



ДОКЛАД

ПО КОРПОРАТИВНА
ОТГОВОРНОСТ
НА ТЕЛЕНОР

2014





ИЗКАЗВАНЕ НА ГЛАВНИЯ ИЗПЪЛНИТЕЛЕН ДИРЕКТОР

Стайн-Ерик Велан

Главен изпълнителен директор

Скъпи приятели,

Когато си спомняме за изминалата година, в съзнанието на всеки от Теленор тя се определя с една дума: „трансформация“. Всичко започна още през август 2013 г., когато Теленор Груп придоби GLOBUL. Стартирахме процеса на промяна вътре в организацията и 2014 г. бе пълна с много нови и вълнуващи предизвикателства и постижения.

Въведохме начина на работа на Теленор (Telenor Way), както и Кодекса на поведение на Теленор и стъпка по стъпка започнахме да живеем според новите ценности на организацията, а основа на нашето общуване е уважението към другите. Буквално изградихме нова работна среда. Съборихме стените в офиса и въведохме нов начин на комуникация. Например, няма да намерите нито един служител с личен офис. Дори и аз работя в отвореното работно пространство на реновираната ни сграда, което едновременно насърчава прозрачността, но е и много ефективно: през 2014 г. консумацията на електроенергия беше намалена с 8%, въпреки увеличаващия се брой служители в сградата. Промените вътре в организацията постепенно се трансформираха в промени и за външния свят. Теленор пръв на пазара приложи принципа на равнопоставеност към всички клиенти. Ние напълно променихме не само дизайна на нашите магазини, но и начина, по който си взаимодействаме с клиентите.

Нашата комуникация е прозрачна на всички нива – дори в рекламите ни можете да видите реални хора с техните истински истории. В допълнение, инвестирахме в цялостното обновяване на нашата мрежа и през 2015 г. клиентите ни ще могат да се насладят на услуги с много по-високо качество.

На последно място, но не по важност, бих искал да споделя с Вас, че през септември 2014 г. въведохме в България едно решение, което се надявам да бъде използвано от всички доставчици на интернет. В сътрудничество с Интерпол, Теленор вече блокира в своята мрежа достъпа до материали на злоупотреба с деца. За нас превръщането на интернет в по-безопасно място за децата ще продължава да бъде приоритет и в бъдеще, тъй като предимствата на интернет, като неизчерпаем източник на познания и развитие, са безспорни.

Визията на компанията е да създава стойност за обществото и се основава на факта, че дигиталните комуникации могат значително да подобрят живота на хората и да осигурят по-добро бъдеще за всички. Това вече се случва във всеки от другите ни 12 пазара в Европа и Азия, в които Теленор Груп оперира. Теленор има дългосрочни намерения в България. Ние се ангажираме и през следващите години да инвестираме в развитието на технологиите в полза на обществото.

С най-добри пожелания,

Стайн-Ерик Велан
Главен изпълнителен директор
Теленор

съдържание

Изказване на Главния изпълнителен директор	2
За доклада	4
Обхват на доклада	5
	6
	8
Корпоративно управление	10
	14
	15
Пазар	17
	19
	27
	30
	32
Служители	33
	36
	39
	40
	41
Околна среда	42
	43
	44
	49
	51
	52
Общество	53
	55
	56
	57
	59
	63
	65
	66
Приложения	67



ЗА ДОКЛАДА

В този доклад е публикувана информация за представянето на Теленор в сферата на корпоративната отговорност за 2014 г. При изготвянето му сме се ръководили от четвъртото поколение насоки за докладване на Глобалната инициатива за отчетност (GRI) и са спазени изискванията на методологията за основно отчитане (Content Index – “Core”). Проведохме анализ за определяне на значимите теми, за да установим кои области на корпоративната отговорност да бъдат представени в детайли и да постигнем високо ниво на прозрачност спрямо ключовите заинтересовани страни по

значимите за тях въпроси. В случай че имате препоръки за подобряване съдържанието на доклада, ще се радваме да ги получим на следния електронен адрес: cr@telenor.bg

Докладът е изготвен с консултантската помощ на denkstatt – консултанти по устойчиво развитие и не е проверяван от трета страна. Разпространява се на български и английски език. Наличен е единствено в електронен вариант на корпоративния сайт на Теленор www.telenor.bg, с цел намаляване употребата на ценни природни ресурси.

ОБХВАТ НА ДОКЛАДА

До 4 ноември 2014 г. компанията оперира под бранда GLOBUL, а GERMANOS е основен търговски партньор. На 3 юли 2014 г. „Космо България Мобайл“ ЕАД (GLOBUL) и „Германос Телеком България“ ЕАД (GERMANOS), се сливат. В сила от 28 октомври юридическото име на новото дружество е „Теленор България“ ЕАД. Този доклад покрива дейността на Теленор на територията на България за времето от 1 януари 2014 г. до 31 декември 2014 г., като данните за периода преди сливането на GLOBUL и GERMANOS обхващат дейността и на двете дружества. Докладът съдържа количествени данни и информация за 2012 г.,

2013 г. и 2014 г., като всички данни за предходни периоди са преизчислени, така че да включват и дейността на GERMANOS. Това е нашият пети пореден доклад за корпоративна отговорност. Всеки доклад отразява едногодишен период от нашата дейност, като при предходните издания данните отразяват дейността на GLOBUL. В настоящия доклад е включено и представянето на GERMANOS, включително за предишни години, с цел постигане на сравнимост. Всички доклади, които публикуваме са достъпни на корпоративния уебсайт на Теленор.

НАШАТА КОМПАНИЯ

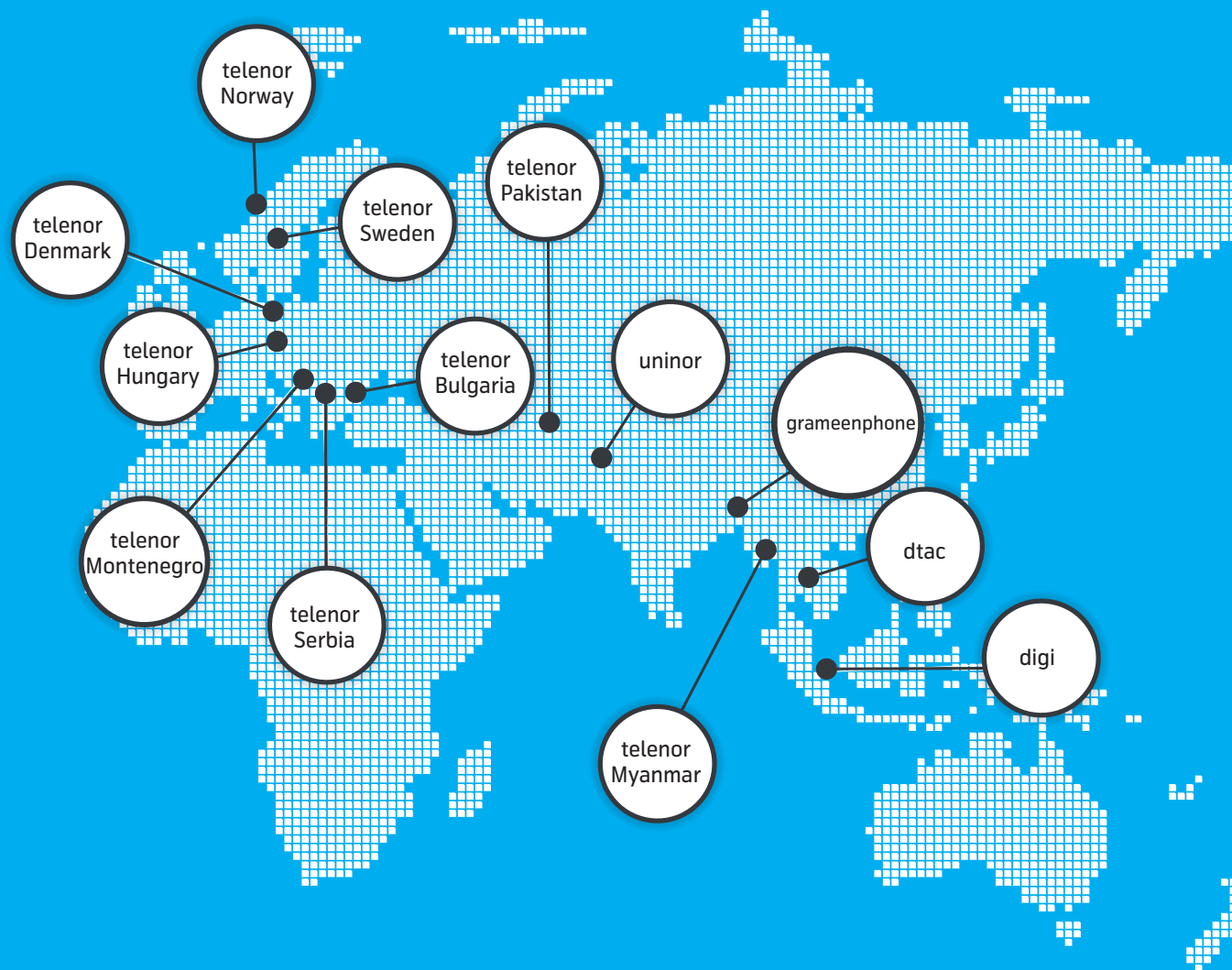
Теленор е водеща телекомуникационна компания, която предлага пълния набор от услуги (мобилни, фиксирани и пренос на данни) на над 4 милиона активни потребители в България. Към края на 2014г. услугите на оператора са достъпни за 99,98% от населението и на 99,50% от територията на страната, а UMTS мрежата на Теленор покрива 98,66% от населението на страната. Нашите продукти и услуги се предлагат в 366 търговски обекта в цялата страна, сред които 229 представителни магазина на Теленор и 137 магазина на официалните партньори Global Net Solutions и Internity. Централният офис на компанията се намира в гр. София, ж.к. Младост 4, Бизнес Парк София, сграда 6.



Фиг.1 Организационна структура на компанията за 2014 г.

Компанията е част от Теленор Груп от август 2013 г., като на 3 юли 2014 г. е обявено сливането на GLOBUL и GERMANOS. Тази стъпка е формално уеднаквяване на административните и функционални активности на двете компании. От 4 ноември 2014 г. новото сдружение започва да оперира под марката „Теленор“.

Теленор Груп е утвърден лидер на световния телекомуникационен пазар с близо 160 годишен опит. Компанията непрекъснато разширява дейността си с цел да предложи на своите клиенти най-инновативните и функционални телекомуникационни решения. Към момента, Теленор Груп има 192 милиона абонати и оперира в 13 държави в Европа и в Азия. Теленор Груп притежава също така 33% от собствеността и 42,95% от акциите с право на глас на руския мобилен оператор VimpelCom, който предлага мобилни услуги в 14 страни.



Фиг. 2 Глобално присъствие на Теленор Груп

ЧЛЕНСТВА И ПРИЗНАНИЯ

Теленор членува в множество организации, с чиято помощ отговаряме на предизвикателствата, свързани с нашия бизнес и популяризираме ценностите на корпоративната отговорност в България:


- Българо-Скандинавска търговска камара
- Конфедерация на работодателите и индустриалците в България
- Българска търговско-промишлена палата
- Български форум на бизнес лидерите
- Асоциация „Телекомуникации“
- Българска асоциация за управление и развитие на човешките ресурси
- Български дарителски форум
- Българска асоциация на рекламодателите
- Гръцки бизнес съвет в България
- Обществен съвет към Център за безопасен интернет
- Германско-Българска индустриално-търговска камара
- Световната асоциация за мобилни комуникации (GSMA)
- Глобалния договор на ООН (членство чрез Теленор Груп)

През 2014 г. компанията бе удостоена с редица награди и признания за усилията, които полага в сферата на корпоративната отговорност. В края на 2013 г. получихме специалната награда „Корпоративен собственик на електрически автомобил“ в конкурса „Автомобил на годината 2014“, организиран от Прес Автомобил България. През януари 2014 г. спечелихме трето място в категория „Обществена дейност“ на церемонията по връчване на бизнес наградите на Forbes България. През февруари бяхме удостоени с първа награда в категория „Инвеститор в обществото“ на наградите на Българския форум на бизнес лидерите (БФБЛ) за подкрепата си при създаването на първия Дневен център за трудови занимания за хора с интелектуални затруднения „Светове“, по проект на Фондация „Светът на Мария“. През май 2014 г. получихме златна награда EFFIE в категорията „Корпоративни комуникации“ за комуникационната кампания „Не създавай нови видове“, реализирана от Ogilvy group.

Създаването на нова работна среда за служителите в централния офис на компанията, ни донесе специална награда в категорията „Обществени сгради с бизнес предназначение“ в националния конкурс „Сграда на годината“ 2014. През ноември 2014 г. бяхме отличени от Български дарителски форум за „Най-сполучливо партньорство“ с фондация „Светът на Мария“, по време на официалната церемония на Деветите годишни награди „Най-голям корпоративен дарител“ 2014, която се организира със съдействието на Президента на Република България г-н Росен Плевнелиев.

Церемония по връчване на 11-и годишни награди за отговорен бизнес на Българския форум на бизнес лидерите.





*КОРПОРАТИВНО
УПРАВЛЕНИЕ*

ДОКЛАД ПО КОРПОРАТИВНА
ОТГОВОРНОСТ НА ТЕЛЕНОР

2014

КОРПОРАТИВНО УПРАВЛЕНИЕ

Теленор е българско акционерно дружество с едностепенна система на управление, с едноличен собственик на капитала – Telenor Mobile Communications AS. Дружеството се управлява от Съвет на директорите, състоящ се от шест лица с петгодишен мандат, които се избират от едноличния собственик и могат да бъдат преизбрани без ограничение. Съветът на директорите избира измежду членовете си Главен изпълнителен директор.

Към настоящия момент, Съветът на директорите се състои от:

- Кйел Мортен Йонсен – Председател
- Рони Бакке Невгал
 - Заместник-председател
- Стайн-Ерик Велан
 - Главен изпълнителен директор
- Ойвинг Кристоферсен
- Мариан Моу
- Йон Ерик Хоуг

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 главния изпълнителен директор.

Наричаме начина на работа в компанията Telenor Way.

ТОЙ СЕ БАЗИРА НА ПЕТ ОСНОВНИ СТЪЛБА:

- Визия и мисия
- Ценности
- Лидерски очаквания
- Кодекс на поведение
- Политики, правила и наръчници

ВИЗИЯ:

Създаваме възможности за обществата.

Чрез силата на дигиталната комуникация, ние създаваме предпоставки за подобряване на живота в страната и за осигуряване на по-добро бъдеще за всички.

МИСИЯ:

Тук сме, за да помагаме на нашите клиенти.

Нашата мисия е да помагаме на клиентите си да се възползват от всички възможности, които телекомуникационните услуги предоставят. Нашият успех се измерва с желанието, с което нашите клиенти ни препоръчват.

ЦЕННОСТИ:

- уважаваме
- спазваме обещанията си
- улесняваме нещата
- вдъхновяваме

КОДЕКС НА ПОВЕДЕНИЕ

Теленор Груп е символ на почтеност, етично поведение, прозрачност и отговорна бизнес практика. Системата за Етика и съответствие осигурява основа за реализирането на бизнес целите и стратегиите на Теленор, като подкрепя поведение и бизнес практики в съответствие с Telenor Way. Тя има 4 основни елемента:

- Предотвратяване - включва оценка на правните последици и тенденциите на поведение и етика, изработване и обновяване на Кодекса на поведение, създаване и поддържане на Гореща линия за Съответствие;
- Надзор по въвеждането и познаването на Кодекса на поведение;
- Разглеждане и решаване на инциденти, свързани със съответствието;
- Отчитане пред Съвета на директорите и Главния директор Съответствие в Групата.

Кодексът на поведение е в основата на нашата култура и влияе на нашето поведение и вземането на решения. Той е неразделна част от утвърдения начин на работа в компанията и определя основните принципи и етични стандарти, към които се придържат всички служители. Кодексът осигурява спазването на етични принципи и стандарти от всички в групата, за да растем и да се развиваме по един устойчив начин.

Кодексът за поведение разглежда три основни области, всяка със специфични подкатегории:

- **Нашата общност** определя стандартите за: човешките права, условията на труд и здраве, безопасност и сигурност на служителите;
 - **Нашите взаимоотношения** определя конкретните етични стандарти и основни принципи свързани с: околна среда, клиенти, доставчици, конкуренция, корупция и подкупи, подаръци и практики на фирмена учтивост, пране на пари, информация, комуникации и медии и политическа дейност;
 - **Нашите активи** се състоят от разпоредби, свързани с вътрешен контрол и оправомощаване, конфликт на интереси, лични интереси и дейности, поверителност, информация, която може да повлияе на цените на ценните книжа, лични данни и поверителност, интелектуална собственост, имоти и активи и счетоводство и финансово отчитане.
- Кодексът на поведение е валиден за всички

служители, за членовете на Съвета на директорите, както и всички лица, които работят от името на дружеството. Той е достъпен на корпоративната страница на компанията. Всеки служител преминава през задължително начално електронно обучение за неговото правилно разбиране и прилагане. В допълнение, служителите участват в различни редовно провеждани форми на обучение и опресняване на знанията в областите, за които се отнася Кодекса на поведение.

АНТИКОРУПЦИЯ

Теленор продължава да расте на пазарите си по целия свят. Корупцията, обаче, е проблем, който трябва постоянно да имаме предвид. Теленор Груп има политика на нулева толерантност спрямо корупцията. Това, освен всичко останало, включва и прилагане на практики и обучения, посредством които се осигурява разбирането от страна на всички служители на основните понятия, свързани с корупционните и, съответно, антикорупционните практики, както и спазването на възприетите етични стандарти.

Това са трите най-ключови антикорупционни принципа за служителите на Теленор:

1. Теленор има нулева толерантност към корупция.
2. Всички ние сме отговорни всеки ден.
3. Прозрачни сме и търсим насоки, когато се съмняваме.

Освен задължителното електронно обучение за Борба с корупцията, през 2014 г. Теленор разработи Анतिकорупционно ръководство под формата на приложение за смартфон или таблет, което може да се свали и на компютър.

Служителите имат възможност да докладват нарушения в Кодекса на поведение и други несъответствия с етичните стандарти на компанията чрез директен линк в основната страница на вътрешния портал на компанията. Всички сигнали се третират конфиденциално и не съществува риск за подателите. През 2014 г. Директор Етика и съответствие е получил 10 сигнала за несъответствие с корпоративните норми, като нито един от тях не се отнася до инциденти, свързани с корупция. Всички докладвани случаи са били разследвани и са предприети коригиращи мерки с цел предотвратяване на нарушения в бъдеще.



Ирина Василевска,

Директор Етика и съответствие
и Главен директор Правни отношения:

В наши дни повечето модерни и прозрачни организации залагат стандартите си за начина, по който правят бизнес, в Кодекс на поведение. Нашият кодекс е част от Telenor Way и касае всички аспекти на работата ни, свързани с нашата общност, отношения и активи. Кодексът предопределя висок професионализъм и интегритет, а ние вярваме, че това винаги се възнаграждава. Да работим в съответствие с принципите на Кодекса на поведение е задължителен и изключително важен елемент от пътя към подобряване качеството на услугите, ангажираността на служителите и бизнес отношенията ни.

КОРПОРАТИВНА ОТГОВОРНОСТ

Теленор развива бизнеса си по устойчив и прозрачен начин, а целта ни е да увеличим максимално ползите от телекомуникационните технологии, като се стремим да създаваме добавена стойност, както за бизнеса, така и за обществото. Вярваме, че мобилният телефон може да трансформира живота на всеки от нас, като направи информацията, социалните, здравните и финансовите услуги много по-достъпни за всеки човек. Това е и една от основните цели на компанията – да предостави ползите от мобилните комуникации на възможно най-широк кръг хора. По този начин възможностите на обществото за растеж и развитие се увеличават.

Политиката ни за корпоративна отговорност се базира на принципа за непрекъснато подобрене, като той важи и за веригата на доставки. Устойчивото и отговорно поведение е интегрирано в нашата стратегия и е неделима част от бизнес дейностите на компанията. Отнасяме се отговорно към околната среда и се стремим да повишаваме информираността на обществото за добрите практики при нейното опазване.

Областите, които покрива нашата политика за корпоративна отговорност, са следните:

- опазване на човешките права;
- лични данни и право на изразяване;
- трудови права;
- околна среда и климат;
- верига на доставките;
- възможности за групите в неравносечно положение;
- безопасен интернет;
- помощ при бедствени ситуации;
- антикорупционен скрининг при партньорства и финансов принос;
- докладване на нефинансови показатели;
- диалог със заинтересованите страни.

Нашият фокус е върху създаването на устойчиви инициативи, които носят добавена стойност в дългосрочен план и са базирани на основната компетенция на компанията – комуникациите. В допълнение се стремим да допринасяме за развитието на обществото чрез целеви инвестиции и дългосрочни партньорства, които водят до устойчива социална промяна.

Една от областите, към които подхождаме с особено внимание, е спазването на правата на човека. Следваме специално разработено ръководство, което осигурява структуриран подход към темата. Регулярно проверяваме какви са реалните и потенциални рискове от нарушаване на човешките права, както при взаимоотношенията ни с различни групи заинтересовани страни, така и по цялата верига на създаване на стойност. Процесът на анализ приключва с конкретни мерки за мониторинг и управление на рисковете, като ключов принцип отново е непрекъснатото подобрене и прозрачност в комуникацията по темата.

ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЗНАЧИМИТЕ ТЕМИ

Като компания, която предлага услуга „за всички“, ние ежедневно комуникираме със широк кръг от заинтересованите страни, които имат интерес към различни аспекти на нашия бизнес. За да сме сигурни, че адресираме въпросите, които са най-важни за обществото, за нашите клиенти и партньори, както и за държавните органи, проведохме анализ за определяне на значимите теми, според насоките на GRI - G4 и следвайки методологията, използвана от Теленор Груп. В този процес ни съдействаха и консултантите по устойчиво развитие от denkstatt.

Започнахме с определяне на ключовите заинтересовани страни, с които си взаимодействаме. Разгледахме всички групи, които са свързани пряко или индиректно с компанията и имат потенциал за въздействие върху дейностите ни. Стараме се да поддържаме отворен диалог с тях, така че да можем адекватно да отговорим на техните променящи се нужди в динамичната среда, в която оперираме. Прозрачната комуникация със заинтересованите страни е от решаващо значение за постигането на нашите дългосрочни стратегически цели.

Благодарение на постоянния диалог, който водим със заинтересованите страни, успяваме да повишим ангажираността им по най-значимите за тях теми и заедно да достигнем до нови по-ефективни решения.

В Таблица 1 можете да видите основните групи заинтересовани страни, които идентифицирахме, както и примери за най-честите форми и канали на комуникация и взаимодействие с тях.

Група заинтересовани страни	Комуникационни канали и форми на взаимодействие
Клиенти	Магазини Корпоративни търговци Център за информационно обслужване на клиенти Социални медии Комуникационни кампании и събития Корпоративна уеб-страница Маркетингови проучвания – регулярни и ad hoc
Служители	Ежедневен диалог и регулярни срещи Годишен процес за развитие и оценка на представянето на служителите Сесии за споделяне на знания Вътрешен портал Вътрешен бюлетин Вътрешни събития и инициативи Политики и инструкции за работа Обучения Механизъм за вътрешни сигнали
Доставчици и търговски партньори	Ежедневен диалог и регулярни срещи с доставчиците Принципи за поведение на доставчиците Обучения и работни срещи
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
Академични институции	Стипендиантска и стажантска програма Карьерни центрове Партньорства по проекти
НПО	Сътрудничества и подкрепа на каузи Участие в публични форуми и дискусии Членства в неправителствени организации
Медии	Прес съобщения и статии Прес конференции Участие в публични форуми и дискусии Уебсайт на Теленор
Собственици	Конферентни разговори Регулярни срещи и доклади
Широка публика	Дейности в полза на обществото Маркетингови проучвания Събития и кампании Уебсайта на Теленор

Таблица 1 Диалог със заинтересованите страни (G4.24-27)

При определянето на списъка с теми, които да бъдат взети предвид при анализа за определяне на значимите аспекти, използвахме обратната връзка, която получаваме чрез различните форми на комуникация със заинтересованите страни, както и заложеното в нашите политика и стратегия по корпоративна отговорност.

В допълнение, направихме анализ на темите, отразявани в медийното пространство, както и на специфичните теми, характерни за бранша, в който оперираме и дискутирани на ниво индустрия. Не на последно място, използвахме и референтните теми от насоките за докладване на GRI G4. За да определим тяхното ниво на важност, проведохме поредица от работни срещи и интервюта с вътрешни за организацията представители, които си взаимодействат с различните групи заинтересовани страни и взехме предвид както важността на темата спрямо изпълнението на стратегията на компанията, така и нейната значимост за обществото. В резултат на това, формирахме матрица на значимите теми.



Фиг. 3 Матрица на значимите теми (G4.18-21, G4.27)

Тя беше допълнително верифицирана чрез анкета за определяне нивото на важност на съответната тема, попълнена от извадка на различните групи заинтересовани страни. Използвахме матрицата за приоритизиране на темите, които да разгледаме в настоящия доклад, за да може въпросите с най-високо ниво на значимост да бъдат представени в по-голям детайл и да отговорим на информационните нужди на ключовите заинтересовани страни.



НАЗАР

ДОКЛАД ПО КОРПОРАТИВНА
ОТГОВОРНОСТ НА ТЕЛЕНОР

2014

ПАЗАР

ПРЕЗ 2014Г. ТЕЛЕНОР

- Изпълни успешно проекта по ребрандиране и започна процеса на промяна на продуктивното портфолио, клиентския подход и качеството на мрежата
- Представи новата концепция за абонаментни планове „Резерв“
- Обнови дизайна на месечните фактури
- Предложи на своите клиенти SIM карта 3 в 1



ГРИЖА ЗА КЛИЕНТА

Да сме обичани от клиентите си е един от основните стратегически приоритети на компанията, върху който всеки служител ежедневно въздейства.

Първото впечатление за нашите абонати, клиенти на предплатени услуги и корпоративни клиенти често се създава от обслужването, предоставено от служителите в дирекция Грижа за клиента. Те предоставят навременна и адекватна информация за продуктите и услугите, които компанията предлага, а също така проактивно търсят обратна връзка от клиентите за възможни подобрения.

Обратната връзка от нашите клиенти е много ценна за нас, затова целенасочено и ежедневно търсим мнението им относно степента на тяхната удовлетвореност от качеството на обслужване. Изпращаме покани под формата на SMS до около 3000 клиента на предплатени и абонаментни планове, които са използвали услугите на нашия Център за информационно обслужване, за да участват в кратко проучване. Чрез него измерваме колко удовлетворени са потребителите от обслужването, което им предоставяме, дали колегата, с когото са разговаряли, е намерил решение на въпроса им при първо обаждане, доколко приятелски и компетентен е бил той/тя, според въз-

приятията на клиента. Месечно имаме обратна връзка от около 11 000 клиента, а всеки агент средно бива оценен от около 90 души. Мнението на потребителите е изключително важно за нас и сме щастливи, че въпреки обема на входящия трафик към нашите сътрудници, успяваме да поддържаме високо ниво на обслужване и получаваме отлични оценки от клиентите. Отделяме специално внимание и на клиентите, които са неудовлетворени от обслужването. Изследваме разговорите с негативна оценка и се опитваме да разберем каква е причината за тях. Данните от изследването ни позволяват постоянно да анализираме нивото на обслужване, да идентифицираме областите, в които се справяме най-добре, както и тези, в които има възможност за подобрение. Въпреки натовареността, сътрудниците полагат огромни усилия, за да обслужат запитванията максимално бързо, да разрешат проблемите в рамките на едно позвъняване и по най-добрия възможен за потребителите начин.

В резултат на постоянните усилия, които полагаме, за да отговорим на високите очаквания на нашите клиенти, делът на основателните потребителски оплаквания остана минимален. Въпреки че законовото изискване е всички получени писмени жалби да получат отговор в рамките на 30 календарни дни, през 2014 г. ние успяхме да обработим и отговорим на над 85% от всички регистрирани от нас запитвания в срок до 7 дни.

През 2014 г. започнахме поетапно въвеждане на система за проучване във всяка точка на контакт с клиентите, която да ни помогне да отговорим на техните изисквания и очаквания. С нея целим да проследим „пътя“ на клиентите – физически или юридически лица, независимо дали са посетили наш магазин, уебсайт, свързали са се с Центъра за информационно обслужване на клиенти или с търговски представител от дирекция Бизнес продажби; да получим тяхното мнение чрез SMS-и и да потърсим обратна връзка чрез телефонни разговори. Така можем да предприемем нужните действия за постигане на отлично преживяване за всички наши потребители – всеки път, без значение от точката на контакт с Теленор.



Албена Георгиева,
Директор Грижа за клиента

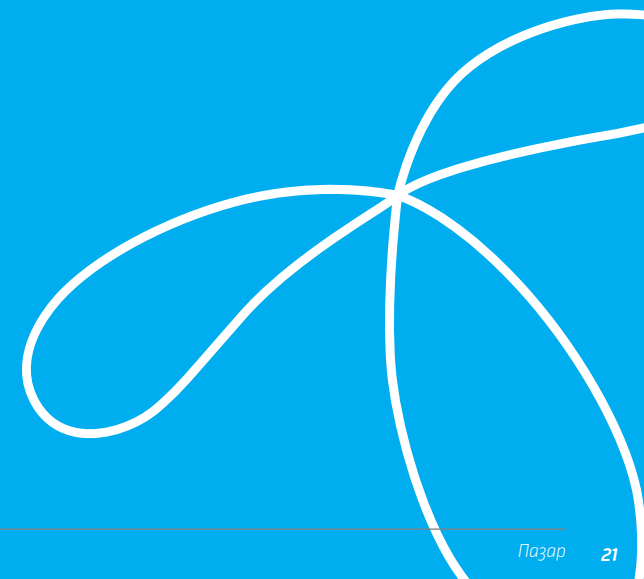
Стремим се да предоставим на всеки потребител необходимата му информация максимално бързо, коректно и с грижа за удобството му, без трансфери и изчакване. Над 95% от активациите на физически лица, както и 99% от трансакциите по продължаване на договора на настоящи абонати през 2014 г., са изпълнени автоматично още в момента на заявяването им от клиентите. Благодарение на високата ефективност на въведените процеси, над 80% от клиентските запитвания са решени в рамките на едно обаждане. Осигуряваме на лоялните си клиенти изключително висок приоритет при обслужване – дори и при натоварен трафик към Центъра за информационно обслужване над 82% от тях се свързали със служител за по-малко от 20 секунди. Чрез ежедневни обучения и индивидуални сесии непрекъснато подобряваме квалификацията и повишаваме компетентността на служителите в Центъра за информационно обслужване. За нас е изключително важно те да са не само компетентни, но и да вникват във всяка ситуация през погледа на клиента. Основната задача на управленския екип от професионалисти в дирекция Грижа за клиента е да повишава знанията и уменията на служителите и да им помага да се справят в трудни ситуации, за да бъдат изцяло в полза на потребителите.

Тяното мнение идва до нас под формата на оценка и коментар дали биха ли ни препоръчали като оператор на своите близки и приятели и защо. Причините се анализират, резултатите се обобщават и по този начин могат да се направят ясни заключения за областите, в които можем да инвестираме, за да подобрим удовлетвореността на нашите клиенти. Основната ни цел е да оправдаем доверието, което нашите потребители ни гласуват, да изградим лоялност и дълготрайни отношения с тях.

*По данни на независимо маркетингово проучване на изследователска агенция TNS BBSS – Brand Tracker 2014.

ПРОАКТИВЕН ПОДХОД ЗА ИНФОРМИРАНост НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ

Програмата за подмяна на мрежата не беше само технологична инициатива, а ключов проект, който обхвана цялата компания. Погрижихме се предварително да информираме клиентите по райони за предстоящите действия, използвайки различни комуникационни канали (като SMS известия, например). Основното послание, което искахме да отправим към тях е, че започваме пълна подмяна и обновление на мрежата ни, целящи още по-добро покритие, по-високо качество на предлаганите услуги, по-висока скорост за пренос на данни, както и нови продукти и услуги. Цялостната политика по взаимоотношения с клиентите ни намери признание и от тях. Въпреки проектите по смяна на мрежата и търговската марка, които осъществихме през 2014 г., потребителите да продължават да оценяват обслужването, предоставено от Центъра ни за обслужване на клиенти, като най-доброто на пазара на телекомуникационни услуги в страната*, е огромен стимул за нас.



КЛИЕНТСКИ ПОДХОД И УДОВЛЕТВОРЕНОСТ

Има много начини за постигане на изключително обслужване, но един от най-важните е служителите като част от организацията да поставят винаги клиента на първо място и да имат желание да направят повече от очакваното за неговата удовлетвореност. Ето защо през 2014 г. стартирахме нова вътрешна инициатива Customer First Hero.

Програмата бе част от отбелязването на Customer First Day в Теленор Груп – символен ден, чиято цел е да припомни, че в основата на всички наши действия стои удовлетвореността на клиентите ни. Този ден се отбелязва ежегодно във всички подразделения на групата от 2012 г.

Чрез Customer First Hero насърчихме всички служители да разкажат истинска история за тях самите, техен колега или хора, работили в екип, в която е направено повече от очакваното за клиента (вътрешен или външен) и действието в историята е довело до изключителна удовлетвореност от негова страна. Поставихме началото на един нов начин на мислене и работа, при който се водим не само от нуждите на клиента, но и от стремежа ни да направим неговото преживяване с марката Теленор наистина страхотно. Стремим се да трансформираме организационната култура като промяната се случва във всеки служител, независимо дали работи с вътрешни или външни клиенти.

Инициативата, чиято цел бе да събере „база“ от истории за успеха, които да станат част от културата и начина на мислене в компанията, предизвика голям интерес сред служителите, в резултат на което тя се превърна в дългосрочна програма. Всяко тримесечие награждаваме главните герои в най-добрата история, за да служат за пример и вдъхновение в преследване на стратегическата ни цел да бъдем обичани от клиентите.

СИГУРНОСТ НА ДАННИТЕ

Конфиденциалността на личните данни на нашите клиенти и служители е от особена важност за Теленор. Изпълняваме всички закони изисквания и прилагаме изключително строги мерки по отношение на сигурността на личните данни. Работим в пълно съответствие с приетата в Теленор Груп „Политика за поверителност“. 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 2014 г. постъпиха 36 жалби, свързани със сигурността на личните данни на наши клиенти, като при проведения обстоен преглед не бяха установени нарушения.

**Надхвърли очакванията
и бъди следващия герой!**

**CUSTOMER
FIRST HERO**

2015



GLOBAL STAVA TELENOR

Промяната започна с мащабна имиджова кампания, чрез която ясно заявихме кои сме и какво отстояваме. Разработихме открита, близка до хората комуникация, базирана на маркетинговата ни стратегия и стратегията на компанията, която включва 3 основни стълба: винаги на линия, заслужаващи доверието на клиента и отлично изживяване. За да заслужим доверието на клиентите, трябваше да намерим нов начин да достигнем

до хората и да представим нещо ново на българския пазар. Затова избрахме пряк и модерен начин за комуникация, издигайки се над традиционните начини за реклама. Една от характеристиките на новия бранд е автентичността. Стремим се да няма никаква дистанция между нас и нашите потребители. Затова използвахме и истински хора в нашите реклами, а не актьори. Всички герои застават с истинските си имена.



GLOBAL STAVA TELENOR

„ПОСЛАНИЦИ НА ТЕЛЕНОР“

Целта на инициативата бе да отведе служителите по-близо до клиентите, за да научат повече за първите им впечатления от новата марка. Представители на мениджмънта, както и колеги от различни дирекции, които станаха част от кампанията, прекараха един работен ден в магазин на компанията, където приветстваха и потърсиха мнението на над 300 клиента за това как възприемат новата марка и кои са онези промени, които им правят най-силно впечатление. Мнозинството от интервюираните клиенти приемат позитивно промяната в корпоративната идентичност на компанията и нововъведенията в обслужването, продуктите и търговската ни мрежа.



Боряна Младенова,
Мениджър Управление на програми

GLOBUL бе силен бранд, който не може да бъде сменен за една нощ. Ето защо, решихме да стартираме с кампания, с която да обявим на клиентите предстоящата промяна. И това бе само началото на процеса по ребрандиране. Последва смяна на правното и търговско име на компанията, логото и цветовете, така че да сме в съответствие с изискванията за марката на еленор Груп. Основната ни цел обаче беше не само да покажем на клиентите ни, че сменяме бранда, но да обосновем фактически тази промяна чрез осезаеми доказателства, свързани с продуктово ни портфолио, нивото на обслужване и качество на мрежата. Създадохме изчерпателна програма с проекти, с продължителност повече от година, която да гарантира постигането на тази цел. Проектите, които подкрепят развитието на бранда, фундаментално променят модела ни на работа и начина, по който обслужваме клиентите. Някои от проектите бяха с изключително кратки срокове и само благодарение на ентузиазма и доброто сътрудничество между екипите успяхме да ги реализираме в срок. И все пак, най-важната част в целия този процес беше промяната на организационната култура, а както всички много добре знаем – промяната започва отвътре. Затова и първата вътрешна кампания, като част от проекта за ребрандинг на компанията, бе възможността всеки служител от административните офиси да стане част от Екип от посланици на Теленор.

Кампанията по промяна на марката включваше всички инструменти за масова комуникация и чрез нея реализирахме редица свежи и иновативни идеи. Смяната на корпоративна идентичност бе възможност за нас да покажем, че ще предоставим на клиентите ни едно изключително изживяване. И няма да спрем до тук. Заедно ще продължаваме да изграждаме още по-добра компания, която клиентите обичат, която предоставя на обществото възможности и осигурява висококачествени услуги за всички.

ПОСЕЩЕНИЯ В МАГАЗИНИТЕ

Всички служители от дирекция Потребителски сегмент прекараха два работни дни в различни магазини на Теленор в цялата страна. Една от основните цели на тези срещи бе служителите, чиято ежедневна работа се извършва в централния офис на компанията, да получат обратна връзка за ситуацията на пазара в момента, както и специфичните предизвикателства, които колегите от продажби разрешават в ежедневието си. Освен това, те имаха възможността да се срещнат с клиенти и да обсъдят заедно продуктовото портфолио и обслужването, които компанията предлага. Някои клиенти споделиха и идеи за изцяло нови услуги.



Валери Станчев,
Инженер електропроектиране:

Инициативата „Посланици на Теленор“ бе изключително предизвикателство за мен. Никога не съм си представял, че срещата ми с клиентите на Теленор ще бъде толкова вълнуваща. Бих участвал отново в подобна кампания, защото за мен е важно да науча повече за очакванията и нуждите на нашите потребители от самите тях. Освен това успях да споделя с колегите от магазинна мрежа, първите ми впечатления от обновената мрежа – основният проект, с който бе свързана част от ежедневието ми оперативна работа през 2014 г.



Васил Граматов,
VI Програмист:

Участвах в инициативата „Посланици на Теленор“, защото според мен е важно да се изправим пред клиентите си и да покажем, че сме открита и достъпна организация, която цени едновременно настоящите и бъдещите потребители. Смятам, че освен възможност да покажем хората „зад марката“, чрез тази инициатива показахме на клиентите, че тяхното мнение и удовлетвореност имат основно значение за нас. Вярвам, че всеки служител в компанията, независимо от своята позиция и ежедневни задължения има основна роля в изпълнението на стратегическата ни амбиция – да бъдем бранд, обичан от своите клиенти.

ВСИЧКИ КЛИЕНТИ СА ВАЖНИ ЗА НАС

Новата идентичност на компанията постави началото на нова ера не само за компанията, а и за целия телекомуникационен сектор в България. Теленор стана първият български мобилен оператор, който прилага «равнопоставеност» спрямо всички свои клиенти. И новите абонати, и тези, които подновяват своите договори, имат безусловен и неограничен достъп до всички тарифни планове, промоции и устройства, предлагани от Теленор в страната. Теленор е компания, която спазва обещанията си, прави мобилната комуникация и дигиталните услуги лесни и достъпни за всеки, уважава своите клиенти и партньори и предоставя нови начини за общуване и нов модел за правене на бизнес.

През 2014 г. станяхме първият български мобилен оператор, който предложи равнопоставеност между всички свои клиенти – както към тези, които сега се присъединяват към нас, така и за онези, които години наред показват доверие към услугите ни и избират да останат с нас. Предложихме свобода на избор: всеки клиент може сам да реши кога да се възползва от офертата, която предпочита. Ние вярваме, че най-добрите клиенти са тези, които изискват най-доброто. Знаем, че нашите клиенти са такива и се стремим да предлагаме само най-новите и модерни технологични решения и устройства.



Евгения Овчарова,

Мениджър Потребителски сегмент – Абонати

Водени от желанието си да докажем на своите абонати, че те всички са важни за нас, предприехме доста решителна и трудна промяна в начина, по който до момента предоставяхме най-новите оферти на своите клиенти. Заявихме, че всички атрактивни предложения не са достъпни само за нови абонати, а и за съществуващите ни клиенти, и искам да отбележа, че това се отнася и за клиентите в договор. Към тази огромна промяна, добавихме възможността всеки клиент да прецени в кой момент има нужда да се възползва от оферта за телефон, тоест ако не го закупи в момента на сключване или преподписване на договор, може впоследствие да го добави и да се възползва от актуалните тарифни предложения към момента. По този начин считаме, че предложихме освен равнопоставеност на клиентите си, но им дадохме свобода да решават кога от коя оферта да се възползват, непритискани от срокове и ограничения. Твърдо вярваме, че предлагайки не само атрактивни оферти, но най-вече добро обслужване, процеси и процедури, водени от грижа за клиента доказваме, че сме операторът, който заслужава своите клиенти и отговаря на техните очаквания и изисквания.

УСТОЙЧИВИ ПРОДУКТИ И УСЛУГИ

Продуктите и услугите, които предлагаме, помагат на клиентите ни да се справят с предизвикателствата на съвременния свят като липсата на време и ресурси, както и с екологичните проблеми. Потребителите имат възможността да се откажат от хартиената си фактура и да правят онлайн преглед на месечната си фактура и детайлна разпечатка. Чрез електронно презареждане на предплатените услуги всеки наш клиент може да презареди своя кредит бързо и лесно чрез дебитна/кредитна карта, през банкомат, като изпрати SMS или от компютъра си – чрез интернет сайтовете за разплащания ePay.bg или eBG.bg.

· **Нова фактура** – тъй като държим да сме открити пред нашите клиенти, през 2014 г. обновихме дизайна на месечните ни фактури, като направихме информацията в тях още по-разбираема. Независимо дали потребителите получават месената си сметка на хартиен носител или в електронен формат, те имат коректна и изчерпателна информация за използваните услуги, дължимите месечни такси, включените минути за отчетния период и друго допълнително потребление (роуминг, предоставени отстъпки, закупени пакети и др.).

· **SIM карта 3 в 1** – Картата е комбинация от различни по размер SIM карти (нано,

микро и стандартна), обединени в една пластика. Така всеки потребител може сам да оразмери картата си в зависимост от ползвания телефон – безплатно и колкото пъти е необходимо. Със SIM карта 3 в 1 не се налага да се прехвърлят контакти при смяна на използваното устройство, защото клиентите могат да пренесат лесно цялата запаметена в SIM картата информация.

· **Магазини с обновен дизайн** – за да осигурим ефективно, прозрачно и удобно обслужване на клиентите, инвестирахме в обновяване на дизайна на нашите магазини. Сега всички посетители имат възможността да се насладят на приятна атмосфера и да тестват най-новите технологии и устройства.

· **My menu** – предоставя на всеки потребител възможността да управлява своя абонаментен или предплатен план, директно през мобилния телефон. Чрез My menu лесно могат да бъдат проверени сметката и потреблението, използваните пакети, клиентския номер, кредитния лимит и др. My menu е достъпно за всеки модел телефон и е безплатно за всеки план и всеки клиент на Теленор.

· **Оптимизиран уебсайт** – благодарение на обновения дизайн и лесното за използване навигационно меню на www.telenor.bg и my.telenor.bg, цялата информация за продуктите и услугите, които предлагаме е лесно достъпна, на един клик разстояние, удобна за четене дори и през смартфон.

ОБНОВЕНА ФАКТУРА



SIM 3в1



@ФАКТУРА – С ГРИЖА КЪМ ПРИРОДАТА

Стремим се да постъпваме отговорно и с грижа към природните ресурси. Ето защо предлагаме още един изключително лесен и бърз начин за следене на месечното потребление и сметка – директно на имейла на клиента, независимо дали потребителят получава месечната си сметка на хартиен носител или през MyTelenor.

РЕАКЦИЯ ПРИ БЕДСТВЕНИ СИТУАЦИИ

Непрекъсваемостта на бизнеса е неизменна част от управлението на компанията. Като мобилен оператор предоставящ телекомуникационни услуги, за Теленор е изключително важно да поддържа способността си да развива и предоставя тези услуги в съответствие с очакванията на своите клиенти, независимо от различните външни фактори. За ръководството на компанията е от голямо значение способността на техническите ни съоръжения да продължат да функционират дори при неочакваните прекъсвания в оперативната дейност, причинени от различни бедствени ситуации. И ако въпреки предварителната подготовка и взетите мерки, възникнат временни затруднения в ползването на услугите ни, породени от природни бедствия, техническите екипи на компанията полагат всички усилия, за да ги отстранят своевременно. В допълнение, при ситуации с бедствен характер следваме специална процедура за подпомагане на пострадалите хора или региони.

РЕЗЕРВ

През 2014 г. представихме концепция „Резерв“ – нови абонаментни планове, чиято основна цел е да популяризираме тарифи, които спестяват на клиентите притеснения, със силен фокус върху навлизането на мобилен интернет. Чрез плановете Теленор Резерв клиентите са защитени от неочаквани сметки в случай на по-високо потребление, благодарение на своя персонален резерв от минути за разговори и мегабайти за мобилен интернет. Резервът се активира автоматично след изчерпване на месечния пакет за потребление на абоната и е на разположение на всеки потребител, без допълнително заплащане. Валиден е за целия срок на договора и след изчерпване може да бъде презареден.

ПОРТАЛ ЗА БИЗНЕС КЛИЕНТИ

Като част от амбицията ни да сме обичани от клиентите, разработихме портал за корпоративните ни абонати, чиято цел е да ги улесни в управлението на предлаганите от нас телекомуникационни услуги, като им предостави платформа, в която самостоятелно и бързо да извършват промени и контрол.

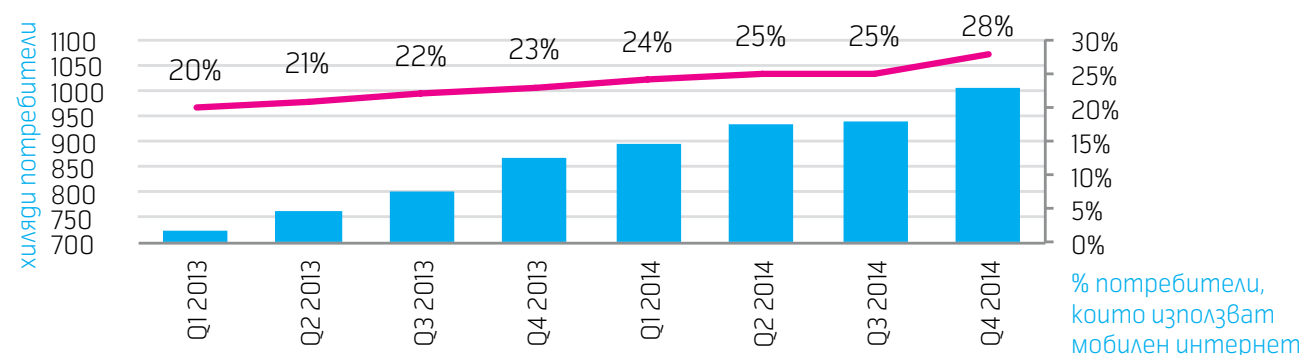


ПРЕДСТАВИТЕЛИ НА СОСА СОЛА HELLENIC BOTTLING COMPANY БЪЛГАРИЯ

Използваме почти целия набор от мобилни услуги, които Теленор предлага на пазара. Получаваме преференциални, гъвкави цени и условия на мобилна и фиксирана телефония, мобилни апарати, USB модеми, тарифни планове за разговори, роуминг и интернет. Предоставените услуги покриват изискванията и нуждите на компанията и подпомагат ежедневния работен процес.

Порталът за бизнес клиенти, разработен конкретно за нашата организация, значително улеснява всекидневната работа и в двете компании. Благодарение на него почти цялата необходима информация се набавя веднага, модифицирането ѝ в голям процент от случаите се извършва също на момента. Това е от голяма полза, за да имаме структуриране, категоризиране и управление на служителите използващи услуги на Теленор. Доволни сме, че представителите на оператора се съобразиха с нашите изисквания за него и гадоха редица полезни идеи на проведените срещи.

Спокойно можем да твърдим, че сме доволни от съвместното ни партньорство с Теленор. Представителите на компанията се отзовават до колкото е възможно на повечето отправени искания, и необходимите срокове, също се спазват до момента.



Фиг. 4 Тенденции при използването на мобилен интернет в мрежата на Теленор

ИНТЕРНЕТ ЗА ВСИЧКИ

Следваме концепцията „Интернет за всички“, като част от стратегията на Теленор Груп и нашата дългосрочна стратегия за популяризиране на мобилния интернет и ползването на смартфони. Българският пазар е малко по-специфичен в това отношение, защото повечето клиенти все още използват така наречените фийчърфо-

ни, които имат достъп до интернет, но усещането не може да се сравни с ползването на смартфон.

Да предоставяме достъпни услуги за данни и устройства, като същевременно популяризираме ползата от Интернет – това ни помогна да увеличим използването на услуги за данни, защото една от основните ни цели е да предоставим лесен и бърз достъп до интернет на всички наши потребители, независимо дали са клиент на абонаментен план или ползват предплатени услуги от Теленор. Чрез представянето на пакетите Klik искаме да ускорим този процес и да започнем да представяме ползите от мобилния интернет на потребители, които все още не са онлайн през мобилния телефон. Ето защо през 2014 г. предложихме на българския пазар функционални и изключително достъпни смартфони под собствената ни марка.

СВЪРЗВАНЕ ОТ МАШИНА ДО МАШИНА (M2M)

Приложението на M2M комуникациите е свързано с GPS навигация, свързване на банкомати и плащане през ПОС терминали, дистанционно отчитане на комунални услуги, връзка на касовите апарати с НАП и др. През 2014 г. компанията отчита ръст от 10,09% в продажбите на карти за M2M услуги и заема значителен дял от този пазар в страната.

ОТГОВОРНО СНАБДЯВАНЕ

Ние работим за постигане на високи стандарти на поведение в бизнеса, добри условия на труд и вътрешни правила за опазване на околната среда. Очакваме същият подход и от тези, с които имаме бизнес отношения.

Всички доставчици и лица, които имат директни договорни отношения с нас и ни предлагат продукти или услуги, трябва да се придържат към нашите

Принципи на поведение на доставчика, които включват изисквания касаящи:

- Връзка с националното законодателство
- Правата на човека
- Трудови стандарти
 - Свобода на сдружаване
 - и право на колективно трудово договаряне
 - Принудителен труд
 - Детски труд
 - Недопускане на дискриминация
 - Условия на заетост
- Здраве и безопасност
- Околна среда
- Забранени търговски практики
 - Корупция
 - и други забранени търговски практики
 - Подаръци, гостоприемство
 - и разходи (фирмени подаръци)
 - Пране на пари
 - Конкуренция

Принципите за поведение на доставчика представят минималните стандарти, които очакваме да видим постигнати с течение на времето. Ние ще следим за тяхното спазване чрез систематичен и основан на риска подход. Принципите са публично достъпни на официалната интернет страница на компанията www.telenor.bg.

СПОРАЗУМЕНИЕ ЗА ОТГОВОРНО ТЪРГОВСКО ПОВЕДЕНИЕ

Въвеждаме Принципите на поведение на доставчика със Споразумения за отговорно търговско поведение, чрез които нашите партньори се ангажират да спазват изискванията вътрешно, както и да ги прилагат към техните собствени доставчици. Освен това, Споразуме-

нията за отговорно поведение предоставят на Теленор правото на постоянен контрол. През 2014 г. 93% от нашите доставчици (по признак разход) подписаха Споразумение за отговорно търговско поведение.

Този документ е от изключителна важност за нашите постоянни усилия да минимизираме риска във веригата на доставки, тъй като в него са включени редица дейности, които имат за цел да гарантират отговорното търговско поведение в процеса по снабдяване, като например самооценка на доставчика и инспекции, в съответствие с написаните стандарти и най-добрите практики, проведени от специално обучени служители на компанията.

НАБЛЮДЕНИЕ И ПОСЛЕДВАЩ КОНТРОЛ

През 2014 г. подменихме над 35% от нашите доставчици – към момента по-голямата част от тях са компании, базирани в България. Работим с нашите доставчици в дух на сътрудничество и бихме изградили бизнес отношения с всеки, който има добра оферта и е надежден партньор. Това е и начинът, по който работим, което ни помага да постигнем по-добра цена, по-добър продукт и по-добро представяне. Стремим се да повишим осведомеността, да

идентифицираме потенциалните рискове и да споделим най-добрите практики с нашите партньори. В съответствие с изискванията на Теленор Груп за систематични дейности за наблюдение на процеса на доставки, основани на анализ на риска, ние прилагаме ясен и прозрачен модел за оценка на доставчиците. Въз основа на резултатите от нея, компанията изготвя план за идентифициране и намаляване на основните рискове при снабдяването, с което гарантира непре-

къснатото подобрене на процеса. Критериите за определяне на риска при прилагането на Принципите за поведение доставчика, заедно с инструментите и методологията за оценка, са стандартни за всички компании в групата.

Привеждайки в съответствие всички наши дейности спрямо политиките и практиките на Теленор Груп и стремейки се към устойчиво развитие на веригата за доставки, 12 колеги бяха обучени и вече са сертифицирани инспектори. Екипът е сформиран от различни функционални области и се състои от представители на различни звена в компанията. Инспекторите на веригата за доставки провеждат систематични проверки, за спазването на изискванията от Споразумението за отговорно търговско поведение (ABC), Принципите за поведение на доставчика (SCP) и приложимите нормативни изисквания от страна на доставчиците.



ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПОСТАВЕНИТЕ ЦЕЛИ И ЦЕЛЕПОЛАГАНЕ ЗА 2015 Г.

ЦЕЛИ 2014 Г.

- ✓ Споразумението за отговорно търговско поведение да бъде добавено към тържната документация за всички бъдещи дейности по снабдяване
- ✓ Въвеждане на нов портал за управление на услуги на корпоративните клиенти
- ✓ Предоставяне на подробна информация за използваните услуги в нова секция в портал My Telenor
- ✓ Предлагане на допълнителен пакет за мобилен интернет, чрез който клиентите на оператора могат да имат лесен, бърз и изгоден достъп през своя телефон
- ✓ Значително съкращаване на времето между обаждането на клиента и проучването за степента на неговата удовлетвореност от 12 часа на 2 часа
- ✓ Опростяване и оптимизиране на месечната фактура на база на обратна връзка от клиенти
- ✗ Оптимизиране на функционалностите в менюто за автоматично информационно обслужване – отложено за 2015

ЦЕЛИ 2015 Г.

- Оптимизиране на функционалностите в менюто за автоматично информационно обслужване
- Разширяване на услугите, които могат да бъдат активирани в рамките на един контакт между клиента и компанията, независимо от предпочетените канал
- Предлагане на достъпни телефони под марката на Теленор
- Разработване на ново атрактивно портфолио от услуги, които да отговарят на индивидуалните нужди на всеки потребител
- Промяна в принципите на ценообразуване при достъп до мобилен интернет едновременно с цялостното обновяване на мрежата Теленор
- Провеждане на обявени и внезапни проверки на веригата ни от доставчици
- Въвеждане на процес за ежегодна самооценка на доставчиците чрез въпросник
- Организиране на събитие за някои от доставчиците, с цел повишаване на тяхната осведоменост
- Критерият устойчиво развитие да бъде добавен към тържната документация за оценка
- Предлагане на нови, гъвкави, достъпни и прозрачни възможности за закупуване на мобилни смарт устройства
- Оптимизиране и улесняване за клиента на процеса по отремонтиране на повредени мобилни устройства
- Продължаване разширяването на мрежата на компанията чрез изграждане на нови базови станции с цел подобряване на качеството на предлаганите услуги

A photograph of stadium seating with rows of colorful plastic chairs in shades of blue, yellow, red, and grey. The chairs are arranged in a tiered fashion, receding into the background. A blue semi-transparent banner is overlaid on the left side of the image.

СЛУЖИТЕЛИ

СЛУЖИТЕЛИ

ПРЕЗ 2014 Г. ТЕЛЕНОР

- Въведе нови ценности на поведение и лидерски практики, като част от културата на компанията (The Telenor Way)
- Въведе нов процес на оценка на резултатите и потенциала на служителите
- Въведе нови карьерни пътеки за служителите

След присъединяването на компанията към семейството на Теленор, започнахме постепенно да въвеждаме модела на работа на Групата. Преподнесохме отворена работна среда, предоставихме възможност за гъвкаво работно време и работа от вкъщи, а и все по-често подхождахме към новите предизвикателства през призмата на методологията за управление на проекти. Обновихме изцяло централата на компанията и актуализирахме различни оперативни процеси. Така, стъпка по стъпка, служителите започнаха да се адаптират към новата организационна култура, наречена Telenor Way.

Тя включва визията, мисията и ценностите на компанията, нашият кодекс за поведение, както и очакванията към лидерските качества на управленския екип. Работната среда е изградена на принципа на отворени работни пространства за всички и използване на нови технологии и способности за разбирането и спазването на нормите на нашата организационната култура. Тя благоприятства по-голяма гъвкавост за служителите при изпълняване на ежедневните им задачи, отворена и прозрачна комуникация на всички нива, а не на последно място – вдъхновява креативност.

ТРАНСФОРМАЦИЯ НА РАБОТНИТЕ МЕСТА, ТРАНСФОРМАЦИЯ В НАЧИНА НА РАБОТА

Най-осезаемата промяна за служителите в централния офис на компанията през изминалата година беше цялостната реновация на сградата. Изцяло бе преобразуван вътрешният ѝ дизайн, с цел на служителите да бъде предоставена по-съвременна и високотехнологична работна среда. Започнала през юни 2014 г., за по-малко от 6 месеца бяха обновени 10 хил. кв. м, без това да се отразява на работния процес на близо 1000 служители на Теленор в централната сграда на компанията.

Новата концепция за работна среда е изградена и разработена по норвежки модел. Основна идея е осигуряването на различно усещане за работна атмосфера и създаването на една по-социална, креативна и ергономична среда чрез открити пространства и ежедневна свобода на избор на работното място за всеки служител, която повишава продуктивността и удовлетвореността от ра-

ботния процес.

Обновената визия налага нови тенденции в офисното пространство чрез обособяването на различни зони. На всеки етаж има отворено пространство, в което са разположени работните места, оборудвани със специални бюра с електрическо регулиране на височината – инвестиция във здравето и комфорта на служителите. В допълнение има специална социална зона за отдих, „тиха зона“, зона за копирна техника, както и обособени пространства за съхранение на лични вещи. В сградата са разположени конферентни и мултимедийни зали с подвижни стени, както и такива за неформални срещи. Подменена е и корпоративната система за сигурност, всички сградни инсталации и осветление, като е извършено цялостно преустройство на околосградното пространство с нови елементи от градската среда.

Новата работна среда донесе специална награда за Теленор в категорията „Обществени сгради с бизнес предназначение“ в националния конкурс „Сграда на годината“ 2014. Той се организира от ГРАДЪТ Медия Груп под патронажа на Министерството на регионалното развитие и благоустройството и с подкрепата на браншовите организации в областите на проектирането и строителството. Сред примерите за новия начин на работа, който компанията въведе, са възможностите за работа от вкъщи и гъвкавото работно време. Те имат за цел да

улеснят служителите, предоставяйки им повече възможност за мобилност и по-добра ефективност при изпълняване на различните трудови задължения на всеки. Концепцията за работа от различни локации и на гъвкаво работно време цели да помогне на служителите да подобрят баланса между работа и личен живот и да покаже, че резултатите и постиженията са по-важни от часовете, прекарани в офиса. Тази практика успешно се прилага в цялата Теленор Груп и се оценява положително от служителите и мениджърите в компанията.



Национален конкурс „Сграда на годината“ 2014



Десислава Георгиева:

Мениджър проекти –
Потребителски
финанси

За мен основната полза от предоставената гъвкавост и мобилност е по-големият брой локации, от където мога да си свърша работата. Лаптопът, заедно с VPN свързаност, ми дават възможност да приключа задачите си успешно, без значение, мястото на което се намирам в даден момент – може да е от дома, по време на командировка, или на пейка близо до езерото в Бизнес Парк София.

АНГАЖИРАНост НА СЛУЖИТЕЛИТЕ

За да можем да въвеждаме стойностни за служителите подобрения и да измерим техният ефект, ежегодно провеждаме проучване за тяхната ангажираност. През 2014 г. то бе проведено за първи път според методологията, използвана в Теленор Груп.

Резултатите показват, че 71% от служителите се гордеят, че работят в Теленор, удовлетворени са от работното си място, биха го препоръчали и са мотивирани да правят повече от това, което се изисква от тях за успеха на компанията. Другите области, в които постигаме висок резултат, са проследяване изпълнението на целите, което е в основата на ориентираната към резултати и постижения култура, сътрудничество вътре в екипите и ясна комуникация на ценностите.

Отбелязваме напредък, спрямо предварителното проучване на културата от ноември 2013 г., в следните области: комуникация на целите на компанията и визията за развитие, културата на споделяне и сътрудничество между звената, отворена комуникация, лидерство, насочено към обсъждане и консенсус. Това показва, че целенасочените усилия и предприетите действия за подобряване на организационния климат през последната една година са били в правилната посока и са оценени от служителите. Въпреки сравнително високите резултати за период на трансформация на

компанията, нашият стремеж е към все по-високи нива на ангажираност. Областите за развитие и подобрение, които сме определили като приоритетни, са три: развитие на служителите, поемане на отговорност и постигане на баланс личен-професионален живот.

През 2014 г. предложихме нов начин за професионално и кариерно развитие на служителите в компанията, а именно – кариерна пътека за експерти. Традиционно използваните инструменти бяха повишаване на мениджърска позиция и развитие на хоризонтално ниво – чрез промяна на функционалната сфера на дейност. Със създаването на новата кариерна пътека за експерти, Теленор предоставя на служителите с голям професионален опит и значително влияние върху резултатите на компанията възможност за израстване и поемане на нови отговорности. Този нов инструмент предлага структуриран начин за признание и оценка на служителите, чиято работа е свързана с мащабни програми и проекти.

През 2014 г. за първи път се проведе т. нар. Теленор процес за развитие и представяне.

Това е инструментът, свързващ бизнес стратегията на Групата с индивидуалната роля на всеки един служител при реализирането ѝ. Фокусът е върху даването на цялостна обратна връзка за индивидуалното представяне и планиране на съответните възможности за развитието. В компания като Теленор, която се основава на трупането на опит и знания, искаме да се уверим, че нашите служители са компетентни и мотивирани. Ето защо работим целенасочено за това те да преуспяват в работата си и да имат необходимите увереност и умения, за да постигат целите си и да получават нужното признание.

Процесът за развитие и представяне е интерактивен и отговорността за него се споделя между служители и мениджъри. Мнението на служителите е ценно и за това първата стъпка е самооценка, т.е. процесът започва от перспективата на служителя. Ключът към успеха е да осъзнаваш собствените си постижения и стремежи. Друг важен момент е служи-



Компанията „Свеж старт“

телите открито да задават въпроси и да споделят мнението си по време на този диалог с техните мениджъри – това е и единственият начин в екипа да се създаде единност в разбирането.

Целта на диалога между служител и пряк ръководител е двете страни да си дадат конструктивна обратна връзка за представянето си, да обсъдят желанията за продължаване на кариерния път, да планират индивидуалното развитие и да поставят цели за следващата година.

В стремежа си да изградим култура на прозрачност и отворена работна среда, през 2014 г. стартирахме две нови инициативи за обмяна на информация между различните отдели и управленски нива в компанията. „Свеж старт“ предоставя възможност на служителите да изпият сутрешното си кафе с представител на топ мениджмънта на компанията под формата на неформална среща, по време на която всеки може да сподели своята обратна връзка или да зададе въпрос. Инициативата цели подобряване на комуникацията между висшия управленски екип и служителите на всички нива.

„Learn at lunch“ (или „Учи и обядвай“) е програма, която представлява форма на обучение в неформална обстановка. Тя дава шанс на представителите на различни екипи да научат повече за работата на своите колеги от други дирекции и да добият представа за работата в сфери от различно естество.

Традиционната ежегодна програма за обученията Лятна академия се провежда от

юли до септември и бе изцяло разработена и реализирана от вътрешни обучители. Тя включваше пет основни обучения, а главен фокус имаха Telenor Way и Модулът за управление на проекти на Теленор, които целят да създадат по-добро разбиране на културата на компанията и новия модел на работа. Традиционните обучения за презентационни умения и управление на личностното и професионално развитие също бяха част от програмата на академията, която тази година включваше и различни модули електронни обучения. Общо над 300 служители се включиха в курсовете на Лятна академия 2014.



Дина Джебали,
Специалист
Развитие на продукти

Това, което най-много ми хареса в обучението за Управление на проекти, е практическият опит, който получихме. За мен обучението бе полезно, защото е тясно свързано с работата ми. Получих ясна визия за това как трябва да се случват нещата и разбрах, че е нормално да не можеш да контролираш или дори да си в течение на всичко свързано с проекта ти, което за мен е голямо облекчение.

СОЦИАЛНИ ПРИДОБИВКИ ЗА СЛУЖИТЕЛИТЕ НА КОМПАНИЯТА:

- Медицинско обслужване чрез здравно-осигурителен фонд, както и застраховка Злополука и застраховка Живот.
- Процедура за финансова помощ на болни служители и членове на техните семейства.
- Месечни ваучери за храна и гориво и/или транспортни карти.
- Преференциални условия за ползване услугите на Теленор.
- Ежегодни програми за обучение и развитие на служителите.
- Програма от социални придобивки, включваща преференциални условия в сферата на стоките за масово потребление, банковия сектор, туризма, услугите и др.
- Ежегоден спортен турнир и възможност за спортни занимания в сформирани отбори по футбол, волейбол и баскетбол.
- Програма за психологическа подкрепа за служители.
- Еднократна финансова помощ при раждане на дете.

В стремежа си да осигури разнообразни инструменти за постигане на по-добър баланс между работа и личен живот, компанията разработи програмата "Healthy You", която има за цел да насърчи и подкрепи усилията на служителите на Теленор в грижата за тяхното добро физическо и психично състояние, както и във воденето на здравословен начин на живот. Една от инициативите в програ-

мата дава възможност на служителите да посещават индивидуални и групови сесии при корпоративния психолог. Пример за тема от отворените сесии, организирана през 2014 г., беше Управление на промяната в личностен и психологически план. Нейната цел бе да предостави на служителите задълбочена информация относно значимостта на динамичната промяна, както и инструменти за

по-ефективно справяне и реагиране на трансформацията на света около нас. Други придобивки, от които служителите на компанията имат възможност да се възползват, са безплатна консултация с рехабилитатор, лечебен масаж, организирани спортни събития за служители и др.



Спортен турнир на компанията

БЕЗОПАСНОСТ ПРИ РАБОТА И ОПАЗВАНЕ НА ЗДРАВЕТО

Несъмнено здравето и безопасността на служителите е сред най-високите приоритети на компанията. От 2012 г. насам сме сертифицирани по OHSAS 18001:2007 - Система за управление на здравето и безопасността при работа (СУЗБР). През юни 2014 г. Комитетът по условия на труд проведе годишната си среща за преглед на СУЗБР. Бяха обсъдени и приети програмите по здраве и безопасност, чиято цел е да допринесат за осигуряване и непрекъснато подобряване на здравословните и безопасни условия на труд, повишаване на информираността и компетентността на служителите относно тяхната безопасност, подобряване на благосъстоянието на служителите, както и да подготвят служителите за кризисни ситуации.

Въпреки всичките ни усилия, за 2014 г. докладваме три инцидента с общо четирима служители, които са довели до отсъствие от работа за повече от 3 работни дни. Причина и за трите инцидента са били пътно-транспортни произшествия, като впоследствие всички служители са се възстановили напълно и са отново на работа.

По време на Общото събрание на представителите на служителите на компанията през юни 2014 г. са избрани нови членове на Комитета по условия на труд, както и представители на служители-

те в съвета на служителите на Теленор в Европа. Съветът на служителите на Теленор в Европа е създаден през 2012 г., съгласно директива на Европейския съюз, според която всички мултинационални компании с 1000 или повече служители в Европа следва да имат съвет на служителите. Съветът на служителите организира срещи два пъти годишно, по време на които провежда диалог с мениджмънта на Теленор Груп по въпроси касаещи условията на труд и други важни инициативи, свързани със служителите в различните компании от Теленор Груп.

ЕКИПЪТ

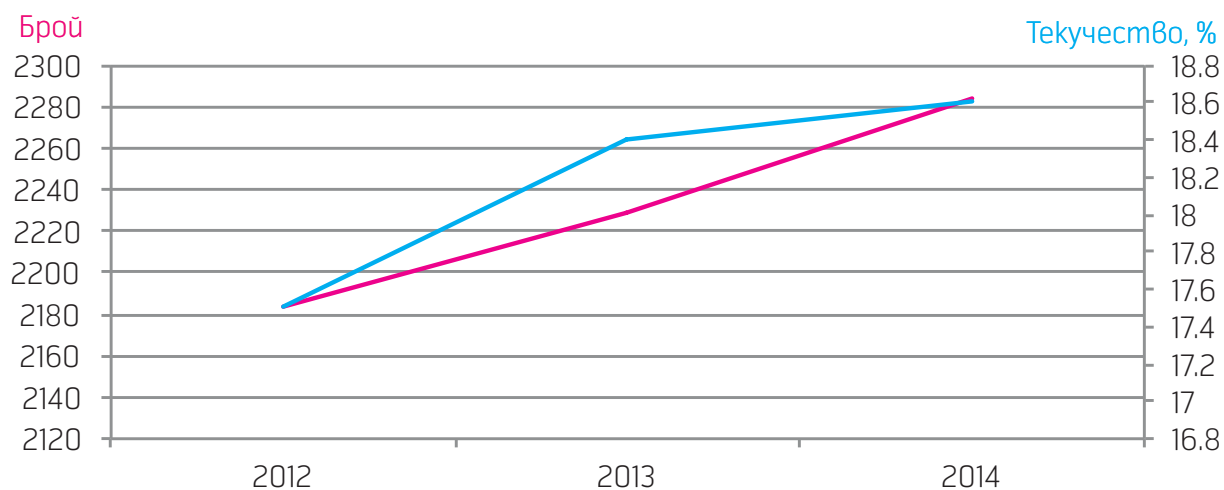
На 3 юли 2014 г. приключи процесът по сливане на компаниите GLOBUL и GERMANOS. Така, към края на годината, общата бройка служители на дружеството достигна 2 284 души.

Формалното обединяване на двете компании обаче не доведе до съкращаване на работни места, а служителите на GERMANOS запазиха предишните си длъжности и отговорности, като договорите им бяха автоматично прехвърлени към GLOBUL. Спрямо 2013 г. има увеличение в броя служители към двата бранда от 55 души. Текуществото на служители достигна 18,6% за годината, като тази стойност е обяснима със сливането с GERMANOS и по-високите нива на текучество в търговската мрежа.

Екипът в компанията е млад, ентусиазиран и високо образован, като средната възраст е 32 години, а приблизително 76% от служителите са с висше образование. Представителите на нежния пол достигат 52%, а сред управленския екип

- 37%, като пряко докладващи на Главния изпълнителен директор са три от тях, което е малко над 33%. В компанията няма служители, които да са на колективен трудов договор.

Въпреки множеството промени в компанията, ние продължаваме да инвестираме в развитие на служителите. Обученията достигнаха 44 232 часа през 2014 г., спрямо 30 371 часа през 2013 г., като те са били посетени от 1046 души или 46% от всички заети в компанията. Служителите преминават и през задължителни електронни курсове Кодекс на поведение, Здраве, безопасност, сигурност и околна среда и Борба с корупцията, като неделима част от начина, по който работи Теленор.



Фиг. 5 Брой и текучество на служителите

ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПОСТАВЕНИТЕ ЦЕЛИ И ЦЕЛЕПОЛАГАНЕ ЗА 2015 Г.

ЦЕЛИ 2014 Г.

- ✓ Изграждане на нова работна среда според стандартите на Telenor.
- ✓ Популяризиране на ценностите, мисията, визията и цялостната култура на Теленор сред служителите в компанията с цел повишаване на тяхната ангажираност.
- ✓ Обучение и развитие на мениджърите като лидери според модела на Telenor.
- ✓ Развитие на програми за личностно и професионално усъвършенстване (даване и получаване на обратна връзка, усъвършенстване на уменията за работа по проекти и др.).
- ✓ Развиване и обогатяване на предлаганите електронни обучения.

ЦЕЛИ 2015 Г.

- Включване на нови придобивки за служители по програмата "Healthy You"
- Изработване на индивидуални планове за развитие на всеки служител, като част от процеса за развитие и представяне
- Популяризиране на Теленор като работодател сред студентите в България и чужбина
- Въвеждане на дългосрочна програма за професионална реализация и социална интеграция на хора с увреждания
- Въвеждане на програма за насърчаване на иновациите



околна среда



ДОКЛАД ПО КОРПОРАТИВНА
ОТГОВОРНОСТ НА ТЕЛЕНОР

2014



ОКОЛНА СРЕДА

ПРЕЗ 2014 Г. ТЕЛЕНОР

- Започна масштабния проект по обновяване на мрежата
- Проведе кампания за насърчаване рециклирането на мобилни телефони
- Организира форум „Зелената реиндустриализация“ съвместно със сп. Мениджър

СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ОКОЛНАТА СРЕДА

Ангажиментът на компанията за непрекъснато намаляване на въздействието, което имаме върху околната среда, е заложен в нашата Политика по околната среда. За да го постигнем, още през 2010 г. въведохме Система за управление на околната среда на база на изискванията на международния стандарт ISO 14001:2004. През 2012 г. системата бе сертифицирана от TÜV Nord, а всяка следваща година се провежда задължителен надзорен одит, който гарантира нейното функциониране в съответствие с всички изисквания на стандарта. Стараем се да поддържаме високо ниво на информираност за въведените в компанията програми по околна среда, като се стремим всеки служител да бъде лич-

но ангажиран с постигането на целите и подобряването на системата. В допълнение, изискваме от нашите доставчици също да спазват международните екологични изисквания и използваме критерии за устойчивост при избора на партньори. За нас е важно всички наши ключови партньори да имат отговорно отношение към околната среда. Регулярно подкрепяме, организираме и участваме в инициативи с екологична насоченост, защото вярваме, че споделяйки своя опит от разработването и внедряването на устойчиви решения, не само повишаваме осведомеността на нашите партньори и клиенти, а трайно променяме обществената нагласа към опазването на околната среда и природните ресурси.

ПОТРЕБЛЕНИЕ НА ЕНЕРГИЯ И ОПАЗВАНЕ НА КЛИМАТА

Следим емисиите, които се генерират в резултат на дейността на компанията и непрекъснато търсим нови начини за намаляване на въглеродния си отпечатък и консумацията на енергия.

За изчисляването на парниковите си емисии използваме емисионните фактори на Международната агенция по енергетика. Докладваме преки емисии на парникови газове от потреблението на горива за нуждите на компанията (Ниво 1), непреки емисии на парникови газове от електрическа и топлинна енергия (Ниво 2), както и други непреки емисии следствие на употребени стоки и услуги (Ниво 3).

ПРЕКИ ЕМИСИИ

През 2014 г. компанията генерира парникови газове, в резултат употребата на горива от 2800 тона CO₂-еквивалент. Към преките емисии (Ниво 1) се отчитат и парниковите газове от хладилни агенти. Тях изчисляваме на база на количеството, което е било нужно да бъде допълнено в климатичните инсталации. През 2014 г. обновихме напълно дизайна на 20 магазина при ребрандирането на компанията, както и близо 80% от мрежата. Поради

закономото изискване употребата на определен хладилен агент да бъде преустановена напълно през 2015 г. голям брой климатични инсталации бяха подменени или напълнени изцяло с нов хладилен агент. Всичко това наложи употребата на значително количество хладилни агенти, съответстващи на парникови емисии в размер на 3200 тона CO₂-еквивалент.

НЕПРЕКИ ЕМИСИИ

През 2014 г. отчетохме 40 000 тона CO₂-еквивалент непреки емисии от консумирана електроенергия и централно отопление (Ниво 2). Близо 78% от тези емисии са отделени в резултат от работата на мрежата на компанията. Именно затова и основните усилия, които полагаме за опазване на околната среда, са съсредоточени върху мерки за намаляване на енергията, консумирана от функционирането на мрежата ни.

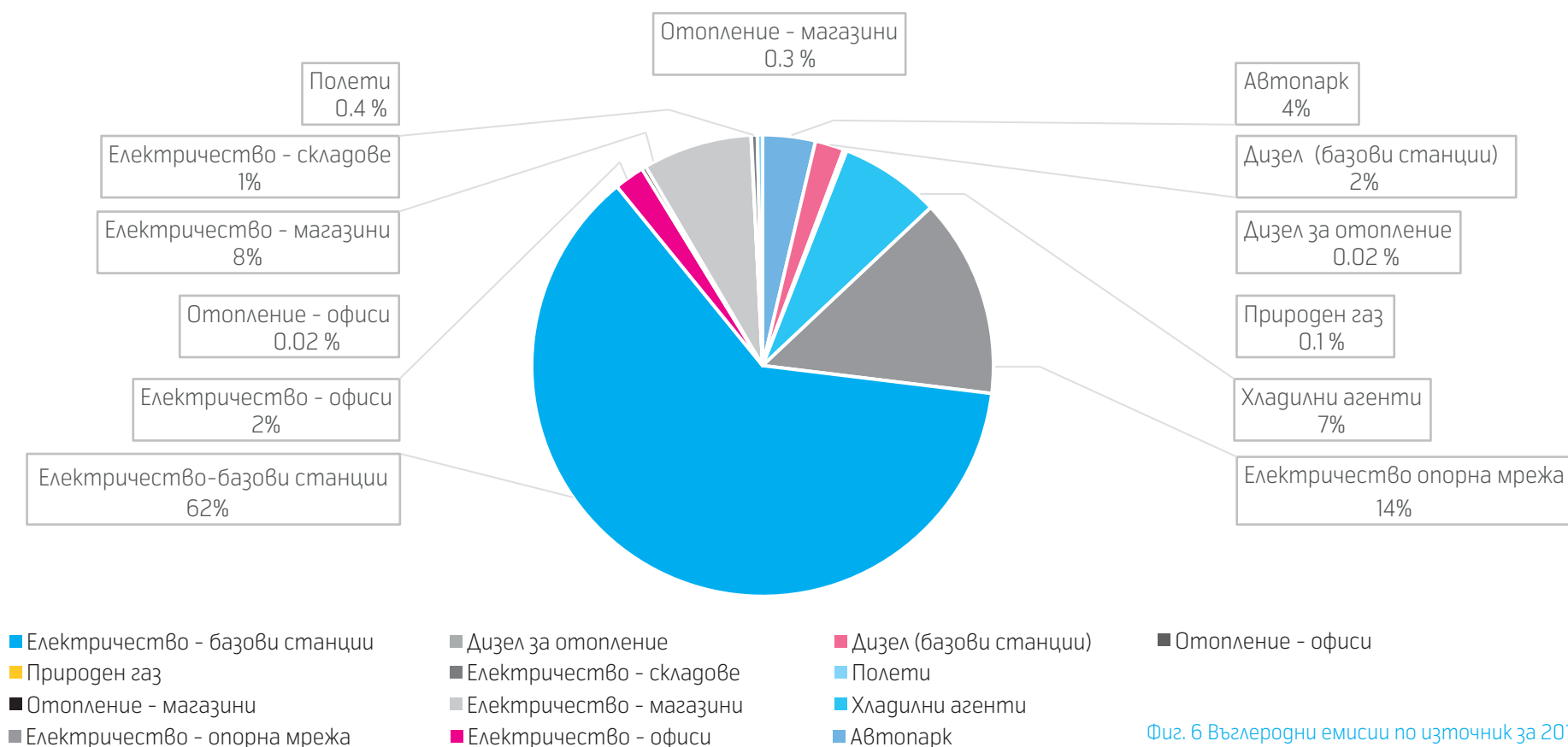
ДРУГИ ЕМИСИИ

Следим и емисиите, свързани с бизнес пътуванията на нашите служители по въздух (Ниво 3). През 2014 г. служители на компанията са пропътували близо 114 000 км повече, в сравнение с 2013 г., поради което отбелязваме ръст от 9% на парниковите емисии, свързани с полети. Необходимостта от повече бизнес пътувания се дължи на спецификата на Теленор Груп, която оперира в 13 страни в Европа и Азия. На фигура 6 можете да видите точното разпределение на източ-

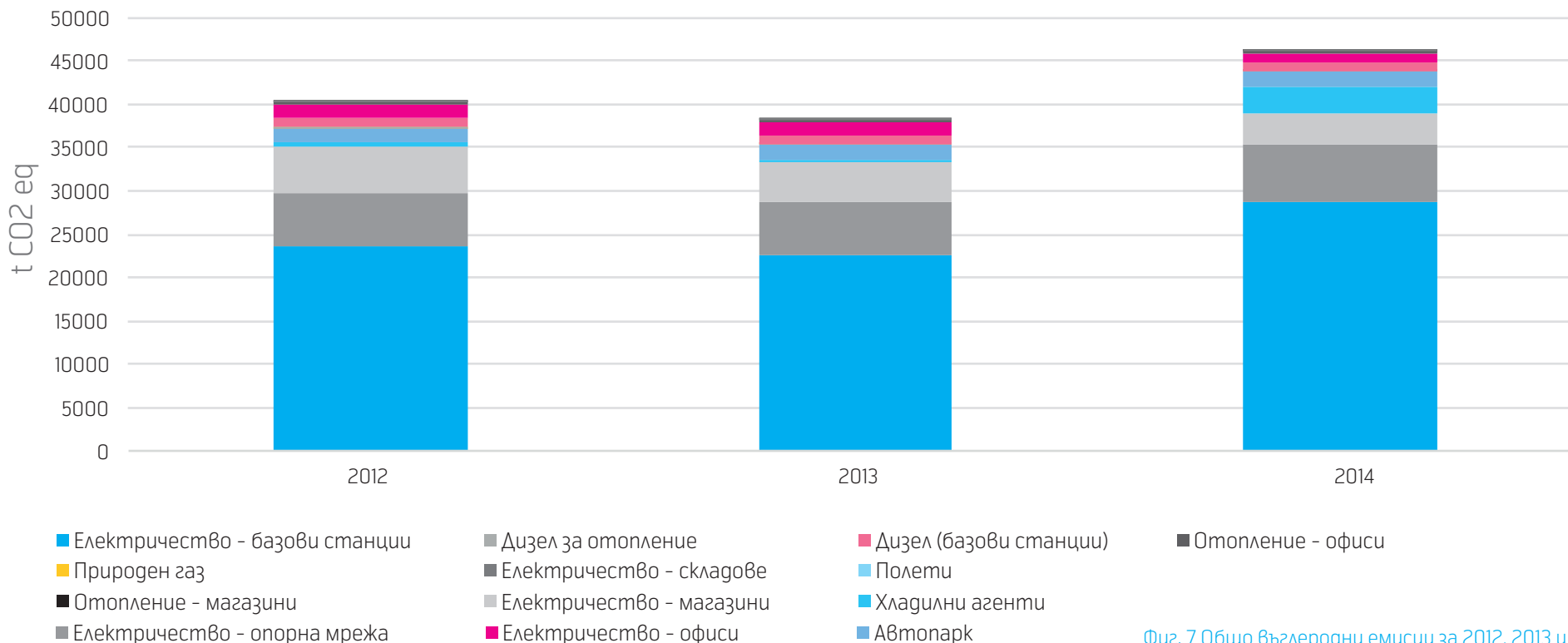
ниците на емисии за компанията.

През 2014 г. генерирахме 20,6% повече въглеродни емисии спрямо 2013 г. Това увеличение се дължи на две основни причини – по-голямото количество емисии от хладилни агенти, поради необходимостта от подмяна на климатични инсталации и по-високият емисионен фактор за България за електроенергия през 2014 г. През 2015 г. обаче очакваме по-ниски нива на консумация на енергия и съответно намаляване на емисиите на

компанията. Прогнозата ни се основава на проекта за цялостно обновяване на мрежата, чрез който въведохме оборудване с по-висока енергийна ефективност. Планираме да въведем и допълнителни мерки за оптимизация на ползването на електроенергия в мрежата на компанията. Всичко това ще помогне за ограничаване на въглеродните емисии.



Фиг. 6 Въглеродни емисии по източник за 2014



Фиг. 7 Общо възлеродни емисии за 2012, 2013 и 2014 г.

ПОТРЕБЛЕНИЕ НА ЕНЕРГИЯ

През 2014 г. потреблението на електроенергия в офис помещенията на компанията намаля с 9% спрямо предходната година, което обясняваме с новата система за климатизация в централния офис, подмяната на настолните компютри на голяма част от служителите с лаптопи, както и с възможността за работа от вкъщи. Отчитаме 21% по-малко консумирана електроенергия от магазинната мрежа на компанията спрямо 2013 г., в резултат оптимизацията на магазинната мрежа след сливането на GLOBUL & GERMANOS.

Електроенергията, изразходвана за функционирането на мрежата на компанията през 2014 г., е с почти 22% повече спрямо 2013 г. Това се дължи на значителния ръст на трафика за пренос на данни (46%), по-големия брой 3G базови станции (близо 50% ръст), както и на паралелното функциониране на системи по време на процеса по обновяване на мрежата. За сметка на това, използвахме близо 30 000 литра по-малко дизелово гориво за работата на базовите станции. Този резултат се дължи основно на по-малката нужда от използване на под-

държащите генератори, чието включване се налага при прекъсване на електрозахранването в даден географски регион. В допълнение, инсталираните хибридни системи, работещи със соларни панели и акумулатори, също допринасят за намаляване на консумацията на горива от мрежата. Инвестицията във фотоволтаични панели спестява около 30% от нужното дизелово гориво за хибридна станция, която използва само акумулатори, и близо 60% при сравнение с базова станция, която работи изцяло на дизел.

През 2014 г. беше произведена над 30 МВтч зелена енергия от соларните панели, инсталирани на 11 от отдалечените ни базови станции, както и от фотоволтаичната централа на покрива и около нашия Център за управление на мрежата.

ПРОГРАМА ЗА ОБНОВЯВАНЕ НА МРЕЖАТА

Най-мащабният проект в компанията за 2014 г. беше обновяването на нашата мрежа. Неговата цел бе да осигурим още по-добро покритие, по-високо качество на предлаганите услуги, по-висока скорост за пренос на данни, както и нови продукти и услуги. Новата мрежа ще ни даде възможност да предоставим по-добро изживяване за клиентите ни и лесна за управление и експлоатация мрежа с висок капацитет, подготвена за предоставяне на 4G услуги.

След продължилата месеци щателна подготовка, на 05.03.2014 г. подписахме договор с Huawei за реновация на мрежата. С пилотните проекти в Перник и Пазарджик започна изпълнението на програма-

та за пълна подмяна на съществуващата 2G и 3G мрежа на компанията, за обновяване и подобряване на достъпа и опорната транспортна мрежа, както и на опорната мрежа на компанията и свързаните с тях услуги.

Мащабната смяна на мрежата се извърши на клъстери от около 10-20 базови станции във всеки от тях. С цел недопускане на инциденти по време на работа извършвахме подмяната на оборудването основно през деня съобразявайки се с натоварването на мрежата и стремейки се да не допуснем осезаемо влошаване на качеството на предоставяните услуги.



Спас Велинов,
Директор дирекция
Планиране на мрежата

Програмата за обновяване на мрежата е основна стъпка в стратегията ни да предоставим интернет за всички. Сътрудничеството с Huawei, техните модерни технологии и значителен опит, ни помагат да изградим надеждна мрежа с висок капацитет, подготвена за предоставяне на 4G услуги. Целим да предложим на клиентите си най-добрите услуги за пренос на данни и глас, базирани на най-новите технологии в бранша. Освен технологичните предимства за мрежата, проектът създаде условия за придобиването на нови и уникални умения и компетенции за всички колеги, заети в неговото осъществяване.

Планираме да приключим този процес в средата на 2015 г., като в края на 2014 г. около 80% от базовите ни станции са вече реновирани. Програмата за обновяване на мрежата касаеше пряко или косвено дейността на голяма част от служителите. Над 70% от заетите в технологическите звена на компанията

бяха активно ангажирани с тази значима програма. За да бъдат информирани както служителите на компанията, така и нашите клиенти, преди да започне същинската работа по обновяването на мрежата, подготвихме изключително детайлен график за предстоящите действия с подробна информация за вся-

ка една отделна стъпка. Предварително информирахме клиентите от засегнатите райони за предстоящите действия, използвайки различни комуникационни канали. Всички сигнали от клиенти за проблеми с мрежата бяха отразявани в специално създаденото за тази цел приложение и своевременно решавани.



Владимир Рагойчич,
Главен Технически
Директор

Искам да споделя нещо, с което много се гордея – реплика на член на екипа: Това беше най-добрата работа в екип! Ако това е вярно дори само на 51%, аз съм много горд.



Пламен Вичев,
Проектен мениджър, Huawei

Обновяването на мрежата на Теленор беше предизвикателство, с което нашия общ екип се справи отлично. Проектът предостави уникалната възможност на всички да бъдат успешни и същевременно да научат много. Ключът към успеха беше чудесната атмосфера и близките отношения между екипите и експертите на Теленор и Huawei, като всички действахме като един отбор.

Щастлив съм да допълня, че обновяването на мрежата на Теленор приключи без нито един сериозен инцидент, свързан със здравето и безопасността на служителите, работили по проекта. Смятам, че това партньорство беше ползотворно за всички страни, участвали в този мащабен проект и се надявам и в бъдеще да имаме възможност да работим заедно.

УПОТРЕБА НА РЕСУРСИ И УПРАВЛЕНИЕ НА ОТПАДЪЦИ

Ефективното използване на ограничените природни ресурси и алтернативното управление на отпадъците са сред основните приоритети, заложили в политиката ни по околна среда. Контролираме количествата излезли от употреба материали и устройства, прилагайки съответните програми, въведени чрез Системата за управление на околната среда. Работим само с лицензирани фирми-подизпълнители, които осигуряват предаването на отпадъците на сертифицирани организации, като по този начин осигуряваме тяхното законо- и природо-съобразно третиране. Стараем се да повишаваме обществената информираност и ангажираност по отношение на отговорната употреба на ограничените природни суровини, както и да популяризираме рециклирането на отпадъците, така че ценните материали, които се съдържат в тях да бъдат използвани отново.

УПРАВЛЕНИЕ НА ОПАСНИТЕ ОТПАДЪЦИ

Компанията класифицира и контролира всички видове отпадъци, които се образуват в резултат на нейната дейност. Опасните отпадъци се транспортират и оползотворяват от лицензирани организации, така че да гарантираме безопасното им извеждане от употреба и правилната им преработка. През 2014 г. предадохме 42 тона изтощени акумулаторни батерии, 2 237 литра отпадъчни смазочни масла и 199 кг маслени филтри. Отчитаме 8% ръст на отработените масла, което се дължи на лошите метеорологични условия през годината и необходимостта от по-продължителна работа на наличните дизел генератори по базовите станции.

Следим и отпадъците, които се генерират в резултат употребата на осветителни тела от офисите, магазините и техническите помещения на компанията. През 2014 г. сме предали общо 462 кг от този опасен отпадък на лицензирана организация за неговото оползотворяване.

„НАПРАВИ ПОЛЕЗЕН СТАРИЯ СИ ТЕЛЕФОН – ВЪРНИ ГО ЗА РЕЦИКЛИРАНЕ“

През последното тримесечие на 2014 г. всеки наш клиент имаше възможността да получи отстъпка до 250 лв. за 30 модела смартфони срещу върнат за рециклиране стар телефонен апарат, в рамките на кампанията, която се проведе за втора поредна година. Инициативата цели да отговори адекватно на нарастващите нужди на потребителите, като предлага атрактивни смартфони на достъпни цени, както и да утвърди посланието, че развитието е по-ценно, когато е устойчиво и съобразено с природата. Ангажирайки активно нашите клиенти в каузата за опазване на околната среда, затвърждаваме връзката на компанията със зелената кауза сред обществото. Така, през 2014 г., успяхме да съберем общо 2,7 тона излезли от употреба телефони, батерии и аксесоари.

УПРАВЛЕНИЕ НА ОТПАДЪЦИТЕ ОТ ТЕХНИЧЕСКО ОБОРУДВАНЕ

В резултат от програмата за обновяване на мрежата, през 2014 г. отчитаме общо 480 тона излязло от употреба телекомуникационно оборудване. В зависимост от неговото състояние, то беше рециклирано или препродадено за повторна употреба. Част от работещото оборудване планираме да дарим на образователни институции.

УПОТРЕБА И РЕЦИКЛИРАНЕ НА ХАРТИЯ

Поради въведените законови изисквания относно съдържанието и шрифта на договорите с клиенти, през 2014 г. консумацията на копирна хартия се удвои, като достигна 80,8 тона. Количеството на хартията, предадена за рециклиране е 10 тона или с 3% повече спрямо 2013 г., което отдаваме на ежегодните информационни кампании, които провеждаме към служителите.



ПОДКРЕПА НА ЕКОЛОГИЧНИ ПРОЕКТИ И СЪБИТИЯ



Откриване на петия зелен бизнес форум „Зелената реиндустриализация“.

Участие в „Часът на Земята“

Всяка година, милиони хора и организации по целия свят изключват електроуредите и осветлението си за един час в подкрепа на борбата срещу климатичните промени. За шеста поредна година ние подкрепихме ежегодната инициатива на международната природозащитна организация WWF „Часът на Земята“, която през 2014 г. се проведе на 29 март. В определения час, компанията изключи осветлението в административните си сгради, както и всички светлинни и рекламни табели в магазините си в цялата страна. За „Часът на Земята“ угаснаха общо 25 неоновы реклами на компанията в София, Бургас, Варна, Велико Търново, Плевен, Русе, Ямбол, Добрич, Пловдив, Стара Загора, Хасково, Благоевград, Кюстендил и Пазарджик. В режим на работа останаха единствено системите, осигуряващи безпроблемното функциониране на мобилната мрежа и обслужването на клиенти. Освен участник, компанията е и активен посланик на инициативата. Всяка година, провеждаме информационна и комуникационна кампания сред своите клиенти, партньори, служители и потребители в социалните мрежи, за да им напомним за „Часът на Земята“ и да ги призовем да се включат.

Форум „Зелената реиндустриализация“

Заедно със сп. Мениджър, през 2014 г. организирахме петото поредно издание на ежегодния зелен бизнес форум, под надслов „Зелената реиндустриализация“. Представители на водещи български компании, държавните институции и медиите, дипломати и експерти обсъдиха различни теми от областта на зеления бизнес, включително възможностите за въвеждане на т. нар. „кръгова“ икономика в България, възвращаемостта на зелените инвестиции, новостите в сферата на устойчивия бизнес и др. Специални гости бяха кметът на София г-жа Йорданка Фандъкова и г-жа Тале Кандал, временно управляващ посолството на Кралство Норвегия в България.

ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПОСТАВЕНИТЕ ЦЕЛИ И ЦЕЛЕПОЛАГАНЕ ЗА 2015 г.

ЦЕЛИ 2014 Г.

- Обновяване на мрежата на компанията.
- Рециклиране/Оползотворяване на излязлото от употреба оборудване, в резултат на обновяването на мрежата.
- Проект за нова работна среда в офисите на компанията.
- Въвеждане на разделно събиране на отпадъци (хартия и пластмаса) в магазинната мрежа на компанията.
- Подкрепа и участие в зелени дискуссионни форуми и събития.
- Спестяване на хартия от ползване на електронни фактури (154 тона).
- Задържане на ръста на консумация на електроенергия от мрежата до максимум 7%.
- Продължаване на подкрепата на „Зелена олимпиада“.

ЦЕЛИ 2015 Г.

- Приключване на програмата по обновяване на мрежата и нейната оптимизация.
- Инсталиране на сайт, изцяло захранван от соларни батерии.
- Намаляване на консумацията на електроенергия от мрежата с 20%.
- Даряване на телеком оборудване, излязло от употреба в процеса на обновяване на мрежата, на университети - за използването му с образователни цели.
- Организиране на „зелен“ бизнес форум.





ОБЩЕСТВО

*ДОКЛАД ПО КОРПОРАТИВНА
ОТГОВОРНОСТ НА ТЕЛЕНОР*

2014

ОБЩЕСТВО

ПРЕЗ 2014 Г. ТЕЛЕНОР

- предостави възможност на още 7 студенти да се включат в Стипендиантската програма на компанията
- стана основен партньор на програмата за космически науки и експоненциално развиващи се технологии Space Challenges;
- дари 50 000 лв. за нуждите на пострадали-те от наводненията в страната;
- стана партньор на конференцията „Бизнес и образование – норвежкият подход за поощряване на креативността и иновациите“ организирана от Посолството на Кралство Норвегия



ПРИНОС КЪМ ИКОНОМИЧЕСКОТО РАЗВИТИЕ

Компанията продължава да бъде един от най-големите инвеститори в страната - стараем се да подпомогнем социалното, културно и икономическо развитие на България.

	Мерна единица	2012	2013	2014
Такси, данъци към държавата и общини	млн. евро	2,97	3,68	5,31
Инвестиции	млн. евро	45,21	48,44	81,47
Дарения	млн. евро	0,10	0,42	0,16
Разходи за заплати	млн. евро	33,74	32,38	33,01
Разходи за осигуровки	млн. евро	6,37	6,99	7,25

БЕЗОПАСЕН ИНТЕРНЕТ



Стайн-Ерик Велан, Главен изпълнителен директор на Теленор, Н.Пр. Пору Катарина Викьор, Посланик на кралство Норвегия в България, и Йордан Бакалов, Министър на вътрешните работи, на събитие по повод въвеждането на филтър на материали на злоупотреба с деца в мрежата на Теленор.

В днешно време децата започват да използват интернет от все по-ранна възраст. Мрежата предлага всевъзможна информация, но едновременно с това крие и рискове. 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. Като отговорна компания и доставчик на услуги за пренос на данни, Теленор приема за свое задължение да осигури на клиентите си възможно най-безопасния достъп до интернет.

Именно заради това в края на 2014 г. компанията стана първият телеком в страната, който въведе филтър за блокиране на материали в интернет, съдържащи сексуална злоупотреба с деца. Филтърът ограничава интернет достъпа до

списък с домейни, изготвен и предоставен от Международната организация на криминалната полиция (ИНТЕРПОЛ) и Министерството на вътрешните работи въз основа на предварително зададени критерии. Филтърът е активен за всички клиенти на мобилен интернет от Теленор. При всеки опит през мрежата да бъде отворен уебсайт, който съдържа фото- или видеоматериали, показващи сексуална злоупотреба с деца, абонатът ще бъде автоматично пренасочен към страница, която го информира, че достъпът до сайта е забранен.

Инициативите за безопасен интернет, реализирани в компаниите от Теленор Груп и въвеждането на филтъра в България, бяха сред основните теми, дискутирани на съвместна конференция на тема „Корпоративната социална отговорност - норвежките ценности и подход към устойчивия бизнес“, организирана от Теленор и Посолството на Кралство Норвегия в края на 2014 г.

ДЪЛГОСРОЧНИ КАУЗИ И КАМПАНИИ

КАМПАНИЯ ЗА КРЪВОДАРЯВАНЕ

По данни на Световната Здравна Организация в много страни, необходимостта от кръв и кръвни продукти многократно надвишава наличните, което поставя редица медицински заведения ежедневно пред предизвикателството да осигурят допълнително количество. Единственият начин този проблем да бъде решен е да се увеличи броят на редовни, безвъзмездни кръводарители.

За трета поредна година служителите на компанията имаха възможността да се включат в кръводарителска кампания, която се проведе в централния офис на Теленор. Тя бе организирана в сътрудничество с [Националния център по трансфузионна хематология](#), а целта бе да се насърчи безвъзмездното кръводаряване като се популяризират ползите за кръводарителя, от една страна, и необходимостта от кръв и кръвни продукти в цялата страна, от друга.



Десислава Жиянска,

Експерт Ценообразуване - големи компании

Служители на Теленор, които се включиха в кампанията за кръводаряване.



От личен опит мога да споделя колко ценно е кръводаряването. До скоро, мой близък се нуждаеше от ежемесечни кръвопреливания, от хора като всички нас, които да поможат да живее нормално като всички останали. Трудно е да опиша безсилието си, когато от Кръвния център ми казваха, че няма кръв и че трябва да чакаме. Можете обаче да си представите благодарността ми към хората, които помагаша, без дори да ни познават. Винаги съм се питала дали те осъзнават реално, че в рамките на няколко минути напълно сами спасяват живота на човек като тях, като техните близки. Даряването на кръв е доброволно решение и искам да кажа на всички, които го правят, да знаят, че някъде там, някой като тях ще им бъде благодарен с цялото си сърце!

ПРОГРАМА ЗА ДАРИТЕЛСТВО ПО ВЕДОМОСТ

В края на 2013г. в компанията бе създадена програма за дарителство по ведомост, чрез която всеки служител на компанията може да отдели от месечното си възнаграждение определена от него/нея сума в помощ на избраната кауза в няколко различни области. Освен че тези дарения подпомагат каузите финансово и допринасят за подобряването на условията за живот в обществото, те още веднъж доказват, че служителите в компанията лично се ангажират с решаването на социални проблеми. Програмата за дарителство по ведомост се реализира в партньорство с [Фондация Помощ за благотворителността в България](#), която е и основател на каузата, за която служителите на Теленор дариха най-много средства през 2014 г. – „Готови за успех“. Програмата подкрепя образованието на деца и младежи без родители, отгледани от роднини или в социални домове.

“СВЕТЪТ НА МАРИЯ”

В края на 2014 г. Теленор и фондация „Светът на Мария“ получиха наградата на Български дарителски форум за „Най-сполучливо партньорство“ по време на официалната церемония на Деветите годишни награди „Най-голям корпоративен дарител“, която се организира със съдействието на Президента на Република България г-н Росен Плевнелиев. Целта на проекта, за чиято реализация Теленор дари 250 000 евро, е да създаде по-добра

среда за младите хора с леки и умерени интелектуални затруднения, като им предостави възможност да подобрят уменията си за самостоятелен живот, да изградят нови приятелства и да работят в екип. В Дневен център „Светове“ се организират много занимания, които им позволяват да придобият ценни знания в различни области, свързани с готварството, сладкарството, ръчна изработка на материали, но най-вече за създаване на социални контакти и приятелства, умения за работа в екип, битови дейности, знания за здравето.

„Светът на Мария“ е сред каузите, които могат да бъдат подкрепени чрез програмата за дарителство по ведомост, а благотворителните базари, организирани за Великден, Коледа и Баба Марта се превърнаха в традиция, която с нетърпение очакват както младежите, посещаващи Дневния център, така и служителите в централния офис на Теленор.

ОТБОР НА НАДЕЖДАТА

За трета поредна година „Отборът на надеждата“ участва в световното първенство по футбол за бездомни хора с подкрепата на компанията. Отборът е 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 етап от подготовката и селекцията на националния тим, който представя България на светов-

ното първенство по футбол за бездомни хора. 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 центрове 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 чрез футбола, като резултатите, които са постигнати в тази посока, са отлични. Благодарение на инициативата, стотици млади хора, лишени от дом, семейство или с групи социални затруднения, повярваха в себе си и подобриха начина си на живот.

На шампионата в Чили през 2014 г. „Отбор на надеждата“ постигна най-доброто си представяне до момента, заемайки дванадесета позиция от 42 отбора.

Събитие по повод продължаване подкрепата на компанията за „Отбора на надеждата“



ПРИНОС КЪМ ОБРАЗОВАНИЕТО

TELENOR YOUTH SUMMIT 2014

В началото на декември 2014 г. за втора поредна година се проведе международният младежки форум Telenor Youth Summit. Основната цел на инициативата е да послужи като платформа за обмяна на мнения и идеи за това как мобилните технологии насърчават растежа и позитивната промяна в обществото.

За да избере българските представители на форума, Теленор организира конкурс, който се проведе в два етапа, а участниците в него трябваше да опишат своето виждане за ролята на дигиталните технологии за създаването на социална промяна и възможности за обществото. Победителите Мелания Бербатова и Цветелина Калчева впечатлиха журито като представиха не само идеи, а изцяло реализирани проекти. Първият от тях бе насочен към улесняване на достъпа до разнообразни онлайн курсове с възможност за филтрирането им според индивидуалните нужди на всеки, а вторият – към повишаване на обществената и политическата ангажираност на младите хора чрез използване на интерактивни инструменти като диаграми, снимки, анимации и др.

В рамките на международното събитие, което се проведе в Осло, българските представители имаха възможността да се запознаят с още 26 социално ангажирани младежи от цял свят, да обсъдят

своите идеи за позитивна промяна в обществото и да получат напътствия от международни експерти в областта на социалното предприемачество и дигиталните технологии. Освен това, участниците във форума проследиха на живо церемонията по връчване на Нобеловата

награда за мир и присъстваха на традиционния концерт след нея, който се посещава от редица известни личности. Инициативата се осъществява като част от сътрудничеството на Теленор Груп с Центъра на Нобеловата награда за мир.



**Мелания Бербатова и
Цветелина Калчева,**

участници във форума Telenor Youth Summit 2014

Мелания: Участието в Telenor Youth Summit беше едно от най-полезните и вълнуващи събития в живота ми, от етапа на подбор в България, до разнообразните активности, които ни очакваха в Осло. Форумът ми даде възможност да представя идеите си и да ги обсъдя с експерти, да се запозная с успешни хора от бизнеса и неправителствения сектор, както и с младежи със сходни интереси и възгледи от различни краища на Европа и Азия. Различната културна и икономическа среда, от която идват участниците, водят до огромно многообразие на проблеми и идеи за разрешаването им.

Цветелина: Telenor Youth Summit успя да събере едни от най-иновативните социални предприемачи от цял свят. Дори само общуването с тях успя да ме вдъхнови, но това което утвърди успеха на Telenor Youth Summit за мен бяха панелите, семинарите и опитните лектори. Когато към всичко това добавим концерта за нобеловата награда за мир се получава едно незабравимо преживяване. Пожелавам успех на Теленор с бъдещите издания и не се съмнявам, че те само ще се подобряват.

СТИПЕНДИАНТСКА ПРОГРАМА

За десета поредна година компанията осигури пълна годишна стипендия и възможност за професионално развитие на десет амбициозни студенти. През 2014г. стипендиантите се присъединиха към звената: „Маркетинг“, „Човешки ресурси и администрация“, „Стратегически финанси“, „Правни отношения“, „Изграждане на мрежата“, „Експлоатация и поддръжка на мрежата“, „Управление на качеството и планиране на мрежовите услуги“, „Радио и пренос и Комутиация и услуги“. Участниците в програмата получават месечна стипендия до придобиване на бакалавърска степен и имат възможността да натрупат ценен практически опит като се включат в различни проекти под ръководството на персонален наставник. Освен това те участват в Стажантската програма на компанията, в рамките на която преминават през специални обучения и усвояват допълнителни знания и умения за работа в реална бизнес среда.

СТАЖАНТСКА ПРОГРАМА

През лятото на 2014 г. 34 студенти имаха възможност да натрупат практически опит и умения за работа в реална бизнес среда. Младежите станаха част от екипите на 17 различни дирекции в компанията, сред които „Бизнес продажби“, „Потребителски сегмент“, „Създаване на стойност“, „Правни отношения и защитена информация“, „Регулации“, „Обслужване на клиенти“, „Човешки ресурси и ад-



Ренета Славова,
стажант в дирекция „Корпоративна политика“

Стажантската програма започна с официално откриване. Всички стажанти пуснахме бели гълъби в небето – символ на летящия старт на нашето бъдещо кариерно развитие. Имахме и специален въвеждащ семинар, по време на който ние, стажантите, се опознахме и научихме най-важното за историята и дейността на компанията. Бях изненадана, защото не очаквах всичко да ни бъде поднесено по толкова разчупен начин. Включихме се и в обучение по презентационни умения. Освен с Отдел Връзки с обществеността, в който бях стажант, имах възможността и удоволствието да се запозная и с работата на колегите от останалите два екипа – Вътрешна комуникация и Корпоративна отговорност. Имах разнообразни и интересни задачи. Винаги когато правех нещо, екипът ми разясняваше цялата картина и как моята работа пасва в нея. Обратната връзка беше изчерпателна, а нещата, които бих могла да свърша по-добре или по-лесно, бяха обяснявани отново. Всеки път по положителен и насърчителен начин. В крайна сметка, тръгвам си от тук със смесени чувства. Смесени, защото стажът в компанията беше една прекрасна възможност да научавам по нещо ново всеки ден, докато прилагам теорията от университета на практика. Но. Колегите не са хора, към които можеш да НЕ се привържеш...

министрация", „Корпоративна политика“, „Снабдяване и логистика“, „Изграждане на мрежата“, „Експлоатация на мрежата“ и др. Младите таланти преминаха и през обучение по презентационни умения и през специална въвеждаща програма, за да се запознаят със структурата на компанията, с функциите на отделните ѝ звена и с нейната корпоративна култура, мисия и ценности. Инициативата бе закрита със специално събитие, по време на което младежите получиха сертификати за участието си и засадиха дръвче като символ на растежа и развитието, чиито основи те успешно положиха.

„АЗ, ИНЖЕНЕРЪТ“

Компанията бе генерален спонсор на първото по рода си технологично събитие за млади специалисти „Аз, инженерът“, което се проведе в София. Проектът обедини водещи технологични компании в България, като целта му беше да подпомогне професионалната реализация на младите хора в страната. В рамките на еднодневното събитие, гимназисти, студенти и любители на технологиите имаха възможност да се запознаят с инженери, изобретатели и представители на бизнеса, да научат повече за дейността им и перспективите на професията. Всяка компания имаше и собствен щанд-работилница, където нагледно представи елементи от работата си, а посетителите можеха да се включат в разрешаване на практически задачи и казуси.

Проектът за обновяване на мрежата донесе кариерни възможности за 10 млади инженери. Те се присъединиха към компанията, за да подпомагат най-мащабната за компанията инвестиция на усилия, време и средства през 2014 г.

„МЕНИДЖЪР ЗА ЕДИН ДЕН“

Главният изпълнителен директор Стайн-Ерик Велан лично приветства петимата младежи, които прекараха един работен ден в компанията като част от инициативата „Мениджър за един ден“, организирана от [Джунитор Ачийвмънт България](#). Участниците преминаха специална въвеждаща програма, която ги запозна с корпоративната култура, историята, структурата и портфолиото на компанията, срещнаха се с някои от най-опитните професионалисти и мениджъри на компанията в областите право, търговия и финанси, които разказаха повече за отговорностите и предизвикателствата на своята работа. По време на срещите, младежите имаха възможност да споделят мнението си и да задават въпроси. В края на деня, всеки от тях получи сертификат за участието си в програмата.

ЗЕЛЕНО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ

Като част от постоянните си усилия да подпомага младите таланти и да изгражда мост между бизнеса и образованието, компанията подкрепи новата зелена инициатива на Джуниър Ачийвмънт – “Зелено предприемачество за устойчиво развитие”. Проектът бе разработен в партньорство с Young Enterprise Sogn og Fjordane, Норвегия и имаше за цел да предостави на учениците възможност да научат повече за това как бизнесът може да е устойчив, както и да опитат на практика създаването на „зелен“ бизнес. Част от инициативата бе и специално разработен за целта курс от видео-лекции, в които се включи и Ясен Гувев, Главен директор Корпоративна политика.



Вера Петканчин,

Директор Оперативни дейности на Джуниър Ачийвмънт България

Свързахме се с Теленор благодарение на нашия проект „Зелено предприемачество за устойчиво развитие“, който осъществяваме заедно с JA Sogn og Fjordane (регионална организация на Джуниър Ачийвмънт в Норвегия) и поканихме Ясен Гувев, Главен директор “Корпоративна политика” да стане гост-лектор по темата за корпоративната отговорност за нашия онлайн видео курс по устойчиво развитие за гимназисти. Това видео стана една от най-гледаните и коментирани лекции, представящи гледната точка и конкретни действия, които корпоративният сектор предприема за устойчивост. По-късно през годината, бяхме поканени да станем част от журито, което избра българските участници във второто издание на Telenor Youth Summit. Срецнахме се с много мотивирани млади българи, които представиха своите идеи за обществено-полезни проекти и избрахме двама от тях, които пътуваха до Норвегия. По време на форума те имаха възможността да се запознаят с младежи от различни страни. Освен това, Теленор участва в ежегодната инициатива за ранно кариерно развитие на Джуниър Ачийвмънт „Мениджър за един ден“, в рамките на която различни фирми посрещат студенти за един ден, за да добият младежите представа за работата в компанията и съответния сектор на компанията. По този начин, програмата им помага ефективно да направят планове за професионалното си развитие, а понякога дори да поставят начало на кариерата си, като ги покани като стажанти и по-късно като служители. Щастливи сме от факта, че бяхме поканени да се включим в журито на конкурса на Теленор за технологична модернизация на българските училища, който ще се проведе през 2015 г. Очакваме през следващата година съвместната ни работа, която вече се превърна в дългосрочно партньорство, да е още по-успешна.

ИНОВАЦИИ

Тъй като телекомуникационният бизнес е изключително динамичен, постоянно търсене и реализиране на проекти в сферата на иновациите, се превърна в наше конкурентно предимство и основна стратегическа цел.

Стремим се да превърнем генерирането на нови идеи от служителите в неделима част от ежедневието работен процес и корпоративната култура. Ето защо, през 2014 в компанията се проведе конкурс за иновативни предложения, които имаха за цел да популяризират получените идеи от една страна, и да насърчат споделянето и обсъждането на нови такива от друга.

И тъй като обхвата и въздействието на съвременните иновации многократно надхвърлят основната дейност на компанията, през 2014 г. Теленор стана основен партньор на програмата за космически науки и експоненциално развиващи се технологии [Space Challenges](#) за период от две години.



Райчо Райчев,

Архитект на програмата Space Challenges

Партньорството ни с Теленор носи значителни и лесно измерими резултати и за двете организации. От една страна, то позволява на програмата Space Challenges да организира голям брой събития с водещи експерти на живо, което повишава качеството на образованието, а от друга страна, предоставя възможност за служители на Теленор да обогатят познанията си в областта на космическите науки и бързо-развиващите се технологии, както и да комуникират директно с водещи технолози и учени.

Успешната съвместна работа с водещия телекомуникационен оператор е силна предпоставка и за създаването на нови кооперативни проекти. Сътрудничеството с Теленор ще помогне на Space Challenges да свърже в още по-голяма степен обучението на способни кадри с нуждите на бизнеса. Плановете ни за следващата година включват възможности за разработване на технологични проекти заедно с Теленор и пълен достъп за служителите на телекомуникационния оператор до дейностите по програмата като участници и гости в нея. През следващите месеци, с помощта на Теленор ще стартира и детска програма за Космос и роботика.

Програмата Space Challenges е сред най-мощните подобни начинания, в подкрепа на млади експерти и технологични предприемачи в Източна Европа и предлага на своите участници възможност да създават и развиват научни и технологични проекти, свързани с последните разработки в областта на космическите изследвания и високите технологии. В нея участват български и международни специалисти и учени от водещи световни университети, НАСА, Европейската космическа агенция (ESA), ООН и други организации и образователни институции, които подкрепят младите учени и специалисти с лекции, работни срещи и съдействие за реални научни и технологични проекти от програмата.

Вярваме, че подкрепата за иновациите, е инвестиция в бъдещето на младите таланти и реална стъпка към връщането на България на картата на високотехнологичните нации.



Един от проектите, разработени от екипа на Space Challenges.



ЕЛЕКТРОМАГНИТНИ ПОЛЕТА

Теленор осъзнава наличието на реален обществен интерес в областта на мобилните комуникационни технологии, както по отношение на мобилните телефони, така и по отношение на базовите станции. С чувство на отговорност към милионите потребители, както и към тези заинтересовани страни, които проявяват особен интерес поради наличие на базова станция в близост, Теленор управлява взаимоотношенията си с обществеността и въпросите, свързани с околната среда и нуждите на клиентите по открит, конструктивен и честен начин.

В същото време, в сътрудничество с държавните органи и научната общност, компанията насърчава независими научни проучвания и изследвания за въздействието на електромагнитните полета (ЕМП) и мобилните технологии върху здравето на населението. За да отговори на обществения интерес и да гарантира прозрачност, откритост и конструктивно сътрудничество по въпроси, свързани с ЕМП, Теленор се ръководи от специално разработена **полумика**.

ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПОСТАВЕНИТЕ ЦЕЛИ И ЦЕЛЕПОЛАГАНЕ ЗА 2015 Г.

ЦЕЛИ 2014 г.

- Продължение на кампанията за безопасен интернет и правилното и безопасно използване на новите технологии и мобилното съдържание от децата.
- Продължение участието в единната система за гаряване (DMS).
- Продължаване на инициативата за кръводаряване сред служителите
- Продължение на кампанията за безопасно шофиране.
- Продължение участието в информационна кампания за въздействието на електромагнитните лъчения от мобилните телефони и базовите станции върху здравето на хората.
- Подкрепа на благотворителната инициатива „Българската Колега“.
- Създаване на програма за доброволчество

ЦЕЛИ 2015 г.

- Участие в Telenor Youth Summit за трета поредна година
- Провеждане на кръводарителска кампания сред служителите на компанията два пъти годишно
- Въвеждане на доброволческа програма за служители
- Стартиране на програма за подобряване на условията в българските училища
- Разширяване обхвата на програмата за безопасен интернет

приложения



ТАБЛИЦА С ИНДИКАТОРИ ПО GRI G4

Показател	Описание	Глава	Стр.
Стратегия и анализ			
G4-1	Обръщение на Изпълнителния директор	Обръщение	2
G4-3	Име на организацията	Обхват на доклада	5
G4-4	Продукти, услуги и бранд	Обхват на доклада, Нашата компания	5, 6
G4-5	Централен офис	Нашата компания	6
G4-6	Държави, в които организацията оперира	Нашата компания	7
G4-7	Собственост	Корпоративно управление	11
G4-8	Пазари	Нашата компания	6, 7
G4-9	Обхват на организацията	Нашата компания	6, 7
G4-10	Човешки ресурси	Служители	40
G4-11	Служители на колективни трудови договори	Служители	40
G4-12	Описание на веригата на доставки	Пазар	30,31
G4-13	Описание на значими промени по време на периода на докладване	Нашата компания	7
G4-14	Принцип на предпазливостта	Корпоративна отговорност	14
G4-15	Харти, принципи, или други инициативи, които организацията е приела или които тя подкрепя.	Корпоративно управление, Околна среда	11, 43
G4-16	Членства	Нашата компания	8
G4-17	Да се докладва по всички организационни структури, включени в консолидираните финансови отчети на организацията или еквивалентни документи, и дали има структури, включени в консолидираните финансови отчети на организацията или еквивалентни документи, които не са обхванати от доклада.	Обхват на доклада, Корпоративно управление	5, 11
G4-18	Процес на определяне съдържанието на доклада и на границите на значимите аспекти	Определяне на значимите теми	15

Показател	Описание	Глава	Стр.
G4-19	Всички значими аспекти, определени в процеса на определяне на съдържанието на доклада	Определяне на значимите теми	15
G4-20	Граници на всеки значим аспект, вътре в организацията	Определяне на значимите теми	15
G4-21	Граници на всеки значим аспект, извън организацията	Определяне на значимите теми	15
G4-22	Промени в следствие на актуализирана информация спрямо предишни отчети	-	-
G4-23	Значителни промени от предходни отчети по аспектите и границите им	-	-
G4-24	Списък на групи от заинтересовани страни, ангажирани от организацията	Определяне на значимите теми	15
G4-25	Ангажиране на заинтересовани страни - определяне и подбор	Определяне на значимите теми	15
G4-26	Подход към ангажирането на заинтересовани страни	Определяне на значимите теми	15
G4-27	Ключови теми, повдигнати от заинтересованите страни, и предприети действия от страна на организацията	Определяне на значимите теми	15
G4-28	Период на докладване	Обхват на доклада	5
G4-29	Дата на най-скорошен предишен доклад	Обхват на доклада	5
G4-30	Периодичност на докладване	Обхват на доклада	5
G4-31	Контакт за въпроси относно доклада или неговото съдържание.	За доклада	4
G4-32	Опция на GRI, по която се докладва	За доклада	4
G4-33	Проверка от трета страна	За доклада	4
G4-34	Управленска структура на организацията	Нашата компания	6
G4-56	Ценности, принципи, стандарти и норми на поведение, като например кодекси за поведение	Корпоративно управление	11

Данните не са верифицирани от трета страна.

КОЛИЧЕСТВЕНИ ИЗМЕРИТЕЛИ *

ТИП ИНФОРМАЦИЯ	Мерна единица	2012	2013	2014
Пазар				
Общи приходи	млн. евро	378,07	338,41	325,99
ЕБИТДА	млн. евро	135,37	114,95	124,68
Среден месечен приход от потребител (APRU)	лева	13,46	11,29	11,15
Брой клиенти	млн. карти	3,80	4,00	3,90
Служители				
Служители	брой	2183	2229	2284
Текущество на служителите в компанията	%	17,5	18,4	18,6
Процент на служителите редовно получаващи оценки за своето представяне и професионално развитие по пол и категория.	% от общия	100%	100%	100%
Брой инциденти, довели до отсъствие от работа повече от 3 дни	брой	0	0	3
Брой фатални инциденти	брой	0	0	0
Жени, които докладват пряко на главния изпълнителен директор	%	25	33,3	33,3

*Данните за периода преди сливането на GLOBUL и GERMANOS са преизчислени, така че да включват дейността и на двете дружества, поради което има разминаване индикаторите в преходни доклади.

ТИП ИНФОРМАЦИЯ	Мерна единица	2012	2013	2014
Околна среда				
Потребление на копирна хартия	тон	59	41	81
Употребени количества хладилни агенти	тон	0,4	0,3	1,5
Потребление на електроенергия	гигаватчас	64	63	72
Потребление на горива (автопарк, отопление, генератори)	хиляди литра	1 083	1 129	1 098
Потребление на природен газ за отопление	хил. м ³	12	8	11
Предадени за рецилиране мобилни телефони, батерии и аксесари	тон	2,40	4,10	3,10
Количество предадена хартия за рециклиране	тон	30,5	9,6	10,0
Количество генерирани отпадъци от мрежата (предадени за рециклиране)	тон	112	127	524
Общо парникови емисии	хиляди тона CO ₂ -екв.	41	38	46
Общество				
Разходи за заплати	млн. евро	33,74	32,38	33,01
Разходи за осигуровки	млн. евро	6,37	6,99	7,25
Такси, данъци към държавата и общини	млн. евро	2,97	3,68	5,31
Инвестиции	млн. евро	45,21	48,44	81,47
Дарения	млн. евро	0,10	0,42	0,16

