вентиляции и кондиционирования последнего поколения.

Для снижения потребления электроэнергии компанией установлено энергоэффективное светотехническое оборудование, которое обеспечивает яркий свет в темное время суток и низкий уровень потребления энергоресурсов.



6.5. | Экологическая политика Tele2

Экологичный подход к ведению бизнеса компания рассматривает как необходимое условие корпоративной ответственности. Следуя принципу предупреждения рисков, Tele2 уделяет особое внимание экологическим аспектам при открытии и закрытии своих производственных площадок и техническом развитии сети во всех регионах присутствия.

Продукты и услуги Tele2 Россия вносят свой вклад в повышение экологической устойчивости, поскольку переход на цифровые технологии способствует существенному снижению уровня вредных воздействий на окружающую среду. Для формирования эффективной модели управления экологическими рисками в компании принята Экологическая политика, о содержании которой информированы все сотрудники. Согласно политике, товары и услуги Tele2 Россия должны производиться и предоставляться населению в соответствии с экологическими нормами ведения бизнеса. Компания стремится к тому, чтобы требования политики разделялись и исполнялись не только сотрудниками и дочерними компаниями, но и всеми подрядчиками и поставщиками.

Tele2 придерживается концепции проактивного подхода к решению экологических проблем, постоянно отслеживая техногенные риски в своей повседневной деятельности и формируя механизмы их минимизации.

Экологическая политика Tele2 предполагает снижение негативных последствий ведения бизнеса для окружающей среды по четырем направлениям.

Выбросы CO₂

Компания предъявляет жесткие требования ко всем сферам деятельности, связанным с выбросами CO₂, таким как поездки персонала, транспорт и производство. Tele2 всегда и везде прикладывает усилия к снижению выбросов парниковых газов. Компания активно



предлагает клиентам услуги, обеспечивающие большую эффективность и снижение уровня выбросов CO₂. С помощью партнеров и клиентов Tele2 стремится минимизировать масштаб воздействия от выбросов углекислого газа и таким образом воспрепятствовать изменению климата.

В компании целенаправленно сдерживается рост корпоративного парка автотранспортных средств, практикуется замещение командировок сотрудников и деловых встреч, связанных с использованием личного, корпоративного или общественного транспорта и электронных средств связи, что обеспечивает возможность ведения переговоров в удаленном доступе.

Энергопотребление

Энергопотребление подлежит контролю, измерению и декларированию. Tele2 последовательно изыскивает возможности для снижения энергопотребления за счет внедрения мер энергосбережения, использования современного оборудования и технологий.

Природные ресурсы и утилизация отходов

Tele2 внимательно относится к вопросам переработки и повторного использования материалов и изделий. Ненужное электрическое и электронное оборудование подлежит использованию для других целей внутри компании или продаже сторонним организациям. Компания предельно аккуратно обращается с экологически вредными веществами, стремится применять упаковку и материалы из нетоксичного сырья, доступного для вторичной переработки и использования. Tele2 Россия утилизирует изношенное офисное и технологическое оборудование в соответствии с требованиями законодательства и по возможности привлекает к переработке сертифицированные компании.

Компания бережно относится к использованию природных ресурсов и осуществляет переход на безбумажный документооборот с применением современных программных средств корпоративного администрирования и обмена информацией.

Эстетическая экология

Стремясь не нарушать естественного баланса, Tele2 целенаправленно ограничивает визуальное «вмешательство» мачт и антенн сотовой связи в природный ландшафт и архитектурный облик городов и сел. Перед установкой подобного оборудования компания



проводит все необходимые согласования, в том числе общественные слушания с участием местных жителей.

Сотрудники Tele2 прошли специальное обучение по оперативному реагированию в случае возникновения чрезвычайных ситуаций. Если сотрудник получает информацию или у него возникают сомнения относительно действий, которые предположительно совершаются с нарушением Экологической политики, он обязан сообщить об этом уполномоченным лицам в компании через систему информирования о нарушениях. Любая информация, поступающая в компанию из внешних и внутренних источников, касающаяся экологических рисков и способов их снижения, тщательно проверяется и учитывается при принятии решений в области технического развития.

Приложения



Об отчете

Настоящий отчет является первым отчетным документом в области КСО, выпущенным компанией Tele2 Россия. Он подготовлен в соответствии с международным стандартом социальной отчетности Global Reporting Initiative (GRI, версия 3.1). В настоящее время в Tele2 Россия принят двухлетний цикл социальной отчетности, и документ охватывает период деятельности компании с 2011 по 2012 год. Основные показатели результативности учитывают деятельность управляющей компании в Москве и региональных представительств. Уровень раскрытия информации в отчете — «С».

Определение приоритетов раскрытия информации в рамках отчета и выявление заинтересованных сторон, рассматриваемых в качестве потенциальных пользователей отчета, было произведено в процессе анализа публикаций в открытой и корпоративной печати, опыта нефинансовой отчетности компаний отрасли и по результатам опроса менеджеров в рамках комплексного экспертного анализа активности Tele2 Россия в области КСО по выявлению и уточнению целевых аудиторий социальных инвестиций и благотворительности Теле² Россия.

Вопросы и предложения относительно отчета или его содержания в письменном виде можно направлять по адресу Tele2 Россия: 125212, Москва, Ленинградское шоссе, 39 А, стр. 1, или по электронной почте CSR@tele2.ru.



Таблица показателей GRI 3.1

Стандартные элементы отчетности (G3.1)	Комментарий и/или указа- ние раздела отчета, где описывается соответ- ствующий показатель
1. Стратегия и анализ	
1.1. Заявление старшего должностного лица, принимающего решения в организации (например, главного исполнительного директора, президента, председателя совета директоров или эквивалентной должности), публикующей отчет, о значимости устойчивого развития для организации и ее стратегии	Обращение президента и генерального директора А. Провоторова
2. Характеристика организации	
2.1. Название организации, готовящей отчет	Информация о компании
2.2. Главные бренды, виды продукции и/или услуг	Продукты и услуги
2.3. Функциональная структура организации, включая основные подразделения, операционные компании, дочерние компании и совместные предприятия	Система корпоративного управления
2.4. Расположение штаб-квартиры организации	Россия, Москва



2.5. Число стран, в которых организация осуществляет свою деятельность, и названия стран, где осуществляется основная деятельность или которые особенно значимы с точки зрения вопросов устойчивого развития, охватываемых отчетом	Территория присутствия Tele2 Россия
2.6. Характер собственности и организационно-правовая форма	В 2013 году 100 % акций Tele2 Россия были приобретены группой ВТБ
2.7. Рынки, на которых работает организация (включая географическую разбивку, обслуживаемые сектора и категории потребителей и бенефициаров)	Территория присутствия Tele2 Россия
2.8. Информация, отображающая масштаб организации	Информация о компании. Основные результаты деятельности
2.9. Существенные изменения масштабов, структуры или собственности, произошедшие на протяжении отчетного периода	В 2013 году после приобретения 100 % акций Tele2 группой ВТБ
2.10. Награды, полученные за отчетный период	Информация о компании
3. Параметры отчета	
3.1. Отчетный период	Об отчете
3.2. Дата публикации последнего из предшествующих отчетов	Об отчете
3.3. Цикл отчетности	Об отчете
3.4. Контактная информация для вопросов относительно отчета или его содержания	Об отчете
3.5. Процесс определения содержания отчета	Об отчете. Ключевые стейкхолдеры Tele2



- | | |
|--|---|
| 3.6. Границы отчета | Об отчете |
| 3.7. Укажите любые ограничения области охвата или границ отчета | В дальнейшем будет вестись работа по созданию системы сбора данных, чтобы с большей степенью подробности отразить воздействие на окружающую среду |
| 3.8. Основания для включения в отчет данных по совместным предприятиям, дочерним 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 | Социальный отчет Tele2 Россия за 2011–2012 годы является первым публикуемым отчетом по КСО, поэтому данный показатель не является актуальным на этом этапе отчетности |
| 3.9. Описание значения любых переформулировок информации, приведенной в предыдущих отчетах | |
| 3.10. Существенные изменения относительно предыдущих периодов отчетности в области охвата, границ или методов измерения, примененных в отчете | |
| 3.11. Указатель содержания GRI | Приложение |
| 4. 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 разработку стратегии или общий надзор за деятельностью организации | Система корпоративного управления |



- | | |
|--|--|
| 4.2. Укажите, является ли председатель высшего руководящего органа одновременно исполнительным менеджером компании (и, в случае положительного ответа, какова роль этого руководителя в управлении организацией и каковы причины такого положения дел) | Обращение президента и генерального директора |
| 4.3. Для организаций, имеющих унитарный совет директоров, укажите количество независимых членов высшего руководящего органа и/или членов, не относящихся к исполнительному руководству компании (в разбивке по полу) | Информации нет |
| 4.4. Механизмы, при помощи которых акционеры или сотрудники организации могут направлять деятельность высшего руководящего органа или давать ему рекомендации | Сотрудники.
Корпоративное волонтерство в Tele2 |
| 4.5. Связь между выплатами членам высшего руководящего органа, представителям высшего исполнительного руководства и старшим руководителям (включая выходные пособия) и результатами деятельности организации (включая социальные и экологические результаты) | Информации нет |
| 4.6. Действующие процессы в высшем руководящем органе, призванные избежать конфликтов интересов | Принципы ведения бизнеса.
Конфликт интересов |
| 4.7. Разработанные внутри организации миссия, заявления о ценностях, кодексы корпоративного поведения и принципы, значимые с точки зрения экономической, экологической и социальной результативности, а также степень их практической реализации | Обращение президента и генерального директора.
Принципы ведения бизнеса.
Принципы КСО Tele2.
Кодекс корпоративной этики.
Стратегия Tele2 |



- 4.8. 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
- Система управления КСО.
Ключевые стейкхолдеры Tele2
- 4.9. Процессы оценки собственной результативности высшим руководящим органом, в частности в связи с экономическими, экологическими и социальными результатами деятельности организации
- Нет информации
- 4.10. Объяснение того, применяет ли организация принцип предосторожности и каким образом
- Воздействие телекоммуникационной отрасли на окружающую среду.
Руководствуясь принципом предосторожности, компания стремится избегать предполагаемого вреда окружающей среде, даже если нет строгих научных данных о том, что та или иная деятельность такой вред причиняет
- 4.11. Разработанные внешними сторонами добровольные экономические, экологические и социальные хартии, системы принципов или другие инициативы, к которым организация присоединилась или которые она поддерживает
- Нет информации
- 4.12. Членство в ассоциациях (например, отраслевых) и/или национальных и международных организациях по защите интересов, в которых организация:
- занимает место в органах управления;
 - участвует в проектах или комитетах;
 - предоставляет существенное финансирование за рамками общих членских взносов или рассматривает свое членство как стратегическое
- Органы федеральной власти и местного самоуправления, взаимодействие с органами федеральной власти



- | | |
|--|---|
| 4.13. Перечень заинтересованных сторон, с которыми взаимодействовала организация | Ключевые стейкхолдеры Tele2 |
| 4.14. Основания для выявления и отбора заинтересованных сторон с целью дальнейшего взаимодействия с ними | Ключевые стейкхолдеры Tele2 |
| 4.15. Подходы к взаимодействию с заинтересованными сторонами, включая частоту взаимодействия, с разбивкой по формам и заинтересованным группам | Ключевые стейкхолдеры Tele2 |
| 4.16. Ключевые темы и интересы, поднятые или выявленные в процессе взаимодействия с заинтересованными сторонами, и то, как организация откликнулась на эти темы и интересы, в том числе посредством своей отчетности | Ключевые стейкхолдеры Tele2. В Рязани, Костроме, Вологде, Краснодаре и Курске имели место протесты местных жителей (группы до 10 человек) против установки базовых станций возле своих домов. Во время диалогов с участием технических специалистов Tele2 и общественных групп все проблемы были решены |

5. Сведения о подходах в области менеджмента и показатели результативности

Показатели экономической результативности (ЕС)

- | | |
|--|--|
| 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 | Частично. Информация о компании.
Основные результаты деятельности |
| ЕС3. Обеспечение обязательств организации, связанных с пенсионными планами с установленными льготами | Пенсионный план с установленными взносами |



- | | |
|--|---|
| <p>ЕС5. Диапазон соотношений стандартной заработной платы начального уровня и установленной минимальной заработной платы в существенных регионах деятельности организации с разбивкой по полу</p> | <p>Размер стандартной заработной платы начального уровня превышает уровень МРОТ по всем регионам присутствия. В компании не практикуется учет гендерного фактора при начислении заработной платы за одну и ту же работу</p> |
| <p>ЕС7. Процедуры найма местного населения и доля высших руководителей, нанятых из местного населения, в существенных регионах деятельности организации</p> | <p>Численность и характеристика персонала</p> |
| <p>ЕС8. Развитие и воздействие инвестиций в инфраструктуру и услуг, предоставляемых в первую очередь для общественного блага, посредством коммерческого, натурального или благотворительного участия</p> | <p>Работа в местных сообществах</p> |

Показатели экологической результативности (EN)

- | | |
|--|--|
| <p>EN4. Косвенное использование энергии с указанием первичных источников</p> | <p>В 2012 году 31 500 базовых станций Tele2 Россия использовали 192 720 000 кВт·ч электроэнергии</p> |
| <p>EN5. Энергия, сэкономленная в результате мероприятий по снижению энергопотребления и повышению энергоэффективности</p> | <p>Нет информации</p> |
| <p>EN6. Инициативы по предоставлению энергоэффективных или основанных на использовании возобновляемой энергии продуктов и услуг и снижение потребности в энергии в результате этих инициатив</p> | <p>Энергопотребление.
Экоофис Tele2</p> |
| <p>EN16. Полные прямые и косвенные выбросы парниковых газов с указанием массы</p> | <p>Выбросы в т CO₂ экв.:
всего — 27 571;
в том числе:
прямые — 4105;
непрямые — 123 466</p> |



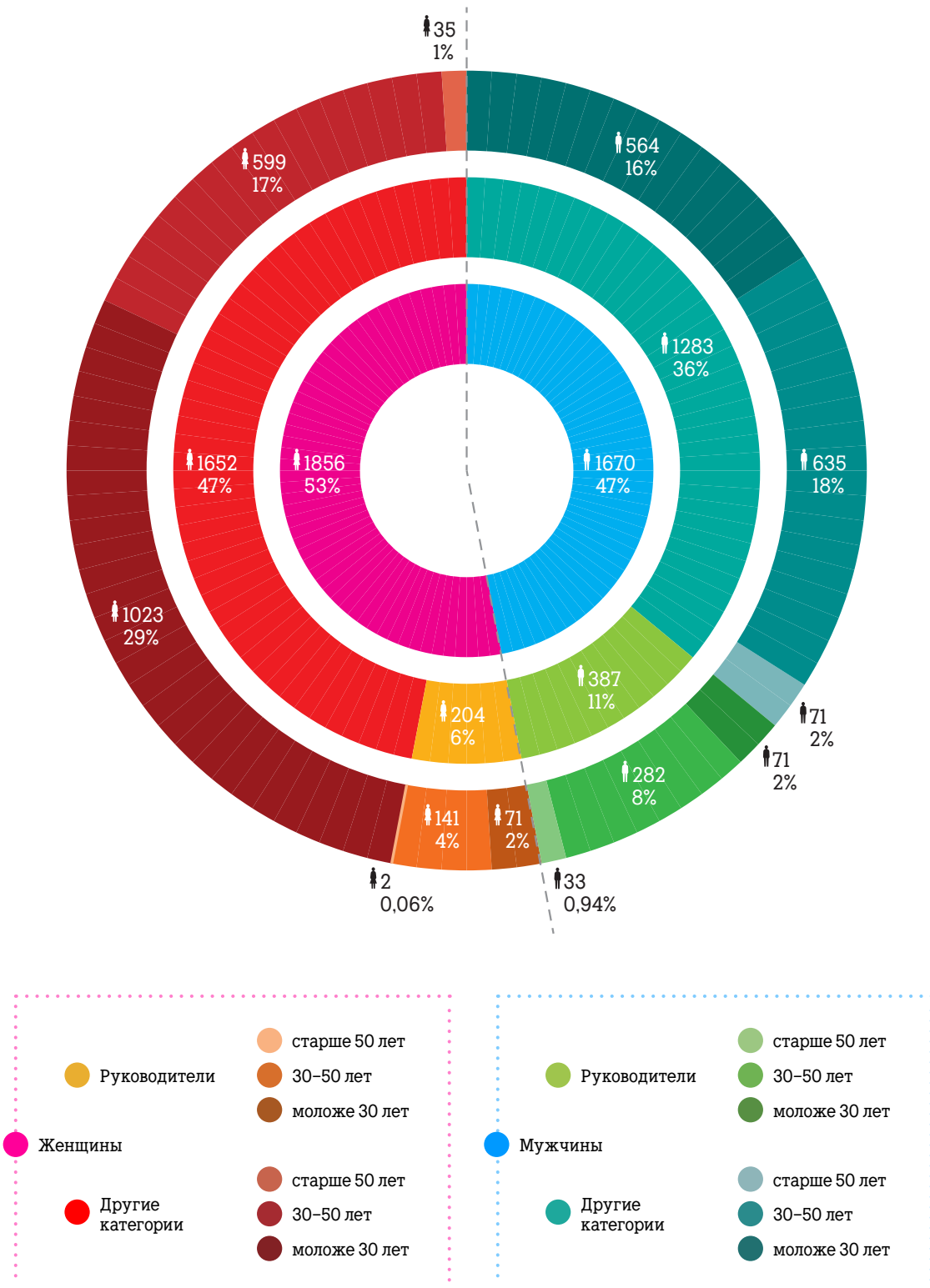
EN22. Общая масса отходов с разбивкой по типу и способу обращения	Нет информации
EN26. Инициативы по смягчению воздействия продукции и услуг на окружающую среду и масштаб смягчения воздействия	Влияние телекоммуникационного оборудования на здоровье человека и окружающую среду. Природные ресурсы и утилизация отходов
EN28. Денежное значение значительных штрафов и общее число нефинансовых санкций, наложенных за несоблюдение экологического законодательства и нормативных требований	За отчетный период в отношении компании не налагались штрафы и нефинансовые санкции, связанные с несоблюдением законодательства и нормативных требований
EN30. Общие расходы и инвестиции на охрану окружающей среды с разбивкой по типам	Нет информации
<p>Показатели результативности подходов к организации труда и достойного труда (LA)</p>	
LA1. Общая численность рабочей силы с разбивкой по типу занятости, договору о найме, региону и полу	Количество: постоянных работников — 3 526; временных работников — 285. См. также: Численность и характеристика персонала
LA2. Общее количество и процент новых работников, а также текучесть кадров с разбивкой по возрастной группе, полу и региону	Общее количество вновь принятых за отчетный период работников, в том числе: мужчин — 399; женщин — 620. Количество покинувших организацию работников из числа вновь принятых за отчетный период, в том числе: мужчин — 52; женщин — 59



LA4. Доля сотрудников, охваченных коллективными договорами	В компании отсутствует практика заключения коллективных договоров
LA5. Минимальный период (периоды) уведомления в отношении значительных изменений в деятельности организации, а также определен ли он в коллективном соглашении	Два месяца
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, с разбивкой по регионам и полу	За отчетный период случаи производственного травматизма не зафиксированы. Количество пропущенных дней — 3109. Коэффициент отсутствия на рабочем месте: мужчин — 3101,8; женщин — 3190,7
LA9. Отражение вопросов здоровья и безопасности в официальных соглашениях с профсоюзами	В компании отсутствует практика заключения коллективных договоров
LA10. Среднее количество часов обучения на одного работника в год с разбивкой по категории работников и полу	Обучение и профессиональное развитие
LA12. Доля сотрудников, для которых проводятся периодические оценки результативности и развития карьеры, с разбивкой по полу	Ежегодная оценка персонала



LA13. Состав руководящих органов и персонала организации с разбивкой по полу и возрастной группе, указанием представительства меньшинств, а также других показателей разнообразия





LA14. Отношение базового оклада мужчин и женщин с разбивкой по категориям работников

В компании не практикуется учет гендерного фактора при начислении заработной платы за одну и ту же работу, поэтому разница отсутствует

Показатели результативности в области прав человека (HR)

HR1. Процент и общее число существенных инвестиционных соглашений и контрактов, включающих положения об обеспечении прав человека или прошедших оценку с точки зрения прав человека

Акционеры и инвесторы

HR3. Общая совокупная продолжительность (в часах) обучения сотрудников политикам и процедурам, связанным с аспектами прав человека, значимыми для деятельности организации, включая долю обученных

Обучение и профессиональное развитие.
Сотрудники (в параграфе «Ключевые стейкхолдеры»)

HR4. Общее число случаев дискриминации и принятые действия

Случаев дискриминации не было зафиксировано

HR11. Общее число жалоб в сфере прав человека, направленных и удовлетворенных через официальный механизм подачи и рассмотрения жалоб

Сотрудники (в параграфе «Ключевые стейкхолдеры»)

Показатели результативности взаимодействия с обществом (SO)

SO1. Деятельность организации, оказывающая влияние на местные сообщества, оценка этого влияния и программы по развитию

Органы федеральной власти и местного самоуправления.
Работа в местных сообществах

SO2. Доля и общее число бизнес-единиц, проанализированных в отношении рисков, связанных с коррупцией

Противодействие коррупции и открытый подход во взаимоотношениях с подрядчиками и партнерами.
Принципы КСО Tele2.
Кодекс корпоративной этики



SO4. Действия, предпринятые в ответ на случаи коррупции	За отчетный период не выявлено случаев коррупции с участием работников компании
SO5. Позиция в отношении государственной политики и участие в формировании государственной политики и лоббирование	Органы федеральной власти и местного самоуправления
SO9. Деятельность компании, приводящая к значительному потенциальному или реальному негативному воздействию на местные сообщества	Деятельность компании со значительным потенциальным или реальным негативным воздействием на местные сообщества отсутствует
SO10. Предотвращение и смягчение значительного потенциального или реального негативного воздействия на местные сообщества	Негативное воздействие на местные сообщества отсутствует

Показатели результативности в области ответственности за продукцию (PR)

PR4. Общее количество случаев несоответствия нормативным требованиям и добровольным кодексам, касающимся информации и маркировки о свойствах продукции и услуг, с разбивкой по видам последствий	За отчетный период не зафиксировано
PR5. Практики, относящиеся к удовлетворению потребителя, включая результаты исследований по оценке степени удовлетворения потребителя	Качество услуг и мобильная безопасность Tele2
PR6. Программы по обеспечению соответствия законодательству, стандартам и добровольным кодексам в сфере маркетинговых коммуникаций, включая рекламу, продвижение продукции и спонсорство	Качество услуг и мобильная безопасность Tele2



- | | |
|---|---|
| PR7. Общее количество случаев несоответствия нормативным требованиям и добровольным кодексам, касающимся маркетинговых коммуникаций, включая рекламу, продвижение продукции и спонсорство, с разбивкой по видам последствий | За отчетный период не зафиксировано |
| PR8. Общее количество обоснованных жалоб, касающихся нарушения неприкосновенности частной жизни потребителя и утери данных о потребителях | За отчетный период отсутствовали жалобы, касающиеся нарушения неприкосновенности частной жизни потребителя и утери данных о потребителях |
| PR9. Денежное выражение существенных штрафов, наложенных за несоблюдение законодательства и нормативных требований, касающихся предоставления и использования продукции и услуг | За отчетный период на компанию не налагалось штрафов за несоблюдение законодательства и нормативных требований, касающихся предоставления и использования продукции и услуг |



Контактные данные

Tele2 Россия
125212, Москва
Ленинградское шоссе, 39А
БЦ «Олимпия Парк»
Тел.: + 7 (495) 229-84-00
Эл. почта: CSR@tele2.ru
www.tele2.ru