

Звіт про корпоративну соціальну відповідальність компанії «Київстар». 2008 рік

«Київстар» – це відповідальний бізнес

Ласкаво просимо до звіту по напрямках корпоративної соціальної відповідальності «Київстар» у 2008 році. Що таке корпоративна соціальна відповідальність для нас? Перш за все, це діяти відповідально та з повагою по відношенню до держави, її установ і організацій, а також громадян. Ми прагнемо зробити свій внесок у соціальний та економічний розвиток України й будемо власні бізнес-процеси відповідно до цього принципу.

«Київстар» – успішна компанія, лідер серед телекомунікаційних підприємств України. Тож ми відповідально ставимось до своєї ролі – бути взірцем ринку, на якого орієнтуються інші його гравці. Тому своїм завданням ми вважаємо робити все належне, щоб розбудовувати нашу країну, робити її успішною та процвітаючою. Розвиваючи середовище, в якому працює бізнес, ми тим самим забезпечимо його процвітання в майбутньому. Адже успішний довгостроковий розвиток бізнесу «Київстар» можливий лише у здоровому високорозвиненому суспільстві.

Свій підхід ми підтверджуємо на практиці. Так, у 2008 році нами були реалізовані численні проекти, спрямовані як на конкретну адресну допомогу дітям-сиротам, самотнім літнім людям, інвалідам, так і на зміцнення сімейних цінностей, розвиток культури, спілкування між людьми та користування мобільним зв'язком, а також збереження довкілля. Під опікою «Київстар» знаходяться 25 дитячих будинків та 11 геріатричних центрів по всій Україні. У 2008 році ми забезпечили обладнанням дітей-інвалідів у 7 спеціалізованих школах. Реалізували спільно з ДАІ МВС програму «Мобільна культура за кермом автомобіля». Почали запровадження програми зі сприяння зниження викидів CO₂ в атмосферу. Також провели широкомасштабну кампанію «Спілкуйтесь більше зі своїми дітьми!», яка покликана допомогти батькам краще розуміти своїх дітей, більше спілкуватися з ними, брати участь у їхньому житті та розвитку. Цими діями «Київстар» прагне зробити життя кожного українця кращим.

Наша місія – бути беззаперечним лідером, вартим найвищої довіри. І вона є незмінною, незважаючи на складну економічну ситуацію в країні та світі.

За рейтингом журналу «Гвардія», «Київстар» посів друге місце серед лідерів з корпоративної соціальної відповідальності. При цьому найголовнішим для нас є те, що кожен другий українець, який користується послугами «Київстар», підтримує наші зусилля у напрямку корпоративної соціальної відповідальності та поважає нашу позицію: піклуватися про людей та розвиток України.

З повагою,
Ігор Литовченко,
президент «Київстар»

Ринок телекомунікацій України

Ринок телекомунікацій в Україні відіграє значущу роль у розвитку країни. Будучи відносно новим бізнесом, телекомунікації є однією з найбільш сучасних і динамічних галузей, в якій задіяні кваліфіковані кадри та використовуються новітні технології. Останніми роками ця галузь розвивалась випереджуючими темпами порівняно із загальним зростанням економіки.

«Київстар» є лідером ринку телекомунікацій в Україні. Послугами нашої компанії користуються 23 мільйони клієнтів по всій країні. У 2008 році ми стали найбільшим платником податків серед підприємств України.

Чому КСО є важливою для «Київстар»?

Соціальна відповідальність бізнесу — це один із принципів роботи «Київстар», згідно з яким наша компанія вважає важливим і необхідним брати участь у розвитку українського суспільства. Ми обираємо цей принцип, тому що Україна — наш дім, тут живуть наші батьки та діти. Розвиваючи свою державу, тим самим ми забезпечуємо стабільний розвиток свого бізнесу в майбутньому.

Реалізуючи напрямки КСО, ми керуємося принципами корпоративного управління «Київстар», Корпоративним кодексом поведінки, а також положеннями Глобального договору ООН, висновками Форуму соціально-відповідального бізнесу, одним із засновників якого є наша компанія, та нашою місією, баченням і цінностями.

Наша Місія

Ми покращуємо життя, надаючи телекомунікаційні послуги найвищої якості.

Наше Бачення

Бути найкращою компанією України, яка гідна найвищої довіри.

Наші Цінності:

Бути кращими: ми націлені на постійне вдосконалення та найвищу якість. Кожна наша дія працює на клієнта.

Дотримуватись слова: ми діємо в будь-яких ситуаціях чесно та відкрито. Ми робимо те, що обіцяємо. Наші обіцянки не розходяться зі справою.

Надихати: ми відкриваємо можливості та надихаємо на отримання нового досвіду. Ми робимо життя людей навколо нас краще.

Розуміти: ми злагоджена команда. Ми завжди прагнемо до найкращого розуміння наших клієнтів, колег, партнерів. Ми активні й відкриті до взаємодії.

Дарувати радість: ми хочемо вражати наших клієнтів — розумінням їхніх потреб, якістю нашого зв'язку, розмаїттям послуг, рівнем сервісу, нашим ентузіазмом та можливостями! Своєю роботою ми приносимо радість.

РОЗДІЛ 1

Як ми працюємо

Наша команда

Концепція «організації, що вчиться» стала філософією розвитку нашої компанії. Динамічно рухатися назустріч успіху може лише та компанія, колектив якої здатен кожний день підніматися вище особистих можливостей. Цей рух буде набагато швидшим, якщо компанія допомагатиме кожному співробітнику максимально проявляти та розвивати свої можливості.

У 2008 році ми підтвердили свій статус найкращого роботодавця України. За висновками незалежних зовнішніх рейтингів провідних видань України «Діловий» та «Кореспондент», «Київстар» визнано кращим роботодавцем як серед телеком-компаній, так і в загальному заліку підприємств. Окрім того, в жовтні 2008 року міжнародна консалтингова компанія у сфері HR-менеджменту Hewitt Associates визнала «Київстар» переможцем галузевого рейтингу «Кращі роботодавці України».

Лідерство у зовнішніх рейтингах роботодавців і добра репутація компанії підтверджені й результатами внутрішнього дослідження – щорічного опитування персоналу. В 2008 році 93 % опитаних співробітників зазначили, що вони б рекомендували «Київстар» як хороше місце роботи, а 94 % пишаються тим, що працюють у «Київстар».

"Система компенсації праці: прозорість і справедливість"

Підтримуючи високий рівень професіоналізму, «Київстар» залучає до своєї команди кращих фахівців, пропонуючи гідну компенсацію праці.

Система оплати праці має дві складові: постійну (у вигляді зарплати та інших фіксованих виплат) та змінну (у вигляді щоквартальних і річних премій). Розмір гарантованої частини формується відповідно до тенденцій ринку. Для цього «Київстар» щороку бере участь в оглядах заробітної плати провідних компаній, які представлені в Україні. Це дозволяє підтримувати рівень гарантованого доходу згідно з ринковим. При розрахунках змінної частини враховуються як індивідуальні результати роботи кожного співробітника, так і рівень досягнення цілей компанії в цілому. Щорічно в компанії проводиться оцінка ефективності діяльності кожного співробітника.

Крім того, в «Київстар» існує система соціальних пільг, серед яких: програма медичного страхування, страхування від нещасного випадку, пенсійне накопичувальне страхування, цільова матеріальна допомога, службовий мобільний телефон, послуга «Мобільна сім'я» (спеціальний тарифний план для рідних і близьких), путівки Фонду соціального страхування, індивідуальний компенсаційний пакет.

«Програма розвитку кадрового потенціалу»

У 2008 році успішно стартувала програма, спрямована на розвиток ефективних та високопотенціальних співробітників. Мета програми – максимально ефективно розвивати та використовувати менеджерський потенціал співробітників, щоб утримати лідерської позиції «Київстар» на ринку телекомунікацій.

«Учбовий портал»

У 2008 році з метою надання співробітникам інформації про напрямки навчання та розвитку в «Київстар», було створено учбовий портал. За його допомогою всі співробітники можуть проходити навчання в гнучкому та зручному дистанційному форматі.

Директор по персоналу та розвитку організації компанії «Київстар» Олена Кропив'янська:

«Київстар» заслужено вважається роботодавцем № 1 в Україні. Колектив професіоналів компанії – гордість національного оператора. Ми втілюємо цілий комплекс програм, спрямованих на розвиток персоналу. У 2008 році просування за кар'єрними сходами отримав кожний десятий співробітник. А в програмі розвитку компетенцій брали участь 2100 співробітників.

Робоче середовище та права людини

Компанія забезпечує дотримання прав людини, в тому числі передбачених Загальною Декларацією прав людини та конвенціями ООН. Створюючи сприятливе робоче середовище, Компанія забезпечує його відповідність вимогам визнаних міжнародних конвенцій, зокрема базовим конвенціям Міжнародної організації праці. Робота колективу нашої Компанії

ґрунтується на повазі особистої гідності, недоторканості особистого життя та прав кожної людини, а також недопущення їх порушень чи обмежень.

Відносини з працівниками, споживачами, постачальниками, конкурентами, органами влади та суспільства в цілому врегульовані, окрім норм чинного законодавства, Корпоративним кодексом поведінки компанії, який визначає стандарти належної ділової поведінки та бізнес-етики співробітників. В компанії розроблено та введено в дію «Положення про управління персоналом у ЗАТ «Київстар Дж.Ес.Ем.», що містить загальні засади управління трудовим колективом та організаційною структурою. Ефективним інструментом контролю за дотриманням прав та свобод працівників є комплайнз функція. Її призначення - забезпечення відповідності діяльності компанії нормам чинного законодавства України, корпоративних документів, загальноприйнятих норм бізнес-етики та стандартів належної ділової поведінки. Вказану функцію очолює Комплайнз менеджер, який водночас є Радником президента компанії. Кожен працівник компанії у разі, якщо йому стане відомо про факт порушення норм Корпоративного кодексу поведінки, зобов'язаний повідомити про це свого безпосереднього керівника та/або Комплайнз менеджера задля негайного врегулювання ситуації та вжиття всіх необхідних заходів для її виправлення. Ключовим принципом діяльності компанії є неухильне дотримання всіх положень чинного законодавства України та повага до культурних традицій інших народів. Таким чином компанією формується позитивне, відповідальне та здорове робоче середовище, що сприяє впровадженню інновацій та професійному розвитку.

Рівні можливості та різноманітність

Ми впевнені в тому, що різноманітність нашого колективу є безумовною цінністю для успішного ведення бізнесу «Київстар». Чоловіки та жінки різного віку, з різноманітним життєвим досвідом та інтересами, ми тим самим добре розуміємо потреби наших клієнтів.

Основою сприятливого робочого середовища компанії є толерантність та повага до поглядів і цінностей колег. «Київстар» виступає проти всіх форм дискримінації в будь-яких її проявах та докладає всіх можливих зусиль для забезпечення рівності, як в трудових відносинах, так й в інших відносинах між співробітниками. В компанії немає місця прямій та непрямій дискримінації за ознакою раси, статі, сексуальної орієнтації, віку, фізичної повноцінності, мови, релігії, політико-правових та інших поглядів, національного або соціального походження, майнового, суспільного та іншого статусу. Трудова атмосфера в «Київстар» вільна від загроз, образ та інших проявів агресії по відношенню до оточуючих. Надійними гарантантами цього є чинний Корпоративний кодекс поведінки та комплайнз функція.

Компанія забезпечує рівні можливості при прийомі на роботу всім кандидатам, в тому числі – людям с особливими потребами. Всі вони можуть бути абсолютно впевненими у всебічному та об'єктивному розгляді всіх кандидатур, які подаються на вакансії в «Київстар».

Ми впевнені, що різноманіття поглядів, підходів, думок, культурних традицій та професійного досвіду є запорукою успішної творчої робочої атмосфери та інноваційного розвитку компанії.

Радник президента «Київстар» Володимир Жмак:

«Відповідальність починається з кожного із нас. Кожен працівник своїми діями впливає на формування сприйняття компанії партнерами та суспільством. Бути відповідальним для нас означає діяти в рамках корпоративного Кодексу поведінки, бути чесним та щирим з колегами. Ми усвідомлюємо важливість неухильного дотримання його положень і тому створили прозорий механізм, завдяки якому кожний, хто виявить безвідповідальність у діях співробітника, може про це повідомити».

«Київстар» – один з найбільших платників податків в Україні

Податки – це наш внесок у розвиток держави, її економіки. В 2008 році ми стали найбільшим платником податків України. За перші вісім місяців 2008 року компанія «Київстар» відрахувала до державного бюджету податків на суму 1,7 млрд грн. Усього ж за 2008 рік ми заплатили майже 2,4 млрд грн податків.

Турбота про клієнтів

«Київстар» – клієнтоорієнтована компанія. Ми робимо все можливе, щоб надавати нашим клієнтам телекомунікаційні послуги найвищої якості. Це означає, що ми надаємо найвищу якість зв'язку, пропонуємо найкращі послуги та прагнемо до найвищої якості обслуговування. Задовольнити всі потреби клієнта, зробити це максимально швидко та професійно є нашою метою.

«Наша мета – зразкова якість обслуговування»

Упродовж 11 років роботи в компанії була розроблена й впроваджена досконала система внутрішнього контролю якості обслуговування. Та найважливішою для нас завжди була думка наших абонентів. Щоб надати можливість абонентам оцінювати рівень обслуговування клієнтів, «Київстар» створив інтерактивну систему оцінки якості обслуговування. Кожен абонент, зателефонувавши за безкоштовним коротким номером 466*55, має можливість висловити власну думку щодо якості обслуговування в режимі IVR. Клієнт може виставити оцінки якості телефонного обслуговування фахівцями call-центру й якості обслуговування при відвідуванні інформаційно-сервісних центрів по всій Україні.

Робота з партнерами

У роботі з партнерами «Київстар» керується принципами максимальної прозорості стосунків, неупередженості та чесної конкуренції.

Наші дистриб'ютори, це, насамперед, рівноправні партнери по бізнесу, яким ми намагаємося давати всі можливості для успішного розвитку свого бізнесу у співпраці з «Київстар».

Розвиваючи цінності та підходи, закладені в Корпоративному кодексі поведінки, компанія розробила Принципи діяльності постачальників, у яких відображено засадничі цінності Компанії та окремі положення Корпоративного кодексу поведінки, що можуть бути застосовані по відношенню до постачальників. Під час співпраці ми ставимо чіткі вимоги до постачальників, вимагаючи від них бути відповідальними за той продукт, який вони пропонують споживачу. Зі свого боку, ми гарантуємо чесність та неупередженість при виборі постачальника товарів та послуг. У компанії реалізовано систему електронних тендерів, що робить закупівлі максимально ефективними та зручними для постачальників.

Першочерговим завданням для себе та всього телеком-ринку ми бачимо забезпечення безпечного користування дітей та підлітків мобільним телефоном в плані мобільного Інтернету. Ця ініціатива активно підтримується Міжнародною спілкою електрозв'язку та GSM-конгресом. Тим самим ми не лише самі виконуємо обіцянки стосовно корпоративної соціальної відповідальності, а й задаємо цивілізовані норми розвитку ринку контент-послуг.

Що ми зробили для розвитку суспільства України у 2008 році

"Спілкування заради майбутнього 2008"

Мета програми «Спілкування заради майбутнього 2008» — звернути увагу українців на важливість якісного та повноцінного спілкування з дітьми задля досягнення кращого майбутнього. У рамках програми були організовані практичні заходи: розробка дитячими психологами рекомендацій батькам, які допоможуть їм покращити спілкування зі своїми дітьми; «Сімейне свято «Київстар», що охопило всі регіони України й завдяки якому батьки та діти мали реальну нагоду весело й корисно провести час разом; було створено пісню "Тепло слів", яку заспівала відома українська співачка Гайтана. Завдяки різноманітним заходам програма «Спілкування заради майбутнього 2008» охопила понад 20 млн осіб, тобто майже кожного другого українця.

"Соціологічне дослідження проблем спілкування батьків та дітей у сучасній українській родині"

Згідно з результатами дослідження, проведеного на замовлення «Київстар» Київським міжнародним інститутом соціології, більше половини батьків не достатньо знають, які проблеми виникають у їхніх дітей та як діти їх вирішують. А майже кожній четвертій українській дитині не вистачає спілкування з власними батьками. Компанія «Київстар» як експерт у сфері спілкування вважає своїм завданням спонукати дорослих більше спілкуватися зі своїми дітьми. Усвідомлюючи проблему, що існує в українському суспільстві, ми намагаємося виробити можливі шляхи її розв'язання. За результатами цього дослідження професійні психологи розробили конкретні рекомендації для батьків, які мають допомогти їм налагодити краще спілкування з власними дітьми.

"Мистецький скульптурний проект"

Мистецький скульптурний проект «Спілкування заради майбутнього» — це творче переосмислення теми дитячої самотності. Відкриття проекту 7 серпня на Майдані Незалежності ознаменувало старт всеукраїнської програми «Спілкування заради майбутнього 2008». Скульптурна композиція представляє світ дітей і дорослих за допомогою узагальнених фігур: дванадцятьох дітей та двох дорослих — батька й матері. Діти маленькі й покинуті. За кожною з дванадцяти дитячих фігур композиції стоїть реальна дитина, яка відчувається самотньо. Шестеро дітей тримають дзеркала, в яких відбиваються їхні дитячі мрії: бути з мамою і татом, разом почитати книжку, піти на прогулянку. Дитячі мрії яскраві та кольорові, як багата дитяча уява. Кожна дитяча фігура «вміє» розмовляти. Якщо підійти до них на відстань до двох метрів, фігури починають говорити, ніби привертаючи увагу своїх тата і мами. Мистецький скульптурний проект «Спілкування заради майбутнього» — це унікальне поєднання сучасного мистецтва та досягнень технічної думки. Його заклик до всіх — стати ближчими до дітей, допомогти батькам і дітям порозумітися й налагодити якісне спілкування в родині.

«Всеукраїнська соціальна рекламна кампанія»

16 серпня в рамках всеукраїнської програми «Спілкування заради майбутнього 2008» компанія «Київстар» провела масштабну соціальну рекламну кампанію, яка покликана привернути увагу громадськості до проблеми дефіциту спілкування батьків і дітей. Ця кампанія тривала до 15 листопада й охопила телебачення та носії на вулицях міст України. Готуючи даний захід, ми намагались зробити більше, ніж може здійснити звичайна реклама: допомогти людям змінити життя на краще, і передусім життя тих, хто для нас є найдорожчими, – дітей. Дослідження показали, що глядачі дуже високо оцінили цей ролик, назвавши його одним з найбільш привабливих, зрозумілих і потрібних серед всього рекламного простору. 90% опитаних заявили, що після перегляду ролику, задумались про спілкування зі своїми дітьми на новому більш якісному рівні.

"Сімейні свята "Київстар"

«Сімейне свято «Київстар» – це практичний крок на шляху до порозуміння батьків і дітей в українських сім'ях, до налагодження якісного та повноцінного спілкування в родині. Такі свята із серпня по жовтень відбулися у 24 українських головних обласних та регіональних центрах. Концепція побудови "Сімейних свят "Київстар" полягала в тому, що у всіх конкурсах, змаганнях і вікторинах діти могли брати участь разом зі своїми батьками. Таким чином батьки, проводячи час разом з дітьми, отримували практичний досвід якісного та повноцінного спілкування з ними. Загальна територія парку розваг у кожному місті сягала 4 кв. км. Кожне містечко було поділене на зони, в кожній з яких діти та їхні батьки могли знайти розвагу на свій смак. Тут були вікторини на відгадування слів і конкурси на найкращий танок; центр кіберрозваг та поїздки на сегвеях; стрілянина по привидах, веселий боді-арт та ще безліч розваг. За час проведення у «Сімейному святі «Київстар» узяли участь понад 80 тисяч українських сімей.

"Музичний проект "Тепло слів"

Пісню «Тепло слів», яку "Київстар" представив разом із кліпом 26 серпня, спеціально для програми «Спілкування заради майбутнього 2008» написала відома українська співачка Гайтана. В основу твору лягли її власні емоції та спогади про дитинство. Пісня і кліп розповідають про бажання батьків і дітей більше часу проводити разом. Сюжет відеокліпу – це історія, яка могла трапитися в кожній українській родині. Дітям не вистачає спілкування з батьками, а заклопотані батьки не знаходять часу для дитини. Недостатня увага з боку батьків, емоційна обмеженість стосунків із батьками в дитинстві залишають слід у душі на все життя. Спілкування дарує радість, робить щасливими дітей і батьків – усю родину.

Етапи проведення програми «Спілкування заради майбутнього 2008»:

Липень-серпень 2008 – Соціологічне дослідження, результатом якого стало виявлення проблеми нестачі спілкування між батьками та дітьми.

Серпень 2008 – Мистецький скульптурний проект на Майдані Незалежності, що уособлював дитячу самотність і бажання більше спілкуватися з батьками.

Серпень-листопад 2008 – Масштабна іміджева кампанія, покликана привернути увагу громадськості до проблеми дефіциту спілкування батьків і дітей.

Серпень-жовтень 2008 – «Сімейні свята «Київстар», що пройшли у 24 містах по всій Україні.

Серпень 2008 – Презентація музичного проекту «Тепло слів». Відеокліп та пісня «Тепло слів», що виконувала співачка Гайтана, привертають увагу до проблеми недостатнього

спілкування між батьками та дітьми, якій присвячена цьогорічна програма. «Спілкуйтесь більше зі своїми дітьми!»

Президент «Київстар» Ігор Литовченко:

«Діти — наше майбутнє. Важливо не тільки це проголошувати, а й реально працювати над тим, щоб діти в нашій країні зростали щасливими. «Київстар» — національний мобільний оператор і соціально відповідальна компанія. Ми прагнемо допомогти налагодити повноцінне спілкування між найріднішими людьми — батьками та дітьми. Адже в житті немає нічого важливішого й потрібнішого, ніж безпосереднє, особисте та довірливе спілкування з дитиною».

«Всеукраїнський шкільний чемпіонат з футболу «DJUICE-ГО:ОЛ-2008»

Аудиторія молодіжного бренду DJUICE – це в основному діти та підлітки. Ставлячись з турботою про майбутнє покоління українців, ми прагнемо стати для них трендсеттером здорового способу життя. І чемпіонат DJUICE-ГО:ОЛ, що проводиться за підтримки Міністерства освіти і науки України, покликаний виховувати у школярів активну життєву позицію, командний дух, зміцнювати цілеспрямованість і формувати прагнення до успіху.

Взяти участь у чемпіонаті DJUICE-ГО:ОЛ-2008 могла будь-яка команда з учнів 7-х, 8-х та 9-х класів, які подали колективну заявку і здали нормативи у своїй же школі. У 2008 році в проєкті зареєструвалися 2380 команд із 64 українських міст, серед них понад половина – з райцентрів і містечок. Традиційно чемпіонат проходив у 4 тури: кваліфікація, місцевий, регіональний етапи та національний фінал у Києві.

У запеклих спортивних баталіях перемогу здобула команда тернопільської школи № 27. Чемпіонів нагородили поїздкою до Мілану.

Паралельно з чемпіонатом DJUICE-ГО:ОЛ відбувся чемпіонат дівчачих команд підтримки DJUICE-ФАН. 2008 року в ньому перемогли дівчата херсонської школи № 55. Головним призом для них став майстер-клас з відомим українським танцюристом Владом Ямою.

Директор зі стратегічного маркетингу Тарас Пархоменко:

«Переважає більшість DJUICE-івців — це підлітки та молоді люди, які лише вступають у доросле життя. І ми відчуваємо маркетингову відповідальність за цю аудиторію. Мета DJUICE – стати трендсеттером здорового способу життя, роблячи все можливе для того, щоб корисне стало модним та цікавим.

«Київстар» — територія мобільної культури

Унікальна в Україні ініціатива «Київстар» – програма «Мобільна культура» – спрямована на формування в українському суспільстві основних правил етичного спілкування по мобільному телефону. Особливу увагу в реалізації цієї програми «Київстар» приділяє вихованню наймолодшого покоління, допомагаючи тим самим формувати суспільну культуру.

"Мобільна культура в школах для школярів"

У 2007 році "Київстар" разом із Міністерством освіти і науки України підписали меморандум про співробітництво в галузі поширення мобільної культури серед школярів. У рамках цієї співпраці майже 22 тис. шкіл по всій Україні отримали спеціально розроблені методичні рекомендації для вчителів та наочні матеріали для дітей — яскраві плакати з культури користування мобільним телефоном. Тема культури користування мобільним телефоном була включена до Національної програми виховання та розвитку дітей 2008 року МОН України. Також МОН рекомендувало включити до навчальної позашкільної програми річний курс мобільного етикету для учнів 5-7 класів. У рамках реалізації 2-го етапу програми "Мобільна культура в школах" 1 вересня 2008 року в 7 містах України відбулися відкриті уроки з мобільної культури за участі відомих діячів науки, культури та спорту, які власним прикладом показали дітям, наскільки важливо поважати інтереси оточуючих та як дотримуватися норм мобільного етикету.

Телеведуча Сніжана Єгорова:

«Як мати трьох дітей і людина, що працює у сфері культури, я цілком підтримую цю програму компанії «Київстар». Розвиток дитини, її соціалізація, формування як особистості починаються саме в школі. При цьому важливо, щоб розвиток був гармонійним, щоб діти отримували не лише знання в рамках шкільної програми, а й набували досвіду правильного поведіння в суспільстві. Програма «Мобільна культура» сприяє вихованню в дітей норм етичної поведінки, навчає їх поважати права та думку оточуючих».

"Мобільна культура в громадських місцях"

Протягом липня та серпня в 23 містах України пройшла соціальна рекламна кампанія, спрямована на те, щоб привернути увагу громадськості на необхідність дотримання правил користування мобільним телефоном у громадських місцях: театрах, кінотеатрах, транспорті. Мета цієї кампанії — підвищити рівень мобільної культури в суспільстві. Реклама із закликом бути мобільно культурними була розміщена в сітілайтах біля зупинок громадського транспорту, театрів та кінотеатрів. Формування мобільної культури українського суспільства європейського рівня розвитку і є основним завданням, яке ставлять перед собою компанія «Київстар» та Міністерство культури і туризму України.

Начальник департаменту із корпоративних зв'язків Жанна Ревна:

«Від того, що ми робимо сьогодні, залежить те, яким буде наше майбутнє. Ми прагнемо зробити спілкування по мобільному телефону в нашому суспільстві цивілізованим і культурним. Мільйони людей у 23 містах України побачили соціальну рекламу «Громадські місця — територія мобільної культури». Я вдячна Міністерству культури і туризму за підтримку нашої ініціативи та переконана, що спільними зусиллями нам вдасться зробити значний крок у популяризації норм етичного користування мобільним зв'язком серед українців».

"Мобільна культура за кермом"

Статистика свідчить, що 5-10 % ДТП в Україні трапляються через використання мобільного телефону водіями під час руху. Щоб привернути увагу суспільства до небезпеки, що виникає внаслідок спілкування по мобільному телефону під час керування автомобілем, «Київстар» за підтримки ДАІ МВС України розпочав новий етап програми «Мобільна культура за кермом» під гаслом «Або кермо, або розмови!». Протягом 2008 року в 37 містах та на 5 автошляхах України пройшла соціальна рекламна кампанія, яка на наочному прикладі

доносила до громадськості правила культурного й безпечного спілкування по мобільному телефону під час керування автомобілем, а отже — сприяла безпеці дорожнього руху, запобіганню порушень правил та зменшенню кількості ДТП, що виникають унаслідок розмов водіїв по мобільному телефону.

Заступник начальника Департаменту ДАІ Сергій Будник:

«Одночасне керування автотранспортним засобом і користування мобільним телефоном без гарнітури «вільні руки» є причиною чималої кількості аварій. Тому ми радо підтримуємо програму «Київстар», оскільки вона націлена на профілактику дорожньо-транспортних випадків та виховання у водіїв культури спілкування. Наша спільна роз'яснювальна робота дозволить знизити рівень аварійності на українських шляхах, а це надзвичайно важливо як для водіїв, так і для пішоходів».

«Мобільний зв'язок і здоров'я людини»

Завдання цієї програми, яку компанія «Київстар» реалізує з 2005 року, – інформувати громадськість щодо аспектів природи радіохвиль та принципів роботи обладнання мобільного зв'язку. Як будь-яке технологічне явище мобільний зв'язок викликає багато питань: як він працює, чи впливає на довкілля і людину, яка природа електромагнітних хвиль у цілому. Регулярний діалог із засобами масової інформації та незалежними експертами дозволяє надавати громадськості вичерпну інформацію щодо природи мобільного зв'язку; принципів роботи телекомунікаційного устаткування, норм і стандартів базових станцій, прийнятих в Україні та світі.

«Просвітницька робота з інформування про особливості роботи мобільного зв'язку»

З метою дати максимально повну та відкриту інформацію про свій бізнес і його особливості, пов'язані з використанням високочастотного обладнання, «Київстар» у 2008 році організував кілька турів представників ЗМІ на діючі базові станції оператора. Журналісти могли в деталях ознайомитися з принципом дії базової станції мобільного зв'язку, за допомогою вимірювальних приладів переконатися в безпечності рівня випромінювання базових станцій. А також отримати відповіді на будь-які запитання від фахівців «Київстар» та експертів СЕС. Цими заходами наша компанія намагається інформувати населення України про принципи роботи мобільного зв'язку, запобігаючи радіофобії серед населення.

Власкор газети «Донбасс» Євгенія Мартинова:

«Мобільний зв'язок – річ високотехнологічна, й багато кому не зрозумілі принципи його роботи. Природно, що від незнання виникає страх та недовіра до базових станцій, які можуть розміщуватись на дахах будинків або у підвір'ях. Екскурсія на діючу станцію та особиста участь у процесі вимірювання рівня випромінювання допомагає розібратися в темі якнайкраще. Під час прес-туру, організованого «Київстар», я переконалася: рівень електромагнітного випромінювання від станції, що встановлена з дотриманням усіх норм, є мінімальним і часто навіть не досягає визначеного документами рівня. А максимально припустимі норми випромінювання для мобільних телефонів в Україні – одні з найжорсткіших у світі».

ТУРБОТА ПРО ДОВКІЛЛЯ

У 2008 році компанія «Київстар» приєдналася до світового «зеленого руху» та розпочала реалізацію програми зі збереження навколишнього середовища та підвищення енергоефективності. «Київстар» — непромисловий бізнес, однак як одна з найбільших і прогресивних компаній не може залишатися осторонь загрози сьогодення — проблеми зміни клімату та глобального потепління.

Суть екологічної програми «Київстар» — у підвищенні енергоефективності та застосуванні енергозберігаючих технологій на різних ділянках бізнесу компанії. Це стосується електроживлення мережі, будівництва та обслуговування будівель, ІТ, використовуваного транспорту тощо. Дослідивши питання, було з'ясовано, що впровадження прогресивних технологій дозволить компанії знизити щорічний викид CO₂ приблизно на 16 %, а отже сприятиме покращенню ефективності бізнесу та недопущенню зміни клімату на Землі.

«Зелений офіс «Київстар»

Ця програма була розроблена у 2008 році й реалізується з 2009-го. Суть її — у впровадженні системи зниження викидів CO₂ в атмосферу. Так, в офісі буде встановлено обладнання та програмне забезпечення для відеоконференцій. Це сприятиме зменшенню кількості відряджень та заміні їх на відеоспілкування з колегами із різних філіалів. Уже сьогодні внутрішня комунікаційна програма «Зелений офіс» постійно нагадує співробітникам про необхідність вимикати електроприлади й комп'ютери наприкінці робочого дня та про розумне використання паперу й відмову від друку документів, якщо це робити необов'язково.

КОРПОРАТИВНА БЛАГОДІЙНІСТЬ – «Для людей, для країни»

Благодійна ініціатива «Київстар» «Для людей, для країни» реалізується з 2004 року. Вона включає в себе систематичну підтримку малозабезпечених та знедолених українців, допомагає їм відчувати себе повноцінними членами суспільства. В рамках ініціативи «Київстар» постійно допомагає 25 дитячим будинкам, 11 геріатричним центрам, забезпечує інвалідів спеціальним обладнанням. Талановиті ж студенти технічних вищих навчальних закладів України отримують спеціальні стипендії від компанії. У 2008 році в рамках програми, окрім зазначених, були реалізовані такі проекти:

«З турботою про ветеранів»

До Дня Перемоги «Київстар» за традицією привітав усіх ветеранів України та провів акцію «Дзвінок фронтовому другу». В центральних парках 26 міст країни в День Перемоги ветерани могли безкоштовно зателефонувати своїм рідним і друзям в Україні, Росії та Білорусі. Ця акція дала змогу учасникам війни привітати зі святом своїх фронтових друзів, пригадати часи, коли вони пліч-о-пліч здобували перемогу, вшанувати загиблих товаришів. Ветерани отримали безліч теплих привітань і квітів, слухали воєнні пісні та навіть самі брали участь у концертній програмі.

«З турботою про дітей-сиріт»

Випускники 10 інтернатів для дітей, позбавлених батьківської опіки, отримали на свято останнього дзвоника подарунок від «Київстар» — концерт за участі фіналістів телепроекту «Шанс». Перед випускниками виступив Віталій Козловський та інші учасники «Шансу». Крім

концертної програми, артисти влаштували живе спілкування з випускниками, розповідаючи їм історії свого успіху. І колишні школярі переконалися, що зірки естради – це такі ж люди, як і вони самі. Тому кожний, хто наполегливо працює і прагне перемоги, може досягти будь-яких вершин успіху. Мета цього соціального заходу – на прикладі довести дітям, що в кожного з них є свій шанс у житті і ним треба неодмінно скористатися. Також до акції «Київстар» приєдналися такі зірки шоу-бізнесу, як Альона Вінницька, Ольга Сумська та Остап Ступка.

А в грудні відома українська співачка Гайтана разом з компанією «Київстар» презентувала альбом дитячих пісень «Кукабарра». Його першими слухачами стали діти, які були позбавлені батьківського піклування. Близько 500 дітей-сиріт з 11 будинків-інтернатів, якими опікується «Київстар», приїхали до Києва, відвідали пізнавальні екскурсії та потрапили на презентацію дитячого альбому Гайтани. Альбом був створений співачкою спільно з «Київстар» та компанією Lavina Music у рамках співпраці над всеукраїнською соціальною програмою «Спілкування заради майбутнього 2008».

Гайтана, співачка:

«Я просто відчула потребу записати альбом для дітей! У дитинстві я слухала багато дитячих пісень, і це було чудово. Зараз майже ніхто не пише пісень для дітлахів, а старі класичні дитячі пісеньки стали «неблизькими» сучасним дітям».

Директор Володимир-Волинського інтернату для дітей-сиріт Валентин Вирковський:

«Хочу висловити величезну подяку компанії «Київстар» за допомогу, яку вона надає нашій школі-інтернату. Нове обладнання, ремонт приміщень, святкові заходи та просто відчуття, що ти комусь потрібний, – все це дуже важливо для кожної дитини. А освітні та тренінгові програми від волонтерів «Київстар» допомагають нашим випускникам розпочинати самостійне життя без притаманного сиротам страху. Адже вони отримують найголовніше – корисне спілкування, навички та впевненість у власних силах і можливостях.

«З турботою про дітей з інвалідністю»

До Міжнародного дня інвалідів, який відзначається 3 грудня, «Київстар» передав семи українським школам, де навчаються діти з вадами зору, електронні збільшувачі, що дозволяють читати текст дитині, в якій залишилось усього 2 % зору. Також «Київстар» обладнав комп'ютерний клас у київській спеціалізованій школі № 168, в якій разом зі здоровими учнями навчаються діти з інвалідністю. Оснащення нового комп'ютерного класу спеціалізованим обладнанням та програмним забезпеченням допомагає ефективніше працювати над вадами мови.

Голова Наукового товариства інвалідів Інституту соціальної політики Андрій Шевцов:
«Інвалідність – це в жодному випадку не вирок. Діти з інвалідністю, так само як і будь-які інші діти, можуть стати повноцінними членами суспільства. Проте для розвитку й соціалізації таких дітей потрібні спеціальні програми та устаткування, на яке, на жаль, державних коштів часто не вистачає. Тому ми дуже вдячні компанії «Київстар», яка вже не перший рік допомагає дітям найсучаснішим обладнанням і щирою турботою. Зокрема, 2008 року понад 1300 дітей отримали можливість повноцінного розвитку завдяки наданим «Київстар» сучасним комп'ютерам та електронним збільшувачам тексту, телевізійним збільшувальним системам та інтегрованим комп'ютерним класам для дітей з обмеженнями життєдіяльності.

Щомісяця 54 кращих студенти з 9 технічних вищих навчальних закладів по всій Україні отримують іменні стипендії від «Київстар».

В рамках роботи із запобігання торгівлі людьми в Україні було створено безкоштовний короткий номер 527, зателефонувавши за яким можна дізнатися про реалії та загрози, яких мігранти можуть зазнати за межами України.

За результатами перших восьми місяців 2008 року компанія «Київстар» посідає перше місце за обсягом випланих до державного бюджету податків. За цей період київською філією компанії було відраховано податків на суму 1,7 млрд грн..

Закінчення

Зараз Україна, як і весь світ, проходить нелегке випробування. Глобальний економічний спад позначився і на ринку телекомунікацій. Але наші підходи та принципи в галузі корпоративної соціальної відповідальності є незмінними. Ми на власному досвіді довели, що, розвиваючи бізнес шляхом сприяння розвитку суспільства, можна дійсно досягти успіху. І ми знаходимось лише на початку цього шляху. Ми набуваємо досвід і завжди відкриті для діалогу, щоб спільно з іншими компаніями розбудовувати наше суспільство заради кращого майбутнього України.

З думкою про вас, «Київстар»

Зворотний зв'язок:

Додаткову інформацію про напрямок корпоративної соціальної відповідальності «Київстар» Ви можете знайти на корпоративному сайті за адресою: www.kyivstar.ua/responsibility

Детальну інформацію про компанію можна проглянути за адресою: www.kyivstar.ua/about

Адреса для Ваших пропозицій і зауважень в галузі КСО – csr@kyivstar.net