



Пазар



Служители



Околна среда



Общество



Скъпи приятели,

Радвам се да ви представя втория доклад по корпоративна отговорност на GLOBUL. Както ще видите, изминалата година беше изпълнена с много позитивно развитие.

През 2011 г. GLOBUL отпразнува десетата си годишнина и се превърна в необременена от дългове компания. През този период инвестициите ни достигнаха 1.15 милиарда евро.

Отпразнувахме годишнината си като направихме най-голямото корпоративно дарение от 1989 г. насам – GLOBUL дари 10 линейки на стойност над 800 000 лева. Линейките са вече в София, Пловдив, Благоевград, Смолян, Ямбол и Добрич. Вярвам, че всички мои колеги от GLOBUL споделят подобни на моите чувства, когато чуят техните сирени – страх, че някой е в беда и убеденост, че това дарение е било правилният избор, вместо големи празненства за юбилея ни.

През изминалата година GLOBUL продължи със своите зелени инициативи и постигнахме значително увеличение на процента клиенти, които се отказаха от хартиена фактура. През 2011 г. този процент достигна 34% в сравнение с 24% през 2010 г. Този резултат е най-висок сред компаниите от сектора на услугите в България и един от най-високите в Европа. Това стана възможно благодарение на доверието на клиентите ни в нашите онлайн услуги.

Преди 3 години GLOBUL започна битката срещу автоматичното подновяване на договорите – най-накрая, през 2011 г. законът беше променен и това беше едно положително за клиентите развитие. През август започна и процедурата за промяна на номер на едно гише и GLOBUL приключи годината с положителен баланс.

Въведохме услугата Welcome guarantee за новите си клиенти, така че всеки да може да изпробва нашите услуги за един месец и ако не остане доволен GLOBUL няма да му начисли месечна такса и ще прекрати договора. Увереността на нашите клиенти в услугите е видна от годишния ръст от 8.8% в клиентската ни база, която достигна 4.3 милиона през 2011 г.

Вярваме, че благодарение на постоянните ни усилия, през 2011 г. GLOBUL се превърна в лидер в областта на корпоративната отговорност на пазара за телекомуникационни услуги, а 75% от българското население ни възприема като „зеленият“ оператор.

Надявам се, че за вас ще бъде удоволствие да прочетете този доклад!

Харис Коцибос

Изпълнителен директор на GLOBUL

1. Изказване на Изпълнителния директор	3	5. ПАЗАР	19
2. За доклада	5	5.1. Корпоративно управление	20
3. Нашата компания	6	5.2. Качество на услугите	22
3.1. Организационна структура	6	5.3. Отговорен маркетинг	25
3.2. Продукти и услуги	7	5.4. Етична конкуренция	30
3.3. Телекомуникационна мрежа и административни сгради	9	5.5. Партньорства и събития	30
3.4. Търговска мрежа	9	5.6. Отговорно снабдяване	31
3.5. Развитие на компанията	9	5.7. Сигурност на данните	32
4. Стратегия за корпоративна отговорност	12	5.8. Цели 2011 г. и 2012 г.	32
4.1. Дефиниция	12	6. СЛУЖИТЕЛИ	33
4.2. Управленски подход	13	6.1. Хората в компанията	34
4.3. Членства и признания	14	6.2. Развитие на служителите	35
4.4. Диалог със заинтересованите страни	14	6.3. Ангажираност на служителите	37
4.5. Прозрачност и отчетност	14	6.4. Поддържане на баланс работа-личен живот ...	38
4.6. Обратна връзка за Доклад 2010	16	6.5. Разнообразие и равни възможности	38
		6.6. Управление на безопасността и грижа за здравето	39
		6.7. Социални придобивки	40
		6.8. Вътрешна комуникация	41
		6.9. Цели 2011 г. и 2012 г.	42
		7. ОКОЛНА СРЕДА	43
		7.1. Система за управление на околната среда	45
		7.2. Енергия и опазване на климата	46
		7.3. Ресурси и отпадъци	48
		7.4. Други преки екологични въздействия	50
		7.5. Непреки екологични въздействия	51
		7.6. Подкрепа на екологични проекти и събития ...	52
		7.7. Цели 2011 г. и 2012 г.	54
		8. ОБЩЕСТВО	55
		8.1. Принос към икономическото развитие	57
		8.2. Антикорупция	57
		8.3. Каузи и кампании	57
		8.4. Принос към образованието	59
		8.5. В помощ на благотворителността	60
		8.6. Електромагнитни излъчвания	62
		8.7. Цели 2011 г. и 2012 г.	63
		9. Индикатори и таблици за съответствие	64
		Ключови индикатори за напредък	64
		Таблици за съответствие	65
		Становище на GRI за нивото на отчетност	68



Консултантска помощ

Докладът е изготвен с помощта на нашите консултанти по управление на околната среда и устойчиво развитие – denkstatt.



Дизайнът и предпечатната подготовка са дело на рекламната агенция Ogilvy&Mather.

Печат и хартия

Докладът е отпечатан от Virus Advertising на 100% рециклирана хартия, произведена съгласно изискванията на немския екологичен сертификат Der Blaue Engel.



Хриса Делийска

Ръководител секция
Корпоративна отговорност

GLOBUL

В създаването на Доклад по корпоративна отговорност на GLOBUL вложихме много ентузиазъм, усилия и енергия. Надяваме се, че той ще направи впечатление на всеки, който се запознае с него. Ще се радваме да споделим с нас какво Ви накара да го прочетете, какво беше най-интересно за Вас, какво бихте препоръчали да се включи или подобри следващата година. Вашето мнение е важно за нас! Очакваме вашите коментари на адресите, посочени по-долу.

GLOBUL

Бизнес Парк София, Младост 4,
Сграда 6, София 1766
e-mail: CR@globul.bg



За доклада

С публикуването на втория си доклад по корпоративна отговорност GLOBUL изпълнява поетия през 2011 г. ангажимент периодично да отчита напредъка си в посока устойчиво развитие.

Докладът е изцяло съобразен с основните принципи на Глобалния договор на ООН и изискванията на Глобалната инициатива за отчетност (GRI). За 2011 г. запазваме ниво на отчетност B, като коментираме нови теми в сравнение с 2010 г., разкриваме повече информация и точни данни и поемаме повече конкретни ангажименти – покриваме напълно 55 индикатора на GRI и публикуваме данни по общо 130 числови индикатора.

Докладът се разпространява на български и английски език, като можете, да го намерите на хартиен носител, както и в електронен вариант на корпоративния сайт на GLOBUL www.globul.bg.



Обхват на доклада

Информацията, предоставена в доклада, дава широк поглед върху различни аспекти от дейността на компанията, за да се добие представа за нивото на корпоративна отговорност. Докладът се фокусира върху дейността на GLOBUL за периода 1 януари 2011 г. – 31 декември 2011 г. като в това време не са настъпили значими промени в обхвата и границите, както и в методите за измерване и отчитане на данни. Всичко, описано в Доклада, се отнася до дейности, извършвани от GLOBUL на територията на България, освен ако изрично не е посочено друго. Частично са представени и дейности на GERMANOS, като наш основен търговски партньор, лидер в областта на мобилните технологии и в предлагането на услугите на GLOBUL на българския пазар.

Докладът съдържа количествени данни и информация за 2009, 2010 и 2011 г., като в отделни случаи се реферира и към предходни години. Всички финансови и други данни, които компанията събира или публикува по закон, отговарят на официалните ни отчети. Не се съдържат корекции на твърдения от предходни доклади.

GLOBUL е търговската марка, с която Космо България Мобайл ЕАД предлага мобилни телекомуникационни услуги в България. Компанията е 100% собственост на COSMOTE (www.cosmote.gr), мобилният оператор с най-широко присъствие в Югоизточна Европа. Към края на декември 2011 г. GLOBUL има 4,3 милиона потребители, услугите на компанията са достъпни за 99,98% от населението на България и на 99,25% от територията на страната, а UMTS мрежата на компанията покрива 92,95% от населението на страната. В GLOBUL в момента работят над 1 200 специалисти. Към края на 2011 г. абонатите на COSMOTE Group са 20,5 милиона в страните от Югоизточна Европа. COSMOTE е член на групата OTE, която представлява най-големият доставчик на телекомуникационни услуги в Югоизточна Европа. Deutsche Telekom A.G, притежава 40 % от акционерния капитал на OTE.

3.1.

Организационна структура



Фиг. 1 Организационна структура на GLOBUL за 2011 г.



Ясен Гув

Директор
Корпоративна политика, GLOBUL

През 2011 г. аз говорих многократно за зелените ни инициативи. Имаше и много въпроси за това как измерваме нашите постижения, за програмите за намаляване разходите на електричество и хартия, за рециклирането на мобилни телефони и за електрическата кола. Лидерството на GLOBUL в тази област е неоспоримо и ние се радваме, че други български компании се вдъхновяват от нашия пример. Искам да пожелаем успех на младия и енергичен екип на Националната агенция по приходите в техните усилия да приложат зелените практики в държавната администрация. Ефективността все повече се превръща във важна тема не само за бизнеса, но и за държавната администрация, заради икономическата ситуация в Европа. Получихме много положителни коментари за нашия първи Доклад по корпоративна отговорност – надявам се, че второто му издание ще ви бъде още по-интересно.

3.2.

Продукти и услуги

Ние предоставяме на своите клиенти пълния спектър от телекомуникационни услуги: мобилни, фиксирани и пренос на данни. Инвестираме непрекъснато в иновативни решения, за да отговаряме на постоянно променящите се нужди на пазара. Подхождаме с еднакво внимание и отговорност както към клиентите ни, които използват абонаментни програми (частни и бизнес абонати), така и към потребителите на предплатени услуги. Превръщаме предизвикателствата в наше предимство, за да продължаваме да сме заедно.



Фиг. 2 Структура на телекомуникационна мрежа



3.3.

Телекомуникационна мрежа и административни сгради

В основата на нашите услуги е собствената ни телекомуникационна мрежа (Фигура 2).

Тя може да бъде разделена на две звена – опорна мрежа (състояща се от централи & контролни елементи) и мрежа за достъп, която съдържа около 2000 базови станции (BTS) и оборудването, което осигурява връзката с опорната мрежа. Именно базовите станции са тези, които осигуряват мобилната връзка на нашите клиенти. Освен това, компанията ползва и 3 сгради, където са съсредоточени административни и технически дейности.

3.4.

Търговска мрежа

GLOBUL развива широка мрежа за дистрибуция. Предлагаме своите продукти и услуги в над 430 търговски обекта в цялата страна. Нашата търговска мрежа включва магазини GLOBUL и GERMANOS, както и тези на основните ни търговски представители GlobalNet Solutions и Internity. Компанията разполага с мрежа от 155 представителни магазина.

3.5.

Развитие на компанията

Създадохме GLOBUL през 2001 г., като тогава компанията беше обявена за най-голямата инвестиция на зелено и получи отличието „Инвестиция на годината“. През 2005 г. 100% от акциите на компанията бяха закупени от COSMOTE Group, а през 2006 г. променихме своята корпоративна идентичност, за да отразим промяната в собствеността и да отбележим нов етап в развитието си, а именно като телекомуникационен оператор част от COSMOTE Group. През 2011 г. общите приходи на GLOBUL възлизат на 398,75 милиона евро, а печалбата преди лихви, данъци и амортизации – на 153,88 милиона евро. На десетата година от създаването си компанията достигна пълна възвръщаемост на инвестициите – от 2001 г. досега сме вложили в изграждането ѝ (преди всичко на мрежата) над 1,15 милиарда евро. В GLOBUL работят 1255 млади и висококвалифицирани специалисти. Вярваме, че професионализмът, уважението и поддържането на високо качество на предлаганите решения са ключът към трайното доверие.

РАЗВИТИЕ НА КОМПАНИЯТА



• GLOBUL стартира търговска дейност на българския пазар.

• Компанията е обявена за най-голямата инвестиция на зелено и получава отличието „Инвестиция на годината“.

• В развитието на мрежата и услугите на GLOBUL са вложени над 562 милиона евро.

• 25.5% покритие на населението.

• 65% покритие в над 100 български града.

• 460 000 абонати.

• GLOBUL започва да предлага GPRS услуги.

• 91% покритие на населението.

• 1 милион потребители.

• 211 роуминг партньори в 106 страни.

• COSMOTE поема управлението на GLOBUL.

• 95% покритие на мрежата.

• 85% покритие на територията на страната.

• 1,6 милиона клиенти.

• 260 роуминг партньори в 119 страни.

• До 18% понижение на тарифите за абонати на договор.

• 79% ръст на приходите на годишна база.

• GLOBUL представя специални програми за корпоративния сегмент.

• Намалява тарифите за предплатения b-connect пакет с 25%.

• 99,6% покритие на населението.

• 97% покритие на територията на страната.

• 2 милиона клиенти.

• 289 роуминг партньори в 134 страни.

• GLOBUL получава лиценз за изграждане на мобилна далекосъобщителна система от трето поколение по стандарт UMTS (3G) в България.

• GLOBUL предлага на пазара първото в България интегрирано телекомуникационно решение за фиксирана и мобилна телефония – мобилна виртуална частна мрежа (mVPN).

• COSMOTE придобива 100% от акциите на GLOBUL.

• GLOBUL въвежда роуминг услуги за предплатения сегмент.

• Намалява с до 37% цената на предплатените услуги.

• 99,8% покритие на населението.

• 97,2% покритие на територията на страната.

• Над 3 милиона клиенти.

• 314 роуминг партньори в 143 страни.

• GLOBUL представя новата си корпоративна идентичност – ново лого и слоган, като член на COSMOTE Group.

• GLOBUL е на първо място в класацията топ 50 най-успешни български компании на списание Business Week Bulgaria.

• Представя 3G услугите си.

• GLOBUL намалява тарифите на международните разговори и роуминг услугите в рамките на зона „Балкани“.

2001

2002

2003

2004

2005

2006

РАЗВИТИЕ НА КОРПОРАТИВНАТА ОТГОВОРНОСТ В КОМПАНИЯТА



• GLOBUL започва дългосрочно да подкрепя най-големия интернат за деца с умствена изостаналост – Помощно училище „Н. Й. Вапцаров“ в гр. Елхово. През следващите години компанията инвестира в цялостно реновиране на училището, пансиона и спортната зала, както и в обучение на персонала.



• GLOBUL продължава да подпомага Помощно училище „Н. Й. Вапцаров“, като в проекта активно се включват служителите на компанията, които събират средства и лично посещават децата в дома.



• GLOBUL стартира първата си стажантска програма съвместно с Факултета по комуникационна техника и технологии на Технически университет София и посреща първите си 12 стажанти.

• Започва дългосрочното партньорство между GLOBUL и Технически университет - София. Специалисти от компанията провеждат лекции, част от инициативата „Часът на GLOBUL“, компанията оборудва няколко технически лаборатории в подкрепа на професионалното обучение на студентите от най-голямото висше техническо учебно заведение в България.



• Сформира се звено по Корпоративна отговорност като част от маркетинговия отдел.

• Стартира дългосрочната програма „Да чуем детските мечти“, която е насочена към деинституционализацията и социализацията на деца, лишени от родителска грижа.

• GLOBUL открива стипендиантската програма и посреща първите си 10 стипендианти от Технически университет София.

• GLOBUL обявява дългосрочната програма „Покрив за българската култура“, насочена към съхраняване на българското културно и историческо наследство и подпомагане на съвременното българско изкуство. Сред проектите от програмата се отличават проектът за „Биозащита на Мадарския конник“, дарителството брайлови книги на Националното читалище на слепите „Луи Брайл“ и дългосрочната подкрепа на ансамбъла на Нешка Робева

• Стартира Националната ученическа спортна олимпиада GLOBUL START, дългосрочна инициатива, която цели укрепване на здравето на българските ученици чрез допълнително развитие на общата им физическа подготовка.

• GLOBUL получава награда за „Най-голям корпоративен дарител“ за 2006 година и става съучредител на създадения към Български дарителски форум „Клуб на корпоративните дарители“.



- 99,8% покритие на населението.
- 97,2% покритие на територията на страната.
- 43,7% покритие на населението (3G мрежа).
- 3,7 милиона клиенти.
- 330 роуминг партньори в 150 страни.
- В края на 2007 компанията предоставя фиксирана телефония на своите корпоративни клиенти с услугата GLOBUL Office Zone.
- GLOBUL е първият мобилен оператор, който предлага изпращане на MMS в чужбина.

- 99,96% покритие на населението.
- 98,92% покритие на територията на страната.
- 75,7% покритие на населението (3G мрежа)
- 4,1 милиона потребители.
- 355 роуминг партньори в 159 страни.
- Представена е предплатената услуга с марка „Frog“.
- GLOBUL предлага пренос на мобилен номер.
- Г-н Харис Коцибос става Главен изпълнителен директор на GLOBUL.

- 99,96% покритие на населението.
- 98,92% покритие на територията на страната.
- Над 80% покритие на населението (3G мрежа).
- 3,9 милиона потребители.
- GLOBUL влиза на пазара на ширококолов интернет.
- Първи предлага iPhone 3G на пазара.
- Пуска на пазара първите фиксирани услуги на най-ниски цени.
- GLOBUL въвежда корпоративното позициониране, заимствано от COSMOTE Group под слогана „Нашият свят си ти“.

- 99,98% покритие на населението.
- 99,23% покритие на територията на страната.
- 88,96% покритие на населението (3G мрежа)
- Близко 4 милиона потребители.
- Над 400 роуминг партньори в над 180 страни.
- Над 140 000 клиенти на фиксирани услуги на GLOBUL.
- Представена е пилотната услуга Мобилен Портфейл – достъп до банкови услуги, плащане на сметки и покупка на стоки и услуги през мобилен телефон.
- GLOBUL разширява 3G мрежата си с допълнителен честотен спектър.
- GLOBUL ексклузивно предлага iPhone 4 за България.

- 4,3 милиона потребители.
- 99,98% покритие на населението.
- 99,25% покритие на територията на страната.
- 92,95% покритие на населението (UMTS) мрежа.
- Увеличение на броя на клиентите на абонаментни програми с 13,3%.
- Над 210 000 абонати на фиксирани услуги на GLOBUL.
- GLOBUL пръв предлага гаранция за качество на услугите си с предложението WELCOME GUARANTEE.

2007

2008

2009

2010

2011

- Стартира компанията „Шофрай безопасно! Говори с hands-free“, която има за цел да насърчава отговорното поведение на пътя.
- GLOBUL получава награда за „Най-голям корпоративен дарител“ за втора поредна година.



- Стартира стратегията за екологична устойчивост GLOBUL Green, която включва дългосрочен план от мерки и инициативи, насочени към намаляване въздействието от дейността на компанията върху околната среда и опазване на природата.
- Стартира проектът „Развитие на ключови компетенции в служителите на GLOBUL – инвестиция в бъдещето“, съфинансиран от ЕС.



- GLOBUL започва дългосрочното си партньорство с международната природозащитна организация WWF с инициативата „Национален ден на природните паркове“, насочен към опазване на дивата природа на България.
- GLOBUL стартира национална комуникационна кампания за безопасен Интернет, която цели повишаване информираността за правилно използване на съвременни информационни технологии и Интернет от децата и тийнейджърите.



- Обособява се секция Корпоративна отговорност към отдел Корпоративна политика
- Внедрена е система за управление на околната среда, която позволява количествено измерване на всички екологични показатели, поставяне на цели за намаляване на негативното влияние върху околната среда и разработване на програми за постигането им.
- GLOBUL продължава да развива своите дългосрочни проекти в партньорство с WWF и Технически университет - София, както и дългосрочната стратегия GLOBUL Green, ежегодната кампания „Шофрай безопасно! Говори с hands-free!“, кампанията за безопасен интернет, своите стажантски и стипендиантски програми.



- GLOBUL получава награда за Зелен Инвеститор на 2010 г. от Българския форум на бизнес лидерите.
- GLOBUL става един от първите собственици на 100% електрически автомобил в България – Peugeot iOn.
- По повод десетата си годишнина, GLOBUL дарява десет линейки на Центровете за спешна медицинска помощ в страната.
- GLOBUL публикува първия български Доклад по корпоративна отговорност, изготвен съгласно стандартите на Глобалната инициатива за отчетност (GRI).



Корпоративната отговорност е в основата на нашата философия да развиваме бизнеса си по устойчив и прозрачен начин и да подходим с отговорност към нашите служители и клиенти, към околната среда и обществото. Още със създаването си през 2001 г. GLOBUL развива дългосрочни социални проекти. В края на 2008 г. поставихме акцент върху зелените си практики и превърнахме минимизирането на екологичното въздействие на компанията в една от основните си цели.

4.1. Дефиниция

Дефиниция за корпоративна отговорност на COSMOTE Group, възприета от GLOBUL: Корпоративната отговорност е поетият от GLOBUL ангажимент да допринасяме за глобалното устойчиво развитие, като се стремим в процеса на вземане на решения да се съобразяваме с икономическите, екологичните и социалните аспекти. За нас това означава да поемем отговорност за въздействията от дейността си, като работим и активно комуникираме с всички външни и вътрешни заинтересовани страни и в същото време подобряваме конкурентоспособността на нашата компания.

.....
GLOBUL е лидер в корпоративната отговорност на българския телекомуникационен пазар.
.....

В резултат на регулярните анализи на пазара и дейностите на компанията, които имат влияние върху обществото и околната среда, ние сме определили четири приоритетни области, към които подходим с изключителна отговорност. Съдържанието на настоящия доклад е структурирано, следвайки тези четири области, както и вземайки предвид важните за нас и заинтересованите ни страни планове, цели, очаквания и интереси (Фигура 4).

КОРПОРАТИВНА
ОТГОВОРНОСТ



Фиг. 4 Основни области на корпоративна отговорност в GLOBUL, заимствани от COSMOTE Group



Пазарът

Осъзнаваме, че етичното отношение към клиентите и бизнес партньорите ни е в основата на дългосрочния ни успех като компания. Ние предлагаме на българския пазар широк спектър от услуги и продукти, които задоволяват нуждите на клиентите ни от телекомуникационни услуги, като едновременно с това се стремим да създаваме прозрачни и взаимно полезни бизнес отношения с нашите доставчици и дистрибутори.



Служителите

Служителите на GLOBUL са най-ценният ресурс, с който разполага компанията. За да мотивираме нашите високо квалифицирани експерти, ние им осигуряваме здравословна работна среда, предлагаме им множество възможности за професионално развитие, предоставяме им редица социални придобивки.



Околната среда

За нас в GLOBUL да бъдем зелени е отговорното поведение на компанията и служителите ѝ към околната среда. Основната ни цел чрез дългосрочната стратегия за екологична устойчивост GLOBUL Green е да намалим собствените си отпечатък върху околната среда и да полагаме непрестанни усилия за опазването ѝ.



Обществото

GLOBUL използва познанието си, инвестира време и ресурси в икономическото, културното и духовно развитие на страната ни. Чрез каузите, които подкрепяме, ние допринасяме за повишаване качеството на живот и благосъстоянието на всеки един от нас.

4.2.

Управленски подход

Корпоративната отговорност не е новост за GLOBUL, защото компанията развива дългосрочни социални проекти от създаването си. Формалната структура, която централизира управлението на всички свързани дейности бе създадена в началото на 2010 г. като секция Корпоративна отговорност в дивизия Корпоративна политика. Това допринесе значително за интегрирането на корпо-

ративната отговорност във всеки аспект от дейността на GLOBUL и я превърна в един от факторите за вземането на стратегически решения при управлението на компанията.

.....

GLOBUL притежава специализирано звено, което развива корпоративната отговорност в компанията.

.....

Секция Корпоративна отговорност създава стратегията по корпоративна отговорност и годишен план за действие, управлява и координира различни вътрешни и външни социални и екологични проекти, следи за изпълнението на всички мерки, залегнали в годишния план, и докладва на Директор Корпоративна политика в GLOBUL, както и на съответното звено Корпоративна отговорност в COSMOTE Group. Работата на секцията изисква ежедневна координация с различни звена в компанията и е подпомогната от няколко екипа, в които членуват служители от множество отдели.

Комитетът и Екипът по околна среда са сформирани в рамките на въвеждането на Системата за управление на околната среда и отговарят за изпълнението на Политиката по околна среда.

Комитетът и Екипът по здраве и безопасност са сформирани в рамките на въвеждането на Системата за управление на здравето и безопасността и отговарят за изпълнението на Политиката по здраве и безопасност.

За да сме сигурни, че принципите на корпоративната отговорност се разбират и прилагат от всички служители на GLOBUL, приехме и постоянно комуникираме Етичния кодекс на COSMOTE Group. Този документ установява морално-етични норми, принципи и стандарти за поведение на работещите в групата, като основа за благополучие на фирмата и на всеки работещ в нея. Всички служители, независимо от позицията им, включително и временно наетият персонал, доброволно се задължават да съблюдават и изпълняват кодекса.

От 2008 г. GLOBUL има сертификат ISO 27 001:2005, който осигурява качеството на процеса по изготвяне на телефонните сметки на абонатите и е издаден от международната компания TÜV Technische Überwachung Hessen GmbH.

През 2011 г. получихме сертификат от международната компания Moody International Certification GmbH за системата ни за управление на качеството при продажба, внедряване и предоставяне на телекомуникационни услуги (ISO 9001:2008).

Също така продължихме работата по въвеждане на Системи за управление на околната среда (ISO 14001) и здраве и безопасност (OHSAS 18001). Планираме през 2012 г. да получим сертификация от независима акредитирана институция. Процесът по въвеждане на системите ни помогна да съберем количествени данни, да анализираме и непрестанно да подобряваме екологичното въздействие на GLOBUL и напредъка ни в областта на здравето и безопасността.

4.3.

Членства и признания

GLOBUL членува в множество организации, с чиято помощ се опитваме да адресираме предизвикателствата, свързани с нашия бизнес и да популяризираме ценностите на корпоративната отговорност в България:

- Конфедерация на работодателите и индустриалците в България (КРИБ)
- Българска търговско-промишлена палата (БТПП)
- Български форум на бизнес лидерите (БФБЛ)
- Асоциация „Телекомуникации“ (АСТЕЛ)
- Българска асоциация за управление на човешките ресурси (БАУЧР)
- Български дарителски форум (БДФ)
- Българска асоциация на рекламодателите (БАР)
- Гръцки бизнес съвет в България
- Обществен съвет към Център за безопасен интернет
- Световната асоциация за мобилни комуникации (GSMA)
- Глобалния договор на ООН

През 2011 г. усилията ни бяха удостоени с признание от важни заинтересовани страни. През февруари получихме първо място за Инвеститор в околна среда от Наградите за отговорен бизнес на Българския форум на бизнес лидерите. През месец май получихме отличие в категорията „Най-предпочитана стажантска програма“ от Сдружението на възпитаниците на Стопанския факултет на Софийския университет „Св. Климент Охридски“. За поредна година получихме отличие на EFFIE България за най-ефективна реклама – съвместната кампания с WWF България „Национален ден на природните паркове“ бе отличена със злато в категория Корпоративни комуникации.

4.4.

Диалог със заинтересованите страни

Ние идентифицираме като заинтересовани страни нашите клиенти, служители, бизнес партньори, правителствени и неправителствени организации, с които взаимодействаме, както и акционерите на COSMOTE Group. Процесът по определянето им се базира на дефиниране на всички групи, които са директно или индиректно свързани с дейностите на компанията, притежават капацитет и потенциал за въздействие и имат способността да повлияват вземането на ключови решения за развитието на компанията като корпоративно отговорен бизнес.

Таблица 1 показва кои са основните групи заинтересовани страни, които сме идентифицирали, как комуникираме и кои са най-значимите теми за всяка една от тях. Разбира се, един от основните инструменти за комуникация с всички групи заинтересовани страни е Докладът по корпоративна отговорност на компанията.

4.5.

Прозрачност и отчетност

През ноември 2011 г. GLOBUL стана първата българска компания, която публикува Доклад по корпоративна отговорност в съответствие с изискванията на Глобалната инициатива за отчетност (GRI). По този начин GLOBUL се присъедини към най-добрата международна практика за разкриване на информация, която акцентира върху публикуването на надеждни, измерими, проверими и релевантни за бранша данни и поемането на конкретни ангажименти.

Ефектът от публикуването на първия ни Доклад по корпоративна отговорност надхвърли първоначалните ни очаквания. Самият процес по създаването му накара много хора в компанията да погледнат по нов начин на своята работа, да измерят и анализират данни, които досега не бяха отчитали и да обърнат сериозно внимание на теми, които излизат извън ежедневните им задачи. Поставянето на публични цели и ангажименти въздейства изключително мотивиращо на цялата компания.

Таблица 1. Диалог със заинтересованите страни

Заинтересовани страни	Как водим диалог	Основни теми
Клиенти	Маркетингови проучвания – регулярни и ad hoc Магазици Корпоративни търговци Център за обслужване на клиента Социални медии Комуникационни кампании и събития Срещи с потребителски организации Корпоративна уеб-страница на GLOBUL	Цени Фактуриране Покритие Обслужване Разнообразие на продукти и услуги Качество на услугата Електромагнитни излъчвания
Служители	Ежедневен диалог Проучване за удовлетвореност на служителите Годишна атестация за представянето на служителите Обучения за повишаване на квалификацията Сесии за споделяне на знанията Отворени срещи на разнообразни теми Регулярни срещи с мениджмънта на компанията Вътрешен портал Вътрешен бюлетин – G-Bulletin Вътрешни събития и инициативи Дигитални екрани Политики и инструкции за работа Въвеждащи обучения Механизъм за вътрешни сигнали	Условия за работа Заплащане и придобивки Работно време Равни възможности за професионално развитие и повишаване на квалификацията Равни възможности за развитие Липса на дискриминация Безопасност на работното място Вътрешно-фирмена информация относно организационните процеси Информация свързана с продуктите и услугите на компанията Социални каузи и околна среда
Доставчици и търговски партньори	Ежедневен диалог и регулярни срещи с доставчиците Постоянна комуникация с експертите от Снабдяване и логистика Кодекс за поведение на доставчиците Процес по оценка на доставчиците Кодексите на нашите доставчици	Условия за провеждане на търгове и конкурси Качество на предлаганите продукти/услуги Дългосрочност, коректност и прозрачност във взаимоотношенията Условия на договаряне и заплащане
Държавни институции и общински власти	Срещи – двустранни и заедно с другите мобилни оператори Събития и конференции Писмена комуникация Участие в работни групи Участие в бизнес и браншови организации	Инвестиции, растеж и работни места Такси, данъци и осигуровки Регулаторни условия Законодателни промени Конкурентни условия
Академични институции	Стипендиантска и стажантска програма Програмата „Часът на GLOBUL“, в която специалистите на компанията споделят знанието си под формата на поредица от лекции и упражнения Корпоративна уеб-страница на GLOBUL	Подкрепа за образованието Иновативни технологии
Местни общности	Срещи с местните власти Участие в местни форуми	Електромагнитни излъчвания Визуално въздействие
НПО	Сътрудничества и подкрепа на каузи Участие в публични форуми и дискусии Членства в неправителствени организации Срещи с местни представители Уебсайта на GLOBUL	Подкрепа на обществено значими проекти Отговорен маркетинг Електромагнитни излъчвания Екологично въздействие Социални каузи
Медии	Прес-съобщения и статии Прес-конференции Участие в публични форуми и дискусии Уебсайта на GLOBUL	Технологично обновление Цени и тарифиране Електромагнитни излъчвания Регулаторни и законодателни промени
Собственици	Регулярни срещи и конферентни разговори Система за управление на съответствието Ежедневна комуникация с мениджмънта на COSMOTE	Постигане на резултатите, заложен в бюджета на компанията Приемане на финансовите резултати Координиране на големи проекти Растеж на компанията и печалба Инвестиции Технологично обновление Репутация на компанията
Широка публика	Дейности в полза на обществото Маркетингови проучвания Събития и кампании Уебсайта на GLOBUL	Цени и тарифиране Качество на услугата Електромагнитни излъчвания

4.6.

Обратна връзка за Доклад 2010

Доклад 2010 г. се превърна в основен източник на информация за компанията не само за всички нови и настоящи служители, но и за нашите партньори и други групи заинтересовани страни. Докладът бе приет с особен интерес от неправителствените организации, които отдавна призовават за повече прозрачност в българския бизнес. Имаме индикации, че въздействието му достига дори до някои държавни институции, които също могат да направят много в посока устойчиво развитие и отчетност.



Росен Бъчваров

Директор Комуникации
в Националната агенция
по приходите



Получих доклада за корпоративна отговорност на GLOBUL лично, но и преди хартиеното му копие познавах практиките на компанията в сферата на устойчивото развитие.

Реших да го прочета, защото в него е синтезиран опитът на голяма компания и защото всяко усилие в посока корпоративна отговорност трябва да бъде подкрепяно и насърчавано. Признавам, че чета доклада на GLOBUL и с идеята да почерпим идеи за държавната администрация, където темите за устойчиво развитие или въздействието върху околната среда са все още непознати.

Харесва ми системният подход. Дейностите са обхванати в програмата, която има количествени цели и измерители. Само с измерими цели, поставени във времето може да се очаква резултат.

Именно практиките за корпоративна отговорност и особено политиките за устойчиво развитие на GLOBUL провокираха опита ни да внедрим система за управление на околната среда в НАП. Администрацията има огромен неизползван потенциал в тази сфера, а е логично именно държавното управление да е корпоративно социално отговорно.



Красимира Величкова

Директор,
Български дарителски форум



Имах честта да бъда един от първите читатели на доклада за корпоративна отговорност на GLOBUL още преди официалното му представяне миналата година, защото ми беше предоставен от колегите в CSR отдела на компанията. В подобни случаи се чувствам привилегирована заради работата си в Български дарителски форум, защото тя ми дава възможност да се докосвам до най-новите и добри практики на корпоративна социална отговорност на българските компании буквално „от извора“.

Разбирането на компаниите за ролята им като „активен и отговорен корпоративен гражданин“ е много важно за Български дарителски форум, защото колкото повече компании в България възприемат това като дълг, а не като лукс, който могат да си позволят, толкова промяната в обществото ни ще бъде по-положителна.

Много е важно обаче всички компании, които оперират по основните стандарти за корпоративно отговорен бизнес да се вглеждат в ефектите, които постигат – за себе си, за служителите си, за околната среда и за общността. Отчетът за Корпоративна социална отговорност е един от задължителните инструменти за подобно вглеждане, защото дава възможност за анализ и преоценка на направеното. Професионализмът, с който е подготвен и миналогодишния, и тазгодишния отчет на GLOBUL са практически гаранция, че посоката, в която върви компанията е правилната.





Веселина Кавръкова

Програмен директор,
WWF България



Мария Шишкова

Председател
на Български форум
на бизнес лидерите (БФБЛ)



С GLOBUL си партнираме от 2009 г. за опазването на българските природни паркове и възпитаването на отговорно поведение на техните посетители. Партньорството ни бързо израсна отвъд първоначалната обща инициатива до взаимно участие и подпомагане в мероприятия, кампании, дискуссионни форуми и популяризиране на фирмените отговорности към околната среда.

Световната природозащитна организация WWF, от която WWF България е част, има ясни правила и стандарти за партньорство с бизнеса. За нас е ключово бизнесът не само да подпомага природозащитни каузи и проекти, но и да поема собствени отговорности за устойчивост и намаляване на отпечатъка върху околната среда. GLOBUL е една от малкото компании в България, които имат собствена зелена стратегия с ясни цели, ангажират служителите си в изпълнението им, поддържат дългосрочно партньорство с природозащитна организация за последователна и съдържателна кампания, посветена на опазване на природата.

Част от работата на отговорната компания е действията и резултатите ѝ да са ясни и публични, така че партньорите и потребителите да бъдат информирани за нейните политики, ангажименти и постижения. Публикуването на годишни доклади за постигнатото в областта на корпоративната социална отговорност е един от начините за това. Докладът на GLOBUL е обхванен, информативен и добре структуриран. Той представя и обобщава резултатите от всички сфери на дейност – от управлението, до грижата за околната среда – и позволява да се придобие много добър поглед върху компанията и нейната работа. Представянето на отделни хора от екипа чрез техни изказвания и снимки дава на четящия възможност да добие по-лично отношение. Много хубав елемент е представянето на резултати за няколко години, за да се види тенденцията на промяната и как с всяка година се постига повече. Полезно в докладите би било да се представят постигнатите резултати като поредица във времето, но и като съпоставка с първоначално поставените цели. Друг силен елемент е ясното планиране за следващия период, като в края на всяка секция са представени целите за следващата година.



За нас от Български форум на бизнес лидерите, като водещата организация в България, промотираща ценностите на корпоративната социална отговорност, официалното представяне на първия доклад по корпоративна отговорност на GLOBUL беше наистина важно събитие, защото това е първият годишен доклад за корпоративна отговорност, изготвен от компания в България, според изискванията на Глобалната инициатива за отчетност. С това GLOBUL несъмнено постави високи стандарти за отчетността на останалите компании в страната ни.

Внушителен е спектърът от инициативи, с които GLOBUL се стреми да допринесе за устойчивото развитие, както и комплексът от мерки за ограничаване на негативното въздействие върху околната среда. Като изключителен успех мога да изтъкна активното въвлечане на голяма част от служителите в различните инициативи, защото ентузиазмът и съпричастността са много важни, за да бъде истински споделена и реализирана една корпоративна философия.

Напълно заслужено, за втора поредна година, дългосрочната програма GLOBUL Green беше отличена в категорията „Инвеститор в околната среда“ на Наградите за отговорен бизнес, които БФБЛ ежегодно раздава. Мисията на Форума винаги е била да поощрява фирмите да осъзнаят ангажимента си към обществото и природата. Вярваме, че добрият пример – такъв, какъвто и Глобул ни дава, винаги е заразителен.

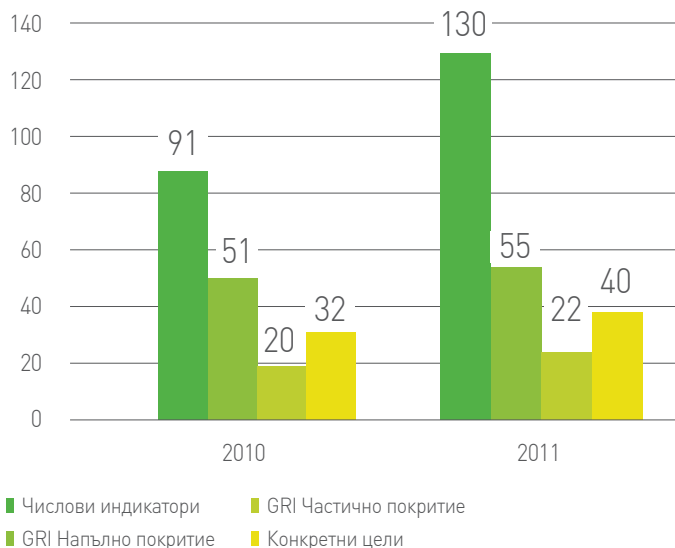


GLOBUL повишава качеството на Доклада си по корпоративна отговорност.

Доклад 2011 се отличава от първия най-вече по качеството и обхвата на данните – покриваме напълно 55 индикатора на GRI и публикуваме данни по общо 130 числови индикатора. Друг елемент на по-високо качество са поставените цели и ангажименти, които тази година са 40. В този Доклад засягаме и някои нови теми, които през миналата година все още не бяхме готови да коментираме.



Фиг. 5 Развитие на Доклада по корпоративна отговорност





Пазар

GLOBUL се нарежда сред най-големите компании в България и е лидер по корпоративна отговорност и иновации на телекомуникационния пазар. Затова ние се грижим за взаимоотношенията си с контрагенти по цялата верига на създаване и предлагане на дадена услуга или продукт. Етичната конкуренция и маркетинг са толкова важни за нас, колкото удовлетвореността на клиентите ни. Вярваме, че с действията и инвестициите си, допринасяме за повишаване качеството на услугите, ограничаване на нелоялните практики и защита на принципите на пазарната икономика.

GLOBUL – лидер в проникването на електронни услуги и удовлетвореност на бизнес клиентите на българския пазар.

През 2010 г. GLOBUL:

- Увеличи общия брой на клиентите си до 4,3 милиона и тези на абонаментни програми с 13,3%.
- Постигна значим ръст на трафика – с 15,47% за гласов пренос и 83,16% за данни.
- Разшири мрежата си – увеличи броя базови станции и постигна 92,95% покритие на населението на 3G (UMTS) мрежата.
- Установи се като лидер в корпоративната отговорност в телекомуникационния сектор.
- Пръв в бранша въведе възможността за онлайн плащане на услуги през уебсайта на компанията.
- Пусна уникалната за пазара услуга Welcome Guarantee.
- Постигна изключително високо ниво на проникване на електронните услуги – към края на 2011 г. 40,5% от клиентите ни не ползват хартиена фактура.
- Оцени 81% от доставчиците и контрагентите си, включително нивото на корпоративна отговорност сред тях.

Таблица 3. Преглед на резултатите

Глава	Мерна единица	Резултат 2009	Резултат 2010	Резултат 2011
Общи приходи	млн. EUR	448,14	407,83	398,75
Печалба преди лихви, данъци и амортизация	млн. EUR	187,18	169,45	153,88
Инвестиции	млн. EUR	79,9	69,4	47,2
Потребители	млн.	3,9	3,9	4,3
Пазарен дял	%	37,3	37,3	37,3
Точки на продажба	брой	454	471	442



Корпоративно управление

GLOBUL е българско акционерно дружество с едностепенна система на управление, с едноличен собственик на капитала – COSMOTE Group.

Дружеството се управлява от Съвет на директорите с едностепенна структура, състоящ се от шест лица (от които една жена), които се избират от едноличния собственик на капитала за срок, определен от последния, и могат да бъдат преизбрани без ограничение.

Съветът на директорите избира измежду членовете си Изпълнителен директор. Към настоящия момент, Съветът на директорите се състои от:

Михаил Цамаз – Председател;

Харис Коцибос – Изпълнителен директор (член на Съвета с изпълнителни функции);

Константинос Лиамидис – член;

Захариас Пиперидис – член;

Ирини Николаиди – член;

Георгиос Цонис – член.

Съветът на директорите и едноличният собственик на капитала определят стратегическите насоки за развитието на компанията, като оперативното управление в България се осъществява от мениджърски екип, директно подчинен и отчитащ дейността си пред Изпълнителния директор.

Спазването на законодателството, политиката на компанията и нейните вътрешни правила са едни от основните цели на нашата компания.

GLOBUL прилага Система за управление на спазването на нормативните изисквания, която подкрепя етичните норми в поведението на служителите чрез въвеждане на поредица от политики и процедури за спазване на нормативните изисквания в компанията. Именно тези процедури подсилват и подобряват връзките между компанията и нейните служители, клиенти, сътрудници, акционери и регулаторни органи. Вътрешно, системата се управлява и координира от Мениджър по съответствие и приложение, който прави оценка на рисковете, свързани с бизнеса на компанията и препоръчва подходящи мерки за намаляването им, като по този начин защитава компанията от законови и финансови последици или негативно влияние върху нейния имидж. Системата за управление на спазването на нормативните изисквания се основава на три стълба:

- а) осведоменост и превенция
- б) откриване
- в) ответна реакция

За да запознаем всички служители с тези принципи, проведохме кампания във всички компании от COSMOTE Group чрез изпращане на информация по електронната поща, чрез скрийншотовете и създаване на корпоративна интранет страница. Обща информация за Системата за управление на съответствието е публикувана и на корпоративната веб-страница на GLOBUL.



Осведоменост и превенция

За компаниите в COSMOTE Group, в рамките на системата за управление спазването на нормативните изисквания, бяха приети следните политики:

- Кодекс за етично поведение;
- Политика срещу злоупотреба с вътрешна информация;
- Политика за дарения и спонсорство;
- Политика за приемане и предлагане на корпоративни подаръци;
- Политика за поведение при случаи на измама;
- Политика по организиране на събития;
- Политика за вътрешни сигнали;
- Политиката за избягване на конфликт на интереси и борба с корупцията;
- Кодекс за защита на правата на физическите лица при обработването на личните им данни;
- Етичен кодекс за висши финансови експерти.

Политиките са публикувани в специално обособена част от корпоративната интранет мрежа, до която имат достъп всички служители.

В рамките на плана си за 2011 г., Мениджърът съответствие и приложение за GLOBUL проведе програма от обучения:

- Въз основа на оценката на риска в Плана за действие за 2011 г. бяха организирани обучителни сесии с участници предимно от средния мениджмънт върху Системата за управление на спазването на нормативните изисквания към Антикорупционно обучение на OTE Group.
- Политиката за избягване на конфликт на интереси и борба с корупцията бе комуникирана със служителите и публикувана на корпоративната веб-страница на компанията (на английски и български) след одобрение от Борда на директорите на GLOBUL.
- В съответствие със Системата за управление на спазването на нормативните изисквания, на сайта на GLOBUL е качено писмо със специфичен текст за Системата за управление на спазването на нормативните изисквания на български и на английски език.



Откриване и ответна реакция

Политика за вътрешни сигнали: GLOBUL е приел и установил Политика за вътрешни сигнали, която се занимава с конкретни оплаквания по отношение на:

- Нарушения на политиките и процедурите на компанията;

- Нарушения на приложимото законодателство (напр. неспазване на Кодекса за поведение и други политики, неспазване на закона „Сарбанес-Оксли“, известен още като „Corporate and Auditing Accountability and Responsibility Act“, и въпроси относно официални финансови изявления, отношенията със служителите, злоупотреби, дискриминация, корупция, кражби, „пране на пари“ и всяко поведение, което би могло да навреди на репутацията на компанията, а също така и всякакви опити за прикриване на някои от гореизброените).

В съответствие с посочената по-горе политика, служителите или трети страни могат да докладват на Мениджъра по съответствие и приложение като подадат оплакване или жалба за всичко, свързано с нарушения на политиките или законодателството.

Съответните жалби могат да бъдат адресирани до Мениджъра съответствие и приложение, като се използват следните канали за комуникация:



e-mail: whistleblowing@globul.bg
До: КОСМО БЪЛГАРИЯ МОБАЙЛ ЕАД
1766 София, Младост 4, Бизнес парк София, сграда 6

Създаването на Система за управление на спазването на нормативните изисквания в GLOBUL гарантира, че принципите на почтеност, прозрачност и уважение към правилата се прилагат от всички служители на GLOBUL, независимо от тяхната позиция или статус.

5.2

Качество на услугите



Надеждни услуги

Ние знаем, че най-важното изискване на нашите клиенти е да им предлагаме надеждна и непрекъсната телекомуникационна услуга. Цитираните по-долу стойности по отношение ключови характеристики на мрежата показват, че сме постигнали изключително ниво на надеждност на мрежата и високо качество на предлаганите услуги:

- Достъпност на мрежата (2G) – 99,96%
- Успешно проведени (изградени) разговори – 99,38%
- Процент на нежелано прекъснати разговори поради техническа неизправност или друга причина – 0,52%

GLOBUL СИ СЪТРУДНИЧИ С ALCATEL-LUCENT ЗА УСЪВЪРШЕНСТВАНЕ НА ШИРОКОЛЕНТОВАТА СИ МРЕЖА

В края на 2011 г. GLOBUL подписа договор за сътрудничество с водещата международна компания за комуникационни технологии Alcatel-Lucent за постигане на ефективен контрол и усъвършенстване на безжичната широколентова мрежа на оператора. Внедряването на решение за управление на мрежата 9900 Wireless Network Guardian (WNG) на Alcatel-Lucent, ще позволи на GLOBUL да следи и подобрява всеки аспект от работата на своята мрежа с цел да отговори на очакванията за качество на своите клиенти. Системата предоставя информация, която е изключително ценна в условия на постоянно нарастващо потребление на услуги за пренос на данни. Високотехнологичното решение осигурява анализ на представянето на мрежата в реално време и дава възможност на GLOBUL своевременно да установи как използването на различни приложения и взаимодействието им с различни устройства се отразява върху качеството на предоставяната услуга. Събраната информация ще спомогне за усъвършенстването на мрежата, за поддръжката на настоящите и планирането на нови услуги, съобразени с нуждите на абонатите.



Изграждане и поддръжка на мрежата

GLOBUL инвестира непрекъснато в разширение, технологично обновление и модернизация на мрежата. До края на 2011 г. 3G покритието ни е достъпно за 92,95% от населението и продължава да се увеличава. Непрекъснато работим и по повишаване на енергийната ефективност и използването на зелена енергия в мрежата – вижте повече за тези проекти в глава Околна среда.

Веднъж изградена, телекомуникационната мрежа изисква непрестанна поддръжка. Това включва както поддръжка на телекомуникационното оборудване, така и профилактична и коригираща поддръжка на климатичите, конструкциите, фийдърите, антените и дизеловите генератори на базовите станции. Тази дейност осигурява високата ефективност на мрежата по отношение на непрекъсваемостта на работата на базовите станции. През 2011 г. поддръжката на мрежата среща необикновени трудности – много неблагоприятни климатични условия и дълги периоди без електрозахранване, които поставиха пред сериозно изпитание екипите ни.



Любомир Николов

Мениджър дирекция
Експлоатация и
поддръжка на мре-
жата, GLOBUL

Последната зима в България беше истинско предизвикателство и за нашата работа. Снежната покривка в градовете достигна 50-60 см, а в планинските и полупланинските региони до 2-2,5 м, температурите паднаха до -25 -30°C.

Това постави на изпитание екипите, които поддържат радио мрежата. Вследствие на обилните снеговалежи, ниските температури и силните, понякога бурни ветрове редица райони (повече от 300 населени места) бяха с прекъснато електрозахранване. Заявките за доставки на гориво за резервните дизел-генератори и преносими генератори нарастнаха повече от 5 пъти.

Когато техниката не успяваше да достигне до зададената дестинация, бяха използвани и някои нестандартни превозни средства.

С гордост трябва да заявя, че GLOBUL доказва, че е операторът с най-добре изградена и поддържана мрежа. GLOBUL успя да върне към нормална работа 85% от базовите станции без електрозахранване в рамките на 24 часа – няколко пъти по-бързо от конкуренцията. През най-тежките дни на зимата ние регистрирахме най-високите нива на обслужен трафик.



Обслужване на клиентите

.....

GLOBUL е лидер в обслужването на клиента в групата на Deutsche Telekom – над 80% от всички запитвания на клиенти се решават в рамките на първото обаждане!

.....

През 2011 г. GLOBUL постави акцент върху качествено обслужване на клиентите си по всички канали за комуникация с тях – Центъра за обслужване на клиенти, магазините и Интернет. Инвестирахме в няколко ключови насоки.



Изградихме стройна база данни с клиентски профили и осигурихме по-широк достъп до информация на всички служители, които имат пряк контакт с клиентите. Целта е да обслужваме всеки клиент с първото обаждане към нас – без трансфери и изчакване. В резултат на това постигнахме голям напредък в един от най-важните индикатори за качество на обслужването – към края на 2011 г. повече от 85% от запитванията на частни и 90% от запитванията на бизнес клиенти се решават в рамките на едно обаждане. Благодарение на оптимизираните процеси, намалихме с 19% обажданията, изискващи прехвърляне между наши служители в сравнение с 2010 г. Като допълнение, за всеки клиент поддържахме индивидуално изготвена най-изгодна оферта, така че да можем да му предложим най-доброто във всеки един момент.

Търсим мнението на клиента, защото то е изключително важно за нас и определя посоката ни на работа. Обратната връзка получаваме чрез проучване на удовлетвореността на клиентите от нашия Център за обслужване на клиенти (ICCA*). Всеки ден правим анкети с произволно избрани клиенти относно аспектите на съдействието и обслужването, което им предоставяме. Следим основно за качество, бързина, компетентност и индивидуален подход. Този ангажимент превръща GLOBUL в единствения телеком на българския пазар, който системно търси обратна връзка от клиента. С подобна комуникация целим непрекъснато подобряване на обслужването.

* ICCA е изследване относно представянето на Центъра за обслужване на клиенти на GLOBUL. Провежда се ежедневно сред клиентите на компанията, които са ползвали услугите на Центъра за обслужване на клиенти на GLOBUL предния ден.

Въз основа на резултатите от проучването инвестираме много в повишаване на компетенциите на служителите от Центъра – провеждаме регулярни обучения и индивидуални коучинг сесии. Много държим на това нашите служители да са не само компетентни, но да вникват във всяка ситуация през погледа на клиента. Основният ни принцип е, че нашите колеги следва да предлагат обслужване каквото самите те очакват, когато са клиенти. През 2011 г. направихме подобрения в съдържанието на електронната фактура, които направиха фактурите ни напълно прозрачни. През 2011 г. създадохме автоматична телефонна централа за клиентите, които ползват фиксирана телефония като към края на годината голяма част от всички свързани запитвания се разрешават в рамките на автоматичната централа. Ползата за клиента от това е двойна. На първо място, по този начин рутинна информация се получава по-лесно и по-бързо. Освен това, така нашите служители могат да се фокусират върху по-комплексни запитвания от страна на абонатите и да им предоставят наистина качествено обслужване. Внедрихме нова система за обработване на заявки в магазините. Процесът на замяна на системата протече изключително ефективно – нито един наш клиент не разбра, че това се случва. Днес тази система позволява на служителите в магазините да осигурят много по-качествено, по-пълноценно и по-бързо обслужване на нашите клиенти, без да се налага да комуникират с Центъра за обслужване на клиенти или с други колеги от компанията.

Под 3% е делът на основателните потребителски оплаквания, подадени до GLOBUL през изминалата година. Над 80% от писмените жалби се обработват в рамките на 7 дни като целта ни е да намалим общия им брой и времето за обработка. През 2011 г. увеличихме със 17%, спрямо 2010 г. броя на обработените оплаквания още в първите дни от получаването им.



Албена Георгиева,
Директор Обслужване
на клиенти, GLOBUL

Осигуряваме на лоялните си клиенти най-висок приоритет при обслужването – дори и по време на изключително натоварен входящ трафик към Центъра за информационно обслужване, над 92% от тези клиенти са се свързали със служител за по-малко от 20 секунди. Грижим се и за оптимизиране на сметките на нашите клиенти, като по време на входящо обаждане към Центъра за информационно обслужване обсъждаме с тях възможни варианти.

През 2012 г. ще фокусираме усилията си в посока подобряване на възможностите за самообслужване в Интернет портала MyGLOBUL. Дългосрочната ни цел е клиентите да могат да управляват профилите и желанията си през уеб страницата ни и промените да се активират автоматично на момента.



Удовлетвореност на клиентите

Удовлетвореността на клиентите – ключова за развитието на GLOBUL.

Удовлетвореността на клиентите е част от дългосрочната стратегия за развитие на GLOBUL. Като отговорна и надеждна компания GLOBUL постоянно се стреми да отговаря на нуждите на клиентите чрез високо качество на услугите и отлично обслужване. Освен изследването за удовлетвореността на клиентите от Центъра за обслужване на клиенти (ICCA), на всеки 3 месеца GLOBUL про-

През 2011 г. в организацията на дирекция Обслужване на клиенти настъпиха много промени, наложени от желанието ни да подобрим качеството на обслужване.

Едно от основните действия, които предприех беше откритото общуване както между мен и управленските екипи, така и с всички колеги. Непрестанно анализирам процесите и в двата основни отдела – Информационно обслужване и Управление на клиенти с цел оптимизация и автоматизиране. В резултат, взехме решение да осигурим достъп на колегите в отдел Информационно обслужване на клиенти до по-специфични приложения, което значително улесни тяхната работа и повиши качеството на обслужване.

Освен това въведохме и нова схема за определяне на бонуси. Основното предимство е, че в нея главният акцент е поставен върху качеството на съдействие и комуникация с клиентите. Според мен тя много допринесе за отличните резултати и високата оценка, която получихме от клиентите по отношение на обслужването.

На един от тиймбилдингите ни спонтанно се появи идеята за ротиране на колеги между двете най-големи дирекции, свързани с прякото обслужване на клиентите – дирекция „Обслужване на клиенти“ и Дирекция „Продажби на дребно“, което допълнително да спомогне за по-добрата координация на усилията на хората, работещи в двете дирек-

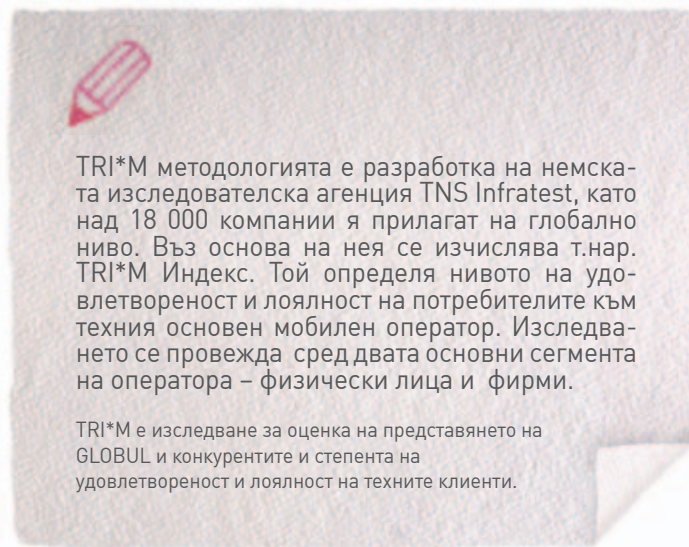
вежда маркетингово изследване по методология TRI*M за оценка степента на удовлетвореност и лоялност, на клиентите на GLOBUL и тези на конкурентите. Проучването обхваща всички точки на контакт с клиента – магазини, търговци за корпоративни клиенти, център за обслужване на клиенти и др.

Резултатите за 2011 г. показват, че степента на лоялност и удовлетвореност на клиентите на GLOBUL е над средните за Европа и по-висока от тази на конкурентите в България. Водещо за високите резултати е представянето на компанията по отношение на цени, фактуриране, продукти и услуги и съотношение цена-качество, които са значително по-високи от средните.

5.3.

Отговорен маркетинг

От появата си на българския пазар GLOBUL комуникира ясно, прозрачно и приятелски със своите клиенти. Нашите комуникационни материали са правно издържани, безпристрастни, искрени и отговарящи на истината, без скрити послания. Ние следваме „Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България“, издадени от Националния съвет за саморегулация. В качеството си на рекламоделет, доброволно се придържаме към етични правила, които осигуряват условията рекламата да бъде не само законна, но и благоприлична, почтена, честна и правдива. Стремим се рекламната ни комуникация да е подготвена с чувство на социална отговорност както към отделния потребител, така и към обществото като цяло и създадена с уважение към правилата на честната конкуренция. През 2011 г. нямаме случаи на наложени санкции във връзка с



несъответствие с „Националните етични правила за реклама и търговска комуникация“.



Устойчиви продукти и услуги

Ниско-въглеродното общество предоставя широко поле за развитие на информационните и комуникационни технологии. Да предлагаме продукти и услуги, които помагат на клиентите ни да се справят с предизвикателствата на съвременния свят като липсата на време и ресурси, както и с екологичните проблеми, е сред най-силните ни страни като Зеленият оператор на България. GLOBUL дава реална възможност на клиентите си да заменят рутинни дейности от ежедневието си с услугите ни, спестявайки пари, усилия и време.

ции. В крайна сметка, ние и те имаме една и съща цел – да сме най-добрите и нашите клиенти да са изключително доволни от обслужването, просто „катерим планината от различни страни“.

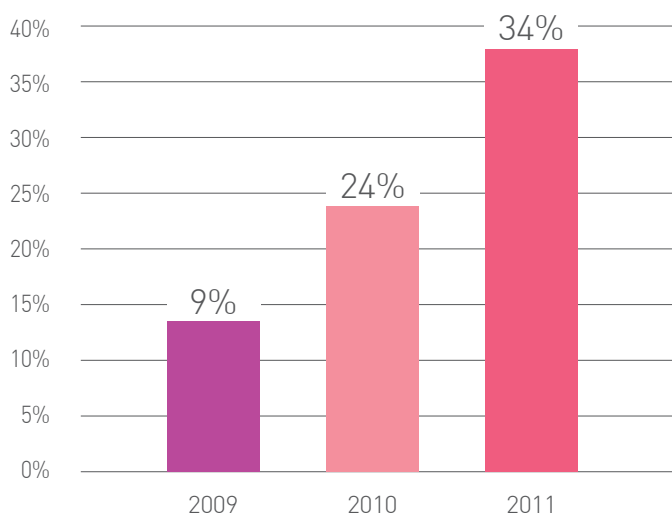
Според мен никой не трябва да свиква с аспекти в работата, които не му харесват. Не трябва да се примирява, с това, което му пречи да си върши работата изключително добре и да бъде ефективен, а трябва да работи целенасочено за промяна към по-доброто. През 2011 г. започнахме с много седмични срещи, на които всички колеги от дирекцията свободно и смело влизаха в офиса при мен, за да обсъждаме най-различни теми. Целта на тези срещи беше комуникацията между нас да стане по-неформална, по-прозрачна и всеки да осъзнае колко важна е ролята му за успеха на компанията. За мен тези срещи също бяха много полезни и ефективни.

За отличните резултати искам да изкажа искрена благодарност към всички мои колеги в Дирекция Обслужване на клиенти. „Вярвай и постигай“ е идеята, която ни води напред, защото ние сме онова, което правим непрекъснато, всеки ден, всяка минута, което доказва, че отличното представяне за нас не е случаен факт, а навик, резултат от упоритата работа на всеки колега от нашия изключително задружен и ентузиазирани екип.

GLOBUL е лидер в предлагането на електронна фактура.

Чрез услугите Отказ от хартиена фактура и Е-фактура GLOBUL предлага на своите абонати да се откажат от хартиената си фактура и да правят онлайн преглед на месечната си фактура и детайлна разпечатка. В края на 2011 г. 40,5 % от нашите клиенти вече не получават хартиена фактура. Освен това клиентите ни могат да заменят оригиналната си хартиена фактура с нейния електронен аналог – Е-фактура Оригинал. Е-фактура Оригинал е електронен документ в PDF формат, заверен с електронен подпис на GLOBUL и може да бъде използван за всички счетоводни операции.

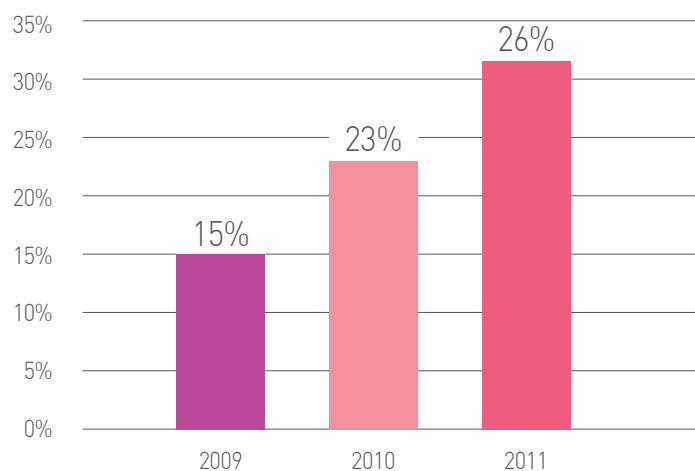
★ **Фиг. 6** Абонати, които не ползват хартиена фактура (% от общия брой абонати)



През 2011 г. постигнахме много висок ръст на използване на електронна фактура.

Чрез електронно презареждане на предплатените услуги всеки наш абонат може да презареди своя кредит бързо и лесно чрез банкомат или от компютъра си през интернет сайтовете за разплащания ePay.bg или eBG.bg. Друга възможност за презареждане е изпращането на SMS от мобилен номер на GLOBUL с абонаментна програма. Отличен начин за спестяване на хартия е и електронният ваучер.

★ **Фиг. 7** Електронно презареждане на предплатени услуги (% от общия брой презареждания)



GLOBUL е единственият мобилен оператор в България, който предлага услугата Онлайн заплащане на сметки през собствения си уеб сайт.

➔ **Онлайн плащане на сметки.** Стартирахме предлагането на услугата през месец юни, 2011 г. Тя позволява на потребителите ни да покриват неплатени задължения и да внасят авансови плащания по избран абонатен номер със средствата от своята дебитна или кредитна карта през нашия уебсайт. Средният месечен ръст на този тип плащания в течение на 2011 г. надхвърля 25%.

➔ **Управление на услуги онлайн (self-care)** – GLOBUL предоставя на клиентите си разнообразни възможности за самостоятелно онлайн активиране и управление на различни услуги, предлагани от компанията през няколко канала като уеб-сайт; мобилен портал, достъпен през телефон; SMS; USSD. Дългосрочната ни цел е клиентите да могат да правят почти всичко през уеб страницата ни и то да се активира автоматично на момента.

➔ Услугата **Конферентна връзка** е телекомуникационно решение, с което всеки бизнес потребител на GLOBUL може да организира конферентен разговор с различен брой участници, независимо от използвания от тях оператор или местоположението им.

➔ **Плащане през мобилния апарат** – Услугата G-Портфейл (Мобилен портфейл) дава възможност за достъп до банкови услуги, плащане на сметки и покупка на стоки и услуги през мобилен телефон по всяко време и навсякъде.

➔ **Еко-телефони** – Ние предлагаме на нашите клиенти възможността да си закупят мобилни апарати, изработени от рециклирани материали, без олово и вредни вещества, които използват зарядно устройство с минимална консумация на енергия.

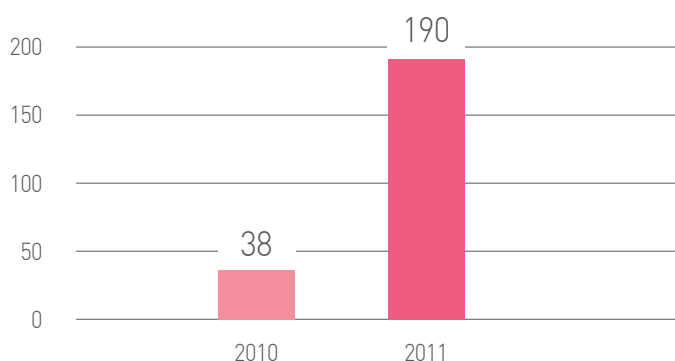
➔ **Свързване от машина до машина (M2M)** – През 2011 г. GLOBUL отчита голям ръст на продажбите на карти за M2M услуги и заема значителен дял от този пазар в страната.

М2М КОМУНИКАЦИИТЕ ЗАЕМАТ ВОДЕЩО МЯСТО В БЪДЕЩЕТО РАЗВИТИЕ НА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИИТЕ

M2M комуникациите се считат за основата на новата безжична революция. Те обещават неизброими възможности в един свят от милиарди взаимосвързани машини. Телефони, лаптопи, принтери, камери, уреди за наблюдение и отчитане и превозни средства са само някои от многото видове умни устройства, чието свързване може да допринесе за качеството на живота на всеки човек. Освен това свързаните машини допринасят за намаляване на експлоатационните разходи на фирмите, добавят стойност към техните продукти и услуги и спомагат за постигане на амбициозните цели по отношение намаляването на парниковите емисии.

Интелигентното отчитане е пример за използване на M2M в енергийния сектор. С прехода от централизирани към умни енергийни системи, електроразпределителните дружества разглеждат интелигентните мрежи като основен фактор за подобряване на оперативната ефективност и изпълнение на новите регулаторни изисквания.

★ **Фиг. 8** Активни M2M карти (хиляди бройки)



Най-значимият M2M проект през 2011 г. е свързването на касовите апарати с НАП. GLOBUL направи нужните инвестиции, за да осигури качествена и навременна свързаност за всички свои клиенти.

GLOBUL отчита голям ръст на продажбите на карти за M2M услуги.

Другите приложения на M2M услугите ни са свързани с GPS проследяване, свързване на банкомати и плащане през ПОС терминали, както и за и дистанционно отчитане на комунални услуги. Последното има особено голям потенциал за развитие и GLOBUL очаква силен ръст на тези услуги в следващите години.



Петя Златева,
Директор Продукти
и услуги, GLOBUL

GLOBUL е иновативна компания, която се стреми да предлага най-новите технологични решения в областта на телекомуникациите на своите клиенти. Доказваме го с високото ниво на проникване на електронните услуги, които предлагаме – електронната фактура, електронното презареждане на ваучери, възможностите за плащане през Интернет.

Телеком индустрията обаче в момента се намира в етап на бизнес трансформация, което налага търсенето на нови възможности и технологии, с които да задоволим изискванията на нашите клиенти за повече обем и по-бърз пренос на данни. Ще отнеме време докато операторите в България направят необходимото, за да могат да предложат търговските си услуги през 4G мрежата или технологията от четвърто поколение (LTE), но безспорно това е посоката, в която вървят всички оператори в Европа. Тази технология ще позволи масовото използване на т.нар. „смайт“ услуги в полза на обществото и гражданите в области като транспорт, образование, архитектура, здравеопазване. Въвеждането на LTE ще даде пълна свобода на мобилните потребители. Благодарение на високите скорости, които 4G мрежата поддържа, потребителите ще имат възможност директно през телефона си да се възползват от редица интерактивни услуги, включително онлайн игри и HD телевизия. Засега обаче е рано да се говори за комерсиален старт на LTE мрежа в България, тъй като 3G мрежите все още не са достигнали пълния си капацитет.

GLOBUL вижда много голям потенциал в развитието на т. нар. „облачни услуги“. Те се използват най-вече за складиране на данни, като платформа за разработване на приложения и продукти и за инфраструктура. Ползите от тях са свързани предимно с оптимизиране на разходите за купуване хардуер и софтуер и други капиталови инвестиции, за консумативи и електричество, подобрява се организацията на работа и се създават още възможности за бизнес партньорство. Услугата eFAX е първата облачна услуга на GLOBUL, която ще пуснем на пазара през 2012 г. – преди всички останали оператори.

Очакваме мобилните разплащания, които скоро навлязоха на нашия пазар, също да се развиват бурно напред, тъй като дават на клиента предимството лесно и удобно да плаща стоки и услуги директно през телефона си. Най-използваната технология в тази област е NFC (near field communication). Базира се на възможността за безконтактно плащане, като само се доближава телефона до терминала. В най-скоро време GLOBUL ще предложи на клиентите си нови услуги с помощта на тази технология.

През 2011 г. GLOBUL пръв предложи гаранция за качество на услугите си с предложението WELCOME GUARANTEE. То гарантира възможността на клиента да се откаже от избрана услуга в рамките на 30 дни от датата на подписване на договора, в случай че не е доволен, без да дължи неустойки, получавайки обратно месечната си такса за първия месец. Това се случи още в началото на годината, а девет месеца по-късно, чрез новия Закон за електронните съобщения, КРС вмени на всички мобилни оператори да предоставят на клиентите си правото на отказ от услуга до 7 дни след сключване на договор. GLOBUL приветства това решение на държавата.

Продължихме и дългосрочната комуникационна кампания под надслов „Големите промени започват с малки стъпки“. В тази кампания предлагаме на нашите клиен-

ти конкретни решения под формата на продукти, услуги и инициативи, чрез които всеки може да засвидетелства отговорно потребителско поведение. Кампанията ще продължи и през 2012 г., като ще включи и други комуникационни канали. Повече информация може да бъде намерена на: www.globul.bg/youchange

В GLOBUL се гордеем с разнообразието от услуги, които предлагаме на нашите клиенти в различни възрастови групи. През 2012 г. планираме да разработим тарифа насочена към клиентите ни в по-напреднала възраст, съобразена със специфичните им потребителски нужди.

Прозрачност при тарифирането

Постигането на прозрачност и яснота при предлагане на услугите ни е наша основна цел и ние работим постоянно върху усъвършенстването им. Коректността и прозрачността на нашите фактури са гарантирани от сертификата ни за фактуриране ISO 27 001:2005 от международната компания TÜV Technische Überwachung Hessen GmbH.



Ивелина Славкова,
Менджър отдел Реклама и спонсорства – марка GLOBUL, GLOBUL

Виж света открит и прозрачен

С онлайн услугите на my.globul.bg:

- Контролираш текущата си сметка
- Имаш достъп до е-фактура в детайли
- Плащаш онлайн и разполагаш с времето си

GLOBUL | Нашият свят си ти

Пълна информация за онлайн услугите на GLOBUL, ще намерите на my.globul.bg

През ноември 2011 г. стартирахме комуникационна кампания под мотото „Виж света открит и прозрачен“, рекламираща онлайн услугите на GLOBUL и добавената стойност, която те носят на нашите клиенти. И тъй като знаем, че за да изградиш здрава връзка с клиента, трябва да имаш честно и открито поведение, ние му предоставихме лесен и бърз достъп до цялата необходима за него информация.

Едновременно с това, насърчихме нашите клиенти да се откажат от хартиена фактура и им напомнихме, че с един малък жест могат да засвидетелстват и своето отговорно отношение към природата.

Резултатите, които отчетохме в края на годината, показват, че сме постигнали целите на кампанията – да представим нещата такива, каквито са и да затвърдим имиджа на GLOBUL като прозрачна и отговорна компания.

През 2011 г. доразвихме електронната фактура, като това позволи на клиентите ни да получават още по-изчерпателна разбивка на крайната цена, както и възможност за плащане на месечни сметки през нашия уебсайт бързо и удобно.

Преносимост на номерата

GLOBUL е сред инициаторите и движеща сила в процеса по въвеждане преносимостта на номерата. Осъзнаваме колко важно е за нашите клиенти да имат възможност за избор и лесна смяна на доставчика на телекомуникационни услуги и затова правим всичко възможно, за да им я предоставим.

GLOBUL регистрира нетен положителен резултат от преносимостта на номерата.

През 2011 г. GLOBUL регистрира нетен положителен резултат от преносимостта на номерата – абонатите с номера на конкуренти, които се присъединяват към нас, са повече от нашите номера, които ни напускат. Този резултат има пряка връзка с отличните резултати, демонстрирани от проучванията ни за удовлетвореност на клиента.

5.4

Етична конкуренция

GLOBUL спазва всички национални и европейски изисквания, свързани с правилата за конкуренция. Ние осъзнаваме, че ефективната конкуренция е съществена за развитието на всяка пазарна икономика. Тя регулира цените, повишава качеството и разширява потребителския избор, както и ускорява развитието на технологичните нововъведения. За да се случи това, лоялното поведение от страна на бизнеса и правителствата е ключово.

.....
GLOBUL допринася за развитието на пазарната икономика в страната!
.....

Санкции

Компанията няма наложени и влезли в сила наказателни постановления от финансов и нефинансов характер, свързани със законодателството в сферата на опазване на околната среда, здравния риск от продукти и услуги и изискванията за етикетирането им.

Обществени поръчки

Налагането на дискриминационни условия при обявяване и договаряне на обществени поръчки е основен въпрос, който оказва негативно влияние върху развитието на бизнес средата в България. На телекомуникационния пазар тази практика фактически осигурява монополно положение на наши конкуренти и в дългосрочен аспект възпрепятства устойчивото развитие на икономиката ни. Затова GLOBUL води ясна, прозрачна и твърда политика за промяна на статуквото.

.....
GLOBUL постигна успехи в борбата с дискриминацията на пазара на телекомуникационни услуги в публичния сектор.
.....

През 2011 г. усилията ни бяха възнаградени – най-дискриминационното изискване в обществените поръчки – определен процент от трафика да бъде в мрежата на предварително определен оператор отпадна. В резултат GLOBUL започна да печели и търгове с институции и общини – пазар, който доскоро бе практически затворен за нас.

5.5

Партньорства и събития

През 2011 г. бяхме основен спонсор и партньор на четири ключови събития в прехода към устойчива икономика в България.

През месец февруари GLOBUL подкрепи първия форум Зелена икономика на в. „Капитал“. Събитието се утвърди като успешна платформа за дебат, обмен на опит и добри практики между различните нива на управление, бизнеса, неправителствените организации и обществеността.

През месец юни списание „Мениджър“ и GLOBUL организираха за втора поредна година бизнес форум под мотото „Зеленото бъдеще на България – енергия, вода, транспорт, отпадъци“. Тази година специален гост на форума бе световноизвестният португалски писател и журналист Жозе Родригеш Душ Сантуш, автор на романите „Островът на тъмнината“, „Кодекс 632“, „Божията формула“ и „Седмият печат“. Участие във форума взеха множество представители на бизнеса, държавни институции и медии, дипломати и експерти, както и представители на 130 компании-членове на Зеления кръг, който GLOBUL и сп. „Мениджър“ създадоха миналата година.

През октомври подкрепихме конференция за развитието на електромобилността, организирана от Българската асоциация Електрически превозни средства. На нея GLOBUL представи практическия си опит от използването на електромобил в продължение на половин година – първата подобна презентация от българска компания.

През ноември за трета поредна година GLOBUL подкрепи конференцията Green Innovation Forum, организирана от в-к „Дневник“ и консултантската компания denkstatt. Тази година форумът се проведе на 29 ноември в София, а темата беше „Храна, вода и суровини – иновации за устойчиво бъдеще“. Компанията постави акцент върху прозрачността и връзката между корпоративната отчетност и устойчивото развитие.

5.6.

Отговорно снабдяване

Ценностите и принципите на корпоративната отговорност постепенно се превръщат във водещо изискване при управлението на веригата за доставки. Работим с местни и международни доставчици поради спецификата на нуждите за осъществяване на нашата дейност и съответно необходимостта от доставяне на конкретни материали и услуги. За нас всички те са важни партньори, с които откритата комуникация е задължително условие за работа. Спазвайки принципа на прозрачност в отношенията си с тях, очакваме те да прилагат най-добрите етични бизнес практики, да спазват законите и международно установените правила за търговия, а също така да имат отговорно поведение към обществото и околната среда.

Именно поради тази причина GLOBUL въведе „Кодекс за поведение на доставчика“, който се основава на стандарта SA8000. Това е една от основополагащите стъпки за отговорно снабдяване. Кодексът разкрива основни ценности и бизнес принципи по отношение на корпоративната отговорност в областта на труда, здравето и безопасността, околната среда и етиката, които настоящи и бъдещи доставчици трябва да спазват. Достъпът до Кодекса е публичен, може да бъде намерен на официалната ни интернет страница, където всеки би могъл да се запознае с изискванията към фирмите, с които работим или ще работим.

**Процес на оценка на доставчиците**

GLOBUL прави ежегодна оценка на ключовите си доставчици и контрагенти през последните три години. През 2011 г. в процеса по оценяване беше включена извадка от доставчици, която отговаря на 81% от общите ни разходи за стоки и услуги през 2010 г.

Оценката включва финансови, правни и технически аспекти на съвместната ни работа и цели да ни даде представа за качеството ѝ. Освен това в нея е заложен и набор от ценности и бизнес принципи за оценка на настоящи и бъдещи доставчици на стоки и услуги по отношение на корпоративна отговорност в области като труд, здраве и безопасност при работа, околна среда и етика, както е посочено и в Кодекса за поведение на доставчика.

.....

GLOBUL прави оценка на нивото на корпоративна отговорност на ключовите си доставчици.

.....

През 2010 г. направихме пилотна оценка на ключовите си доставчици. Всички ключови доставчици бяха помолени да подпишат Декларация за спазване на Кодекса за поведение на доставчика и получиха за попълване въпросник, включващ въпроси от следните категории: Устойчивост, Труд, Етика, Околна среда, Здраве и Безопасност при работа, Качество и Непрекъсваемост на бизнеса. 54% от ключовите ни доставчици през 2010 попълниха и изпратиха изисканите информация и документи.

GLOBUL счита, че наличието на сертифицирани системи за управление на качеството, околната среда и здравето и безопасността при работа, е сред водещите индикатори за нивото на корпоративна отговорност и насърчава внедряването на такива системи сред своите доставчици.

Кодексът за Поведение на Доставчика е част от договорите на GLOBUL с неговите доставчици. С подписването на договор с GLOBUL, всеки доставчик се съгласява да спазва и приетия Кодекс за поведение на доставчика.

**Снабдяване с безопасни и устойчиви продукти и услуги**

GLOBUL предлага на пазара само електронни и електрически уреди, които притежават съответния знак за безопасност (CE label) и напълно отговарят на изискванията на международните конвенции и националното законодателство. Мобилните телефони, които предлагаме, работят в рамките на изискванията за Specific Absorption Rate на Директива 1999/5/ЕК.

GLOBUL се стреми да купува все повече рециклирана хартия, която притежава сертификат за устойчив произход. През 2011 г. освен всичките си комуникационни материали в сферата на корпоративната отговорност, на такава хартия отпечатвахме и месечния търговски каталог на компанията. През следващата година имаме намерение да разширим още повече обхвата на потребление на рециклирана хартия.

GLOBUL работи с множество доставчици на услуги, за чиято работа се изискват лицензи и сертификати според българското законодателство – най-вече в областта на управление на отпадъците. Ние не сключваме договор за подобни услуги без да сме се уверили, че контрагентите ни притежават необходимата квалификация и разрешителни за дейността.



Предимства за местни доставчици

Освен с глобални партньори, GLOBUL работи и с множество местни доставчици и контрагенти – малки и средни предприятия, активни предимно на българския пазар. За повечето от тях GLOBUL е изключително важен клиент. Ние осъзнаваме това и се стремим да подхождаме отговорно към тези партньорства, като сключваме дългосрочни договори и правим плащанията си в кратки срокове.

5.8.

Табл. 3 Цели 2011 г. и 2012 г.

Цели 2011 (8)	Изпълнение	Цели 2012 (11)
Качество на услугите		
		Да се намали още повече времето за обработката на клиентските запитвания
		Промяната на лични данни на физически лица да става за 5 минути, вместо за 48 часа
		Да се намали времето за активация на корпоративни карти с 20% и времето за смяна на тарифа с 30%
Устойчиви продукти и услуги		
Разработване на система за онлайн плащане на сметки	Изпълнено	Увеличаване на броя на активните M2M карти с 5 %
Доразвиване и подобряване на електронното фактуриране	Изпълнено	Над 45% от абонатите ни към края на 2012 г. не получават хартиена фактура
		Пускане на eFax – първата облачна услуга на GLOBUL
Отговорен маркетинг		
Предлагане на услугата Welcome Guarantee	Изпълнено	
Продължаване на кампанията „Големите промени започват с малки стъпки“	Изпълнено	
Издаване на информационна брошура в рамките на кампанията „Големите промени започват с малки стъпки“	Изпълнено	Маркетинг чрез подкрепа на поне 3 събития, които промотират устойчивото развитие
Предлагане на нова услуга за клиентите ни в напреднала възраст	Отложено за 2012 г.	Предлагане на нова услуга за клиентите ни в напреднала възраст
Отговорно снабдяване		
Приемане на процедура за подписване на Кодекса за поведение на доставчика при подписване на договори	Частично	Закупуване на по-големи количества рециклирана хартия
Използване на критериите за корпоративна отговорност в търговете за ключови доставки или изпълнители	Частично	Разширяване използването на критериите за корпоративна отговорност в търговете за ключови доставки или изпълнители
		Над 66% от ключовите ни доставчици подписват декларацията за спазване Кодекса за поведение на доставчика

5.7.

Сигурност на данните

Конфиденциалността на личните данни на нашите клиенти и служители е от особена важност за GLOBUL. Ние изпълняваме всички законови изисквания и прилагаме изключително строги мерки по отношение сигурността на личните данни. Работим в пълно съответствие с приетия от COSMOTE Group „Кодекс за защита на правата на физическите лица при обработването на личните им данни“. Системата ни за управление на информационната сигурност се основава на най-добрите международни практики. Тя покрива всички аспекти на информационната сигурност, но критичните аспекти са свързани с личните данни на клиентите ни. През 2011 г. постъпиха 14 жалби, свързани със сигурността на личните данни на наши клиенти, като след обстойното им разглеждане се оказа, че нито една от тях не е основателна.



Служители

Формулираме успеха като умение за създаване на култура на преуспяване. Знаем, че като даваме на нашите служители шанса да учат и да се развиват, те ще преуспяват така, както и GLOBUL. Следвайки на това убеждение, ангажирането на нашите служители и развитието на техния талант бяха приоритетни сфери на управление за 2011 г. Инвестирахме в това ценностите да са разпознати от всеки служител като изходна база при вземането на решение и мениджърите да разбират действията на хората в светлината на Кодекса ни на поведение.

Постижения

През 2011 г. GLOBUL:

- Удвои броя на участниците в Програмата за развитие на таланти.
- Подобри резултатите от Проучването на удовлетвореността на служителите.
- Създаде План за подобрене и поддържане на висока ангажираност сред служителите.
- Стартира ново обучение за „Управление на проекти“ като част от Лятна академия.
- Пилотно се включи в програмата за обмен на опит на Deutsche Telekom.
- Успешно внедри Система за управление на здравето и безопасността при работа (OHSAS 18001).
- Стартира обучение като част от програма, целяща постигане на баланс между работа и личен живот.
- Стартира сесии за обмяна на знания по различни теми важни за работата и живота в компанията.

Таблица 4 Резултати

Индикатор	Мерна единица	2009	2010	2011
Служители	брой	1 345	1 334	1 255
Текучество на служителите	%	10,7	12	16,3
Инциденти, довели до отсъствие от работа повече от 3 дни	брой	0	2	0
Наети служители вътрешно от компанията спрямо общия брой наети за същия период	%	19	11	11
Жени, които докладват директно на Изпълнителния директор	%	10	23,1	27,3
Служители, участвали в обучения	%	60,1	56,2	61,5

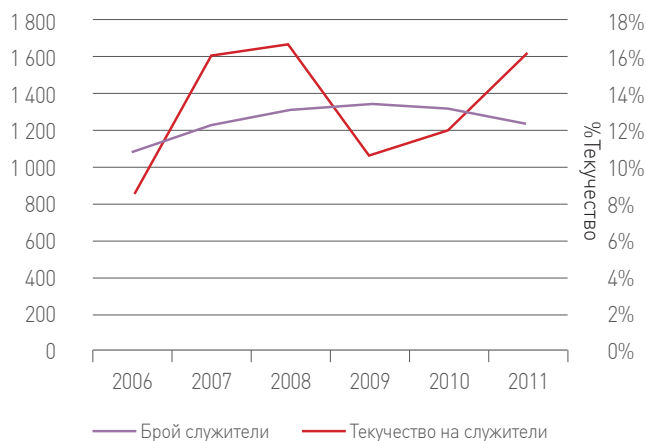
6.1.

Хората в компанията

През 2011 г. нашите служители показват силна идентификация с компанията и я препоръчват като желано и добро място за работа. Наехме 159 нови служители, разпределени в различни отдели на компанията, като така общият брой на заетите се равнява на 1255, при текучество на служителите от 16,3% (фигура 9).



Фиг. 9 Брой и текучество на служителите (в брой)



Намалението на общия брой служители и ръста в текуството в периода 2009-2011 г. свързваме с нестабилността на пазара на труда и на икономическите условия. Ясната преценка на ситуацията насочи усилията ни към задържане на качествените служители. В същото време свързваме повишеното текучество на служителите най-вече с характера на работата на заетите в магазините. Тази група наши служители работят при различни условия, влияещи

се от актуалните промени в средата, изострената конкуренция и повишаващите се изисквания на клиентите. Допълнително отчитаме факта, че при започване на първа работа младият човек има нужда от още време да обмисли и прецени своите приоритети и предпочитания за по-пълноценен и дългосрочен избор.

6.2

Развитие на служителите

За поддържането на култура на развитие, разбрахме, че Програмата за развитие на таланти дава много сериозни резултати. Затова за втора поредна година тя е приоритет на GLOBUL.



Надя Стефанова

Ръководител
Секция Личностно развитие и обучение, GLOBUL

Цели на Програма за
Управление на таланта

- Развитие
- Мотивиране
- Задържане
- Осигуряване на приемствеността за ключови позиции

- **Каква е целта на програмата?**
Програмата за управление на таланта в GLOBUL е ориентирана към идентифициране на служителите с отлично представяне и висок потенциал за по-голяма комплексност в отговорностите и тяхното развитие, мотивиране и задържане, както и осигуряването на приемственост за ключовите позиции в компанията. Основният фокус на програмата е да развива допълнително служителите с потенциал за заемане на по-комплексна длъжност (с повече отговорности, да управляват по-голям бюджет, проект, хора и т.н.). За целта се използват различни инструменти като допълнителни обучения за развитие на компетенции (извън тези, които са част от годишната програма за обучение на служителите), вътрешен коучинг, кариерен диалог, по-голямата им видимост от топ мениджмънта, работа в ключови проекти, ротации, програми за развитие на Групата и т.н. С различните си инструменти, програмата за управление на таланти цели да мотивира и запази служителите, които постоянно надхвърлят поставените им цели и очаквания на дадена позиция, като част от екипа на компанията. Не на последно място нейната цел е да осигури приемствеността в компанията като идентифицира ключовите позиции и работи за развитието

Нейната цел е да запази ключовите кадри в компанията, като обхващат й е идентифициране, развитие и запазване на служители с висок потенциал, осигуряване на канали за развитие на критични познания и формирането на лидерски умения. Основна цел за 2011 г. беше разширяването на обхвата на програмата и включването на служители.

Поддържаме култура на развитие.

Програма за развитие на талантите

През 2011г. Програмата за развитие на талантите обхваща нивото на средния мениджмънт. Организационно бяха реализирани 3 инициативи за всички участници, като 43% от тях преминаха и индивидуални модули на разнообразни теми като групов коучинг, индивидуален коучинг от топ мениджъри в компанията, инициативи за развитие на Deutsche Telekom, участие в специализирани конференции. Трима от нашите мениджъри изучават MBA и са подкрепяни от компанията, а 10 са преминали или участват в програма за развитие на групата на Deutsche Telekom.

- **на компетенциите на хората, които са приемници.**
- **Какво означава талант в GLOBUL?**
Талант в GLOBUL е служител, който постоянно надминава поставените цели и очаквания и разполага с потенциал за по-големи отговорности, човек който с поведението си демонстрира високо ниво на умения съгласно ценностите и приоритетите на компанията. Това са инициативни и проактивни служители, които са ролеви модел за останалите.
- **Как протича програмата?**
Програмата се реализира на цикъл от година и половина година в две основни фази – идентифициране на служителите в талантската група и програма за развитие на техните компетенции.
- **Как става идентифицирането на хората, включени в програмата?**
Оценката на потенциала на служителите се прави от преките ръководители според критериите на талантската програма.
В последствие оценките се потвърждават и на ниво директор на съответната дирекция. Необходимо условие е служителят и прекия му ръководител да имат минимум 6 месеца съвместна работа.

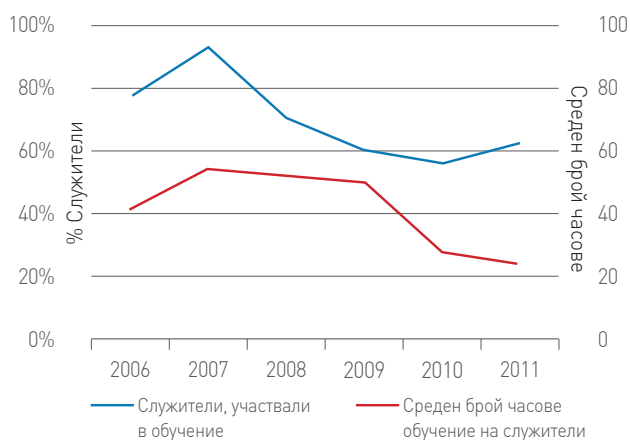
Резултатите от проведената програма са показателни за успеха ѝ – 11% от участниците в нея са промотирани на по-високи позиции през този период. Висока е и оценката им за първото издание на програмата, като 75% от тях смятат, че преминалите инициативи имат положителен ефект върху представянето им, развитието на техните знания и умения, компетенции и мотивация и дават висока оценка за ефекта ѝ.

Дългосрочната инвестиция в развитието на всеки един от екипа е и водеща при планирането на конкретни дейности за 2012 г. За да обхванем и други нива в компанията, се стараем да подпомогнем всеки професионалист да надрастне своите способности, независимо от своята длъжност и позиция, като разкриваме възможност за кариерен път, олекотен от бюрократични и йерархични препятствия. Разширявайки обхвата на програмата, ние искаме да открием във всяка сфера тези кадри, които са отговорни, иновативно мислещи, готови за предизвикателства. Така си осигуряваме развитието на динамичен и прогресиращ екип в конкурентна среда и устойчиво развиваща се компания. След внимателен подбор, около 80 служители от всички професионални области в компанията са идентифицирани и избрани за участие в Програмата за развитие на таланта през 2012 година.

Смятаме, че Програмата за развитие на таланти ще предостави ново поле за изява не само на служителите, но и на самата компания като модел за останалите компании от COSMOTE Group.



Фиг. 10 Обучение на служители



ЛЯТНА АКАДЕМИЯ 2011 Г.

SUMMER ACADEMY
SUMMERTIME, AND THE LEARNING IS EASY

През 2011 г. организирахме Лятна академия насочена към служителите на компанията.

Проведохме общо 15 обучения в 4 теми за 170 човека, като тази година въведохме нова тема, дискутираща управлението на проекти. Това нововъведение е в отговор на нарастващия брой проекти в компанията и необходимостта от тяхното ефективно управление. Акцентът е поставен върху комуникативни умения, презентационни умения, управление на времето. Плановите за 2012 г. включват разширяване на обхвата на темите, като се включат оптимизирането на ефективността и прилагането на новопридобитите знания. Измерване на удовлетвореност от обученията показва висока степен на полезност за служителите с резултат от 6.4 (по 7-степенна скала).

ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА DEUTSCHE TELEKOM (TELEKOM X-CHANGE)

През 2011 г. служители на компанията взеха пилотно участие в програмата за развитие на Deutsche Telekom X-Change. Програмата предлага на служителите, показващи изключителни резултати възможност да изпитат ежедневната работа в международна среда за три до шест месеца. В резултат на обмена, двете участнички за 2011 г. получават опит при работа по международен проект от голям мащаб, координиране на дейности по управление и комуникация на различни нива. Обмяната на опит води и до придобиването на умения като последователност, постоянство, ефективна комуникация, стратегическо мислене, приложими в ежедневната работа. Възможността за обмяна на опит, различната работна среда и култура спомагат за изместване към по-стратегически подход на управлението на проекти и следователно разгръщането на ръководния потенциал.

Изграждане на знания

Знанията и уменията са онези фактори, които осигуряват бъдеще на хората ни и на компанията и дават възможност непрестанно да отговаряме на предизвикателствата, с които е свързано това развитие и които средата носи. Затова и през 2011 г. започнахме редица инициативи, насочени към изграждане на ноу-хау и обмяна на опит. Организираните курсове обхващат 211 теми, насочени към развиването на „личностни умения“, като това са 11% от общия брой обучения. Останалите 89% дават професионални познания за успешно реализиране на дейностите на компанията. В сравнение с 2010 г. се отчита увеличение от 26% за курсовете насочени към изграждане на специфични знания и умения. Едновременно с това, служителите преминали обучение през 2011 г. са с 5,3% повече в сравнение с 2010 г.

КАК В GLOBUL СПОДЕЛЯМЕ ЗНАНИЯ?

За GLOBUL знанието е един от най-ценните активи на компанията и затова е важно по-ефективно споделяне и използване в рамките на организацията. В края на 2011 г. дирекция „Човешки ресурси и администрация“ стартира успешна инициатива под формата на сесии за споделяне на знания, която има за цел да предостави платформа за повишаване нивото на знание за бизнеса на компанията, да осигури още една възможност за изява на служители, представители на средния и на топ мениджмънта, както и за разпространяване на най-добрите практики от различни сфери на нашия бизнес. Бяха проведени общо 4 такива сесии, които бяха посетени от повече от 120 служители.

Поради засиления интерес от страна на служителите, през 2012 г. ще продължим добрата практика на споделяне на знания.

Споделяне на знания

Умението за споделяне на знания е толкова важно, колкото и тяхното генериране. То е в основата на изграждане на капацитет и стимулиране на креативността на нашите служители.

Важна инициатива, която предприехме през 2011 г. е провеждане на ежемесечни семинари на различни теми, в които обогатяваме познанията както за самата компания,

така и по специфични теми, значими за нашия бизнес. Вярваме, че организирането на събития, които са насочени към по-добро опознаване на компанията като жив организъм, който непрекъснато се променя, води до по-доброто представяне на служителите и до повишаване на личния им интерес и способностите за предоставяне на решения.

6.3.

Ангажираност на служителите

За нас е важно служителите да познават целите на организацията, да споделят визията и да се водят от ценностите. Затова и полагаме усилия да ги ангажираме, като провеждаме комуникационни кампании и събития, които да ни помогнат в този процес. Още с постъпването си, служителите преминават през специален въвеждащ семинар, на който се обясняват ценностите на компанията и ролята на всеки от нас в поддържането им. Сесиите за споделяне на знанията, за които вече ви разказахме, също спомагат в процеса на ангажиране на служителите с целите на компанията. Също така, чрез вътрешна комуникация, непрекъснато насърчаваме служителите да се включват в кампании от обществено значение, в които GLOBUL е партньор, като така се стимулира и усещането за екипност и споделени ценности от служителите на компанията.

Работата с един ангажиран екип ни позволява да внимавем и разберем по-широкия контекст и влиянието на нашите решения, да научим повече за очакванията на нашите служители и да оценим рискови ситуации, които могат да окажат влияние върху нашия бизнес. Всяка година анализираме и оценяваме удовлетвореността и ангажираността на екипа ни като провеждаме проучване на удовлетвореността на служителите. Междинното (експресно) проучване през 2011 г., в което взеха участие 74,9% от служителите, показва положителни резултати в много от оценяваните области като Мотивиране на служителите, Признание, Информационни системи, процеси и процедури, както и Възможности за обучение и професионално развитие. Служителите оценяват компанията като стабилен работодател, но също така посочват областите за подобрене, като една от тях е баланс работа-личен живот.

За да осъществим подобрения в идентифицираните области, изготвихме Планове за подобрене на ангажираността, които са насочени към справяне с причините и са разработени съвместно с представители на основните нива в компанията. В първите работни срещи активно участие взеха представители на средния мениджмънт, които са в преки взаимоотношения с голяма част от служителите и имат възможността да интегрират и предадат техните предпочитания и виждания по всяка една тема.

6.4.

Поддържане на баланс работа–личен живот

Едно от основните предизвикателства на съвременните компании е осигуряване на условия за поддържане на баланса работа-личен живот. Тази тема стои и пред GLOBUL. Резултатите от проведеното през 2011 г. проучване, показват видимо подобрене в представянето на фирмата. Ние сме наясно, че комбинацията на много фактори, ангажименти и желанието за справяне, отключват стрес. Затова и през 2011 г. инициирахме семинари за управление на стреса, за да подобрим способността на екипите и отделните ни служители да се справят с натрупания стрес и трудности, като остават продуктивни и емоционално стабилни.

.....
GLOBUL отчита подобрене в поддържане на баланса работа–личен живот.

СЕМИНАРИ НА ТЕМА „УПРАВЛЕНИЕ НА СТРЕСА“

През 2011 г. стартирахме провеждането на семинари за споделяне на практически съвети за поддържане на здравословен баланс работа-личен живот. През месец ноември се проведеха две обучения на тема „Управление на стреса“, насочени към 25 от мениджърите в компанията. Двете сесии са оценени високо от участниците с резултат 6,3 (от 7-степенна скала). Те смятат, че обучението им е помогнало преди всичко да разпознават навреме симптомите на стреса, да разполагат с определени техники и методи за откриване, предотвратяване, овладяване и минимизиране на негативния ефект от него.

6.5.

Разнообразие и равни възможности

Разнообразието в екипа е в основата на разнообразието от таланти, умения, потенциал за развитие и резултатност. Нашата цел е да предоставим на служителите си равен старт и разнообразие от възможности, като същевременно поддържаме богатството от качества и характеристики на нашия екип за постигането на творчество и иновации, бизнес успех. В екипа ни има представители от различни малцинствени групи – етнически (34 души от турски произход) и хора в неравностойно положение (10 души).

В GLOBUL се стараем да осигурим възможности на младите хора за професионално и личностно развитие в границите на страната. С предоставянето на атрактивна работна среда и гъвкави условия на труд независимо от пол, етнос, възраст се гордеем да споделим, че за последните 5 години средната възраст на персонала е около 31 години. През 2011 г. 85% от служителите са с висше образование, а 57,6% – между 26 и 35 години.

Глобално проучване, публикувано през 2010 г., показва, че жените, които заемат ръководни постове в компании все още имат ниска представителност в нивата, вземащи решения. Установената връзка между участието на жени в изпълнителните бордове (executive committee) и подобреното финансовото представяне, остава основно поле за развитие. В GLOBUL поставяме постигането на разнообразие в равнопоставеността на половете на топ мениджърски позиции като приоритет в стратегическото развитие на компанията. През 2011 г. се наблюдава процентно увеличение на жените директно докладващи на Изпълнителния директор с 4,2%.

Все повече жени заемат ръководни постове в GLOBUL.

Нашият ангажимент е насочен към запазване на баланса между половете, не се ограничава само до разглеждането на всеки един служител равнопоставено, но и към това да подпомагаме заемащите отговорни постове в техния кариерен път. През 2011 г. реализирахме програми за жените, насочени към изграждането на умения и компетенции, като им се осигури възможност да подобрят своето трудово представяне и да израстват в рамките на компанията.

6.6.

Управление на безопасността и грижа за здравето

Ние осигуряваме безопасна и здравословна работна среда, като се стремим да бъдем проактивни и намалим риска от негативни последици върху служителите. Всички оперативни процеси са в съответствие с въведените системи за управление на здраве и безопасност и околна среда. Основни принципи насочени към осигуряване на безопасна и здравословна работна среда са описани и заложи в Политиката за здраве и безопасност на работното място, като приоритетни области са не само физическото, но и психическото здраве на всеки един от нас. Съответствието с изискванията на стандарта по здраве и безопасност ни позволява да създадем не само по-голяма проследимост и прозрачност, но и по-добра основа за проактивна реакция, корекция и подобрен потенциал за оптимизация на корпоративно ниво. Обвързването с конкретни цели позволява да създаваме и следваме планове за подобрене, като целим максимална защита на нашия екип и същевременно поддържане на телекомуникационна инфраструктура при сегашните условия.

Най-големи рискове съществуват при дейностите свързани с работа на височина – планирането, поддръжката и оптимизацията на базовите станции. Служителите, работещи на височина са оборудвани с лични предпазни средства, които всяка година се проверяват за установяване на тяхната годност. Провеждат се обучения за работа на височина – начален курс и опреснителен курс на всеки 2 години. През 2011 година 48 служители са преминали опреснителен курс за работа на височина. Друга рискова група са служителите, които интензивно използват служебни автомобили.

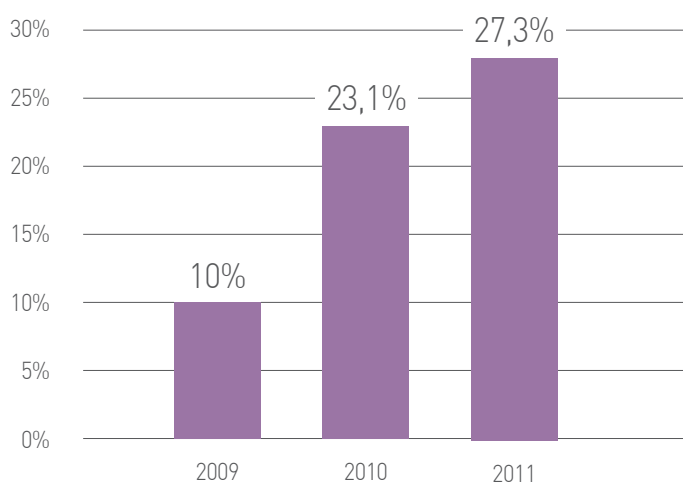
През 2011 г. проведохме 4 курса за оказване на първа помощ. Обучени бяха 49 служители от Отдел Поддръжка на мрежата и 13 служители от други структурни звена на компанията.

По случай световния ден без тютюн, на желаещите служители в София (90 човека) бе направено изследване на остатъчните количества въглероден моноксид.

За съжаление, въпреки всички тези усилия през 2011 г. наш колега загуби живота си при инцидент с автобус по редовна линия.



Фиг. 11 Жени, които докладват пряко на Изпълнителния директор



През 2011 г. нямаме случаи на дискриминация по каквито и да е признаци в компанията. При нас не работят непълнолетни граждани по смисъла на българските закони и няма никакъв риск от каквато и да е форма на детски или принудителен труд.

ПОЛИТИКА ПО ЗДРАВЕ И БЕЗОПАСНОСТ ПО СТАНДАРТ OHSAS 18001

GLOBUL вярва, че здравето и безопасността на персонала при работа, представляват стойност, която е неразделна част от цялостната култура на компанията.

Здравето и безопасността на служителите са основен приоритет за ръководството на компанията. GLOBUL се стреми да постигне здравословни и безопасни условия на труд, които да съответстват напълно на изискванията, определени от законодателството. GLOBUL предприема превантивен подход към всички дейности, като при вземането на решения и тяхното изпълнение взема предвид всички изисквания в областта на здравето и безопасността при работа. Ръководството се консултира със служителите и насърчава участието им по тези въпроси. Управленският екип на компанията трябва да служи като пример за безопасно поведение и по този начин да убеди всички служители в ангажираността си към Политиката на компанията по здраве и безопасност при работа. GLOBUL се ангажира с предоставяне на информация, актуализиране и обучение на персонала, така че самите служители да допринесат за спазването и подобряването на здравословните и безопасни условия на труд и да приемат това като свое задължение.



Вероника Гергинова

Ръководител
секция Вътрешна комуникация,
GLOBUL

6.7.

Социални придобивки

Стремим се да осигурим отлични условия за труд на нашите служители, като ги мотивираме чрез разработена с тяхно участие система за социални придобивки, която включва:

- Ежегодни програми за обучение и развитие на служителите;
- Медицинско обслужване чрез здравно-осигурителен фонд, както и застраховка Злополука и застраховка Живот;
- Процедура за финансова помощ на служители с много тежки здравословни проблеми, когато лечението не се покрива напълно от Здравната каса или здравния фонд;
- Месечни ваучери за храна и гориво и/или транспортни карти;
- Преференциални условия за ползване услугите на GLOBUL;
- Организиране на Програми за сплотяване на екипа;
- Програма от социални придобивки, включваща преференциални условия в сферата на масовото потребление, банковия сектор, туризма, услугите и др.;
- Ежегоден спортен турнир и възможност за спортни занимания в сформирания отбори по футбол и волейбол;

В компанията съм от април 2007 г. и съм част от екип Вътрешна комуникация в дирекция Корпоративна политика. За нас вътрешната комуникация в компанията е ежедневен процес, в който активно участват всички служители на компанията, без структурни ограничения. Като структурно звено в GLOBUL ние имаме за цел да отговорим на нуждите и очакванията на колегите, предоставяйки им нужната информация в точния момент, използвайки различни канали. Ние се стремим не само да създаваме двупосочни канали на комуникация, но и да оптимизираме дейността си в резултат препоръките на нашите вътрешни клиенти. В компанията ни вече има редица вътрешни кампании, които имат за цел не само да популяризират нашите ценности и култура като компания, но и да дадат възможност за взаимодействие с колегите. Много от служителите ни активно се ангажират и участват в създаването на събития и инициативи. Пример е традиционният спортен празник

От няколко години GLOBUL има разработена Процедура за подпомагане на болни служители и техните роднини. Чрез нея през последните 2 години компанията е помогнала на 11 наши служители с над 90 000 лв. Благодарение на силната вътрешна комуникация, през 2011 г. служителите ни събраха близо 125 000 евро за лечение на болно дете на техен колега.

6.8.

Вътрешна комуникация

Ние в GLOBUL вярваме, че успешната вътрешна комуникация е резултат от ефективна бизнес комуникация и постоянен диалог със служителите ни. Нашата цел е ежедневно да информираме служителите за всичко случващо се в компанията, използвайки различни канали и давайки им възможност за активно участие в различни аспекти от дейността ни.

Нашата мисия е постоянно да улесняваме и подобряваме комуникацията в компанията, предоставяйки навременна и открита информация, която да улесни служителите ни в тяхната работа, да им предостави възможност да споделят идеите си и успеха ни.

Корпоративната отговорност в GLOBUL и отговорното отношение на служителите към природата са резултат от активната и открита вътрешната комуникация, която е ключова за успеха им. Активно и системно работим за популяризирането на нашите зелени проекти, инициативи и конкретни цели, използвайки разнообразни канали, кампании и събития.

за служители (G-Olympics), който през 2012 г. ще организираме за седма поредна година. G-Olympics е двудневен спортен турнир, който се провежда на открито и включва футбол, волейбол, тенис на маса, тенис на корт, както и редица забавни игри и кът за деца на служители. Миналата година около 250 служители се включиха в събитието и се бориха за купи и медали. Активното участие на служителите ни вдъхновява всяка година да разнообразяваме събитието, включвайки баскетбол, воден футбол, батут, плажен волейбол, дамски футболен турнир и др.

За нашия екип ефективната вътрешна комуникация е онази добавка, която позволява на корпоративната машина да се движи с по-бързи темпове в определената посока. Тя спомага за удовлетвореността и мотивираността на служителите, представяйки общи цели и отбелязвайки заедно нашите успехи. За постигането на тази ефективна комуникация спомага не само двупосочната комуникация, но и работата в сътрудничество с всички дирекции на компанията.

Ние вярваме, че ефективната вътрешна комуникация е важна не само за отговорното отношение към природата сред служителите ни, но трябва да има за цел да намали отпечатъка ни като компания върху природата.

През 2008 г. стартирахме с малки стъпки като: намаляване употребата на хартия, повторната ѝ употреба и рециклирането ѝ, рециклиране на пластмасата и т.н., а днес отговорното отношение към природата е част от корпоративната ни културата, изразено в ежедневни и систематични действия.

Служителите ни са информирани за ефекта върху природата от всяка дейност на компанията ни и активно работят за неговото намаляване чрез заложените програми за намаляване вредата върху природата.

Доказателство за успеха ни е доброволното участие на служителите в зелените инициативи на компанията. Като посланици на зеленото мислене ние вярваме, че служителите ни имат важна роля в утвърждаване имиджа на GLOBUL като социално отговорна към природата компания.



Табл. 5 Цели 2011 г. и 2012 г.

Ангажимент 2011 (4)	Изпълнение	Ангажимент 2012 (6)
Разширяване обхвата на Програмата за развитие на таланти	Да	Разширяване обхвата на Програмата за развитие на таланти – нови 82-ма участници
Поддържане висока ангажираност и удовлетвореност на служителите	Да	Поддържане висока ангажираност и удовлетвореност на служителите
Усъвършенстване програмата на „Лятната академия“ с включване на нови вътрешни обучения	Да	Усъвършенстване програмата на „Лятната академия“ с включване на нови вътрешни обучения
Насърчаване израстването на жените до ръководни позиции	Да	Насърчаване израстването на жените до ръководни позиции
		Участие в обучения на групата Deutsche Telekom
		Сертифициране по Системата за управление на здравето и безопасността



Околна среда

GLOBUL е Зеленият телеком оператор на България – това е мнението на 75% от българите за нашата компания*. Гордеем се с тази титла и в същото време ясно осъзнаваме товара ѝ. Тя ни задължава да си поставяме амбициозни цели, ежегодно да отчитаме напредък в екологичните си постижения и да създаваме възможности за всеки наш служител, клиент и партньор да даде своя принос за едно по-устойчиво бъдеще на планетата.

ГЛОБУЛ – Инвеститор в околна среда за 2011 г.

Постижения

През 2011 г. GLOBUL:

- Спести 91,9 тона хартия благодарение на отговорното поведение на клиентите си, които ползват електронна фактура и презареждат своите предплатени карти по електронен път.
- Достигна високо ниво на проникване на електронната фактура сред клиентите си – към края на годината 40,5% от абонатите ни не получават хартиена фактура.

Намали с 12% и 34% потреблението съответно на дизелово гориво и смазочни масла в базовите станции, които не са свързани в електропреносната мрежа.

- Предаде за рециклиране 8,6 тона отпадъчна копирна хартия от офисите си, което представлява увеличение с около 46% спрямо предходната година.
- Намали с 65% количеството на отпадъците, генерирани от работата на мрежата – основният източник на опасен отпадък от дейността на компанията.
- Закупи един от първите 3 фирмени електромобила в България.
- Получи наградата за Инвеститор в околна среда от Наградите за отговорен бизнес на Българския форум на бизнес лидерите.
- Получи наградата EFFIE България за най-ефективна реклама в категория Корпоративни комуникации за кампанията за Националния ден на природните паркове.

Табл. 6 Преглед на резултатите

Ключов индикатор	Мерна единица	Резултат 2009	Резултат 2010	Резултат 2011
Общо потребление на енергия	мегаватчас	60 129	54 537	59 199
Енергиен интензитет на бизнеса	мегаватчас/млн. EUR приход	134	134	148
Общо парникови емисии**	тона CO ₂ -екв.***	27 706	24 567	25 358
Производство на енергия от възобновяеми енергийни източници	мегаватчас	16,5	15,6	15,3
Потребление на горива (автомобили, генератори и отопление)	хиляди литра	1 246	907	895
Потребление на копирна хартия	тон	22,7	22,5	21,8
Предадена за рециклиране отпадъчна хартия	тон	4,5	5,9	8,6
Генерирани отпадъци от мрежата**** (предадени за рециклиране)	тон	109,1	136,8	47,4
Потребление на вода	хиляди м ³	14,9	12,9	12,3
Потребление на хартия за фактури и предплатени ваучери	тон	265,4	230,6	201,0
Спестена хартия от ползване на електронни услуги*****	тон	19,9	60,1	91,9
Предадени за рециклиране мобилни телефони, батерии и аксесоари (вкл. GERMANOS)	тон	1,7	2,8	1,3

* Според представително маркетингово проучване за 2011 г.

** Ниво 1 – (преки емисии от собствени източници; ползвани са емисионните фактори на методиките за изчисление на Протокола за парникови газове - GHG Protocol) и Ниво 2 (непреки емисии от електричество и топлина; ползвани са емисионните фактори на Международната енергийна агенция - IEA).

*** CO₂-еквивалент – Съгласно дефиницията на Рамковата конвенция на ООН по изменение на климата емисиите на парниковите газове (напр. въглероден диоксид, метан, азотен оксид, флуор-съдържащи газове и др.) се измерват в CO₂-еквиваленти.

**** Излезли от употреба акумулаторни батерии, смазочни масла, маслени филтри, телеком оборудване и неговите опаковки.

***** Електронна фактура и електронно презареждане на предплатени карти.



Политика по околна среда

"Ние, в GLOBUL и GERMANOS, се ангажираме да управляваме въздействието, което нашата дейност има върху околната среда, като непрекъснато подобряваме нашите екологични показатели. Тази отговорност определя начина на работа на GLOBUL и GERMANOS.

Прилагането на действащото законодателство и активното участие в постигането на националните цели са в основата на нашата политика по околната среда.

Ние осъзнаваме и измерваме въздействието си върху околната среда.

Ние непрекъснато търсим начин да намалим въздействието си, като прилагаме най-добрите налични техники и практики за:

- намаляване на замърсяването и отделянето на отпадък в природата;
- намаляване на излишната употреба на суровини и консумацията на енергия;
- рециклиране на суровините, като смазочни масла, хартия, остаряло електронно и електрическо оборудване.

Ние възпитаваме служителите си в екологична отговорност към околната среда и ги окуражаваме да участват в системата ни за управление на околната среда, както и да възприемат устойчив начин на живот.

Ние водим открит диалог със служителите си и със заинтересованите страни.

Ние очакваме от нашите доставчици и контрагенти също да демонстрират екологична грижа и да въвеждат и прилагат програми за управление на околната среда.

Ние допринасяме за повишаване на екологичното съзнание на нашите клиенти, като им даваме възможност за рециклиране на мобилни телефони, батерии, тонери, употреба на еко материали, като биоразградими торби в нашата магазинна мрежа, както и на електронни услуги (напр. е-фактура).

Ние поддържаме непрекъснат контакт с местните общности и се стремим да предвидим и отговорим на нуждите им от справяне с критични екологични проблеми.

Ние участваме в публични диалози и дискусии във връзка с околната среда.

Верни на екологичните си принципи, въвеждаме на територията на цялата страна и във всеки процес от нашата дейност и услуги, система за управление на околната среда, в съответствие с международния стандарт ISO 14001.

Намаляването на въздействието ни върху околната среда изисква непрекъснати усилия и наблюдение на резултатите. Екологичната устойчивост е неизменна част от бизнес философията ни и е интегрирана във всеки един от вътрешните процеси на компанията."



Захариас Коцибос
Главен изпълнителен директор
GLOBUL и GERMANOS

7.1.

Система за управление на околната среда

През 2011 г. усъвършенствахме Системата си за управление на околната среда, която ни позволява да контролираме, измерваме и непрекъснато намаляваме вредните въздействия от дейността си върху околната среда.

Подобрихме обхвата и точността на екологичните си дан-

ни, както и схемата за събиране и обработка. Поставихме цели и програма от мерки за постигането им и стартирахме вътрешна комуникационна кампания за запознаване с изискванията на системата. Направихме първия вътрешен одит на системата, който ни показа нови възможности за подобрене.

През 2012 г. ще преминем сертификационен одит от независима акредитирана организация за сертифициране по международния стандарт ISO 14001.

7.2.

Енергия и опазване на климата

За едно десетилетие информационните и комуникационни технологии се превърнаха в глобален потребител на енергия с бързо нарастващи парникови емисии, които днес надхвърлят тези на авиацията и достигат над 2% от световните емисии. Същевременно нашият бизнес е носител на най-големия потенциал за спестяване на енергия и парникови емисии във всички човешки дейности. Ние предлагаме продукти и услуги, чието използване би могло да доведе до спестяване от 7,8 милиарда тона въглеродни емисии през 2020 г. в световен мащаб*.

В GLOBUL смятаме, че климатичните промени са сред най-значимите предизвикателства пред съвременната цивилизация. Затова сме си поставили за цел да бъдем лидер в опазването на климата в България. Знаем, че можем да ограничим не само прякото си енергийно потребление, но и цялостния въглероден отпечатък на продуктите и услугите си. Освен това сме убедени, че можем да направим много за популяризирането на каузата в България и да помогнем на нашите клиенти и партньори да бъдат по-отговорни към климата на планетата.



Енергийно потребление и въглероден отпечатък на телеком услугите

Производителите на оборудване и инженерите на операторите усилено работят, за да повишат енергийната ефективност на телекомуникационните мрежи. Глобално проучване на Ериксон** от 2007 г. показва, че мобилните оператори тогава консумират почти същото количество енергия колкото през 1995 г. като покриват два пъти повече абонати. Телекомите успяват да се справят с ръста на трафика на гласови услуги и текстови съобщения и желанието на потребителите да имат възможно най-добро покритие и в най-отдалечените райони без неконтролируемо да увеличават енергийното си потребление.

Тази тенденция обаче се променя в последните години. Повсеместното развитие на 3G мрежите и изключителния ръст на трафика на данни водят до неминуемо увеличение на потреблението на енергия. Енергийната ефективност се превръща във все по-важен фактор, който определя конкурентоспособността на услугите ни, а възобновяемите енергийни източници стават напълно реална алтернатива на изкопаемите горива, включително в мрежата на GLOBUL.

* Докладът за Групата по изменение на климата към Глобалната инициатива за устойчивост (GeSI), 2008 – SMART 2020: Enabling the low carbon economy in the information age

** Водещ производител на телеком оборудване – осигурява оборудването за голяма част от мрежата на GLOBUL

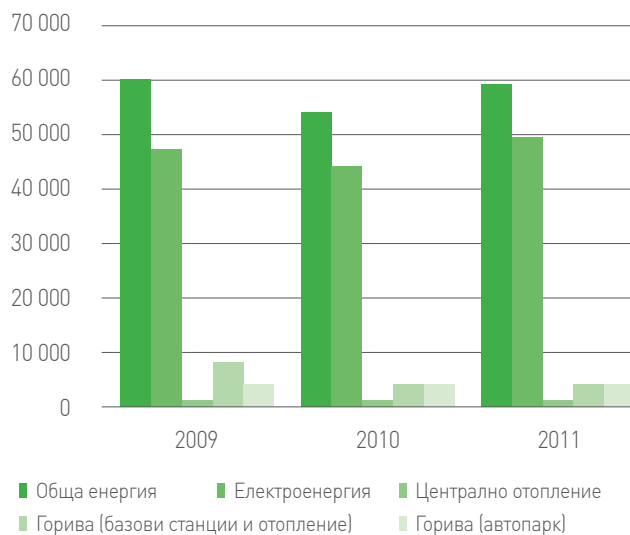
Потребление на енергия и въздействие върху климата

През 2011 г. GLOBUL консумира 59 199 МВтч (или 213,1 тераджаула) енергия, под формата на електро- и топлоенергия и горива (31,1 тераджаула директно и 182,0 тераджаула индиректно консумирана енергия) и генерира 25 358 тона въглеродни емисии. Това е равно на количеството, което най-голямата топлоелектрическа централа в света изпуска в атмосферата за по-малко от 6 часа.

Енергийната интензивност на бизнеса ни възлиза на 148 МВтч/млн. евро приход, като през 2011 г. се наблюдава ръст от 10% спрямо 2010 г. Това е логичен резултат от спада на единичната цена на услугите ни в съчетание с ръст на броя абонати и трафика, които водят до повишение на енергийното потребление. Този факт ясно ни показва потенциала за оптимизация и намаляване както на въглеродните ни емисии, така и на разходите ни за енергийни ресурси.



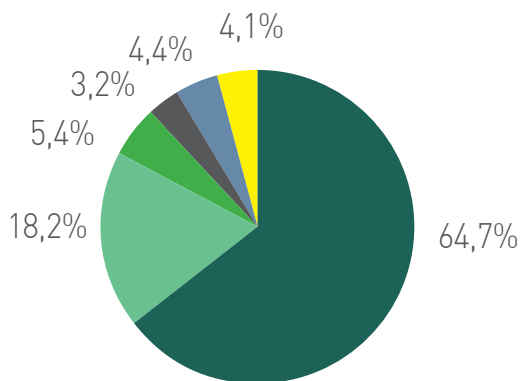
Фиг. 12 Потребление на енергия (в Мегаватчаса)



Опорната мрежа и базовите ни станции употребяват общо около 90% от цялото електричество в компанията. Базовите станции в отдалечени райони се захранват с дизелови генератори, които през 2011 г. консумират почти толкова гориво, колкото целия ни автопарк от близо 300 превозни средства. Офисите и магазините ни също имат значим дял в енергийното потребление и съответно въглеродните емисии. Фигура 13 ясно показва кои са най-значимите източници на емисии и къде трябва да съсредоточим усилията си за тяхното ефективно намаляване.



Фиг. 13 Източници на CO₂ емисии за 2011 г.



■ Базови станции (електричество) ■ Опорна мрежа ■ Офиси
 ■ Магазини ■ Автопарк ■ Базови станции (дизел)

През 2011 г. отчитаме ръст на енергийното потребление и въглеродните емисии.



Какво правим, за да ограничаваме емисиите си

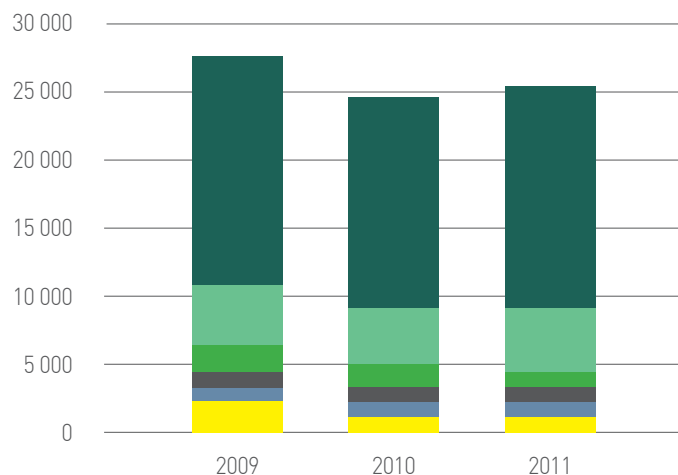
Въпреки поставените амбициозни цели за намаление, през 2011 г. GLOBUL увеличи въглеродните си емисии с 791 тона – 3,2% повече в сравнение с предходната 2010 г. (Фигура 14). Основните причини за този резултат са:

- Значим ръст на трафика – с 15,47% за гласов пренос и 83,16% за данни
- Разширение на мрежата – увеличение на броя базови станции
- Голям брой и висока продължителност на периодите без захранване от съответните електроразпределителни дружества (поради лошо време или недобра поддръжка), които доведоха до 3,2 пъти по-голямо потребление на дизел от резервните генератори.
- Непълно изпълнение или отлагане на някои от проектите за модернизация на мрежата и енергийна ефективност поради ограничения на инвестиционния бюджет

В същото време благодарение на инсталацията на хибридни системи (дизелов генератор с батерии) в 6 нови базови станции успяхме да намалим общото потребление на дизел в отдалечените базови станции с 12%.



Фиг. 14 Общо CO₂ емисии (тона CO₂-еквивалент)



■ Базови станции (електричество) ■ Опорна мрежа ■ Офиси
 ■ Магазини ■ Автопарк ■ Базови станции (дизел)

Вече 9 отдалечени базови станции са оборудвани с хибридни системи – от 2011 г. за всички нови това е стандарт!

Хибридната система включва дизел генератор, батерии и управляващ контролер, като батериите се зареждат и разреждат циклично. Целта е да се намали времето за работа на дизел генератора, а оттам и консумацията на гориво и съпътстващите парникови емисии. Благодарение на хибридната система всяка базова станция спестява по 8 800 л. дизелово гориво годишно, което представлява намаление с около 50%, сравнено с конвенционалните станции. Поради намалените работни часове на генератора много по-рядко се налага да се сменят консумативи, което допълнително увеличава благоприятния екологичен ефект – намаляват се консумацията на масла и филтри, транспорт за поддръжка или авария.

В началото на 2011 г. взехме решение всяка новоизградена базова станция, която не е свързана с електропреносната мрежа, да бъде с хибридна система.

От 2008 г. тестваме използването на соларна система за захранване на отдалечени базови станции, която през 2011 г. произведе 15,3 МВтч зелено електричество.

През 2012 г. ще инсталираме фотоволтаици и в опорната си мрежа – на покрива на една от сградите в Бизнес парк София. Произведената соларна електроенергия няма да захранва електропреносната мрежа и съответно няма да се продава на преференциални цени, а ще се използва за функционирането на някои процеси в мобилния комуникационен център (MSC3), които не са от критично значение. Ако проектът е успешен, ще се продължи и със някои суичинг центровете (BSC).

Друг проект, който значително допринася за увеличаване на енергийната ефективност в мрежата ни, са т.нар. free-cooling системи (системи на автономно охлаждане). В голяма част от мрежата ни се използват климатични машини, които са оборудвани и с вентилационни системи, осигуряващи охлаждане от външната среда, което намалява работата на климатика.

През 2011 г. на 49 базови станции бяха инсталирани самостоятелни системи на автономно охлаждане. Системата се състои от вентилатор, решетка с филтър и управляващ контролер. Това е много добро решение за базови станции, инсталирани на покриви на сгради или такива незащитени от пряка слънчева светлина.

Тази система спестява около 70% от енергията необходима за охлаждане на базова станция на годишна база, а в месеците октомври-май на практика не се налага работата на климатик. Крайният ефект е около 20% намаляване на консумацията на електроенергия, или, с около 2 тона по-малко емисии на парникови газове годишно на базова станция.

Свързването на отдалечени базови станции с електропреносната мрежа също има значим дял в намаляването на емисиите ни – броят им намаля от 29 на 23 за последната година.

През март 2011 г. GLOBUL се нареди сред собствениците на първите три официално регистрирани електромобили в България – Peugeot iOn. Електромобилът се използва за нуждите на служителите от дирекция „Човешки ресурси и администрация“ в централния офис на оператора в столицата.

.....
Инвестирахме в един от първите електромобили в България.
.....

Peugeot iOn е 100% електрически автомобил, който съчетава маневреност, високо ниво на сигурност и комфорт с



безшумност и липсата на вредни емисии на електрическият двигател, при това без да липсват и обичайните удобства на обикновените автомобили. Автомобилът предлага 150 км пробег в стандартен европейски цикъл на движение с едно зареждане. Пълното зареждане на литиево-йонната батерия се извършва за шест часа чрез стандартен контакт от електрическата мрежа, а бързото презареждане става чрез специално зарядно устройство, което позволява зареждане до 80% от батерията за 30 минути.

7.3.

Ресурси и отпадъци

GLOBUL работи усърдно върху намаляване употребата на суровини и материали чрез оптимизация в процесите на работа и въвеждане на добри практики за повторна употреба и рециклиране на ресурсите. За дейността на компанията в най-големи количества се използват горива (разгледани по-горе), акумулаторни батерии, телеком оборудване и масла, използвани в мрежата. Наред с горните стоят продуктите и техните опаковки, които се продават в нашите магазини, както и хартията, която използваме за фактури, ваучери, рекламни материали и други. Едва най-накрая се нареждат употребата на копирна хартия, тонери и техника в офисите и магазините.



Ресурси и отпадъци в телекомуникационната мрежа

Поддръжката на мрежата на GLOBUL налага използването на различни суровини и съответно поправката или подмяната на оборудване. Най-значителната част от него е свързана със захранването на работата на дизеловите генератори – акумулаторни батерии, масла, филтри.



Борислав Ангелов

Шофьор,
GLOBUL

Електромобилът предизвиква интерес у много хора. Често ме спират, за да ме питат за пробег, за времето за зареждане и изобщо за усещането да караш електрическа кола. От повече от 30 години съм шофьор и мога да кажа, че колата е много добра. Скъпа е, но не е давала никакви проблеми. Лятото изминавам спокойно по 100 км с нея и понякога мога да си върша работата в продължение на два дена с едно зареждане. Отоплението обаче яде от батерията и в по-студените месеци, пробегът е значително по-малък. Колата се зарежда почти само тук, в сградата на GLOBUL, като за пълното зареждане на батериите са нужни 6-7 часа. На колегите също им е интересно и искат да ги возя. Често ме викат и на различни събития с електромобила. На всички им прави впечатление, че колата е изключително безшумна. Затова и карам много внимателно, защото почти никой не чува, че се приближавам.

Поетапното електрифициране на мрежата, внедряването на хибридни системи и възобновяеми енергийни източници, както и изборът на по-качествени акумулатори

и по-доброто енергийно управление имат огромно въздействие върху количеството ресурси и отпадъци, които потребяваме и съответно генерираме.

65% по-малко отпадъци от работата на мрежата.

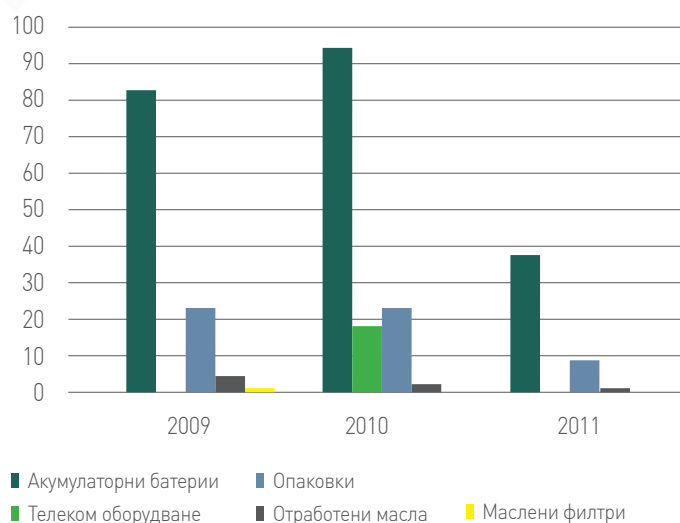
През 2011 г. изтощените акумулаторни батерии генерираха само 37,7 тона опасни отпадъци – със 60% по-малко от предходната година, а потреблението на смазочни масла падна до 2 396 л.

Осъзнавайки опасността от попадане на опасни отпадъци в околната среда, ние работим само с лицензирани фирми-подизпълнители, които са длъжни да осигурят предаването на всички отпадъци на сертифицирани организации, като по този начин осигуряваме законосъобразно и природосъобразно третиране на отпадъците.

Подмяната на телеком оборудване също води до изхвърляне на ненужни части, които се складират (затова през 2009 и 2011 г. няма отчетен такъв отпадък) и при натрупване на големи количества се предават за рециклиране. Внесеното от GLOBUL телеком оборудване носи със себе си и голямо количество опаковки, което се явява отпадък на територията на България. През разглеждания период се отчита намаление в количеството опаковки от 21,9 през 2010 г. до 8,1 тона през 2011 г. Тези опаковки се състоят главно от хартия, картон и дървесина и се предават за рециклиране.



Фиг. 15 Генериране на отпадъци от мрежата (в тонове)



Продукти и опаковки

Всички продукти, съответно техните опаковки, които се продават в магазините на GLOBUL, се внасят или произвеждат от GERMANOS, поради което те не са предмет на разглеждане в този доклад.

Рециклиране на мобилни апарати, аксесоари и батерии

Електронните отпадъци са едно от най-значимите екологични предизвикателства на XXI век. Мобилните телефони съдържат големи количества ценни метали като мед, сребро, злато, паладий и платина, чиито добив е изключително разрушителен за природата и чиито залежи се изчерпват бързо. Съвременните технологии позволяват пълното рециклиране на компонентите на електронните отпадъци, които събираме в GLOBUL. Чрез последващо разкомплектоване и разделяне се извличат пластмаси и метали, които след това се използват отново в индустрията.

Благодарение на програмата на GLOBUL за рециклиране на мобилни телефони нашите клиенти имат възможност да дадат своя принос за опазването на природата. В кампанията през 2011 г. за поредна година се включиха и наши бизнес партньори – Coca Cola HBC България, Посолство на САЩ в България, Sony Ericsson Mobile Communications България, Shell България и Титан Златна Панега Цимент – които поставиха контейнери за събиране на остарели мобилни телефони в офисите си. От началото на кампанията до края на 2011 г. събрахме и предадохме за рециклиране близо 5,8 тона излезли от употреба мобилни телефони, батерии и аксесоари.

Употреба и рециклиране на хартия

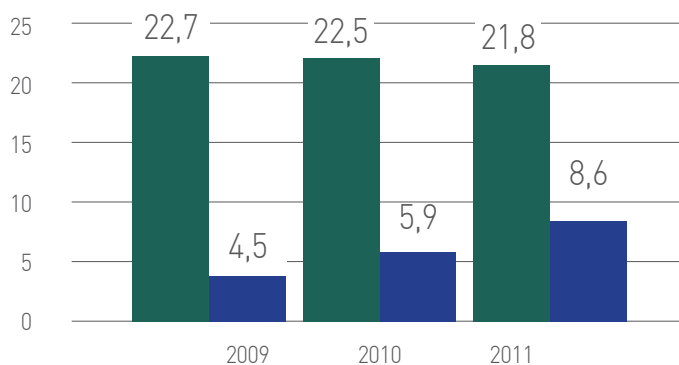
46% увеличение на предадената за рециклиране отпадъчна хартия в офисите.

Употребата на копирна хартия в офисите и магазините ни през 2011 г. се запази около 22 тона. Същевременно, количеството хартия, което предаваме за рециклиране в офисите си, се увеличи от 5,9 до 8,6 тона, което показва отличната работа на вътрешната ни комуникация за отговорно ползване на хартия и доказва, че служителите ни

все повече променят екологичните си нагласи и поведение (Фигура 16). През 2011 г. продължихме и с разделното събиране на пластмасови отпадъци в административните сгради на компанията в София.



Фиг. 16 Хартия за вътрешно потребление (в тонове)



■ Общо потребление на копирна хартия ■ Предадена за рециклиране хартия

Употреба и рециклиране на тонери

В магазините и офисите на GLOBUL се консумира голямо количество нови тонер касети – 1 404 броя за 2011 г. За съжаление ние нямаме право да използваме тонери втора употреба поради изискванията за запазване на гаранционно обслужване на техниката, която използваме, но можем да повлияем на употребата им чрез информационни кампании за отговорно принтиране и копиране.

С всяка изминала година расте броят на тонерите, които сме предали за повторно използване или рециклиране след излизането им от употреба. През 2011 г. GLOBUL продаде или дари 571 излезли от употреба тонери на организации, които имат право да работят с такъв отпадък.

7.4.

Други преки екологични въздействия



Озонов слой

В нашата компания е преустановено въвеждането в употреба на хладилна, охлаждаща и противопожарна техни-

ка, съдържаща като агент озон-разрушаващи вещества (хлорсъдържащи въглеводороди – CFC и HCFC). Въпреки че подобни вещества са налични все още в част от охлаждащата ни техника, ние сме в процес на тяхното поетапно премахване и замяната им с такива, които не разрушават озоновия слой. В тази връзка, за необходимите количества при допълване на системите, се използват вещества, които не разрушават озоновия слой – от порядъка на 35-40 кг. годишно.

През 2011 г., преди всичко в резултат на еднократна авария в климатичната система на един от мобилните комуникационни центрове (MSC) на опорната ни мрежа, се наложи допълване с общо 277 кг. Цялото количество газове е източено и преработено по безопасен начин от лицензирана за тази дейност фирма.



Консумация на вода

През 2011 г. в обектите на GLOBUL са използвани около 12,3 хил. м3 вода. Консумацията на вода няма пряка връзка с основната дейност на компанията. Именно затова потреблението ѝ се дължи единствено на хигиенните нужди на персонала и почистване на работните помещения. Въпреки това ние следим за консумацията на вода и провеждаме вътрешни информационни кампании за отговорното потребление сред служителите ни при ползването на този ценен ресурс.



Биоразнообразие

Нашата дейност няма пряко негативно въздействие върху биоразнообразието. Въпреки това ние следим за евентуални негативни въздействия около базовите станции в отдалечените райони. Дейностите ни в райони на защитени територии (напр. територии от мрежата НАТУРА 2000) задължително преминават през наложените от националното законодателство процедури.



Визуално въздействие

Визуалното въздействие от дейността на една телекомуникационна компания се изразява единствено в разположението на базовите станции. Ние редуцираме това въздействие чрез разполагането им на едно място, заедно с тези на другите телекомуникационни оператори. Изграждането на конструкции в хармония със заобикалящата архитектура в урбанизираните територии също води до редуциране на визуалното въздействие.



Шум

Шумовото въздействие от дейността на компанията е пренебрежимо малко. Всички офиси и магазини се намират в силно урбанизираните територии. По отношение на базовите станции – тези, които са електрифицирани, са абсолютно безшумни, а тези, които се захранват с дизелови генератори, обикновено се намират в силно отдалечени райони и не са предпоставка за шумово натоварване.

7.5.

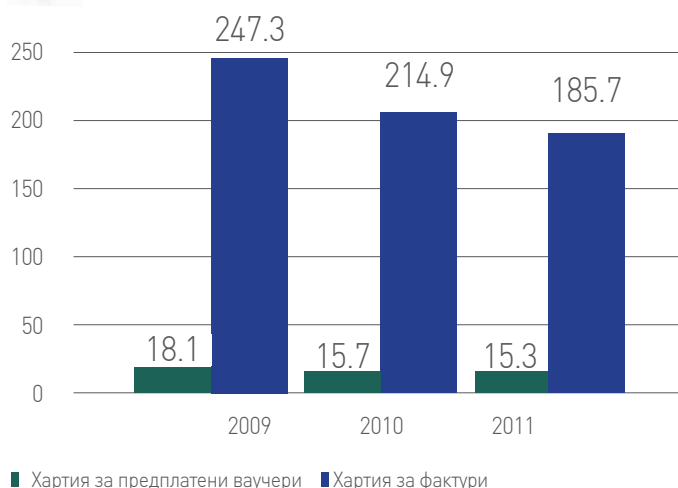
Непреки екологични въздействия

През 2011 г. 186 тона хартия са използвани за фактури, разпечатки и пликове, изпращани към нашите клиенти – това е 9 пъти повече от количеството копирна хартия, която ползваме в работата си. Освен това тези фактури стигат до всяко кътче на страната с куриери, което генерира емисии на парникови газове. Това не е пряко въздействие от работата на GLOBUL, защото фактурите се произвеждат и разпращат от наши подизпълнители, но ние се чувстваме отговорни за намаляването му. Това е възможно благодарение на електронната фактура (повече информация за Устойчиви продукти и услуги виж в глава Пазар).

GLOBUL е лидер по спестяване на хартия от електронни услуги в групата на Deutsche Telekom в Югоизточна Европа.



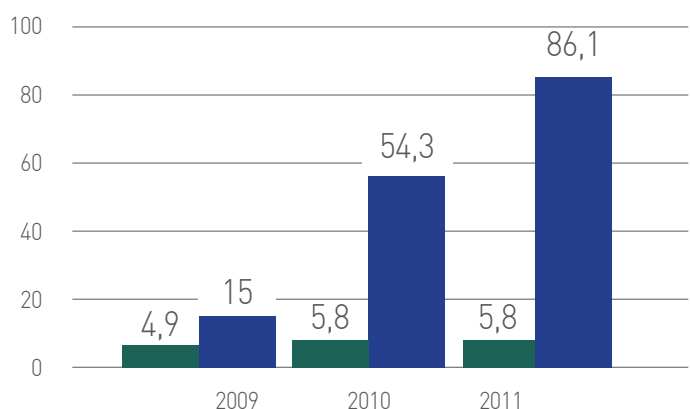
Фиг. 17 Потребление на хартия за фактури и ваучери (в тонове)



Практиката от последните години за насърчаване на клиентите ни да ползват електронни фактури и да зареждат предплатените си карти по електронен път доведе до значително намаляване на количеството хартия, използвана за тези цели. Отказът от хартиена фактура е довел до спестяване на 86,1 тона хартия през 2011 г., а електронното презареждане на предплатени услуги – до спестяване на 5,8 тона хартия.



Фиг. 18 Спестена хартия от електронни услуги (в тонове)



■ Спестена хартия от електронно презареждане на предплатени услуги
 ■ Спестена хартия от услугата „отказ от хартиена фактура“.

Изготвянето на печатни рекламни материали също се извършва от наши подизпълнители. През 2011 г. ги включихме в мониторинга на въздействието си върху околната среда и издадохме търговския си каталог на сертифицирана хартия. Оказва се, че годишното количество на хартията за комуникационните и рекламните ни материали е почти равно на копирната – 21,3 тона.

В магазините си безплатно предоставяме торбички от деграден, които се разграждат в природата много по-бързо от стандартните полиетиленови торбички. През 2011 г. те наброяват 534 хиляди с общо тегло 13,2 тона.

7.6.

Подкрепа на екологични проекти и събития

В GLOBUL осъзнаваме ролята си на отговорна компания, която трябва да поддържа високо ниво на информираност и ангажираност сред обществеността по отношение

на важни екологични въпроси. Програмата GLOBUL Green представлява съвкупност от дългосрочни проекти, насочени основно към отговорна употреба на ресурси и материали, развиване и предлагане на устойчиви продукти и услуги, публично-частни партньорства за реализиране на национални, дългосрочни проекти с висока значимост за опазване на околната среда. През 2011 г. предприехме поредица от стъпки, насочени към повишаване заинтересоваността на обществеността във връзка с различни екологични теми.



Опазване и почистване на природните паркове

През 2011 г. GLOBUL подкрепи инициативата „Национален ден на природните паркове“ на международната природозащитна организация WWF за трета поредна година. Самата инициатива се проведе на 14 май 2011 г., когато близо 3 600 доброволци събраха 12 тона отпадъци в 11-те природни парка на България. В сравнение с предходната година, регистрираният брой участници е с 20% повече, а събраните отпадъци – с 20% по-малко. Тези резултати потвърждават устойчивата тенденция към по-отговорно поведение, висока информираност и ангажираност на гражданите по отношение на запазването на природните паркове в естествен вид.

Дългосрочният ни ангажимент към чистотата на природните паркове в България дава реален резултат!



Над 100 служители на GLOBUL и GERMANOS също се включиха като доброволци в проекта на различни места в страната.

Освен почитването на природните паркове, дългосрочната цел на проекта е да популяризира отговорното поведение сред природата, така че един ден да няма нужда от подобни акции.



Ден на отворените врати в природните паркове

Като част от успешното си партньорство GLOBUL и международната природозащитна организация WWF организираха първия Ден на отворените врати в природните паркове, който се състоя на 16-ти октомври 2011 г. В този ден всички посетители имаха възможност да се разходят из малко познати маршрути заедно с водач, който им разказа интересни факти за съответната защитена територия и нейните обитатели. Основната цел на инициативата е да напомни, че запазването на природните паркове в естествен вид зависи единствено от отговорното поведение на техните посетители.

Като част от новата си съвместна инициатива, GLOBUL и WWF проведоха и специална образователна игра на официалната Facebook страница на оператора.

"Райското пръскало"
пейзаж (с кен)
Юлиан Кръстев, 2012

ЗАПАЗИ ОРИГИНАЛА

Природата е произведение, което трябва да остане непокътнато.

Включи се в ежегодната кампания на WWF и GLOBUL — **9 юни, Национален ден на природните паркове!**

Регистрирай се като доброволец на globulgreen.bg и помни, че само от теб зависи един ден да няма нужда от подобни инициативи.




www.wwf.bg www.globulgreen.bg



Участие в „Часът на Земята“

За четвърта поредна година в рамките на GLOBUL Green, ние се включихме в инициативата на международната природозащитна организация WWF „Часът на земята“, която се проведе на 26 март 2011 г. В този ден и час ние изключихме осветлението във всички административни и търговски обекти на компанията. Работеха само системите, необходими за поддръжката и безпроблемната работа на мрежата на Оператора и денонощното обслужване на клиенти. Изключихме за час и осветлението на най-големите рекламни съоръжения на GLOBUL в София, Варна и Бургас.

ПРОСВЕТНА ЛИ ТИ?

За да помогнем на хората, трябва да живеем с мисъл за природата.

Включи се в инициативата Часът на Земята, като **УГАСИШ ОСВЕТАЛЕНИЕТО ЗА ЕДИН ЧАС** заедно с 1 000 000 000 човека.

В подкрепа на Часът на Земята музиканти - приятели на WWF ще свират на живо, къде в София, къде на www.bg

60+ EARTH HOUR

26 МАРТ **2011** СЪБОТА **2030** часа



Събития и кампании

Подкрепихме провеждането на четири от най-значимите зелени форуми: Зелена икономика на в. Капитал, Green Innovation Forum, организиран от вестник „Дневник“ и консултантската компания denkstatt, Зеленият Бизнес Форум на сп. „Мениджър“ и конференция „Електромобили“ на Българската асоциация Електрически превозни средства. Освен с финансова подкрепа, компанията участва и в лекционните панели, за да сподели своите добри зелени прак-

тики и познания в областта на екологичната устойчивост.

Продължихме и мащабната си комуникационна кампания за популяризиране на идеята за устойчиво потребление. Кампанията е фокусирана върху вече съществуващи проекти и услуги, предлагани от GLOBUL, чрез които насърчаваме отговорното поведение сред клиентите си. По-подробна информация за кампанията е предоставена в раздел Пазар.

7.7.

Табл. 7 Цели 2011 г. и 2012 г.

Цели 2011 (13)	Изпълнение	Цели 2012 (13)
Управление на околната среда		
Сертифициране по стандарта ISO 14001	Частично, вътрешен одит	Сертифициране по стандарта ISO 14001
		Въвеждане на софтуер за събиране и обработка на екологичните данни
Енергия и опазване на климата		
Присъединяване на 12 базови станции към електропреносната мрежа	Частично, 6	Присъединяване на 2 базови станции към електропреносната мрежа
Инсталиране на free-cooling технологията първоначално на 150 базови станции	Частично, 49	Инсталиране на free-cooling технологията на още 100 базови станции
Инсталиране на енергоспестяваща хибридна система на 4 базови станции	Преизпълнено, 6	Инсталиране на фотоволтаици на един от мобилните ни комуникационни центрове (MSC3)
Закупуване на електромобил	Изпълнено	
Намаление потреблението на електроенергия и дизелово гориво в базовите станции	Неизпълнено	Намаление потреблението на дизелово гориво в базовите станции с 12%
Намаление на общите парникови емисии (с 3%)	Неизпълнено	Задържане ръста на общите парникови емисии до максимум +2%
Ресурси и отпадъци		
Предаване на по-голямо количество хартия за рециклиране (6,2 тона);	Преизпълнено, 8,6 тона	Предаване на по-голямо количество хартия за рециклиране (9 тона);
Събиране и предаване за рециклиране на повече мобилни телефони, батерии и аксесоари (3 тона);	Неизпълнено, 1,3 тона	Събиране и предаване за рециклиране на мобилни телефони, батерии и аксесоари (1,5 тона);
Непреки екологични въздействия		
Спестяване на хартия от ползване на електронни фактури (60 тона);	Преизпълнено, 86 тона	Спестяване на хартия от ползване на електронни фактури (95 тона);
Отпечатване на търговския каталог на сертифицирана хартия	Изпълнено	Отпечатване на търговския каталог на сертифицирана хартия
Подкрепа за екологични проекти и събития		
Подкрепа на инициативите на WWF „Национален ден на природните паркове“ и „Часът на земята“	Изпълнено	Подкрепа на инициативите на WWF „Национален ден на природните паркове“ и „Часът на земята“
Подкрепа и участие в зелени дискуссионни форуми и събития	Изпълнено	Подкрепа и участие в зелени дискуссионни форуми и събития



Общество

GLOBUL активно допринася за икономическия просперитет на общество ни, като основава стабилността си на ефективност, по-добри технологии и усъвършенствани услуги. Някои от темите, които управляваме стават все по-комплексни заради растящите възможности, които приложението на комуникационните технологии предлага. Стратегията ни да увеличим използването на мобилен интернет върви с ангажиментите ни да опазим сигурността и личния живот на потребителите и предпазването на младите потребители от неподходящо съдържание и контакт в интернет.

Заедно с това GLOBUL има готовност своевременно да отговоря на нуждите на обществото, като използва силните си страни, за да генерира положително влияние. Компанията подкрепя социални, културни и образователни каузи, които водят до подобряване на условията за живот.



Постижения

През 2011 г. GLOBUL:

- Направи най-голямото единично корпоративно дарение в демократичната история на България.
- Продължи комуникационната си кампания за безопасен интернет и правилно и безопасно използване на новите технологии и интернет от деца и тийнейджъри.
- Подкрепи откриването на телефонна линия за онлайн безопасност.
- За пета поредна година проведе кампанията за безопасно шофиране „Шофирай безопасно. Говори с hands-free!“
- Участва в инициатива за повишаване на информираността на заинтересованите страни за въздействието на електромагнитните излъчвания от мобилните телефони и базовите станции върху човешкото здраве.
- Стартира петата си стипендиантска програма, която осигури 10 стипендии на студенти от водещи университети.
- Реализира осмата си стажантска програма, която осигури 53 стажантски позиции в 17 дирекции на компанията.
- Събра и обучи стотици студенти, които посетиха лекциите и упражненията, част от инициативата „Часът на GLOBUL“.

Табл. 8 Преглед на резултатите

Ключов индикатор	Мерна единица	2009	2010	2011
Общо платени осигуровки, данъци и такси	млн. евро	10,1	7,7	4,3
Стажанти, останали на работа в компанията (вкл. GERMANOS)	брой	1	3	8
Лекции и практически занятия със студенти	брой лекции/упражнения	2	10	12
Стажантски позиции (вкл. GERMANOS)	брой	38	45	53
Отпуснати стипендии на студенти	брой	10	10	10

8.1.

Принос към икономическото развитие

GLOBUL е сред водещите компании в българската икономика, която формира работни места, осигурява инвестиции и заплаща данъци и такси. Предизвикателствата, които стояха пред икономиката на страната като цяло и сектора на телекомуникационните услуги през 2010 г., останаха същите и през 2011 г. – макроикономическата обстановка продължи да бъде неблагоприятна, което доведе до свиване на потреблението. Въпреки това, като един от най-големите инвеститори в страната, ние продължаваме да създаваме работни места, да развиваме хората и да предлагаме продукти и услуги, които отговарят на изискванията и нуждите на пазара и обществото. За всичките години присъствие на пазара сме инвестирали над 1,15 милиарда евро в развитието на телекомуникационния сектор.

Таблица 9 дава ясна представа за приноса ни към икономическото развитие на страната през изминалите три години.

Табл. 9 Принос към икономическото развитие в страната

Индикатор	Мерна единица	2009	2010	2011
Корпоративен данък	млн. евро	7,29	5,17	1,74
Местни данъци и такси	млн. евро	0,43	0,38	0,39
Социално осигуряване	млн. евро	2,39	2,17	2,20
Застраховане на служителите	млн. евро	0,02	0,01	0,04
Инвестиции	млн. евро	79,9	69,4	47,2

8.2.

Антикорупция

Репутацията на нашия бизнес и силата на името ни се градят на разбирането ни и дългосрочният ни ангажимент за отговорно и етично поведение и честност към заинтересованите страни. Необходимостта от прозрачност нараства, заедно с повишения интерес на заинтересованите към компаниите и улеснения им достъп до информация.

Ние виждаме в корупцията фактор, който пречи на развитието на икономиката. В качеството си на една от големите компании, които активно допринасят за развитието на обществото, сме ангажирани с това да играем роля, която води до елиминиране на възможностите за корупция.

Усилията ни се базират на „Политика за избягване на конфликт на интереси и борба с корупцията“ на COSMOTE Group. Стриктно спазваме и правилата на вътрешния Кодекс за поведение и даваме възможност за анонимно подаване на сигнали, като провеждаме активна политика на насърчаване на служителите си да споделят информация, насочваща към евентуални практики или предпоставки за нарушаването им. В тази връзка трябва да споменем и Политиката за приемането и предлагането на корпоративни подаръци, към която се придържаме до момента и ще поддържаме и в бъдеще. Тя определя условията и правилата по отношение на управлението на корпоративните подаръци, предлагани на служителите, както и на членове от управлението. С тези политики ние се стремим да бъдем пример в обществото и да допринесем за едни по-дисциплинирани и морални взаимоотношения в бизнеса. В дългосрочен план, основен приоритет за нас е да поддържаме този висок стандарт на морална отговорност в рамките на нашата работа.

Следвайки политиката си, GLOBUL не подкрепя финансово политически партии.

8.3.

Каузи и кампании

GLOBUL се ангажира с конкретни каузи и кампании, за да бъде в услуга на обществото. При избора им се водим най-вече от потенциала си за въздействие – избираме такива области, в които считаме, че можем да имаме наистина значим принос като телекомуникационен оператор.

.....

GLOBUL продължава ангажимента си към отговорното използване на Интернет и безопасното шофиране!

.....



Програма за безопасен Интернет и мобилно съдържание за деца

В днешно време децата започват да използват Интернет от все по-ранна възраст. Мрежата предлага всевъзможна информация, но едновременно с това и рискове за всеки. Независимо дали достъпът до Интернет се осъществява през личния компютър или мобилния телефон, във всеки един момент децата могат да бъдат изложени на неподходящо съдържание, ако не се спазват определени правила. Важно е между родителите и децата да

съществува свободен диалог за виртуалната реалност, за да може интересното да бъде и безопасно.

Ето защо през 2011 г. компанията ни проведе вече традиционната си комуникационно-образователна кампания за рисковете от неразумното сърфиране и как да бъдат избегнати.

Освен това, мобилното съдържание, предлагано от оператора, е специално обозначено за възрастта, за която е подходящо, като на родителите е дадена възможност лесно да ограничат достъпа до секциите, с неподходящо съдържание за деца.

Нова инициатива в рамките на програмата е откриването на първата българска линия за онлайн безопасност 124 123 по инициатива на Националния център за безопасен Интернет и Асоциация „Родители“. Тя дава възможност за консултация от страна на специалисти по проблеми, свързани с безопасността на децата и младите хора в интернет пространството.

Програма за безопасно шофиране



Модерните телекомуникационни средства променят ежедневието ни, като ни правят достъпни по всяко време, дори когато шофираме. Това води до редица удобства, но същевременно може да бъде заплаха за здравето и безопасността на човек. Затова сред приоритетите на GLOBUL е да привлича вниманието към безопасното поведение на пътя и отговорното използване на мобилните телефони зад волана. Започнала през 2007 г., националната кампания „Шофирай безопасно. Говори с hands-free!“ е дългосрочен ангажимент на GLOBUL и се организира в партньорство с различни организации.

И през 2011 г. GLOBUL проведе национална информационно-образователна кампания, чрез която напомни, че всеки шофьор е лично отговорен както за своята безопасност, така и за безопасността на спътниците си, на пешеходците и на останалите участници в движението.

В рамките на кампанията през 2011 г. разпространихме над 160 000 броя от специално създадена за инициативата осведомителна брошура със съвети за отговорно поведение на пътя, както и с основните санкции при нарушение на Закона за движение по пътищата.

Ангажирането на Крум Дончев, четирикратен рали шампион на България и пилот на GLOBUL Rally Team за посланик на инициативата привлече допълнително внимание върху посланието. За разпространение на идеята спомогна и основният партньор в кампанията таксиметровата компания „ОК Супретранс“, като представител на една от най-рисковите групи на пътя.

Основните ни цели занапред са да продължим провеждането на програмата си за сигурност на пътя чрез различни информационни средства, както и съвместната си работа с различните институции, които да допринесат за популяризиране практиките за безопасно шофиране.

**ШОФИРАЙ БЕЗОПАСНО,
ГОВОРИ С HANDS-FREE!**
ЕЖЕГОДНА КАМПАНИЯ НА GLOBUL

КРУМ ДОНЧЕВ – посланик на кампанията за безопасно шофиране.
Пилот на GLOBUL Rally Team.
Четирикратен шампион на България.

GLOBUL | Нашият свят си ти



8.4.

Принос към образованието

Развитието на младите хора осигурява напредъка на обществото ни и GLOBUL вижда своя принос чрез споделяне на знания и опит. Основната ни цел при организиране и финансиране на младежки и образователни програми е инвестирането в младите хора, в тяхното образование и квалификация. С цел да ги задържим в България като ценен човешки ресурс, ние се стремим да им предоставим различни възможности за професионално развитие.

В изпълнение на тази цел, ние организираме ежегодни стажантска и стипендиантска програми и инициативата „Часът на GLOBUL“, които са и сред най-успешните проекти на компанията. Тяхната цел е споделяне на знания на фирмата и улесняване на кариерния избор на младите хора в България.

.....

GLOBUL инвестира в образованието на младите хора.

.....



Стажантска програма на GLOBUL и GERMANOS

През 2011 г. предложихме 53 стажантски позиции в 17 дирекции. Компанията им осигури възможност да приложат знанията си в реална бизнес среда и да работят по собствени проекти под ръководството на индивидуални наставници. В рамките на програмата те преминаха обу-

чения за придобиване на различни умения и се запознаха с работата на различни отдели.

Общо 36 студенти удължиха стажа си в екипа на компанията, а през месец май получихме отличие в категорията „Най-предпочитана стажантска програма“ от Сдружението на възпитаниците на Стопанския факултет на Софийския университет „Св. Климент Охридски“.



Стипендиантска програма на GLOBUL

През 2011г. GLOBUL разшири обхвата на Стипендиантската си програма като включи не само Технически университет - София, но и други висши учебни заведения. За периода на докладване, са отпуснати десет стипендии на талантиливи и отличили се студенти в областите „Телекомуникации и ИТ“, „Маркетинг“, „Право“, „Финанси“ и „Човешки ресурси“ от няколко водещи университети в България - СУ „Св. Климент Охридски“, Технически университет, Нов български университет и Университета за национално и световно стопанство .

Отличените стипендианти се присъединиха към екипа на GLOBUL в дирекции „Продукти и услуги“, „Стратегически финанси“, „Реклама и комуникация“, „Правни отношения“, „Изграждане на мрежата“, „Експлоатация и поддръжка на мрежата“, „Управление качеството и планиране на мрежови услуги“, „Радио и пренос“, „Комутация и услуги“, „Човешки ресурси и администрация“.

Стипендиантите получават месечна стипендия до придобиване на бакалавърска степен и участват в лятната ста-

жантска програма на GLOBUL. При успешно представяне и вакантни позиции в компанията, стипендиантите биват поканени да се присъединят към екипа на GLOBUL.



Верина Лефтерова,

стипендиант в GLOBUL

Стипендиантската програма на GLOBUL е една чудесна възможност за всеки млад човек, който иска професионално развитие по време на следването си. Това да бъде стипендиант в дирекция „Човешки ресурси и администрация“, ми даде възможността да упражня наученото до тук от университета, да се запозная с невероятни хора и да се уча от истински професионалисти, които с желание предават своя богат опит. Смятам, че подобна инициатива би помогнала на всеки човек, който няма натрупан стаж и търси себе си в професионален контекст. За мен най-голямата полза от програмата ще бъде, че излизайки от нея, аз ще съм наясно в кое поле от Човешките ресурси ще искам да се развивам по-нататък. Възможностите след такава програма са най-различни. Благодарение на нея съм изградила много професионални контакти и съм получила много нови знания и умения в реална работна среда, които представляват ценен трудов опит, който няма да остане незабелязан.



„Часът на GLOBUL“

Инициативата „Часът на GLOBUL“ също е дългосрочен проект на компанията. Нейната цел е да допринесе за развитието на висококвалифицирани и компетентни специалисти. В рамките ѝ се ангажират специалистите на компанията, които споделят знанието си под формата на поредица от лекции и упражнения.

Инициативата е насочена към студенти във Факултета по телекомуникации към ТУ-София. Основният резултат от нейното провеждане е, че подпомага младите хора в бъдещата им професионална реализация с конкретни примери от практиката.

Успоредно с това, студенти от три различни специалности от Технически университет - Варна посетиха на два пъти Центъра за управление на мрежата на GLOBUL.

8.5.

В помощ на благотворителността

През 2011 г. GLOBUL направи най-голямото единично корпоративно дарение в демократичната история на България

GLOBUL ДАРЯВА ДЕСЕТ ЛИНЕЙКИ ПО ПОВОД ДЕСЕТАТА СИ ГОДИШНИНА



По повод десетата си годишнина през 2011 г. GLOBUL реши да предостави средствата, които биха били нужни за организирането на корпоративни тържества, за решаването на социален проблем.

Компанията дари 10 линейки на центрoвете за спешна медицинска помощ в различни градове от страната в отговор на един от сериозните проблеми на българското здравеопазване, а именно нарастващата нужда от модерно оборудване в центрoвете за спешна медицинска помощ. Това дарение помага на медицинските екипи да реагират навременно и адекватно на спешни случаи, като по този начин гарантира здравето и живота на много български граждани.



Виктор Кирков,

създател на „Отбор на надеждата“

Световно първенство за бездомни хора HOMELESS WORLD CUP BULGARIA



В края на 2011 г. GLOBUL става генерален спонсор на т. нар. „Отбор на надеждата“ - част от проекта Homeless World Cup Bulgaria, турнир по футбол за младежи и девойки в неравностойно социално-икономическо положение, чиято цел е тяхната социална интеграция чрез този спорт. Турнирът е част от подготовката и селекцията на националния тим, който ще представя България на световното първенство по футбол за бездомни хора в Мексико през октомври 2012 г. Почти всички играчи в „Отбор на надеждата“ са израснали в домове за деца лишени от родителска грижа, но се е наложило да ги напуснат при навършване на пълнолетие и към момента са със статут на бездомни. Някои от тях понастоящем живеят в центрoве за временно настаняване, но периодично остават на улицата без подслон и храна. Проектът Homeless World Cup Bulgaria се стреми към социална интеграция на бездомните младежи и девойки чрез футбола, като резултатите, които са постигнати в тази посока са отлични. Същевременно всеки от бенефициентите на инициативата получи коледен подарък от GLOBUL, който включваше яке, блуза, шал, шапка, ръкавици и раница.

Партньорството ни с GLOBUL стана факт в изключително подходящ момент и беше жизненоважно за развитието на проекта. Благодарение на средствата, които получихме, успяхме да закупим хубави обувки за зала за всички участници в проекта. В крайна сметка това е основният инструмент на футболистите. Преди това всеки играеше с каквото има, като се е случвало някои от младежите да тренират дори по сандали. Спонсорството на голяма и социално ангажирана компания като GLOBUL вдъхва допълнително увереност на младежите и увеличава шансовете им за добро представяне на Мондиал 2012.

Други дейности:

- GLOBUL продължи дългогодишното си партньорство с Българския дарителски форум и фондация „Помощ за благотворителността в България“, като продължи безвъзмездно да подкрепя проекта DMS в България (единна система за даряване чрез SMS) като инструмент за дарителство.
- GLOBUL дари 21 компютъра на фондация „Заедно в час“. Компютрите са предназначени да подпомогнат работата на учителите, които фондацията набира и подготвя за обучение на ученици, учещи в училища с недостатъчен ресурс. Компанията регулярно дарява ИТ оборудване на социални институции и неправителствени организации.

- GLOBUL подкрепи кампанията „Мениджър за един ден“. Петима студенти и ученици се присъединиха в рамките на един работен ден към екипите на дирекции „Човешки ресурси и администрация“, „Реклама и комуникация“, Информационно обслужване на клиенти и Центъра за поддръжка на мрежата.

8.6.

Електромагнитни излъчвания

GLOBUL води непрестанен диалог за предизвикателствата на електромагнитните излъчвания!

Съвременното общество проявява висока чувствителност и подчертано внимание към въпросите, свързани с ефекта от прилагането на новите технологии по отношение на човешкото здраве. Част от това е и въздействието на електромагнитните излъчвания (ЕМИ) върху човека. Ето защо ние в GLOBUL обръщаме специално внимание на тези въпроси.

Израз на отговорното отношение на GLOBUL към интереса и вниманието на обществото по отношение въздействието на ЕМИ са организирани обучения за служителите на компанията, както и активното участие в различни събития, на които се дискутира същността на ЕМИ, както и тяхното влияние върху човешкото здраве. Едно от събитията в което се включихме през 2011 г., беше международната конференция по „Комуникации, електромагнетизъм и приложения в медицината (Communication, Electromagnetics and Medical Applications – CEMA)“, чийто домакин беше ТУ-София. Целта на конференцията бе обмен на идеи и на информация между лектори, изследователи и практикуващи от различни страни, работещи в сферата на телекомуникациите, електромагнетизма и приложението им в медицината. Компанията изнесе лекция на темата „Електромагнитните излъчвания и мобилната телефония“, чиято основна цел беше да запознае изследователи, преподаватели и млади учени с предизвикателствата към мобилните оператори, свързани с проявяваната чувствителност на обществото към излъчваните от базовите станции и мобилни телефони ЕМИ, както и за проблемите, свързани с развитието на мобилните мрежи и внедряването на нови технологии за високоскоростно предаване на данни.

През годината, Министерството на здравеопазването организира кръгла маса с участието на представители от

ФАКТИ ЗА ЕЛЕКТРОМАГНИТНИТЕ ИЗЛЪЧВАНИЯ, ИЗЛЪЧВАНИ ОТ АНТЕНИТЕ НА БАЗОВИТЕ СТАНЦИИ И МОБИЛНИТЕ ТЕЛЕФОНИ.

Към момента няма категорични научни доказателства за вредни въздействия от ЕМИ, създавани от базовите станции и мобилните телефони при спазване на международно приетите изисквания. Това бе доказано за пореден път от мащабно изследване на британската Агенция за здравеопазване (Health Protection Agency), публикувано през април, 2012 г.

Излъчваните от базовите станции и мобилните телефони радиовълни са част от електромагнитния спектър, в който също се включват и излъчванията от радио и телевизионните станции. Тези радиовълни попадат в групата на така наречените „нейонизиращи лъчения“. За разлика от йонизиращите лъчения, към които принадлежат рентгеновите и гама лъчите, енергията отдадена от нейонизиращите лъчения не може да разруши молекулите на човешкото тяло.

Ефекта на ЕМИ е най-изразен при източника (антената) и бързо намалява с отдалечаване от нея. Според заключенията на Световната здравна организация, излъчванията от базови станции, използвани в съвременните безжични технологии са хиляди пъти по-слаби от международно приетите стандарти за предпазване на населението от въздействието на електромагнитни полета. Това стано-вище непрекъснато получава подкрепа от резултати от нови проучвания.

Пределните допустими нива на електромагнитното излъчване са определени от организации като Международната комисия за защита от нейонизиращи излъчвания (ICNIRP) и Световната здравна организация. Действащата в България нормативна уредба за пределно допустими нива на ЕМИ в населени територии, е съобразена със съвременните, световни научни и практически тенденции. Стойностите, определени в Наредба № 9 на Министерство на здравеопазването за предпазване на населението от нейонизиращи лъчения, са значително по-ниски от тези в редица страни от ЕС и света.

В България е въведен двустепенен контрол върху пускането на базовите станции в експлоатация и поставянето на всяка базова станция се предшества от издаването на специално разрешително от Министерството на здравеопазването. Министерството дава разрешението на базата на проведено проучване на станцията и анализи на Лаборатория „Физични фактори“ към Националния център по общественото здраве и анализи. Целта на проучването е да се установи дали въпросната базова станция е конструирана според всички технологични стандарти и изисквания за опазване на човешкото здраве.

трите телекомуникационни оператора, на която министърът на здравеопазването представи идея за промени в Закона за здравето. Следващата стъпка е изработването на проектопромените, които да бъдат обсъдени с операторите. Тези промени ще бъдат следвани и от нова наредба за електромагнитните лъчения.

Отново през 2011 г., като заключение на двугодишния съдебен спор, Върховният административен съд окончателно отмени заповедта на пловдивския кмет за премахване на базовите станции около училища, болници и детски градини като незаконосъобразна. Въпреки това, компанията продължава да изпитва трудности, защото местните власти в Пловдив и региона продължават да отказват да издават разрешителни за строителство на нови базови станции.

8.7.

Табл. 10 Цели 2011 г. и 2012 г.

Цели 2011 (7)	Изпълнение	Цели 2012 (10)
Продължение на кампанията за безопасен интернет и правилното и безопасно използване на новите технологии и мобилното съдържание от децата.	Да	Продължение на кампанията за безопасен интернет и правилното и безопасно използване на новите технологии и мобилното съдържание от децата.
Продължение на кампанията за безопасно шофиране.	Да	Продължение на кампанията за безопасно шофиране.
Продължение на участието в информационна кампания за въздействието на електромагнитните лъчения от мобилните телефони и базовите станции върху здравето на хората.	Да	Продължение на участието в информационна кампания за въздействието на електромагнитните лъчения от мобилните телефони и базовите станции върху здравето на хората.
Продължение на участието в единната система за даряване (DMS).	Да	Продължение на участието в единната система за даряване (DMS).
Съдействие при организацията на благотворителната инициатива „Българската Коледа“.	Да	Съдействие при организацията на благотворителната инициатива „Българската Коледа“.
Развитие на стажантската и стипендиантската програма	Да	Развитие на стажантската и стипендиантската програма
Организация на лекции към инициативата „Часът на GLOBUL“ за по-широка публика.	Да	Организация на лекции към инициативата „Часът на GLOBUL“ за по-широка публика.
		Разширяване на подкрепата за Homeless World Cup и привличане на служителите към инициативата.
		Стартиране на кампания за кръводаряване сред служителите.
		Стартиране на инициатива за дарителство по ведомост в компанията.

Ключови индикатори за напредък

ГЛАВА	Мерна единица	2009	2010	2011
Пазар				
Общи приходи	млн. EUR	448,14	407,83	398,75
Печалба преди лихви, данъци и амортизация	млн. EUR	187,18	169,45	153,88
Инвестиции	млн. EUR	79,9	69,4	47,2
Потребители	млн.	3,9	3,9	4,3
Пазарен дял	%	37,3	37,3	37,3
Точки на продажба	брой	454	471	442
Служители				
Служители	брой	1 345	1 334	1 255
Фатални инциденти	брой	0	0	1
Текучество на служителите	%	10,7	12	16,3
Инциденти, довели до отсъствие от работа повече от 3 дни	брой	0	2	0
Наети служители вътрешно от компанията спрямо общия брой наети за същия период	%	19	11	11
Жени, които докладват пряко на Изпълнителния директор	%	10	23,1	27,3
Служители, участвали в обучения	%	60,1	56,2	61,5
Околна среда				
Общо потребление на енергия (електро- и топлоенергия и горива)	мегаватчас	60 129	54 537	59 199
Енергиен интензитет на бизнеса	мегаватчас/млн. EUR приход	134	134	148
Общо парникови емисии	тона CO ₂ -екв.	27 706	24 567	25 358
Производство на енергия от възобновяеми енергийни източници	мегаватчас	16,5	15,6	15,3
Потребление на горива (автомобили, генератори и отопление)	хиляди литра	1 246	907	895
Потребление на копирна хартия	тон	22,7	22,5	21,8
Предадена за рециклиране отпадна хартия	тон	4,5	5,9	8,6
Генерирани отпадъци от мрежата (предадени за рециклиране)	тон	109,1	136,8	47,4
Потребление на вода	хиляди м ³	14,9	12,9	12,3
Потребление на хартия за фактури и предплатени ваучери	тон	265,4	230,6	201,0
Спестена хартия от ползване на електронни услуги	тон	19,9	60,1	91,9
Предадени за рециклиране мобилни телефони, батерии и аксесоари (вкл. GERMANOS)	тон	1,7	2,8	1,3
Общество				
Общо платени осигуровки, данъци и такси	млн. EUR	10,11	7,72	4,33
Стажантски позиции (вкл. GERMANOS)	брой	38	45	53
Стажанти, останали на работа в компанията (вкл. GERMANOS)	брой	1	3	8
Лекции и практически занимания със студенти	брой лекции/упражнения	2	10	12
Отпуснати стипендии на студенти	брой	10	10	10

Някои екологични и социални данни са резултат от експертни оценки, пресмятане, проучвания и приближения. GLOBUL гарантира достоверността на публикуваната в доклада информация. Документът не е заверен от трета независима страна.

Таблица за съответствие с принципите на Глобалния договор на ООН

№	Принцип	Глава от Доклада	Покри- тие
Права на човека			
1	Зачитане и подкрепа за опазването на правата на човека	5.1, 5.7	Н
2	Гаранция за необвързване с действия, нарушаващи правата на човека	5.1, 5.7	Н
Трудови норми			
3	Приемане свободата на сдружаване и ефективно признаване на правото на колективно договаряне	6	Н
4	Премахване на всякакви форми на насилствен и принудителен труд	6.5	Н
5	Ефективно премахване на детския труд	6.5	Н
6	Изкореняване на дискриминацията по отношение на правото на труд и на професия	6.5	Н
Околна среда			
7	Подкрепа за превантивните подходи в опазването на околната среда	7.1	Н
8	Подемане на инициативи, стимулиращи поемането на по-голяма отговорност към околната среда	7.2	Н
9	Насърчаване развитието и разпространението на технологии, щадящи околната среда	7.2	Н
Антикорупция			
10	Подкрепа на антикорупционни инициативи и политика на прозрачност	8.2	Н

Таблица за описание профила на компанията по GRI

GRI Параграф	Глава от Доклада	Покри- тие/ Пропуск
Стратегия и анализ		
1.1	1	Н
1.2	4.1	Н
Профил на организацията		
2.1	3	Н
2.2	3	Н
2.3	3	Н
2.4	2	Н

GRI Параграф	Глава от Доклада	Покри- тие/ Пропуск
2.5	3	Н
2.6	3	Н
2.7	3	Н
2.8	3	Н
2.9	3	Н
2.10	3.5	Н
Параметри на отчета		
3.1	2	Н
3.2	4.5	Н
3.3	2	Н
3.4	2	Н
3.5	4.1	Н
3.6	2	Н
3.7	2	Н
3.8	2	Н
3.9	2	Н
3.10	2	Н
3.11	2	Н
3.12	9	Н
3.13	9	Н
Управление, ангажимент и обвързаност		
4.1	3.1	Н
4.2	3.1	Н
4.3	3.1	Н
4.4	5.1, 6.3	Н
4.5	5.1	Н
4.6	5.1	Н
4.7	5.1	Н
4.8	4.2, 5.1	Н
4.9	4.1, 4.2	Н
4.10	4.1, 4.2, 7.1	Н
4.11	4.1, 4.2, 7.1	Н
4.12	4.5, 7.6	Н
4.13	4.3	Н
4.14	4.4	Н
4.15	4.4	Н
4.16	4.4	Н
4.17	4.4	Н

Н – напълно покрит | Ч – частично покрит
НП – неприложим | НД – недокладван

Таблица с индикатори за представяне по GRI

Индикатори за представяне	Глава от Доклада	Покритие/ Пропуск
Икономика		
Описание на управленския подход	3, 5, 8.1	Н
Икономически характеристики		
EC1	8.1	Н
EC2	7.1	Н
EC3	6.7	Н
EC4	8.2	Н
Пазарно присъствие		
EC5	-	НД
EC6	5.3	Ч
EC7	-	НД
Индиректни икономически въздействия		
EC8	8.1	Ч
EC9	5.3, 8.1	Ч
EC13	5.3, 8.1	Ч
Околна среда		
Описание на управленския подход	7.1	Н
Материали		
EN1	7.2, 7.3, 7.4, 7.5	Н
EN2	7.3	Н
Енергия		
EN3	7.2	Н
EN4	7.2	Н
EN5	7.2	Ч
EN6	7.2	Н
EN7	7.2	Н
Вода		
EN8	7.4	Н
EN9	-	НП
EN10	-	НП
Биоразнообразие		
EN11	-	НП
EN12	7.4	Н
EN13	-	НП
EN14	7.4	Н
EN15	-	НП
Емисии, изтичания и отпадъци		
EN16	7.2	Н
EN17	7.2	Н

Индикатори за представяне	Глава от Доклада	Покритие/ Пропуск
EN18	7.2	Н
EN19	7.4	Н
EN20	-	НД
EN21	-	НД
EN22	7.3	Ч
EN23		НП
EN24	-	НП
EN25	-	НП
Продукти и услуги		
EN26	7.3	Н
EN27	7.3	Ч
Съответствие със закони и разпоредби		
EN28	5.4	Н
Транспорт		
EN29	7.2	Н
Общи		
EN30	-	НД
Трудови практики		
Описание на управленския подход	6.1	Н
Наемане на работа		
LA1	6.1	Ч
LA2	6.1, 6.5	Ч
LA3	6.7	Н
Трудово-управленски връзки		
LA4	6.1	Н
LA5	-	НД
Здраве и безопасност на работното място		
LA6	-	НД
LA7	6	Н
LA8	6.6	Н
LA9	-	НП
Обучение и образование		
LA10	6.2	Ч
LA11	6.2	Н
LA12	6.2	Н
Разнообразие и равни възможности		
LA13	6.5	Н
LA14	-	НД
Човешки права		
Описание на управленския подход	6.2	Н

Индикатори за представяне	Глава от Доклада	Покритие/ Пропуск
Показатели във връзка с практиките за инвестиране и доставяне		
HR1	-	НД
HR2	5.6	Н
HR3	-	НД
Недискриминация		
HR4	6.5	Н
Свобода на сдруженията и колективните договори		
HR5	-	НП
Детски труд		
HR6	6.1	Н
Предотвратяване на принудителния и задължителен труд		
HR7	6.1	Н
Защитни практики		
HR8	-	НД
Права на местните жители		
HR9	-	НП
Оценка		
HR10	-	НП
Ремедиация		
HR11	-	НД
Социално представяне		
Описание на управленския подход	8, 4.4	Н
Общество		
S01	8.4	Ч
Корупция		
S02	5.1, 8.2	Ч
S03	5.1, 8.2	Ч
S04	8.2	Ч
Обществена политика		
S05	8.2	Н
S06	8.2	Н
Неконкурентно поведение		
S07	-	НД
Съответствие със закони и разпоредби		
S08	5.4	Ч
Отговорност за продуктите		
Описание на управленския подход	5	Н
Здраве и безопасност на клиентите		
PR1	8.6	Ч
PR2	5.6	Ч
Поставяне на етикети на продуктите и услугите		
PR3	5.6	Ч

Индикатори за представяне	Глава от Доклада	Покритие/ Пропуск
PR4	5.6	Ч
PR5	5.2	Н
Маркетингови комуникации		
PR6	5.3	Н
PR7	5.3	Н
Лична неприкосновеност на клиентите		
PR8	5.7	Н
Съответствие със закони и разпоредби		
PR9	5.4	Ч
Телеком приложение		
Вътрешни операции		
I01	8.1	Н
I02	-	НД
I03	6.6	Н
I04	-	НД
I05	8.6	Н
I06	5.6	Н
I07	8.6	Ч
I08	-	НД
Осигуряване на достъп		
Дигитално разделение		
PA1	-	НД
PA2	5.3	Ч
PA3	5.2	Н
PA4	1, 5.2	Н
PA5	5.3	Ч
PA6	5.2	Ч
Достъп до съдържание		
PA7	8.3	Ч
Отношение към клиентите		
PA8	8.6	Н
PA9	-	НД
PA10	5.4	Н
PA11	5.4	Н
Приложение на технологиите		
TA1	7.5	Н
TA2	7.5	Н
TA3	7.5	Н
TA4	-	НД
TA5	-	НД

- Задължителни индикатори
- Допълнителните индикатори по GRI
- Индикаторите от телеком приложение



Statement GRI Application Level Check

GRI hereby states that **GLOBUL** has presented its report "GLOBUL Corporate Responsibility Report 2011" to GRI's Report Services which have concluded that the report fulfills the requirement of Application Level B.

GRI Application Levels communicate the extent to which the content of the G3.1 Guidelines has been used in the submitted sustainability reporting. The Check confirms that the required set and number of disclosures for that Application Level have been addressed in the reporting and that the GRI Content Index demonstrates a valid representation of the required disclosures, as described in the GRI G3.1 Guidelines.

Application Levels do not provide an opinion on the sustainability performance of the reporter nor the quality of the information in the report.

Amsterdam, 27 June 2012

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Nelmara Arbex", is written over a faint, large watermark of the GRI logo in the background.

Nelmara Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



The Global Reporting Initiative (GRI) is a network-based organization that has pioneered the development of the world's most widely used sustainability reporting framework and is committed to its continuous improvement and application worldwide. The GRI Guidelines set out the principles and indicators that organizations can use to measure and report their economic, environmental, and social performance. www.globalreporting.org

Disclaimer: Where the relevant sustainability reporting includes external links, including to audio visual material, this statement only concerns material submitted to GRI at the time of the Check on 21 June 2012. GRI explicitly excludes the statement being applied to any later changes to such material.

