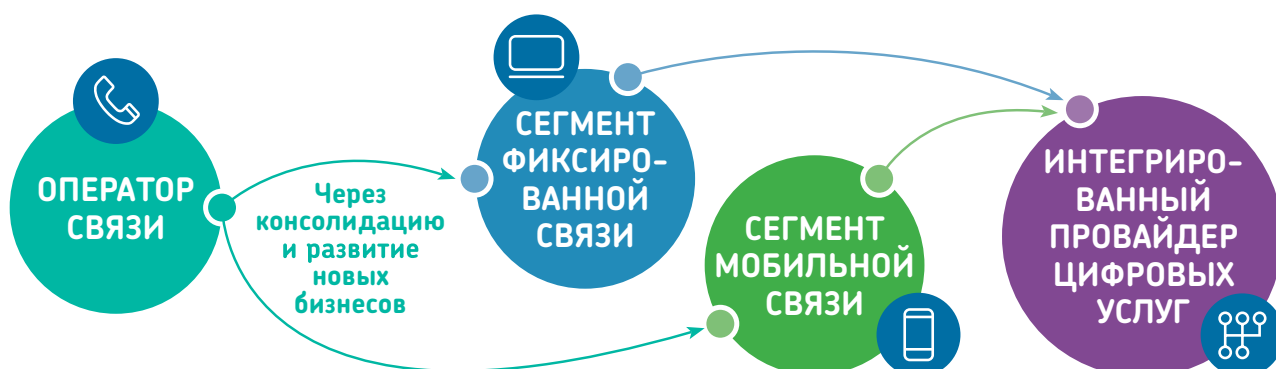


# Стратегия

КЛЮЧЕВЫМ ПОЛОЖЕНИЕМ ДОЛГОСРОЧНОЙ СТРАТЕГИИ<sup>1</sup> ЯВЛЯЕТСЯ ОПРЕДЕЛЕНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ДВУХ ОСНОВНЫХ СЕГМЕНТОВ БИЗНЕСА КОМПАНИИ: ФИКСИРОВАННОГО И МОБИЛЬНОГО.



## СЕГМЕНТ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ

В рамках реализации Стратегии Компания приняла решение развивать мобильный бизнес в формате совместного предприятия «Ростелекома» и «Tele2 Россия» с перспективой формирования ведущего федерального мобильного оператора. Сделка по созданию совместного предприятия с «Tele2 Россия» была одобрена советом директоров «Ростелекома» 12 декабря 2013 года.

По условиям сделки «Ростелеком» внес в СП свой мобильный бизнес, включая «СкайЛинк» и лицензии LTE, а «Tele2 Россия» – все свои мобильные активы. Стратегическим приоритетом СП является стать игроком номер три на российском рынке мобильной связи.

## СЕГМЕНТ ФИКСИРОВАННОЙ СВЯЗИ

Развитие Компании в фиксированном сегменте происходит в рамках выделенных пяти ключевых направлений Стратегии.

### Технологическое преимущество

Направление предполагает строительство современной высокоскоростной сетевой инфраструктуры на базе волоконно-оптических технологий. Одно из главных преимуществ Компании перед конкурентами в этом сегменте – мощная разветвленная телекоммуникационная сеть, охватывающая все регионы Российской Федерации. На фоне тенденции к увеличению объема потребляемого трафика, в первую очередь за счет видео и переходов на высокое качество картинки, наличие современной высокоскоростной сети – залог успеха оператора для дальнейшего развития.

В условиях возрастающей потребности в качественных и современных услугах связи крайне важно сохранить и приумножить то технологическое преимущество, которым

64-25

<sup>1</sup> В «Ростелекоме» действует Стратегия развития на период 2014–2018 годов, утвержденная в декабре 2013 года советом директоров (Протокол № 23 от 16 декабря 2013 года). В течение 2015 года в Стратегию развития на период 2014–2018 годов изменения не вносились.



Компания обладает, обслуживая миллионы российских домохозяйств и сотни тысяч корпоративных и государственных клиентов.

#### **Дифференцированные продукты**

Направление предполагает создание и вывод на рынок новых цифровых услуг.

Компания обладает уникальными на российском рынке возможностями с точки зрения инфраструктуры и компетенций для того, чтобы создать и предложить рынку набор телекоммуникационных услуг с наилучшей ценностью для клиента.

Это выражается в оптимальном соотношении стоимости и наполнения пакетного предложения услугами связи, интернета и цифрового телевидения.

Масштаб деятельности Компании позволяет совместно с правообладателями разрабатывать и предлагать клиентам уникальные и экономически привлекательные продукты.

#### **Клиентский сервис на уровне лучших практик**

Направление предполагает внедрение передовых стандартов работы с абонентами (SLA).

Развитие и улучшение клиентского сервиса является ключевой точкой приложения усилий Компании. Приоритеты в этом направлении: простота и удобство пользования услугами, возможность решения проблем клиента и получение информационной и консультационной поддержки в любое время и через различные каналы обслуживания (офисы, контактные центры, мультимедийные каналы, функционал самообслуживания).

#### **Организационная трансформация**

Действия Компании направлены на упрощение организационной структуры и развитие клиенто-ориентированного подхода.

«Ростелеком» стремится к радикальному улучшению бизнес-процессов, упрощению структуры управления, повышению вовлеченности персонала в решение стоящих перед Компанией задач.

Особое внимание планируется уделять развитию персонала и привлечению новых высококвалифицированных сотрудников. Основная работа с персоналом сосредоточена на построении эффективной внутрикорпоративной культуры с фокусом на внешнего и внутреннего клиента. «Ростелеком» продолжает уделять большое внимание вопросам социальной политики и планирует расширить объем социальных гарантий для своих сотрудников (корпоративные тарифы, жилищная программа).

#### **Повышение операционной эффективности**

Амбициозной задачей на ближайшие годы является сокращение затрат в фиксированном сегменте Компании. Сокращение затрат станет возможным вследствие модернизации и ухода от наложенных сетей, централизации и сокращения уровней управления в Компании, высвобождения и сокращения затрат на эксплуатацию недвижимости. Программа повышения операционной эффективности должна приблизить Компанию к лучшим практикам по показателю *cost gap*<sup>2</sup> до 20–25 % в 2018 году. Акцент делается на оптимизацию технического и административного персонала. Целевая численность к 2020 году должна составить 110–130 тыс. человек. Этого показателя предполагается добиться за счет сокращения уровней управления, SDN/NFV трансформации сетевой инфраструктуры, перевода управленческих процессов в электронный формат, сбалансированной системы аутсорсинга и повышения вовлеченности персонала.

<sup>2</sup> Отклонение уровня расходов от лучших практик.