

ВИБУДОВУЮЧИ НОВУ СТРАТЕГІЮ



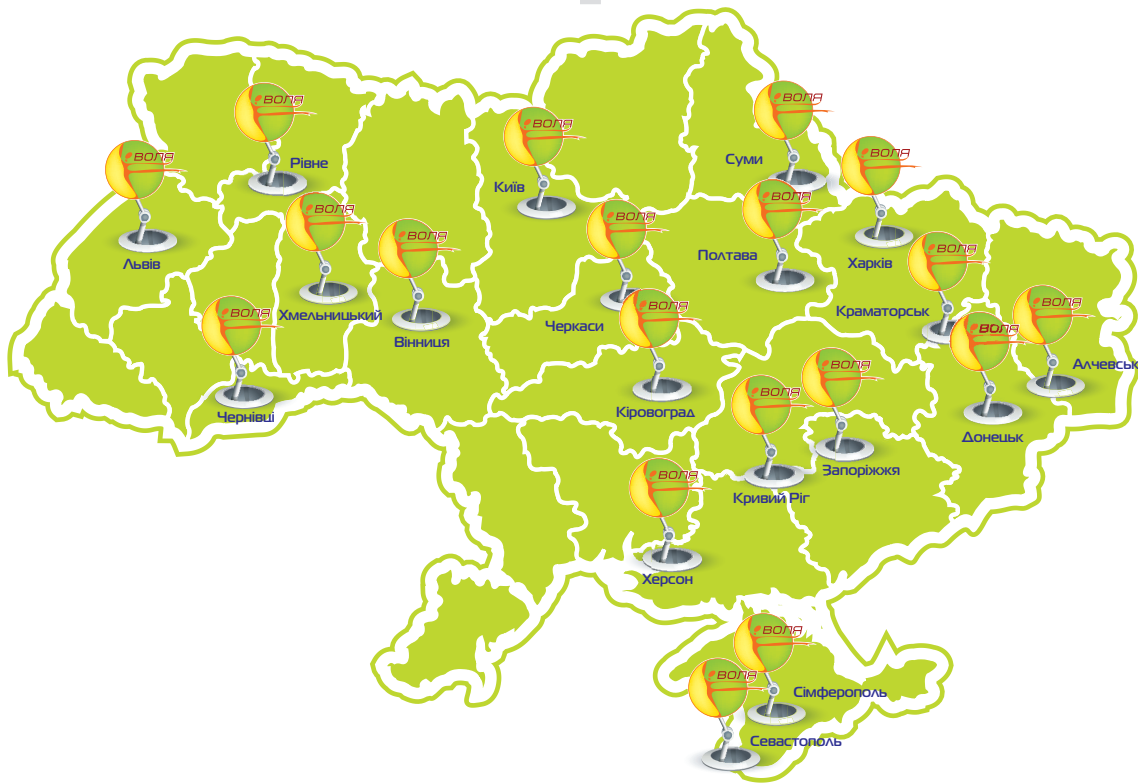
ВОЛЯ — ЛІДЕР

Компанія ВОЛЯ — ЛІДЕР із впровадження сучасних цифрових технологій у Східній Європі

1,5 мільйона абонентів

Компанія ВОЛЯ обслуговує понад 1,5 мільйона абонентів

19 міст в 17 регіонах України



450 тисяч

близько 450 тисяч абонентів послуги доступу до телепрограм із використанням цифрових технологій

360 тисяч

понад 360 тисяч абонентів послуги високошвидкісного доступу до глобальної мережі Інтернет

1200 абонентів дата-центру

Послугами дата-центру компанії користується понад 1200 абонентів

3557

3557 співробітників є членами дружньої команди ВОЛЯ

«ВОЛЯ»: МИ ПЕРШІ!

2002 рік

- » офіційний старт цифрового кабельного телебачення під торговою маркою «Воля Преміум ТВ».
- » запроваджено цифрову технологію надання послуги кабельного телебачення².
- » створено перший call-центр серед кабельних провайдерів¹.

2005 рік

- » запущено спеціальний інтерактивний сервіс — персональний сайт абонента¹.
- » введено новий стандарт DOCSIS 2.0 для надання послуги високошвидкісного доступу до Інтернету².

2006 рік

- » введено в дію нову автоматизовану систему запобігання вторгненням, яка забезпечує захист кожного абонента послуги «Воля Бродбенд» від вірусів, троянських та інших шпигунських програм¹.
- » відкрито найбільший в Україні дата-центр¹.

2007 рік

- » запущено інтерактивне управління послугами через портал абонента <http://portal.volia.com>¹.
- » з'явився додатковий сервіс «відео-на-замовлення» (домашній кінозал, NVoD)¹.

2008 рік

- » ВОЛЯ стала національним провайдером. Підприємства компанії працюють у 19 містах України.
- » компанія зробила в Києві друге включення на швидкості 10 Гбіт/с.¹
- » «Найкращий кабельний провайдер року» (InternetUA AWARDS-2008)
- » дата-центр ВОЛЯ — «Найкращий хостинг-провайдер року» (InternetUA AWARDS-2008).

2009 рік

- » відкриття другого майданчику дата-центру ВОЛЯ, одного з найбільших в Східній Європі.
- » введено в дію унікальну корпоративну серверну з підвищеним рівнем надійності.
- » збільшено до 7,3 Гбіт/с пропускну спроможність закордонних каналів Інтернету, загальна ширина зовнішніх каналів підключення до UA-IX — 20 Гбіт/с¹.
- » введення поняття «профілі споживання» у послугі високошвидкісного доступу до Інтернету¹
- » для абонентів «Воля Бродбенд» запроваджено додатковий сервіс — «Захист від вірусів та спаму Dr.Web».
- » старт впровадження в Києві стандарту DOCSIS 3.0, що через рік-два дасть змогу збільшити швидкість у прямому каналі для кінцевого користувача до 300 Мбіт/с
- » На регіональних підприємствах компанії ВОЛЯ відкрито нові контакт- та колл-центри.
- » у Львові, Полтаві, Севастополі, Сімферополі, Вінниці, Харкові запроваджену цифрову технологію кабельного телебачення. У Києві в 2009 році буде завершено повний перехід на цифровий формат.
- » дата-центр ВОЛЯ запровадив укладання угод про гарантований рівень сервісу (SLA)¹.
- » дата-центр ВОЛЯ ввів в експлуатацію резервний дизель-генератор потужністю 1,1 МВА, який гарантує 24 години безперебійної роботи незалежно від зовнішнього електропостачання.
- » підприємства компанії ВОЛЯ обслуговують понад 1,5 млн. абонентів.
- » Сергій Бойко, президент компанії «ВОЛЯ», посів перше місце серед топ-менеджерів компаній — провайдерів України (рейтинг «ТОП-100: найкращі топ-менеджери України»).

¹ уперше в Україні.

² уперше в Східній Європі та країнах СНД.



Цінності компанії



Мал. 1 Цінності компанії ВОЛЯ

1. Кожного року компанія готує фінансовий звіт, який проходить обов'язковий зовнішній аудит. Ведення бухгалтерської документації здійснюється за міжнародними стандартами бухгалтерського обліку IFRS.

Інвестори мають постійний доступ до звітів. Підрядники та партнери компанії надають повний комплект

Протягом останнього року відділ зв'язків із громадськістю «ВОЛЯ» підготував 351 відповідь на запити ЗМІ, інтерв'ю та статті, випустив 29 прес-релізів; провів три дні відкритих дверей.

документів для подання звіту податкової інспекції.

2. Відділ зв'язків із громадськістю «ВОЛЯ» за час свого існування зміг налагодити прями й відкриті стосунки з мас-медіа. Менеджмент компанії

Згідно з програмою «За чистий Інтернет для дітей» протягом 2009 року на всіх регіональних підприємствах було введено додатковий сервіс «Антивірус Dr.Web» із функцією «батьківський замок», який перекриває доступ для дітей до сайтів із забороненим змістом.

демонструє відкритість через постійні зустрічі з мас-медіа — дні відкритих дверей.

3. Атмосфера в компанії ВОЛЯ базується на особливостях її внутрішньої структури — демократичної, динамічної та прогресивної.

4. Корпоративний Кодекс, «Декларація публічності» та норми корпора-

тивної етики відобразили реальний дух відкритості, притаманний компанії. Принципи, заявлені в цих документах, — фундамент для побудови довірливих стосунків, які виключають жодні прояви корупції. Вони спрямовані проти тих форм, які може набувати корупція: пожертв на політичні та благодійні цілі, подарунків, виявів «гостинності», оплати «представницьких витрат», інших виплат, що не відповідають нормам корпоративної етики.

5. У компанії діє система прямого зв'язку з керівниками, що не передбачає згоди безпосереднього керівництва та попереднього запису у приймальні, — за допомогою внутрішнього корпоративного порталу, де кожний співробітник може безпосередньо спілкуватися з будь-яким представником менеджменту вищої ланки.

з керівниками, що не передбачає згоди безпосереднього керівництва та попереднього запису у приймальні, — за допомогою внутрішнього корпоративного порталу, де кожний співробітник може безпосередньо спілкуватися з будь-яким представником менеджменту вищої ланки.

6. Кодекс етичних норм було поширено на регіональні підприємства: віднині у своїх стосунках із клієнтами і з колегами всі працівники компанії мають дотримуватися певних етичних вимог. На їх важливості також часто наголошують працівники служби розвитку персоналу.

З питаннями етики пов'язана і соціальна програма «За чистий Інтернет для дітей», яку послідовно втілює в життя компанія ВОЛЯ.

У 2009 році вперше було проведено оцінювання персоналу регіональних компаній щодо етичних відносин із клієнтами.

Запроваджуючи передові технології, компанія вимушено постала перед низкою етичних проблем, вирішення яких не передбачено законодавством; водночас випадки порушення певних норм чинять небезпечний вплив на суспільну свідомість та мораль. Тому «ВОЛЯ», відповідно до своїх моральних принципів, опираючись на «Декларацію публічності», змушена вибудовувати нові засади у стосунках з користувачами.

На круглому столі, що проводився у червні 2009 року спільно з Телекомунікаційною палатою та представниками Національної експертної комісії України з питань захисту громадської моралі, було зазначено: європейський рівень надання послуг у компанії ВОЛЯ, чітке дотримання законодавства, етичних норм, а також її відкритість і готовність до співробітництва та діалогу з громадськістю заслуговують великої уваги.

Структура звіту

10 **НОВІ СТРАТЕГІЧНІ ЗАВДАННЯ**

Компанія у 2008 році вийшла на національний рівень, об'єднавши 19 провайдерів у регіонах. Це поставило нові бізнес-завдання, виконання яких особливо важливе в період економічної кризи.

11 **НАША КОМАНДА**

Сьогодні компанія має 3557 співробітників, які цінують роботу в компанії і дружню атмосферу в колективі.

16 **ЗЕЛЕНІ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЇ**

За рік компанія досягла значних успіхів в озелененні свого бізнесу, через впровадження просвітницьких програм, стратегії «Зеленого офісу до 2012 р.» та створення зеленої команди.

21 **СОЦІАЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ**

Компанія визнає свою відповідальність перед суспільством, тому обсяг витрат на благодійні і соціальні проекти склав 1,315 млн. гривень.

24 **ОСОБЛИВА УВАГА**

Компанія приділяє увагу тим людям, яким вона особливо потрібна. Спільно ми тренуємо волю, долаючи всі перешкоди.

26 **ПЛАНИ НА 2010**

Планування допомагає нам системно і ефективніше впроваджувати нашу корпоративну відповідальність.

27 **КЛЮЧОВІ ІНДИКАТОРИ**

Огляд ключових індикаторів відповідно до принципів Глобального Договору ООН.

5



Шановні друзі, колеги та партнери!

Пропонуємо вашій увазі другий соціальний звіт компанії ВОЛЯ із впровадження принципів Глобального договору ООН.

Принципи соціальної відповідальності інтегровані в бізнес-стратегію нашої компанії від початку її діяльності. Тому на власному досвіді можемо засвідчити, що криза, розпал якої прийшовся саме на звітний період, надала достатньо матеріалу для переосмислення стратегії соціальної відповідальності, проте не скасувала її. Мають рацію ті фахівці, які прогнозують, що посткризовий світ буде більш соціально відповідальним. Очевидно, що зміняться підходи до ефективності соціальної відповідальності бізнесу. І тому спосіб подолання кризи з орієнтацією на перспективу може мати не менше значення, ніж сам вихід із неї.

У нас понад 3000 співробітників у 19 містах України, тисячі партнерів та постачальників. Якщо кожний із них усвідомить філософію соціальної відповідальності, це дасть змогу запустити у нашому суспільстві цілий ланцюжок важливих для суспільства змін.

Минулого року до лав ВОЛІ влилися нові підприємства із регіонів. Їх співробітники хотіли знати більше про стратегію компанії, її цілі й соціальні гарантії. Сьогодні кожен член

нашої команди готов рекомендувати її як соціально відповідального працедавця.

Така оцінка підштовхує нас до вирішення нових бізнес-завдань, одним із яких є сьогоднішня економічна ситуація. Ми усвідомлюємо, що наші рішення вплинуть на соціальну політику компанії, як внутрішню, так і зовнішню, у тому числі на формування нового ділового середовища в Україні, основними принципами якого мають стати чесна конкуренція, відкритість, прозора репутація та соціально значущі інвестиції.

З повагою, Сергій Бойко



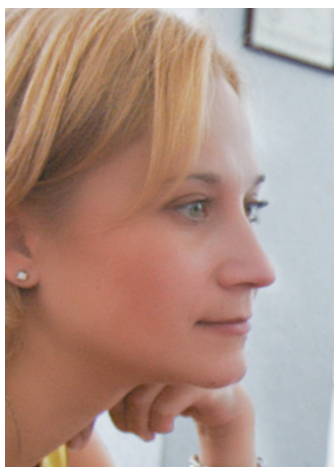
Впровадження єдиних стандартів якості послуг та сервісу у всіх регіонах України

2009 рік знаменує новий етап у розвитку нашої компанії, тому головним завданням звіту став аналіз соціальних інвестицій компанії ВОЛЯ як національного провайдера, що втілює стандарти та найкращі практики Києва в інших регіонах, активно підтримуючи і розвиваючи місцеву ініціативу. Звіт було підготовлено за участі

основних зацікавлених сторін (стейкхолдерів) компанії, а саме інвесторів, співробітників, абонентів, постачальників та бізнес-партнерів, міських державних адміністрацій, благодійних та інших громадських організацій (довгострокові партнери компанії), ЗМІ. Вони допомогли узагальнити розгалужену соціальну діяльність

компанії та виокремити пріоритети на майбутнє задля подальшого ефективного впровадження 10 принципів Глобального договору в нашу щоденну діяльність.

Валерій Сялямов,
директор з розвитку нових проектів



Постійний розвиток, інноваційність, відкритість та етичні засади діяльності

Прагнення до постійного розвитку та зростання, безмежжя людських можливостей та інформації — ось головні складові нашої філософії.

Щоб гарантувати нашим абонентам зручність, простоту та стабільність в отриманні послуг, надійність та якість, що відповідають найвищим міжнародним технічним нормам, ми підвищуємо стандарти обслуговування клієнтів, запроваджуємо нові сервіси, постійно модернізуємо телекомунікаційні мережі, розширюючи їх можливості.

Наші цінності базуються на 10 принципах Глобального договору, наша діяльність, що їм відповідає, і ключові індикатори викладено далі. Подання звітності про прогрес — одне з важливих зобов'язань, які компанія взяла на себе, приєднавшись до Договору.

Нинішній звіт компанії ВОЛЯ — уже другий. Тому головний акцент у ньому зроблено на досягненнях 2008–2009 років, що стали можливими завдяки впровадженню основних засад, на яких компанія працює вже сім років

і які було детально висвітлено у попередньому звіті.

Будемо вдячні за ваші зауваження та рекомендації, надіслані на електронну адресу asigda@volia.com.

Аліна Сігда,
керівник PR-відділу компанії ВОЛЯ

Група компаній «ВОЛЯ»: крок за кроком

Листопад 2008	Розпочато вимірювання рівня задоволення абонентів регіональних підприємств компанії.
	Старт просвітницької програми «Приховані можливості офісу» з роз'яснення принципів «Зеленого офісу».
Грудень 2008	Підтримка програми Центру розвитку КСВ «КСВ в освіті», в рамках якого проведено тренінг для 25 вчителів економічних деканатів 14 університетів України з тематики КСВ.
	Допомога з ремонту палат відділення дитячої онкології Національного інституту раку замість традиційних подарунків.
	Проведення Інтернету у загальноосвітню школу-інтернат №5 для дітей із вадами зору (150 вихованців, Київ), дочірнє підприємство у Запоріжжі підключило до кабельного телебачення навчальний заклад №232 для дітей із вадами опорно-рухової системи.
	Акція «SweetСвіт» серед співробітників з метою зняти напруження, спричинене новинами про економічну кризу.
	Вийшов перший номер корпоративного видання «Воля-Діалог».
Січень 2009	В рамках програми «За безпечний Інтернет для дітей» введено додатковий сервіс «Антивірус Dr.Web» з функцією «Батьківський замок»
Лютий 2009	На заклик партнер БФ «Краб» компанія приєдналася до загальноукраїнської кампанії зі збору коштів на сепаратор клітин крові для відділення дитячої онкології Національного інституту раку.
Березень 2009	Надано допомогу Дитячому опіковому відділенню Київської міської лікарні №2: закуплено й передано хірургічні халати, марлю, рукавички та медикаменти.
Квітень 2009	Підключення до Інтернету дитячо-юнацького клубу соціально-психологічної корекції для дітей з обмеженими можливостями «Прометей» (300 дітей, підлітків та юнаків, які потребують допомоги, Алчевськ).
	Співробітники взяли участь в акції «Зелена толока» з прибирання Труханового острова столиці.
Травень 2009	ВОЛЯ перерахувала 16 тисяч гривень чотирьом навчальним закладам: Житомирській школі-інтернату для дітей-сиріт та дітей, що позбавлені батьківської турботи; Яблунівській школі-інтернату; Старобасанській школі-інтернату (Чернігівська область) та Сквирському дому «Надія» (Київська область).
	На виставці «ІНВАЕКСПО 2009» у рамках проекту «Світ без обмежень» проведено благодійну лотерею, головними призами якої стали безкоштовні підключення до високошвидкісного Інтернету «Воля Бродбанд» для 19 осіб із обмеженими можливостями.
Червень 2009	ВОЛЯ з ініціативи Телекомунікаційної палати України провела круглий стіл для представників Національної експертної комісії України з питань захисту громадської моралі. Була підготовлена презентація про принципи діяльності компанії, особливості надання послуг доступу до телепрограм у цифровому форматі та Інтернету, системи кодування та захисту (наприклад, функція «Батьківський замок»).
	Підтримка акції «Переможці у житті» (зустріч дітей, що виликувалися від раку, та їхніх батьків).
	Харківське дочірнє підприємство розпочало співпрацю з благодійним фондом, виділивши кошти на лікування онкохворих дітей.



Червень 2009	Компанія «ВОЛЯ» стала офіційним спонсором Національної дефлімпійської збірної на XXI Дефлімпійських іграх.
	Херсонське дочірнє підприємство підтримало біосферний заповідник «Асканія Нова», закликавши мешканців міста взяти активну участь у голосуванні за цю окрасу Херсонщини на сайті Всесвітнього конкурсу «7 нових чудес природи».
	Відбулося офіційне відкриття «Всеукраїнського конкурсу бізнес-кейсів із корпоративної соціальної відповідальності» (КСВ) Центром розвитку КСВ за підтримки компанії ВОЛЯ.
	Акція «Місяць опіки разом з телеканалом «NatGeoWild» для абонентів компанії, з метою підвищити популярність Київського зоопарку.
Липень 2009	Двомісячна опіка над тваринами Київського зоопарку в рамках проекту разом із популярним міжнародним каналом про дику природу — «NatGeoWild».
Серпень 2009	Партнерство в програмі літнього профорієнтаційно-оздоровчого табору для дітей-сиріт у межах програми «Дорога до успіху» Благодійного фонду «Единственная».
	Інформаційна підтримка фотоконкурсу «Природа та людина» Всесвітнім фондом дикої природи (WWF).
Вересень 2009	Проведення дискусії у Харкові «Корпоративна соціальна відповідальність: думка лідерів». Презентація стратегії компанії «Зелений офіс до 2012 р.» в рамках Програми Go Green! Глобального Договору ООН. Інформація увійшла до збірки «Зелений офіс».
Жовтень 2009	Проведення вікторини-інформіни для дітей на базі Київської дитячої обласної бібліотеки в рамках інформаційного проекту за чистоту Інтернету.



Поширення компанією єдиних стандартів як гарантія вірності своїм корпоративним цінностям

Внутрішні процеси

Із 2002 року у компанії діяли етичні норми, сформульовані в «Кодексі компанії». Вони були ефективними орієнтирами для колективу, що нараховував до 2008 року майже 2 тисячі осіб. Проте структурні зміни в компанії, приєднання нових регіональних підприємств, результатом якого стало збільшення загальної кількості членів команди ВОЛІ (до 3,5 тисячі осіб) та відчутна географічна віддаленість міст (19 міст України), де розташовані ці підприємства, зумовили необхідність поширення на регіони корпоративних стандартів, у тому числі корпоративної етики — з метою підвищення якості обслуговування споживачів, узагальнення та уніфікації професійних та етичних норм, що використовуються співробітниками компанії.

Зовнішні процеси

Вихід компанії ВОЛЯ у 2008 році на національний рівень дав поштовх до нових внутрішніх процесів — запровадження єдиних стандартів на всіх її підприємствах. Це підвищило вимоги до Київського підприємства і встановило високий рівень вимог до тих підприємств, які приєдналися до нашої компанії. Завдяки цьому вже у найближчому майбутньому можна буде гарантувати, що, наприклад, у районному центрі Донецької або Львівської області наші клієнти отримуватимуть послуги такого самого рівня, як і в столиці.

Для технічного забезпечення процесу впровадження єдиних стандартів компанія проводить інтенсивну модернізацію мереж.

Київ — вводиться в експлуатацію сучасне обладнання нової 10-гігабітної мережі, встановлюються додаткові оптичні вузли, нові станції кабельних модемів (CMTS).

Крим — підприємство закінчило модернізацію всіх своїх мереж до 2010 року. Нове обладнання вже встановлено у чотирьох районах Севастополя (Інкерман, Любимівка, Сахарна головка, Радіогірка), трьох районах Сімферополя (Центральний, Залізничний, Київський), перебудовуються деякі сегменти мережі, проклада-

ються нові оптоволоконні магістралі. Завдяки цій роботі 40 тисяч сімей столиці Кримської автономії мають швидкісний доступ до Інтернету.

Київ — очікується закінчення переходу на цифровий формат телебачення до кінця 2009 року.

Львів — наприкінці 2009 року почнеться реалізація проекту поступового переходу на цифровий формат.

Харків, Полтава, Сімферополь, Севастополь, Вінниця — подальший

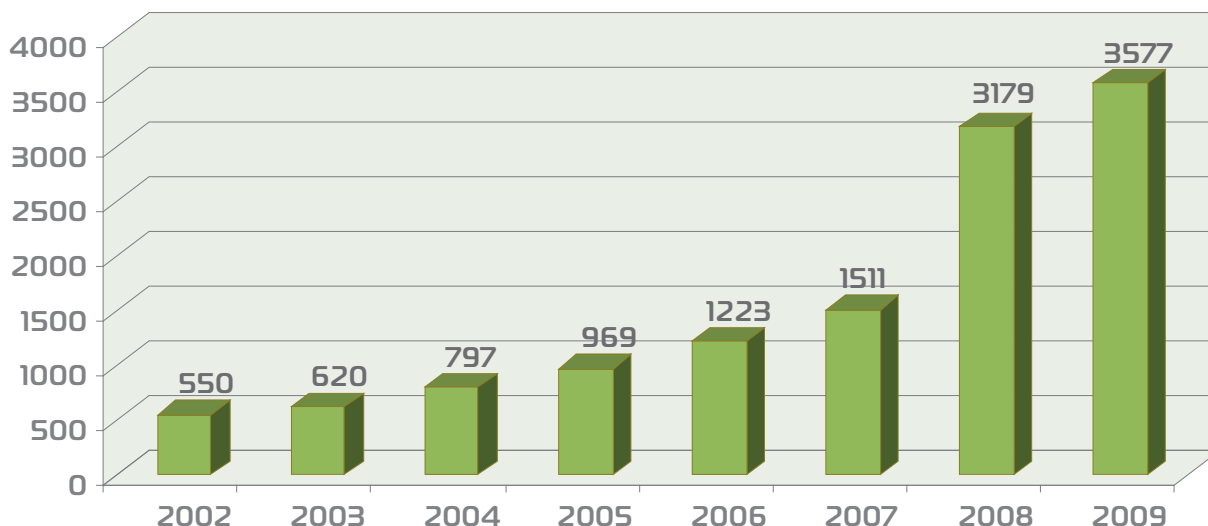
«Наша головна мета на 2009–2010 роки — перейти на єдині стандарти обслуговування та єдині принципи формування послуг у кожному місті, де працює наша компанія. Найближчим часом ми плануємо розширити перелік послуг і підвищити якість обслуговування в інших містах. Зокрема, оптимізувати роботу інформаційних колл-центрів, впровадити привабливі пропозиції у послугі доступу до високошвидкісного Інтернету, а також при користуванні двома послугами».

Андрій Метельський, директор з маркетингу та комунікацій компанії ВОЛЯ.

розвиток цифрових пакетів телевізійних програм, інформування користувачів про переваги новітньої цифрової технології.

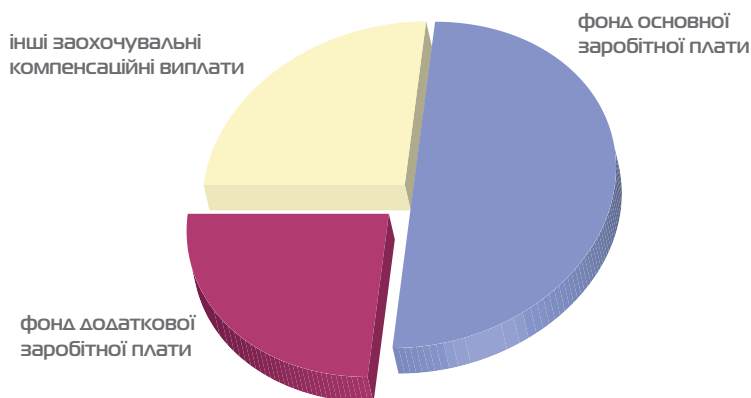
Полтава, Вінниця, Харків — проходить якісне оновлення мереж та будівництво нових сегментів, завдяки чому буде забезпечено високу швидкість та надійність з'єднання для кожного абонента.

Пріоритет — власні співробітники



Діаграма 1: Кількість співробітників компанії ВОЛЯ, 2002—2009 рр.

Компанія ВОЛЯ намагається створити найоптимальніші умови для своїх працівників, їх професійного і кар'єрного зростання. За звітний період у розвиток співробітників компанія інвестувала понад 3,408 млн гривень.



Діаграма 2: Фонд заробітної плати компанії ВОЛЯ

У компанії фонд заробітної плати складається з трьох частин. Основна частина має до 10 надбавок і доплат. Корпоративна премія складається з кількох елементів: по-перше, це щомісячні премії за результатами оцінювання співробітника; по-друге, бонусна система, піврічні й річні премії. За прийнятою практикою компанії «ВОЛЯ», топ-менеджери компанії отримують премії в останню чергу.

Компанія турбується про пенсійне забезпечення своїх працівників та перераховує на їхні індивідуальні рахунки кошти до Першого недержавного пенсійного фонду.

Суттєвий ріст компанії протягом 2008 року, запровадження єдиних стандартів якості на всіх регіональних підприємствах поставили нові цілі для служби розвитку персоналу.

Із січня 2009 року відділ із навчання персоналу перетворився на службу з розвитку персоналу. Основні напрями її роботи:

- оцінка персоналу;
- розвиток персоналу і навчання, формування кадрового резерву;
- нематеріальна мотивація;
- організація та проведення корпоративних заходів.

Служба з розвитку персоналу в системі компанії ВОЛЯ виступає, з одного боку, розробником нових методик навчання (наприклад, запроваджено цикл спеціальних тренінгів для керівників середньої та молодшої ланок), з іншого — накопичувачем передового досвіду та засобом його обміну між регіональними підприємствами.

«Пріоритетом у кадровій політиці під час загострення економічної кризи для компанії стало збереження кількості ключового персоналу — його мотивація, професійний розвиток, обмін досвідом серед регіональних підприємств. Як результат, ці дії зменшують витрати на підбір та навчання нового персоналу.

Ми зосередилися на внутрішніх кандидатах, тобто потенційному менеджерському резерві. Таким чином, оптимізувавши структуру витрат, компанія зберегла свій найцінніший актив — сильну професійну команду». Євгенія Нагиба, директор з розвитку персоналу



Мал. 2. Основні корпоративні стандарти компанії ВОЛЯ

Вихід компанії на національний рівень сприяв налагодженню на регіональних підприємствах відкритих стосунків зі співробітниками, партнерами та місцевими громадами. Ставши повноправними членами великого колективу ВОЛІ, вони автоматично перетворилися у своєму регіоні на носіїв інформації про відповідальний бізнес. Усі права та преференції, які мали співробітники компанії ВОЛЯ, автоматично отримали й працівники нових регіональних підприємств. Співробітники служби з розвитку персоналу розповідали своїм новим колегам про можливості та переваги роботи в компанії.

Документальним підтвердженням того, що стає невід'ємним правом кожного співробітника ВОЛІ, є Стандарти та Положення, які регулюють усі напрями її діяльності.

Із 2007 року компанія двічі на рік проводить опитування по програмі «Індекс задоволеності». Вони є важливим інструментом для співробітників компанії висловити свої думки про клімат у компанії та своє місце в ній. У 2008-му порівняно з 2007 роком задоволеність роботою збільшилася на 15% за такими критеріями, як можливості професійного розвитку, кар'єрного зростання і оплата праці¹. Для представників регіональ-

них підприємств новою задачею стало обов'язкове оцінювання персоналу двічі на рік, з одночасним визначенням ключових завдань на наступне півріччя. Перше оцінювання на початку 2009 року було здебільшого ознайомчим, проте вже в липні — серпні іспити проходили згідно з правилами. Під час першого оцінювання виявилось, що новим співробітникам було важко досягнути його цілі, що спонукало до вдосконалення ознайомчого процесу з оновленими корпоративними Стандартами і процесом оцінювання.

Етика у відносинах

З метою врегулювання трудових відносин і соціально-економічних інтересів працівників та власників раз на три роки компанія підписує з представниками колективу **Колективний договір**. Кожен працівник підписує індивідуальний трудовий договір, що визначає умови праці та заробітну плату, й отримує Довідник співробітника компанії ВОЛЯ (є на внутрішньому сайті), який включає всі стандарти, положення та регламенти компанії.

Інститут наставництва компанії допомагає новим співробітникам швидше прийняти її корпоративні цінності. Для регіональних підприємств, які нещодавно увійшли до компанії ВОЛЯ, наставниками стали співробіт-

ники Київського підприємства. Найкращі працівники регіональних підприємств проходять практику в столиці і вже на місці виступають у ролі наставників.

У 2002 році етичні норми було зібрано в «Кодексі компанії». Із 2008 року стандарт «Корпоративна етика» став єдиним для всіх підприємств компанії ВОЛЯ.

Він сприяє усвідомленню працівниками особистої відповідальності перед клієнтами й колегами, визначає етичні основи поведінки й діяльності, спрямовані на підвищення фінансової стабільності, прибутковості та ефективності компанії. Кодекс корпоративної етики також визначає основи відносин компанії з клієнтами, діловими партнерами, органами державної влади, засобами масової інформації та власними співробітниками.

Компанія докладє зусиль для дотримання всіма співробітниками положень корпоративної етики, як і інших корпоративних стандартів, при здійсненні професійної діяльності, у стосунках із клієнтами та колегами.

Постійне навчання та лідерство

У 2008 році просування кар'єрними сходами отримав кожен дванадцятий співробітник, а плінність основного

¹ У 2008 році у дослідженні взяли участь 54 % співробітників.



Діаграма 3. Рівень задоволеності співробітників компанії за 2008 рік

персоналу становила 2,5%. Серед осіб, які звільняються, переважають студенти, які прийняли рішення продо-

У 2009 році тренінги та кваліфікаційні іспити проведено на всіх регіональних підприємствах ВОЛІ.

звання «Найкращий працівник/менеджер півріччя» вручаються грамота і пам'ятний подарунок. Переможцям у номінаціях на звання «Майстер працівник/менеджер року» вручаються диплом «За майстерність» і

Корпоративна етика компанії ВОЛЯ має на меті підвищення якості обслуговування споживачів послуг, узагальнення та уніфікацію професійних та етичних норм, що використовуються співробітниками компанії.

У компанії сформовано кадровий резерв згідно з Положенням про формування кадрового резерву компанії.

КОРПОРАТИВНА ЕТИКА КОМПАНІЇ ВОЛЯ

Основною цінністю для компанії є задоволеність сервісом споживачів її послуг.

Зовнішні споживачі послуг компанії — абоненти, чий запити мають бути задоволені за допомогою наших послуг, заради цього компанія й працює. Внутрішні споживачі результатів виконання ваших завдань і робіт — це колеги, які працюють з вами для задоволення потреб наших абонентів.

Для того щоб задовольнити зовнішніх споживачів, результати вашої роботи повинні відповідати стійким вимогам внутрішніх споживачів, тобто тих, хто працює в нашій компанії і збільшує цінність послуг, які ми надаємо.

вжувати освіту на денному відділенні, та ті, хто змінює місце проживання.

Компанія ВОЛЯ має свої дистанційні курси, де зареєстрований 871 співробітник. По завершенні курсу кожний із них проходить кваліфіка-

Компанія вважає, що співробітники безпосередньо впливають на те, що відбувається на підприємстві, тому щорічно проводить акцію «Збір ініціатив співробітників».

Раз на рік співробітники беруть участь в опитуванні щодо задоволеності роботою, а ті, хто звільняється, заповнюють анкету для з'ясування мотивів звільнення такого рішення. Таким чином компанія намагається запобігти появі внутрішніх скарг.

цінний подарунок. Дані про нагороди й заохочення заносяться до трудової книжки працівника.

119 осіб знаходяться у менеджерському кадровому резерві ВОЛІ

У повсякденній роботі з клієнтами Компанії співробітник:

- » надає кожному високоякісний сервіс за принципом «максимум зручності для клієнтів», з урахуванням інтересів компанії;
- » приймає справедливі претензії клієнтів, звертаючи увагу інших підрозділів компанії на «вузькі і проблемні місця» і вживає ефективних заходів для усунення причин, що спричиняють незадоволення клієнта;
- » чітко взаємодіє з різними структурними підрозділами компанії;
- » надає клієнтові достовірну і повну інформацію всіма можливими каналами спілкування.

ційне тестування на Порталі корпоративної школи з розвитку персоналу. Сума, яку компанія витратила на навчання з січня по грудень 2008 року, становить 3,4 млн. гривень.

У компанії постійно проводиться визначення найкращих співробітників. Інформація про переможців у номінаціях на звання «Найкращий працівник місяця», «Найкращий менеджер кварталу» і «Найкращий працівник/менеджер півріччя» заносяться на Дошку пошани. Переможцям у номінаціях на

Компанія стимулює лідерство співробітників через пошук ефективних шляхів балансу між сімейним і робочим життям. Співробітники за згодою адміністрації мають право працювати за гнучким графіком роботи.

У межах програми проходить щорічний конкурс «Наша дружна сім'я»:

про події в компанії. До цієї системи ввійшли:

» **корпоративні дошки інформації.**

При цьому було переглянуто концепцію їх використання. Якщо раніше на дошках інформація з'являлася нерегулярно, то з кінця 2008 року вони перетворилися на додаткове джерело новин для співробітників та засіб обміну повідомленнями;

робітникам було запропоновано пройти реєстрацію на новому корпоративному інтранет-сайті — my.volia.com, розробку якого виконав власний IT-підрозділ компанії.

Сайт має зручнішу систему керування, містить довідкову інформацію про компанію, її стандарти, розділ новин, дані про співробітників. Він також надає можливості для інтер-

Газета «Воля-Діалог» суттєво відрізняється від інших корпоративних видань. Воно зосереджено на проблемах тільки компанії, призначено тільки для її працівників та розповідає тільки про співробітників ВОЛІ. Виходить «Воля-Діалог» щомісяця на восьми кольорових сторінках журнального формату. У ньому гармонійно поєднуються журналістські матеріали та інтерв'ю, нариси та короткі новини. «Волю-Діалог» отримує кожний співробітник. Завдяки цьому друкованому органу в компанії міцніше відчуття єдиної родини, підвищується самооцінка та лояльність співробітників;

» **особисті зустрічі президента компанії Сергія Бойка з колективами підрозділів та дочірніми підприємствами.**

Новацією 2009 року у сфері комунікацій стали особисті зустрічі президента компанії Сергія Бойка з колективами підрозділів та дочірніми підприємствами. Вони свідчать про відкритість менеджменту компанії для зворотного зв'язку і передбачають відповіді президента на різноманітні запитання, які накопичилися у певному підрозділі. Зустрічі проходять у неформальній атмосфері і сприяють кращому розумінню співробітниками задач компанії та її планів, а також власних можливостей фахового росту.

» **внутрішній Інтранет.**

Внутрішній корпоративний сайт існував від самого початку, але останній рік відчувалася його невідповідність завданням і темпам розвитку компанії. У серпні 2009 року усім спів-

активного спілкування, фахового навчання, опитувань із актуальних для компанії питань;

» **нове корпоративне видання «Воля-Діалог».**

Перший номер корпоративного видання «Воля-Діалог» вийшов у грудні 2008 року, у розпал світової економічної кризи.



Зелені телекомунікації



Компанія ВОЛЯ розуміє важливість екологічної відповідальності та намагається приділяти достатню увагу екологічному менеджменту

Екоменеджмент

Компанія визнала за пріоритети:

- » використання енергозберігаючих технологій (гнучке керування освітленням, теплоізоляційні матеріали, енергоефективне обладнання);
- » skype-конференції в режимі онлайн;
- » здавання паперових відходів на переробку;
- » ощадливе використання обладнання й паперу (застосування режиму очікування й друкування документів з обох боків аркуша);
- » систему контролю та спостереження за автотранспортом GPRS (введено наприкінці 2008 року в Київському підрозділі з метою більш ефективного використання автотранспорту компанії та зменшення викидів вуглекислого газу в атмосферу).

Компанія намагається реалізувати безпечні рішення та виробляти безпечні продукти шляхом:

- » модернізації інтернет-ресурсів;
- » інтерактивних дистанційних сервісів для абонентів: персональний сайт абонента, самостійне інтерактивне управління послугами на базі IVR

«Раніше в офісних приміщеннях нашого підприємства ми використовували здебільшого електролампочки потужністю 60 Вт. При заміні їх на енергозберігаючі (12Вт) економія електроенергії зростає у п'ять разів, і відповідно зменшиться навантаження на електромережу офісу... Впровадження енерго-зберігаючих технологій — це не піар-кампанія і не новина, а щоденна робота...» — констатує інженер-енергетик Львівського підприємства компанії ВОЛЯ Михайло Кадикало.

(Interactive Voice Response) з використанням телефонного зв'язку;

- » економного використання паперових ресурсів у побуті (на персональному сайті кожен абонент може відмовитися від отримання рахунків у паперовому конверті й віддати перевагу електронній пошті).

ВОЛЯ підтримує національну кампанію Глобального договору ООН із захисту навколишнього середовища Go Green!, метою якої є розвиток екологічної свідомості, збереження природних ресурсів, досягнення чистого, здорового й безпечного довкілля.

У лютому 2009 року під час цієї кампанії було проведено навчальний семінар із впровадження програми «Зелений офіс», у якому взяли участь учені Києво-Могилянської академії.

А у квітні працівники столичного підприємства ВОЛІ під час акції «Зелена толока» взяли участь у прибиранні Труханового острова.

«Зелений офіс». Просвітницька програма «Приховані можливості офісу»

Донедавна екологічна ініціатива в компанії була прерогативою двох підрозділів: технічного й адміністративно-господарського. З часом стало зрозумілим, що програма має бути своєю для кожного співробітника, щоб:

- » кожен усвідомив необхідність змінити свій споживацький підхід до ресурсів планети;
- » «зелені» принципи були актуальними не тільки в офісі, а й на вулиці, вдома у сімейному колі.

Річна просвітницька програма «Приховані можливості офісу» з роз'яснення принципів «Зеленого офісу» (важливість свідомого ставлення до використання паперу, води, електроенергії та інших «офісних» ресурсів) стартувала в жовтні 2008 року і має шість основних етапів.

Кожен етап триває півтора-два місяці й передбачає інформаційну розсилку на певну тему та проведення масової акції («для засвоєння матеріалу»). Наприклад, під час другого етапу «Ворожіння по виворотці» (економне використання паперу) було проведено збір макулатури.

Під час третього етапу, «Грамотно

користуючись своїм персональним комп'ютером, ти поліпшуєш наше навколишнє середовище», було проведено конкурс «Як я проведу «Годину Землі». Всесвітній фонд дикої природи, організатор всесвітньої акції «Час Землі», надав для переможців фірмові футболки й екологічні сумки; до того ж конкурсні роботи працівників ВОЛЯ було розміщено на сайті фонду.

На четвертому етапі «Стеж за градусом», який прийшовся на день народження компанії, 1 червня, відбулася акція «Зелений сніданок»: співробітники вийшли на роботу в одязі з елементами зеленого й почали день зі сніданку із зелених інгредієнтів.

Програма «Зелений офіс» із самого початку мала підтримку співробітників компанії. Вибіркове опитування показало, що 84% з них схвалюють цю ідею й готові брати активну участь у заходах програми. Саме завдяки такій підтримці пізніше сформувалася стратегія компанії «Зелений офіс» і була створена «зелена команда».

Стратегія «Зелений офіс» до 2012 р.»

Стратегія «Зелений офіс» передбачає втілення зелених ініціатив у роботу офісів компанії до 2012 року. Згідно з нею планується запровадити на підприємствах компанії режим ощадливого використання матеріалів і ресурсів і таким чином на 10% скоротити їх витрати. Не менш важливе завдання — відмова від споживацького відношення до природних ресурсів і культивування дружнього ставлення до навколишнього середовища.

Прийнявши програму, компанія таким чином добровільно взяла на себе зобов'язання впроваджувати екологічні практики у свою повсякденну діяльність. Програма «Зелений офіс», зокрема, передбачає:

- » ощадливу витрату ресурсів: води, електроенергії, паперу й т.д.;
- » повторне використання на робочому місці матеріалів відповідно до «правила трьох R» (reduce — змен-



Рис. 3. Етапи просвітницької програми «Приховані можливості офісу»

шуй, reuse — застосовувати повторно й recycle — використовувати матеріали вторинної обробки);

- » відмову від використання токсичних і екологічно небезпечних матеріалів;
- » перехід до застосування енергозберігаючого устаткування;
- » перетворення офісів на приміщення, дружні до навколишнього середовища.

Сьогодні нові співробітники компанії ознайомлюються з правилами «Зеленого офісу» під час прийому на роботу.

Створення «зеленої команди» ВОЛІ

Під час проведення інформаційної програми «Зелений офіс» викристалізувалося ядро, яке складається з працівників, небайдужих до стану навколишнього середовища або тих, хто відповідає за дотримання екологічних вимог відповідно до посадових обов'язків. Ці люди й утворюють «зелену команду» ВОЛІ.

Сьогодні до неї входить 145 співробітників усіх регіональних підприємств компанії. Здебільшого це представники адміністративно-господарського, IT-підрозділів, а також маркетингових комунікацій та по роботі з персоналом.

«Зелена команда» функціонує як громадська ініціатива з відкритим членством. Увійти до неї можна просто — підтримавши «зелені» ініціативи.

Свідома екологічна діяльність У компанії ВОЛЯ переконані, що екологічно свідома діяльність виходить за межі іміджу організації і є частиною безпосередніх обов'язків — як компанії загалом, так і кожного співробітника зокрема. Тому за 2008–2009 роки компанія наступні зробила такі кроки:

» підтримка благодійного фонду Василя Малашенка «Благоустрій та озеленення Києва»: наведено лад у паркових зонах центру міста;

» активна участь у загальних весняних толоках: співробітники Сумського дочірнього підприємства прибрали територію довкола офісу;

» підтримка біосферного заповідника «Асканія Нова» у червні 2009 року: Херсонське дочірнє підприємство закликло мешканців міста взяти активну участь у голосуванні за цю окрасу Херсонщини на сайті Всесвітнього конкурсу «7 нових чудес природи»;

» у серпні 2009 року співпраця із Всесвітнім фондом дикої природи (WWF): інформаційне партнерство при проведенні фотоконкурсу «Природа та людина»;

» у червні 2009 року — акція «Місяць опіки разом із телеканалом «NatGeoWild» для абонентів компанії з метою підвищення популярності Київського зоопарку, який у цьому

році відсвяткував свій столітній ювілей. Завдяки участі в ній п'ять київських сімей отримали іменну опіку над тваринами із зоопарку. Місця, де живуть підопічні тварини (олень, кенгуру, носуха, дикобраз та черепашка), було прикрашено табличками з іменами переможців акції, які разом зі

ЗЕЛЕНА ПАМ'ЯТКА СПІВРОБІТНИКА КОМПАНІЇ ВОЛЯ
Кожен співробітник компанії ВОЛЯ у своїй роботі дотримується політики дружнього ставлення до природи. Це означає, що він:

- » віддає перевагу електронному документообігу;
- » роздруковує матеріали лише за крайньої потреби;
- » бере під чернетки використані з одного боку листи паперу;
- » сортує паперові відходи;
- » ділиться з колегами канцтоварами (степлером, дір-копробивачем, клеєм та ін.);
- » вимикає комп'ютери та іншу офісну техніку, якщо вона не використовується;
- » не витрачає бездумно воду;
- » використовує в офісі жалюзі, щоб зберегти прохолоду влітку і заощадити електроенергію, що витрачається кондиціонером;
- » використовує енергозберігаючі лампи і вимикає світло, коли виходить з приміщення;
- » стежить за станом сантехніки і, якщо потрібно, повідомляє відповідні служби про необхідність її ремонту.

своїми родинними отримали право безкоштовно відвідувати зоопарк протягом двох місяців. Ще десять учасників програми отримали запрошення на чотирьох осіб до столичного звіринцю.

Єдині стандарти: розширення можливостей абонентів

Незважаючи на уповільнення бізнес-активності на вітчизняному ринку, компанія ВОЛЯ у 2008–2009 роках послідовно підвищувала якість обслуговування згідно з програмою впровадження єдиних стандартів на всіх своїх регіональних підприємствах.

Показником рівня задоволеності відвідувачів та тих, хто телефонує до колл-центрів компанії, стали результати опитувань, які проводяться з 2008 року. Для цього використовуються кілька форм – від письмового в контакт-центрах до IVR-анкетування. У Києві опитування проводяться постійно. Їх підсумки свідчать, що 92,4% мешканців столиці задоволені консультаціями, які надають їм оператори колл-центру, а 95,6% — якістю підключення та обслуговування. Завдяки послідовному прагненню до якості абонентський підрозділ із залучення та утримання абонентів Київського підприємства ВОЛІ щомісяця:

- » приймає до 210 тисяч дзвінків, що в середньому становить понад 75% від усіх зареєстрованих телефонних звернень. Для довідки: середній показник для українських колл-центрів — 70% зареєстрованих дзвінків;
- » обробляє до 10 тисяч електронних звернень від абонентів;
- » приймає до 50 тисяч особистих звернень і заявок від відвідувачів контакт-центрів.

Діяльність колл-центру компанії є зразковою, тут опановують нові техно-

логії роботи з клієнтом, які після адаптації впроваджуються на інших регіональних підприємствах. Уже сьогодні, зателефонувавши до колл-центру будь-якого провайдера, що входить до компанії ВОЛЯ, абонент може:

- » оформити заявку на підключення до послуг;
- » перевірити стан особового рахунку;
- » дізнатися про тарифи та умови підключення до послуг;
- » оформити заявку на усунення несправностей чи виконання інших сервісних робіт.

Поступово оновлюється робота за новими стандартами в інших контакт-центрах ВОЛІ, кількість яких постійно збільшується.

Окрім звернень до колл-центру та контакт-центрів, абоненти компанії ВОЛЯ мають широкі можливості для зручного управління послугами та вирішення питань, що з ними пов'язані. Це:

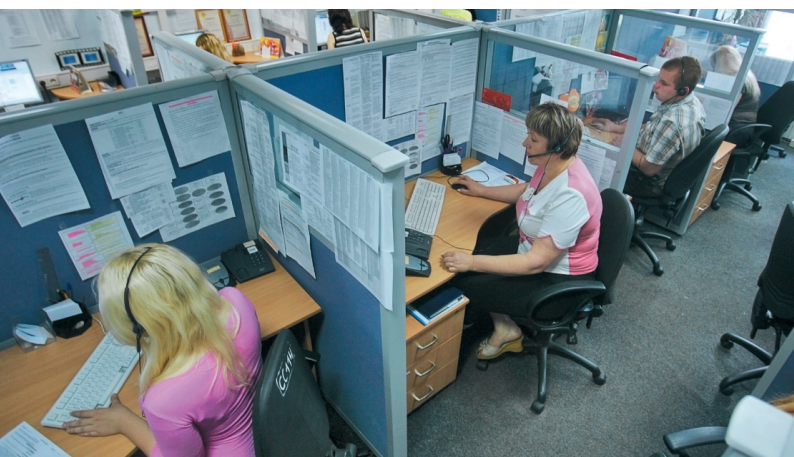
- » персональна сторінка абонента, за допомогою якої можна сплачувати рахунки, замовляти додаткові сервіси, керувати послугою з дому;
- » пошта портал абонента, завдяки якому можна отримати відповідь або технічну підтримку в режимі онлайн.

У компанії цінують лояльність своїх абонентів, постійно покращуючи наповнення послуг і розробляючи спеціальні програми лояльності. Так, з 2009 року у Києві для користувачів

цифрових послуг компанії ВОЛЯ діє програма, що підтримує абонентів, які вчасно сплачують за послуги компанії і не допускають відключень за борг, а також тих, хто користується послугами компанії тривалий час. Сьогодні вона має такі напрями: «Сплати та вигравай!», «Тринадцятий місяць» та бонуси до державних та корпоративних свят. Запровадження єдиних стандартів на всіх регіональних підприємствах ВОЛІ дасть змогу поширити цю програму і на їхніх користувачів.

Абонентам компанії надається послуга кредитування, доступ до якої можливий через персональний сайт абонента. Завдяки їй при досягненні нульового сальдо можна продовжувати користуватися своїм пакетом послуг. Обсяг кредиту при цьому становить 100% щомісячної вартості пакету.

У компанії немає прихованих платежів за послуги, наприклад за зміну пакета, зупинку чи відновлення користування послугою. Крім того, абоненту не потрібно ходити за рахунками на оплату — вони приходять йому звичайною або, за бажанням, електронною поштою. Кожне регіональне підприємство ВОЛІ має угоди з певними банками про оплату абонентами його послуг без комісії. Перелік цих банківських установ є на сайтах ВОЛІ. В окремих регіональних підприємствах оплата за послуги може здійснюватися через платіжні термінали та іншими інтерактивними способами, у тому числі безпосередньо на персональному сайті абонента.



Ту саму мету — доступність керування послугами та максимальну зручність для абонента — мали зміни на сайтах регіональних підприємств компанії ВОЛЯ. Сайт Києва став стандартом, відповідно до якого було трансформовано сайти майже всіх регіональних підприємств. Це значно зменшує час абонентів на отримання інформації про послуги та правила їх надання, знайомство з новинами про діяльність компанії.

Корпоративні сайти активно використовуються для зворотного зв'язку з абонентами. Користувачі можуть поставити запитання і швидко отримати відповідь в онлайн-режимі, взяти



участь у опитуваннях. Так, компанія постійно визначає популярність телеканалів, з якими співпрацює. Завдяки цьому завжди відомо, що в певний момент є пріоритетом для глядача. Опитування також дають змогу виявляти, який із телеканалів, що транслюється в тестовому режимі, цікавий глядачам, а який — ні.

Компанія постійно вдосконалює стандарти якості, що забезпечує добрі стосунки з клієнтами. Згідно з програмою «Назустріч абоненту» в Києві щомісяця розсилається електронний лист, у якому користувачам розповідається про нововведення, інновації, а також про розвиток послуг і додаткових сервісів компанії. Програму поступово беруть на озброєння інші підприємства ВОЛІ.

За чистий та безпечний Інтернет!

Компанія піклується про те, щоб доступ до інформаційних ресурсів Інтернету був максимально безпечним. Дотримуючись цієї політики, у лютому 2009 року ВОЛЯ запропонувала додатковий сервіс «Захист від

вірусів та СПАМу Dr.Web». Завдяки йому абоненти послуги високошвидкісного доступу до Інтернету отримують такі переваги:

- » безкоштовне оновлення вірусних баз Dr.Web без обліку трафіку;
- » безкоштовне оновлення модулів програми Dr.Web без обліку трафіку;
- » безкоштовна функція захисту пошти від СПАМу;
- » безкоштовна опція обмеження доступу дітей до ресурсів змісту для дорослих («батьківський контроль»);
- » безкоштовна технічна підтримка Dr.Web.

Аналіз звернень абонентів до компанії продемонстрував велику зацікавленість можливостями цього додаткового сервісу, особливо з боку батьків. Їх здебільшого цікавила опція «батьківський замок». Взнявши до уваги цей факт, а також дані опитувань, ВОЛЯ у співпраці з професійними дитячими психологами та письменниками створила книжку для юних інтернетників — «Пригоди Волика».

Програма «Назустріч абоненту»

Компанія поважає право кожної людини на отримання найповнішого обсягу інформації про нові технології через усі доступні канали: крім матеріалів (статті, інтерв'ю, експертні оцінки, відповіді на запитання) у місцевих мас-медіа, проводиться індивідуальне інформування кожного абонента — через особисті листи, інформаційні випуски, рекламну продукцію. Налагоджено двосторонній рух інформації: «до» та «від» клієнта відповідно до програми «Назустріч клієнту». Засоби донесення інформації:

- » сайти компанії;
- » щомісячний інформаційний лист «Вільна хвилина»;
- » електронні розсилки абонентам;
- » інформування через ЗМІ;
- » розсилки повідомлень поштою на домашні адреси.

За звітний період було реалізовано два проекти, які забезпечили повніше інформування користувачів про нові технології та обладнання, що пропонує ВОЛЯ:

1. Довідник для нових абонентів «Компанія ВОЛЯ — 100% допомоги».
2. Книга для юних інтернетників «Пригоди Волика».

До системи запобігання неправомірним та незаконним діям також входять можливості для зворотного зв'язку, що існують у компанії, як-то: колл-центри, контакт-центри, впровадження багатofункціональних сайтів на всіх дочірніх підприємствах компанії. Ці дії являються продовженням установки на перехід дочірніх підприємств на нові стандарти якості. Це дозволяє абонентам регіональних дочірніх підприємств ВОЛЯ отри-

ДОВІДНИК «КОМПАНІЯ ВОЛЯ — 100% ДОПОМОГИ»

Довідник допомагає новим абонентам компанії ВОЛЯ побачити переваги цифрової технології при доступі до телеканалів та високошвидкісного Інтернету. Тим самим він сприяє підвищенню рівня технічної грамотності мешканців столиці. Перша частина довідника розповідає про те, як працюють цифрове телебачення та Інтернет від ВОЛІ. У другій дано відповіді на 100 запитань, які користувачі компанії ставлять найчастіше.

Планується, що кожне регіональне підприємство ВОЛІ на базі київського довідника випустить власну його редакцію

мувати під час одного звернення відповіді на усі види запитів (технічні, фінансові та загальні) — як це до останнього часу було тільки на Київському дочірньому підприємстві.



Спеціальні умови для малого та середнього бізнесу

Культуру взаємодопомоги всередині компанії ми намагаємося передати зовні, насамперед це стосується наших партнерів та абонентів.

Те, що компанія сприяє розвитку малого та середнього підприємництва, демонструє той факт, що дата-центр ВОЛІ спеціально для малого бізнесу запропонував новий тариф «ВОЛЯ-VDS» з найменшою в Україні абонентською платою — усього лише 299 грн/міс.

Підписавшись на цей пакет, абоненти отримують у користування віртуальний виділений сервер із необмеженим обсягом трафіку. Це оптимальна пропозиція для невеликих

проектів, що потребують якісного сервісу та цілодобової технічної підтримки.

Окрім того, дата-центр ВОЛЯ оновив лінійку тарифних планів і запропонував своїм абонентам сервери покращеної конфігурації, а також практично вдвічі збільшив обсяг закордонного трафіку у кожному тарифному плані. До того ж у 2009 році він першим на українському ринку запропонував SLA (угоду про гарантований рівень сервісу), яка передбачає матеріальну відповідальність дата-центру перед абонентами.

Спеціалісти дата-центру компанії готові надавати безкоштовні консультації — і роблять це не тільки в режимі корпоративного консультування, а й на відкритих семінарах та тренінгах. Так, для учасників міжнародного

форуму «Інтернет-Україна-2009» експерти нашого дата-центру провели семінар «Актуальні питання розміщення інтернет-проектів», присвячений послугам хостингу серверів.



Соціальні інвестиції

Компанія ВОЛЯ вважає соціальні інвестиції своїм обов'язком перед суспільством, тому активно реалізує політику тісної співпраці з громадськістю. За сім років своєї діяльності вона накопичила великий досвід у реалізації соціальних проектів, найбільш значущі з них стали постійними. За звітний період інвестиції в такі проекти становили близько 1,315 млн. гривень, і це не враховуючи ресурсів на надання послуг компанії на спеціальних умовах окремим категоріям соціально незахищених громадян та благодійним організаціям, кількість яких становить декілька десятків тисяч тільки в Києві.

Проект «Інформатизація шкіл»

Протягом 2008–2009 років надано доступ до Інтернету мережами кабельного телебачення:

- » понад 10 київським освітнім закладам;
- » двом полтавським школам (№34 та №37).

До послуг компанії підключено дві Київські обласні бібліотеки для дітей. Одна з них до свого 100-річчя отримала від компанії також цифрове обладнання для проведення своєї діяльності за допомогою сучасних технічних засобів.

Підтримка соціально незахищених верств населення

Понад 30 тисячам киян послуга доступу до телевізійних програм надається на спеціальних умовах (з 50-відсотковою знижкою) за рахунок власних коштів компанії. Успішний досвід роботи програми в столиці було передано всім регіональним підприємствам ВОЛІ. Вони також співпрацюють із міськими адміністраціями. Наприклад, доступ до Інтернету отримало управління праці та соціального захисту населення Жовтневого району Полтави, що, у свою чергу, значно полегшило налагодження комунікації з тими, кому надає допомогу це управління.

Проте допомогою власне у сфері послуг компанії співпраця з міськими адміністраціями не обмежується.

Полтава — відновлено дитячий майданчик, відремонтовано щитову, замінено каналізаційні труби на прохання мешканців одного з будинків.

Крим — надано фінансову допомогу на відновлювальні роботи у храмі Святого Володимира у Херсонесі.

Херсон — надано інформаційну підтримку місту для святкування Дня Івана Купала.

Співпраця з фондом допомоги онкохворим «Краб»

Компанія ВОЛЯ співпрацює з фондом допомоги онкохворим «Краб» вже два роки. У грудні 2008 року, на відміну від попередніх років, було вирішено відмовитися від подарунків до дня Святого Миколая (діти отримують багато подарунків від різних фондів та організацій до цієї дати) і передати гроші на ремонт палат відділення дитячої онкології Національного інституту раку.

У лютому 2009 року компанія ВОЛЯ на заклик «Краба» приєдналася до загальноукраїнської кампанії зі збору коштів на сепаратор клітин крові для цього відділення, зробивши свій фінансовий та інформаційний внесок.

У червні цього ж року підтримано акцію «Переможи у житті», що заохочує спілкування та взаємопідтримку дітей, які вилікувалися від раку, та їхніх батьків.

Запозичивши столичний досвід, у Харкові також розпочато співпрацю з благодійним фондом допомоги онкохворим людям — у червні 2009 року було передано кошти на лікування онкохворих дітей.

Співпраця з благодійними фондами «Дар» і «Єдинственная»

У березні 2009 року надано допомогу Дитячому опіковому відділенню Київської міської лікарні №2: закуплено хірургічні халати, марлю, рукавички та медикаменти.

До Міжнародного дня захисту дітей компанія ВОЛЯ спільно з благодійним фондом «ДАР» перерахувала 16 тисяч гривень чотирьом навчальним закла-

дам: Житомирській школі-інтернату для дітей-сиріт та дітей, що позбавлені батьківської турботи; Яблунівській школі-інтернату; Старобасанській школі-інтернату (Чернігівська область) та Сквирському будинку «Надія» (Київська область).

У серпні компанія ВОЛЯ разом з благодійним фондом «ДАР» стали партнерами благодійного фонду «Єдинственная» за проектом «Дорога до успіху» — організація літнього профорієнтаційно-оздоровчого табору для дітей-сиріт. У ньому понад 100 випускників шкіл-інтернатів віком від 15 до 18 років знайомилися з різними видами бізнесу і професіями, брали участь у майстер-класах відомих людей та представників провідних компаній, а головне — отримували знання та практичні навички самостійного життя у сучасному суспільстві.

Пригоди Волика

Створення першої в Україні книжки для юних інтернетників «Пригоди Волика» стало відповіддю на численні запити користувачів, які жалілися, що їхні діти не мають системного уявлення про можливості Інтернету.

За сюжетом книги головний герой книги — хлопчик Волик — потрапляє до країни Інтернет. Його супроводжують мудрий кіт Каблеус та дорога, яка вміє розмовляти, — Бродбэнд. Разом із цією компанією подорожують і юні читачі, по дорозі розв'язуючи цікаві ребуси, загадки, кросворди.

Опитування в Інтернеті батьків дітей, які розв'язували загадки разом із Воликом, показало, що випуск книжки був потрібним. Важливість появи такого видання для юного покоління оцінили 60% серед тих, хто взяв участь в анкетуванні на новому корпоративному сайті ВОЛІ.

Для презентації книги було обрано Київську обласну бібліотеку для дітей та юнацтва. Саме вона за сто років свого існування накопичила цінний методичний матеріал для роботи з молодшими школярами, що гарантувало: при донесенні інформації про Інтернет буде враховано всі нюанси

ПРИГОДИ ВОЛИКА



В Україні, на жаль, не у всіх школах є доступ до Інтернету, і переважна більшість вчителів, особливо молодших класів (того віку, коли сучасні діти вперше знайомляться з Інтернетом), не мають навичок користування комп'ютером, не знають елементарних правил поведінки в Інтернеті. Для заповнення цієї прогалини компанія співробітничала з групою розробників та відомим дитячим психологом.

Результат цієї співпраці, книга «Пригоди Волика», насичена цікавими подіями, загадками та ребусами. Її читають із захватом й у чотири, й у десять років. Книга безкоштовно розповсюджується серед абонентів компанії, а також використовується під час інформаційно-виховних годин, які вчителі присвячують Інтернету. З ініціативи компанії Київська обласна бібліотека підготувала серію заходів, під час яких професійний психолог знайомить молодших школярів із правилами поведінки у Всесвітній мережі.

дитячої психіки. Сьогодні бібліотека є методичним центром з розробки позашкільної виховної роботи Київської області, сюди за досвідом звертаються працівники бібліотек інших областей.

Для учнів 3-го класу та їхніх батьків було проведено вікторину-інформіну, під час якої дітям необхідно було відповісти на запитання. Ігрова форма заходу допомогла їхнім учасникам легко засвоїти інформацію. Звісно, що кожний зі школярів отримав книжку «Пригоди Волика» у подарунок. Таким чином компанія ВОЛЯ запропонувала

свій варіант як донесення до наймолодших ідеї «здорового Інтернету».

Серед соціальних проектів компанії ВОЛЯ, спрямованих на розвиток можливостей дітей, постійно діє програма підтримки культурних ініціатив молоді.

» протягом 2009 року було надано підтримку клубу спортивного танцю Національного університету фізичного виховання і спорту України «Супаданс» для підготовки та проведення декількох змагань, а також Чемпіонату України зі спортивного танцю-2009;

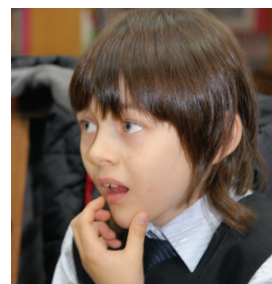
» у Хмельницьку підприємство компа-

нії стало інформаційним спонсором загальноміського чемпіонату з баскетболу «Кубок ТВ-Сервісу»;

» у Кривому Розі підприємство компанії надало призи для міських змагань із вуличного баскетболу «Ricona Streetball CHALLENGE '09»;

» у Херсоні під егідою регіонального підприємства пройшли змагання з комп'ютерної гри;

» у Рівному підприємство компанії стало генеральним спонсором міського спідвейного клубу «Каскад», який популяризує серед молоді такий вид



спорту, як треківі мотоциклетні гонки.

СПІВПРАЦЯ З ЦЕНТРОМ РОЗВИТКУ КСВ

Компанія ВОЛЯ як один із лідерів телекомунікаційної сфери України намагається сприяти поширенню знань про корпоративну соціальну відповідальність і зробити свій внесок у розвиток культури КСВ. Цим пояснюється і співробітництво з Центром розвитку КСВ. У 2008–2009 роках було реалізовано кілька проектів.

«ISO 26000 — в регіони»

Листопад 2008-го — лютий 2009-го. ВОЛЯ виступила партнером проекту «ISO 26000 — в регіони», що передбачав знайомство з новим міжнародним стандартом із соціальної відповідальності ISO 26000 в десяти регіонах України. Було проведено дослідження «Розуміння соціальної відповідальності (СВ) різними стейкхолдерами», його презентації і семінари-практикуми. За результатами проекту 217 представників різних груп стейкхолдерів взяли участь у презентаціях дослідження з розуміння СВ, 163 особи відвідали одноденний семінар-практикум. Було створено 11 нових партнерських коаліцій, вийшло 64 медіа-новини в регіональних газетах, журналах і ЗМІ. Цей проект вивів Україну в лідери серед країн Східної Європи щодо діяльності, проведеної в рамках обговорення проекту міжнародного стандарту ISO 26000, і дав змогу проголосувати за переведення проекту стандарту ISO 26000 на кінцевий етап — фінальний проект стандарту. Очікується, що його буде прийнято в травні 2010 року в Копенгагені, Данія.

«КСВ в освіті»

19–21 лютого 2009 року пройшов перший тренінг для викладачів соціальної роботи й економічних факультетів із 22 вузів у 13 регіонах України «Викла-

дання корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) в університетах: із чого розпочати?». У перший день було проведено круглий стіл «Викладання КСВ в університетах: крок до системності» за участі Міністерства освіти і науки України. У підсумку було прийнято рішення звернутися до МОН з пропозицією партнерства у залученні державних вузів до мережі викладачів з викладання КСВ, створення тимчасового творчого колективу з розробки навчального курсу і посібника з соціальної відповідальності, а також Фонду досліджень КСВ.

Перший Всеукраїнський конкурс бізнес-кейсів із КСВ

Проведено перший Всеукраїнський конкурс бізнес-кейсів із корпоративної соціальної відповідальності¹ (КСВ). Компанія ВОЛЯ була серед компаній, які підтримали цю ініціативу. В рамках Церемонії відкриття Конкурсу відбулася перша дискусія в рамках кампанії «Корпоративна соціальна відповідальність: думка лідерів», в якій взяли участь керівники вітчизняних та міжнародних компаній і бізнес-шкіл, представники посольств, громадських і урядових організацій, експерти та ЗМІ. Мета Першого всеукраїнського конкурсу бізнес-кейсів із КСВ — підтвердити, що втілення концепції КСВ в бізнес-стратегію надає компаніям значні конкурентні переваги. У листопаді 2009 року було підведено підсумки конкурсу. Бізнес-кейси оцінювалися за такими критеріями: організаційне управління; захист довкілля; трудові відносини; розвиток місцевої громади; права людини; захист прав споживачів; комунікації з КСВ. Один із бізнес-кейсів, що брав участь у конкурсі, був присвячений трудовим практикам компанії ВОЛЯ і отримав схвальні відгуки. Найкращі бізнес-практики увійдуть до першого посібника з КСВ за редакцією Центру розвитку КСВ.

Громадська дискусія «Корпоративна соціальна відповідальність: думка лідерів»

Із серпня по вересень 2009 року відбулася широка громадська дискусія «Корпоративна соціальна відповідальність: думка лідерів» за підтримки компанії ВОЛЯ. У межах дискусії пройшли обговорення

у Львові, Харкові, Запоріжжі, Дніпропетровську, Одесі. Понад 140 представників компаній, бізнесових структур, громадських організацій, науковців, органів державної влади обговорювали такі питання:

1. Як вплинула криза на операційні витрати компанії?

Активними учасниками дискусії виступили представники: Львівської міської державної адміністрації, «САН ІнБев Україна»; ВАТ «Концерн Галнафтогаз», Австрійських авіаліній, Комітету підприємців Львівщини, Запорізького державного центру зайнятості, «Інтерпайп», «ПЛАСКЕ», «ВІТМАРК-Україна», Першого кредитного товариства, компанії «ВОЛЯ», «Філіп Морріс Україна», «ФОРТІС», регіональних відділень Європейської бізнес-асоціації.

2. Що для компаній означає поняття «корпоративна соціальна відповідальність»?

3. Які пріоритети з КСВ має компанія в сучасній економічній ситуації?

4. Чи будуть компанії приділяти увагу КСВ у майбутньому?

Головні висновки дискусії:

1. КСВ має відігравати ще вагомішу роль у процесі розвитку організацій.

2. КСВ є комплексним поняттям, де благодійність — лише маленька частка КСВ.

3. Потрібно працювати над соціальною відповідальністю органів державної влади.

4. КСВ має бути збережена саме під час важкої економічної ситуації.

5. Обмін практиками компаній з оцінки економічної ефективності проектів є необхідним.

6. Потрібно заохотити компанії до подання соціальних звітів.

Аліна Сігда, керівник відділу PR компанії «ВОЛЯ»: «Під час дискусії компанії показали різницю між благодійними проектами та таким комплексним поняттям, як корпоративна соціальна відповідальність, що включає організаційне управління, розвиток персоналу, захист інтересів споживачів, соціальні інвестиції. Корпоративна соціальна відповідальність компанії «Воля» є практичним прикладом того, що КСВ — це стратегія ведення бізнесу»



¹ Корпоративна соціальна відповідальність охоплює набагато ширше коло питань і включає благодійні програми компанії як частину стратегії розвитку громади.

Особлива увага

Захищаючи права людини, компанія ВОЛЯ зробила захист прав людей із обмеженими функціональними можливостями одним зі своїх соціальних пріоритетів, що зафіксовано в Корпоративному стандарті «Положення про соціальну політику». Компанія виконує 5% квоту працевлаштування осіб із обмеженими функціональними можливостями та намагається відстоювати їхні права не тільки на роботі, а й у інших сферах діяльності.

ВОЛЯ — офіційний спонсор Національної дефлімпійської збірної

1 червня 2009 року компанія «ВОЛЯ» стала офіційним спонсором Національної дефлімпійської збірної на XXI Дефлімпійських іграх в рамках успішної співпраці з Національним комітетом спорту інвалідів України (НКСІУ).

Дефлімпійські ігри — спортивні змагання людей із вадами слуху. Перші Дефлімпійські ігри пройшли у 1924 році, в Парижі. Учасниками були делегації Бельгії, Чехословаччини, Франції, Великобританії, Нідерландів, Польщі, Угорщини, Італії, Латвії й Румунії.

Ігри проводяться кожні чотири роки. З 1993 року в них бере участь Україна. У 1997 році на 18 Всесвітніх іграх глухих, що проходили у Копенгагені (Данія), українські спортсмени викликали цілий фурор, здобувши 5 золотих, 10 срібних і 5 бронзових медалей та встановивши чотири світових рекорди. На 20-х літніх Дефлімпійських іграх, які пройшли з 5 по 16 січня 2005 року в австралійських містах Мельбурн і Баллараті, українська збірна посіла перше місце в загальнокомандному заліку, завоювавши 52 медалі (21 золоту, 17 срібних і 14 бронзових) і випередивши команди з Росії, США і Китаю.

З 2008 року компанія виступає офіційним спонсором НКСІУ і підтримала Національну паралімпійську збірну з літніх видів спорту на XIII літніх Паралімпійських іграх у Пекіні. Працівники компанії рамках під час акції «ВОЛЯ вболіває за дефлімпійців!» слідували за спортивними досягненнями українців: інформація про них постійно оновлювалася на корпоративних дошках інформації. З цікавістю читали про перемоги наших спортсменів і відвідувачі контакт-центрів ВОЛІ де ця інформація

про ігри була у куточках споживача.

Співпраця з АІК

У 2006 році компанією ВОЛЯ разом із Асоціацією інвалідів-комп'ютерників створила «Центр дистанційного навчання і консультування для інвалідів». Центр допомагає отримати освіту тим, хто має певні обмеження і не може відвідувати навчальні заклади, а також сприяє у подальшому працевлаштуванні. Слухачі Центру самостійно обирають час вивчення матеріалу та складання тестів, залежно від стану здоров'я та фізичних можливостей. Протягом 2009 року у Центрі було розроблено 16 уроків з Microsoft Office Word.

У 2008-му АІК за підтримки компанії ВОЛЯ запустив сайт інформаційного агентства «ІНВАК.ІНФО» (<http://invak.info>), що є найбільш відвідуваним та популярним на території СНД порталом, де висвітлюються актуальні події інвалідного руху, розміщено базу даних нормативних документів та активно діє форум. На сайті кожен місяць з'являється понад 200 цікавих статей. За звітний період їх було більш ніж 1930.

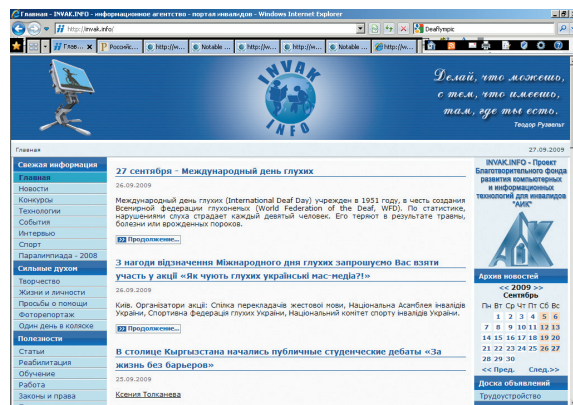
Кількість відвідувачів постійно збільшується, нині за день сюди заходить понад 500 осіб. Загалом сайт відвідали вже понад 66 тисяч осіб.

Створення умов для самореалізації людей з особливими потребами

Окрім підтримки навчальних та інформаційних проектів для людей з особливими потребами, компанія ВОЛЯ бере участь у створенні умов для їх самореалізації.

Київ. У грудні 2008 року у загальноосвітній школі-інтернаті №5 для дітей з вадами зору з'явився Інтернет. Завдяки цьому біля 150 вихо-

ванців цього навчального закладу, які, до речі, у старших класах опановують спеціальність операторів



комп'ютерного набору, отримали можливість користуватися інформацією з бібліотек Всесвітньої мережі.

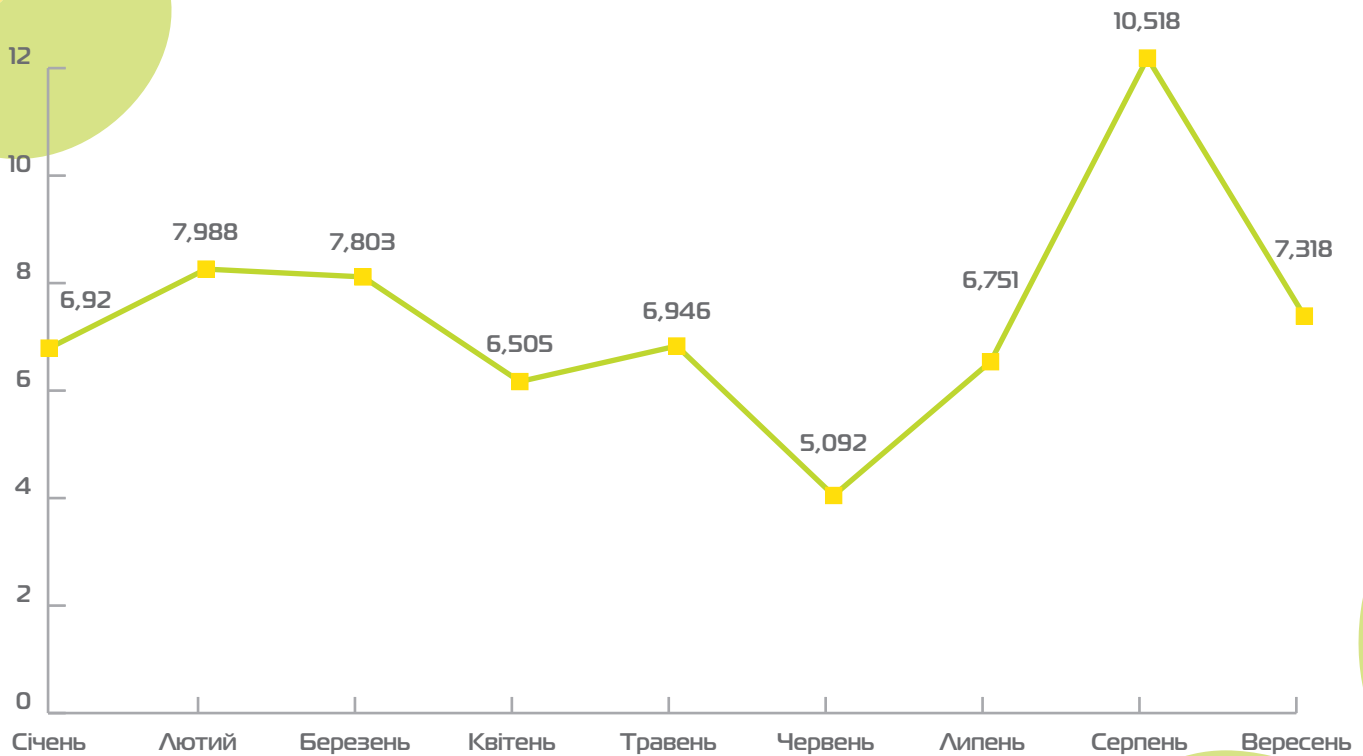
Запоріжжя. У грудні 2008 року дочірнє підприємство підключило до кабельного телебачення навчальний заклад № 232 для дітей з вадами опорно-рухової системи.

Алчевськ. У квітні 2009 року вихід до Інтернету отримав дитячо-юнацький клуб соціально-психологічної корекції для дітей з обмеженими можливостями «Прометей». Сьогодні до нього ходить біля 300 дітей, підлітків та юнаків, що потребують допомоги.

Київ. 20 травня на виставці «ІНВА-ЕКСПО 2009» у рамках проекту «Світ без обмежень» було проведено благодійну лотерею, головними призами якої стали безкоштовні підключення інвалідів до високошвидкісного Інтернету «Воля Бродбэнд». Таких переможців було 19.

Мистецькі акції

Компанія ВОЛЯ постійно спонсорує благодійні концерти для спеціалізованих установ, які дає ансамблем класичної музики під керівництвом заслуженого діяча мистецтв України Володимира Міркотана. Ідея музиканта залучити до мистецтва тих, хто не може відвідувати театри та концертні зали, знайшла підтримку компанії. Вона співзвучна з місією ВОЛІ —



Діаграма 4: Кількість відвідувань сайту «INVAK.INFO» за місяць, тис.

відкривати світ, надаючи доступ до найкращих джерел інформації.

Протягом 2009 року пройшло 25 концертів у таких закладах Києва, як спеціальна загальноосвітня школа-інтернат №7, дитячий будинок «Ясний», загальноосвітня школа №175, школа-інтернат №23, спеціальна загальноосвітня школа-інтернат №2, спеціальна загальноосвітня школа-інтернат №12 для дітей-сиріт, спеціалізовані шпитали для учасників воєнних дій, ветеранів війни. У виступах беруть участь заслужені артисти України, солісти Національної філармонії України, лауреати міжнародних премій та конкурсів, золоті медалісти Національної академії України імені П. Чайковського. Компанія отримала велику кількість листів-подяк. З

ними можна ознайомитися на сайті <http://volia.com/about/social/charity-concerts>

У 2009 році згідно з постановою Верховної Ради України № 825-У1 від 25 грудня 2008 року 110-та річниця від дня народження видатного українського художника Олександра Саєнка занесена до списку пам'ятних дат і ювілеїв, які будуть відзначатись на державному рівні. Під час святкування компанія ВОЛЯ підтримала Мистецьку студію для глухонімих дітей, яку організувала донька великого українського митця Ніна Саєнко.

Компанія також постійно допомагає благодійним організаціям, які підтримують людей із обмеженими можливостями, інтернатам для дітей

із особливостями розвитку, дитячим будинкам, храмам. Завдяки підтримці компанії було випущено диск із записами пісень часів Великої Вітчизняної війни у виконанні відомого українського співака Григорія Гаркуші.



Наші плани на 2010 рік

Компанія «ВОЛЯ» постійно втілює у своїй діяльності принципи Глобального Договору ООН. У 2010 році ми плануємо реалізовувати такі програми:

СОЦІАЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ

- » партнерство з Національним комітетом спорту інвалідів України (НКСІУ);
- » підключення учбових закладів до високошвидкісного Інтернету й цифрового телебачення;
- » продовження ефективної співпраці з ключовими партнерами — благодійними фондами та громадськими організаціями;
- » підтримка розвитку культури соціальної відповідальності в суспільстві.

НАШІ ПАРТНЕРИ Й АБОНЕНТИ

- » надання послуг для соціально незахищених громадян на спеціальних умовах за рахунок прибутку компанії;
- » оптимізація реагування на запити абонентів;
- » проведення опитувань абонентів щодо якості на наповнення послуг;
- » продовження програми з навчання дітей користування Інтернетом та ознайомлення їхніх батьків з правилами безпеки у Світовій мережі.

КОРПОРАТИВНІ СТАНДАРТИ КОМПАНІЇ «ВОЛЯ»

- » підвищення стандартів якості обслуговування на регіональних підприємствах і реалізація програми обміну досвідом між регіональними підприємствами;
- » популяризація корпоративних етичних норм та оцінювання персоналу на їх знання.

ЗАХИСТ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИША

- » включення програми з екологічної грамотності до навчального модуля для співробітників;
- » реалізація другого етапу програми «Зелений офіс»;
- » оптимізація використання природних ресурсів та енергоспоживання на виробництві;
- » підтримка громадських еко-ініціатив.

ТРУДОВІ ПРАКТИКИ

- » оптимізація бізнес-процесів у сфері управління персоналом;
- » проведення Днів відкритих дверей та особистих зустрічей менеджменту з працівниками;
- » залучення до корпоративної Ліги КВК регіональних відділень компанії;
- » впровадження засад корпоративного волонтерства через підтримку соціальних інвестицій компанії.

Дотримання принципів глобального договору компанією «ВОЛЯ»

Підсумкова таблиця

Принцип	Зобов'язання	Система	Де можна знайти про це інформацію, стр.
<p>ПРИНЦИПИ ПРАВ ЛЮДИНИ</p> <p>ПРИНЦИП 1. КОМЕРЦІЙНІ КОМПАНІЇ ПОВИННІ ПОВАЖАТИ ТА ГАРАНТУВАТИ ДОТРИМАННЯ ПРАВ ЛЮДИНИ, ПРОГОЛОШЕНИХ НА МІЖНАРОДНОМУ РІВНІ</p>	ГК «ВОЛЯ» підтримує національні й міжнародні документи ООН та Міжнародної організації праці (Декларація прав людини, Глобальний договір, конвенції МОП), спрямовані на захист прав людини, і керується ними у своїй діяльності (у відносинах зі співробітниками, постачальниками, партнерами та клієнтами)	Корпоративний кодекс компанії «ВОЛЯ». Положення про соціальну політику ТОВ «ВОЛЯ». Розробка «Етичного кодексу компанії ВОЛЯ». Підтримка осіб із обмеженими можливостями	10–15; 18–20; 24–25
<p>ПРИНЦИП 2. КОМЕРЦІЙНІ КОМПАНІЇ ПОВИННІ ГАРАНТУВАТИ, ЩО ЇХНЯ ДІЯЛЬНІСТЬ НЕ ПРИЗВЕДЕ ДО ПОРУШЕНЬ ПРАВ ЛЮДИНИ</p>	Права людини є головним принципом діяльності компанії, який є рушійною силою для її розвитку. Адже завдяки праву на інформацію наша компанія надає рівний та якісний доступ до світових інформаційних джерел. У цьому ми вбачаємо наш внесок до процесу демократизації суспільних процесів в Україні.	У компанії немає обмежень при прийомі на роботу за національними, релігійними і політичними ознаками. Співробітники мають безпечні й комфортні умови праці, це обов'язок компанії згідно з колективним договором. Система опитування абонентів, підтримка малого та середнього бізнесу. Партнерство з адміністраціями усіх міст, де працює ВОЛЯ	21–23; 11–15; 18–20; 24–25
<p>ПРИНЦИПИ ПРАВ ЛЮДИНИ</p> <p>ПРИНЦИП 3. КОМЕРЦІЙНІ КОМПАНІЇ ПОВИННІ ПІДТРИМУВАТИ СВОБОДУ ЗІБРАНЬ І РЕАЛЬНЕ ВИЗНАННЯ ПРАВА НА КОЛЕКТИВНІ УГОДИ.</p> <p>ПРИНЦИП 4. КОМЕРЦІЙНІ КОМПАНІЇ ПОВИННІ СПРИЯТИ ВИКОРИСТАННЮ ПРИМУСОВОЇ АБО ОБОВ'ЯЗКОВОЇ ПРАЦІ.</p> <p>ПРИНЦИП 5. КОМЕРЦІЙНІ КОМПАНІЇ ПОВИННІ СПРИЯТИ ПОВНОМУ ВИКОРИСТАННЮ ДИТЯЧОЇ ПРАЦІ.</p> <p>ПРИНЦИП 6. КОМЕРЦІЙНІ КОМПАНІЇ ПОВИННІ СПРИЯТИ ВИКОРИСТАННЮ ДИСКРИМІНАЦІЇ У СФЕРІ ЗАЙНЯТОСТІ ТА ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ</p>	Компанія підтримує у своїй діяльності положення конвенції Міжнародної організації праці, документи інших організацій, спрямовані на забезпечення свободи зібрань, справедливого і чесного ставлення до співробітників, у тому числі при розгляді конфліктів або порушенні правил поведінки	Колективний договір 2007–2010 роки. Правила внутрішнього трудового розпорядку для робітників та службовців компанії ВОЛЯ. Положення про Політику стимулювання персоналу компанії ВОЛЯ. Положення про систему оплати праці співробітників компанії. Положення про оплату праці структурних підрозділів компанії. Положення про порядок проведення кваліфікаційного оцінювання знань і ефективності праці співробітників. Положення про політику нематеріальної мотивації персоналу компанії. Політика навчання і розвитку персоналу. Положення про формування кадрового резерву компанії. Положення про соціальну політику компанії. Положення про організацію інформаційного забезпечення корпоративного управління та інформаційного обміну компанії. Положення про підбір та адаптацію персоналу	11–15; 17; 21–23

<p>ЕКОЛОГІЧНІ ПРИНЦИПИ</p> <p>ПРИНЦИП 7. КОМЕРЦІЙНІ КОМПА- НІЇ ПОВИННІ ДОКЛАДАТИ ЗУСИЛЬ ДЛЯ ВИРІШЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ.</p> <p>ПРИНЦИП 8. КОМЕРЦІЙНІ КОМПАНІЇ ПОВИННІ ІНІЦІЮВАТИ ПОШИ- РЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПО- ВІДАЛЬНОСТІ.</p> <p>ПРИНЦИП 9. КОМЕРЦІЙНІ КОМПАНІЇ ПОВИННІ СТИМУЛЮВАТИ РОЗВИТОК І ПОШИРЕННЯ ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТИХ ТЕХ- НОЛОГІЙ</p>	<p>Компанія «ВОЛЯ» розуміє важливість екологіч- ної відповідальності і планує більше уваги при- діляти екологічному менеджменту в подаль- шій роботі</p>	<p>Положення про соціальну політику. Колективний Договір, 2007– 2010 роки. Програма скорочення паперових носіїв. Підтримка національної кампанії Гло- бального договору ООН із захисту навколишнього середовища Go Green! Впровадження системи контролю та спостереження за автотранспортом GPRS. Роз'яснювальна Програма «Зеле- ний офіс». Стратегія «Зелений офіс». Включення до стандарту «Корпора- тивна етика» правил поведінки спів- робітників у рамках програми «Зеле- ний офіс». Створення «зеленої команди» ВОЛІ. Партнерство з телеканалом «Nat Geo Wild». Підтримка громадських ініціатив з екології</p>	<p>16–17</p>
<p>АНТИКОРУПЦІЙНИЙ ПРИНЦИП</p> <p>ПРИНЦИП 10. КОМЕРЦІЙНІ КОМПАНІЇ ПОВИННІ ПРОТИДІЯТИ БУДЬ- ЯКИМ ФОРМАМ КОРУПЦІЇ, ВКЛЮЧАЮЧИ ЗДИРНИЦТВО</p>	<p>Протидія корупції як всередині, так і зовні ком- панії є ключовим моментом нашої діяльності</p>	<p>Корпоративний кодекс компанії «ВОЛЯ». Декларація публічності. Щорічні фінансові звіти, зовнішній аудит. Політика відкритих тендерів. Програма вдосконалення зворот- ного зв'язку з абонентами. Співробітництво з громадськими та державними інституціями, що опіку- ються питаннями етики. Програма «За безпечний Інтернет для дітей»: Підтримка проектів щодо підви- щення обізнаності з міжнародним стандартом соціальної відпові- дальності ISO 26000 і принципами, один із яких – впровадження етич- них норм.</p>	<p>10; 18–20; 22–23</p>