

СЪДЪРЖАНИЕ

1. Изказване на Изпълнителния директор	3
2. За доклада	4
3. Нашата компания	5
3.1. Организационна структура	5
3.2. Продукти и услуги	5
3.3. Телекомуникационна мрежа и административни сгради	5
3.4. Търговска мрежа	6
3.5. Развитие на компанията	8
4. Стратегия за корпоративна отговорност	10
4.1. Дефиниция	10
4.2. Управленски подход	11
4.3. Членства и признания	11
4.4. Ангажимент към заинтересованите страни	12
5. Пазар	14
5.1. Корпоративно управление	14
5.2. Качество на услугите	16
5.3. Устойчиви продукти и услуги	18
5.4. Етична конкуренция	19
5.5. Отговорен маркетинг	21
5.6. Отговорно снабдяване	23
5.7. Сигурност на данните	24
5.8. Цели и ангажименти през 2011 г.	24
6. Служители	26
6.1. Заетост	27
6.2. Развитие на служителите	28
6.3. Здраве и безопасност	30
6.4. Социални придобивки	32
6.5. Вътрешна комуникация	33
6.6. Цели и ангажименти през 2011 г. .	33
7. Околна среда	34
7.1. Система за управление на околната среда	35
7.2. Енергия и опазване на климата	37
7.3. Ресурси и отпадъци	41
7.4. Други преки екологични въздействия	43
7.5. Непреки екологични въздействия	43
7.6. Подкрепа на екологични проекти и събития	45
7.7. Цели и ангажименти през 2011 г.	47
8. Общество	48
8.1. Принос към икономическото развитие	49
8.2. Каузи и кампании	49
8.3. Принос към образованието	52
8.4. Електромагнитни излъчвания	54
8.5. Корупция и политика	55
8.6. Цели и ангажименти през 2011 г.	55
9. Ключови индикатори за напредък	56
10. Таблици по GRI	57

ИЗКАЗВАНЕ НА ИЗПЪЛНИТЕЛНИЯ ДИРЕКТОР



Скъпи приятели,

Горд съм да ви представя първия доклад за корпоративната отговорност на GLOBUL.

С радост мога да отбележа, че нашата компания е най-голямата инвестиция на зелено в България. Всичко започна през декември 2000 г., когато спечелихме търга за GSM лиценз. Към момента инвестициите на компанията ни се равняват на 1,1 милиарда евро.

Днес разполагаме с голям екип от висококвалифицирани служители, с развита телекомуникационна мрежа и 3,9 милиона потребители. Бих искал обаче да ви уверя, че това е само началото. Можете да очаквате

от GLOBUL не само иновативни продукти и услуги, но и навлизане в нови сегменти – като предоставянето на телевизия и широколентов достъп до интернет.

Моята лична увереност в нашия успех се дължи преди всичко на факта, че сме чудесен и много сплотен екип. В доклада ще откриете подробна информация и множество практически примери, които показват какво предприемаме, за да бъдем предпочитан работодател; какви са инвестициите ни в обучението и как оценяваме резултатите, които постигаме.

Много често, когато попитаме хората защо искат да работят в GLOBUL, те отговарят, че това се дължи на имиджа ни на зелен оператор. Със сигурност сте виждали нашите кампании, посветени на услугата „Отказ от хартиена фактура“, рециклирането на мобилни телефони и почистването на природните паркове в България.

Всички тези проекти са толкова успешни, защото в тях са обединени усилията на много хора. GLOBUL предоставя на своите клиенти редица възможности да намалят своя въглероден отпечатък върху околната среда и нивото на замърсяване при шофиране, пътуване или други дейности в ежедневието. Бихте могли например да организирате конферентни разговори по телефона, вместо да събирате хората на персонални срещи. Днес достъпът до безжичен интернет дава възможност за свободна обмяна на разнообразна информация – презентации, графики, видео. Вече няма нужда да пътувате до офиса, само за да проверите своята електронна поща – можете да прочетете съобщенията си навсякъде и по всяко време през смартфона, таблета или преносимия си компютър.

Стараем се да споделяме опита си в тази област и с други български компании, като популяризираме и подкрепяме обмена на добри практики.

От доклада ще разберете също така, че в GLOBUL имаме зелени инициативи, свързани с нашата мрежа, техническо оборудване и офисни сгради. Именно благодарение на тези инициативи, ние използваме по-малко енергия, хартия, гориво и др. Нещо повече – GLOBUL е една от малкото компании в България, която измерва въглеродния отпечатък от всички аспекти на дейността си. През 2010 г. GLOBUL намали въглеродните си емисии с 11,3% на годишна база, като имаме още по-амбициозни бъдещи планове в тази насока.

За всички служители на компанията думата „отговорност“ не означава единствено предоставянето на качествени продукти и услуги или осигуряването на най-доброто обслужване на клиентите. Всички ние в GLOBUL осъзнаваме, че една голяма компания е длъжна да подпомага развитието на икономиката и обществото, както и да допринася за опазването на околната среда.

Този доклад е първият ни опит да съберем на едно място историята на нашите постижения. В него ще откриете също така амбициозните ни цели за бъдещето. Успехът ни обаче е възможен само благодарение на вашата подкрепа. Затова ви молим да ни пишете и да споделяте с нас своите коментари или предложения, като ние ще отговорим на всяко едно от тях. Вашите идеи могат да станат наши идеи и заедно да работим за тяхното осъществяване.

Ето защо корпоративният ни слоган е: „Нашият свят си ти.“ Можете да разчитате на това.

Желая ви всичко най-добро!

Харис Коцибос

Изпълнителен директор на GLOBUL

С първия си доклад по корпоративна отговорност GLOBUL ясно заявява своя дългосрочен ангажимент към служителите, и клиентите и партньорите си, към околната среда и обществото. Вярваме, че сме първата българска компания, която постига такова ниво на прозрачност и изчерпателност при предоставяне на информация за цялостната си дейност на корпоративно отговорна организация. Планираме докладът да бъде публикуван ежегодно, за да дадем възможност на всеки желаещ да бъде информиран за това как GLOBUL допринася за устойчивото развитие на страната ни.

Докладът е изцяло съобразен с основните принципи и изисквания на Глобалната инициатива за отчетност (GRI), като за 2010 г. постигаме ниво на отчетност B, което означава, че описваме управленския си подход по всички значими аспекти от дейността на GLOBUL и предоставяме данни за повече от 20 индикатора.

[Становище на GRI за нивото на отчетност.](#)


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

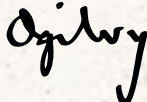
Обхват на доклада

Информацията, предоставена в доклада, дава широк поглед върху различни аспекти от дейността на компанията, за да се добие представа за нивото на корпоративна отговорност. Докладът се фокусира върху дейността на GLOBUL за периода 1 януари 2010 г. – 31 декември 2010 г. Всичко, описано в него, се отнася до дейности, извършвани от GLOBUL на територията на България, освен ако изрично не е посочено друго. Частично са представени и дейности на GERMANOS, като наш основен търговски партньор, лидер в областта на мобилните технологии и в предлагането на услугите на GLOBUL на българския пазар.

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

Консултантска помощ

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

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

Печат и хартия

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

Вашето мнение



Хриса Делийска
Ръководител секция
Корпоративна отговорност
GLOBUL

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

Всичко, описано в него, се отнася до дейности, извършвани от GLOBUL на територията на България, освен ако изрично не е посочено друго.

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

GLOBUL е търговската марка, с която Космо България Мобайл ЕАД предлага телекомуникационни услуги в България. Компанията е 100% собственост на COSMOTE (www.cosmote.gr), мобилният оператор с най-широко присъствие в Югоизточна Европа, който развива дейност в Гърция, България, Румъния и Албания. Към края на 2010 г. GLOBUL има 3,9 милиона потребители, услугите на компанията са достъпни за 99.98% от населението на България и на 99.23% от територията на страната, а UMTS мрежата на компанията покрива 88.96% от населението на страната. Към края на декември 2010 г. абонатите на COSMOTE Group са приблизително 21 милиона в страните от Югоизточна Европа.

3.1. Организационна структура

Организационната структура на GLOBUL за 2010 г. е изобразена в схемата по-долу (Фигура 1):

предплатени услуги. Превръщаме предизвикателствата в наше предимство, за да продължаваме да сме заедно.



Фиг. 1 Организационна структура на GLOBUL за 2010 г.

3.2. Продукти и услуги

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

3.3. Телекомуникационна мрежа и административни сгради

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

Тя може да бъде разделена на две звена – на опорна мрежа (състояща се от централи & контролни елементи) и мрежа за достъп, която съдържа над 2000 базови станции (BTS) и оборудването, което осигурява връзката с опорната мрежа. Именно базовите станции са тези които



Фиг. 2 Структура на телекомуникационна мрежа

осигуряват мобилната връзка на нашите клиенти. Освен това, компанията ползва и 3 сгради, където са съсредоточени административни и технически дейности.

3.4. Търговска мрежа

GLOBUL развива широка мрежа за дистрибуция. Предлагаме своите продукти и услуги в над 430 търговски обекта в цялата страна. Нашата търговска мрежа включва магазини GLOBUL и GERMANOS, както и тези на основните ни търговски представители GlobalNet Solutions и Internity. Компанията разполага с мрежа от 145 представителни магазина. Успешно партнираме с над 3000 дистрибутори и доставчици.

3.5. Развитие на компанията

Създадохме GLOBUL през 2001 г., като тогава компанията беше обявена за най-голямата инвестиция на зелено и получи отличието „Инвестиция на годината“. През 2005 г. 100% от акциите на компанията бяха закупени от COSMOTE Group, а през 2006 г. променихме своята корпоративна идентичност, за да отразим промяната в собствеността и да отбележим нов етап в развитието си, а именно като телеком оператор част от COSMOTE Group.

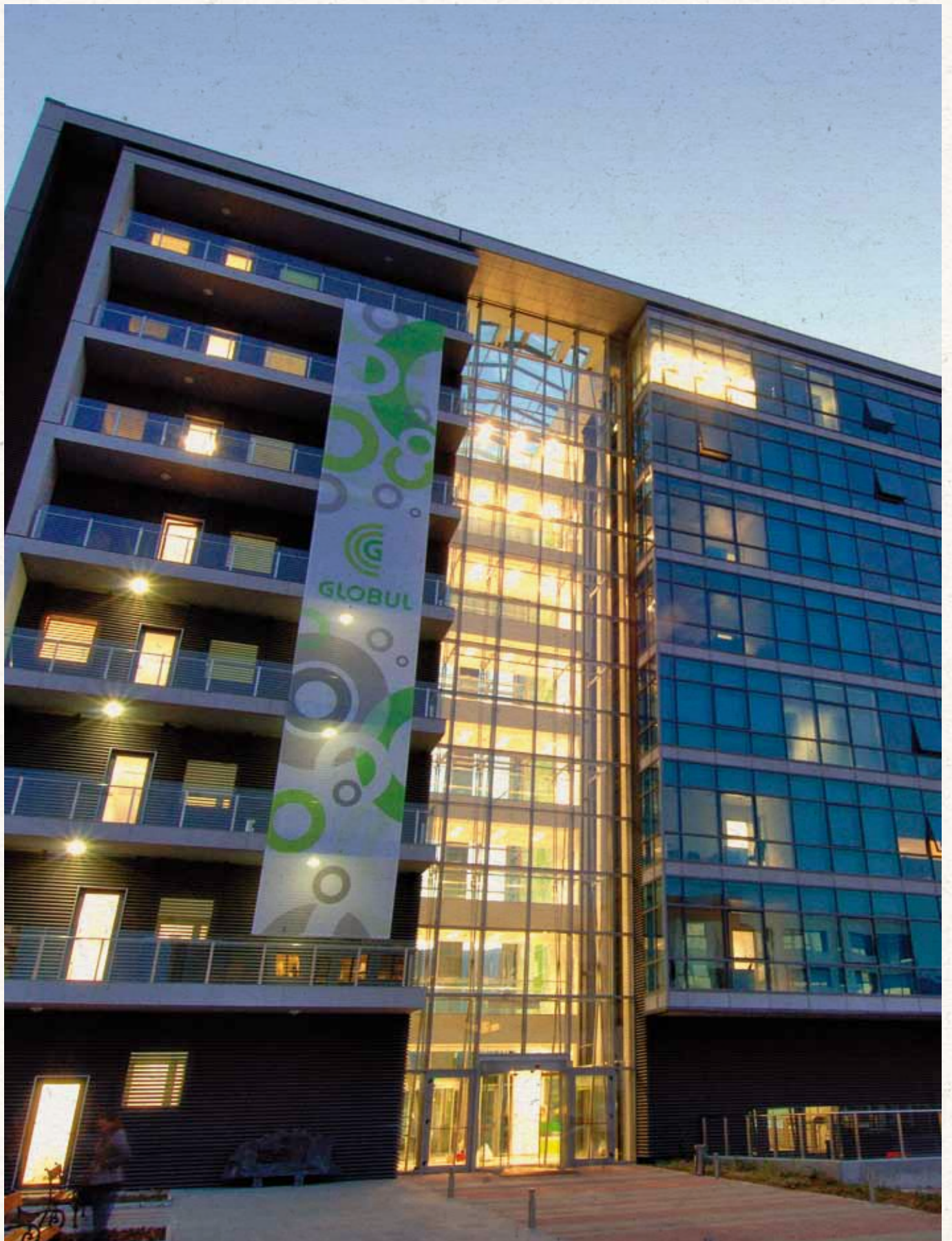
През 2010 г. общите приходи на GLOBUL възлизат на 407,8 милиона евро, а печалбата преди лихви, данъци и амортизации – на 169,4 милиона евро. На десетата година от създаването си компанията достигна пълна възвръщаемост на инвестициите – от 2001 г. досега сме вложи-

ли в изграждането ѝ (преди всичко на мрежата) над 1,1 милиарда евро. В GLOBUL работят повече от 1300 млади и висококвалифицирани специалисти. Вярваме, че професионализмът, уважението и поддържането на високо качество на предлаганите решения са ключът към трайното доверие.



Ясен Гув
Директор
Корпоративна политика
GLOBUL

Всяка организация, която иска да се развива, трябва да бъде максимално отворена към своите служители, партньори, клиенти и обществото. Чувството за съпричастност прави екипа по-сплотен и мотивиран, а това е важна предпоставка за успеха ни. Събирането на всички комуникационни функции в екипа на дирекция Корпоративна политика ни даде допълнителна синергия за постигане на нашите цели. Вътрешната комуникация, Връзките с обществеността и Корпоративната отговорност се допълват взаимно и работят за репутацията на GLOBUL. Този доклад описва много от нашите постижения и ни кара всяка следваща година да правим все повече и повече. Ние вече работим за това и съм уверен, че след една година ще споделим с Вас много нови неща.



РАЗВИТИЕ НА КОМПАНИЯТА

GLOBAL стартира търговска дейност на българския пазар.

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

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

25,5% покритие на населението.

65% покритие в над 100 български града.

460 000 абонати.

GLOBAL започва да предлага GPRS услуги.

91% покритие на населението.

1 милион потребители.

211 роуминг партньори в 106 страни.

COSMOTE поема управлението на GLOBAL.

95% покритие на мрежата.

85% покритие на територията на страната.

1,6 милиона клиенти.

260 роуминг партньори в 119 страни.

до 18% понижение на тарифите за абонати на договор.

79% ръст на приходите на годишна база.

GLOBAL представя специални програми за корпоративния сегмент.

намалява тарифите за предплатения b-connect пакет с 25%.

99,6% покритие на населението.

97% покритие на територията на страната.

2 милиона клиенти.

289 роуминг партньори в 134 страни.

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

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

COSMOTE придобива 100% от акциите на GLOBAL.

GLOBAL въвежда роуминг услуги за предплатения сегмент.

Намалява с до 37% цената на предплатените услуги.

2001

2002

2003

2004

2005



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



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



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

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



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

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

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

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

РАЗВИТИЕ НА КОРПОРАТИВНАТА ОТГОВОРНОСТ В КОМПАНИЯТА

99,8% покритие на населението.
97,2% покритие на територията на страната.

Над 3 милиона клиенти.

314 роуминг партньори в 143 страни.

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

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

Представя 3G услугите си.

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

99,8% покритие на населението.

97,2% покритие на територията на страната.

43,7% покритие на населението (3G мрежа).

3,7 милиона клиенти.

330 роуминг партньори в 150 страни.

В края на 2007 компанията предоставя фиксирана телефония на своите корпоративни клиенти с услугата GLOBUL Office Zone.

GLOBUL е първият мобилен оператор, който предлага изпращане на MMS в чужбина.

99,96% покритие на населението.

98,92% покритие на територията на страната.

75,7% покритие на населението (3G мрежа)
4,1 милиона потребители.

355 роуминг партньори в 159 страни.

Представена е предплатената услуга с марка „Frog“.

GLOBUL предлага пренос на мобилен номер.

Г-н Харис Коцибос става Главен изпълнителен директор на GLOBUL.

99,96% покритие на населението.

98,92% покритие на територията на страната.

Над 80% покритие на населението (3G мрежа).

3,9 милиона потребители
GLOBUL влиза на пазара на широколентов интернет.

Първи предлага iPhone 3G на пазара.

Пуска на пазара първите фиксирани услуги на найниски цени.

GLOBUL въвежда корпоративното позициониране, заимствано от COSMOTE Group под слогана „Нашият свят си ти“.

99,98% покритие на населението

99,23% покритие на територията на страната

88,96% покритие на населението (3G мрежа)

Близо 4 милиона потребители

Над 400 роуминг партньори в над 180 страни.

Над 140 000 клиенти на фиксираните услуги на GLOBUL.

Представена е пилотната услуга Мобилен Портфейл – достъп до банкови услуги, плащане на сметки и покупка на стоки и услуги през мобилен телефон.

GLOBUL разширява 3G мрежата си с допълнителен честотен спектър.

GLOBUL ексклузивно предлага iPhone 4 за България.

2006

2007

2008

2009

2010



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

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



Стартира кампанията „Шофайрай безопасно! Говори с hands-free“, която има за цел да насърчава отговорното поведение на пътя.

GLOBUL получава награда за „Най-голям корпоративен дарител“ за втора поредна година.



Стартира стратегията за екологична устойчивост GLOBUL Green, която включва дългосрочен план от мерки и инициативи, насочени към намаляване въздействието от дейността на компанията върху околната среда и опазване на природата.

Стартира проектът „Развитие на ключовите компетенции в служителите на GLOBUL – инвестиция в бъдещето“, съфинансиран от ЕС.



GLOBUL започва дългосрочното си партньорство с международната природозащитна организация WWF с инициативата „Национален ден на природните паркове“, насочен към опазване на дивата природа на България.

GLOBUL стартира национална комуникационна кампания за безопасен Интернет, която цели повишаване информираността за правилно използване на съвременни информационни технологии и Интернет от децата и тийнейджърите.



Обособява се секция Корпоративна отговорност към отдел Корпоративна политика

Внедрена е система за управление на околната среда, която позволява количествено измерване на всички екологични показатели, поставяне на цели за намаляване на негативното влияние върху околната среда и разработване на програми за постигането им.

GLOBUL продължава да развива своите дългосрочни проекти в партньорство с WWF и Технически университет -София, както и дългосрочната стратегия GLOBUL Green, ежегодната кампания „Шофайрай безопасно! Говори с hands-free!“, кампанията за безопасен интернет, своите стажантски и стипендиантски програми

Фиг. 3 10 години развитие на GLOBUL и корпоративната отговорност в компанията

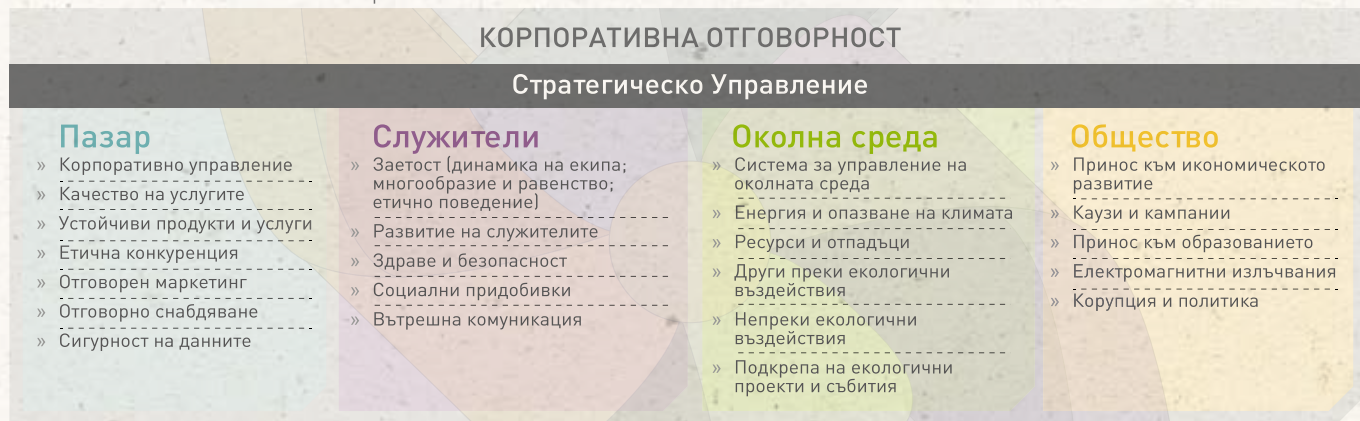
Корпоративната отговорност става все по-модерна тема в България, но за GLOBUL това не е само тенденция. Корпоративната отговорност е в основата на нашата философия да развиваме бизнеса си по устойчив начин и да подходим с отговорност към нашите служители и клиенти, към околната среда и обществото. Още със създаването си през 2001 г. GLOBUL развива дългосрочни социални проекти. В края на 2008 г. ние поставихме акцент върху зелените си практики и превърнахме минимизирането на екологичното въздействие на компанията в една от основните си цели.

4.1. Дефиниция

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

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

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



Пазарът

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

Служителите

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

Околната среда

За нас в GLOBUL да бъдем зелени не е модна тенденция, нито само корпоративният цвят на марката ни. Това е отговорното поведение на компанията и служителите ѝ към околната среда. Основна цел на дългосрочната ни стратегия за екологична устойчивост GLOBUL Green е да намалим собствения си отпечатък върху околната среда и да полагаме непрестанни усилия за опазването ѝ.

Обществото

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

4.2. Управленски подход

Корпоративната отговорност не е новост за GLOBUL, защото компанията развива дългосрочни социални проекти от създаването си. Формалната структура, която концентрира управлението на всички свързани дейности бе създадена в началото на 2010 г. като секция Корпоративна отговорност в дивизия Корпоративна политика. Това допринесе значително за интегрирането на корпоративната отговорност във всеки аспект от дейността на GLOBUL и я превърна в един от факторите за вземането на стратегически решения при управлението на компанията.

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

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

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

За да сме сигурни, че принципите на корпоративната отговорност се разбират и прилагат от всички служители на GLOBUL, приехме и постоянно комуникираме **Етичния кодекс** на

COSMOTE Group. Този документ установява морално-етични норми, принципи и стандарти за поведение на работещите в групата, като основа за благополучие на фирмата и на всеки работещ в нея. Всички служители, независимо от позицията им, включително и временно наетият персонал, доброволно се задължават да съблюдават и изпълняват кодекса.

През 2010 г. започнахме работа по въвеждане на **Системи за управление на околната среда (ISO 14001) и здраве и безопасност (OHSAS 18001)**. Планираме през 2011 г. да получим сертификация от независима акредитирана институция. Процесът по въвеждане на системите ни помогна да съберем количествени данни, да анализираме и непрестанно да подобряваме екологичното въздействие на GLOBUL и напредъка ни в областта на здравето и безопасността.

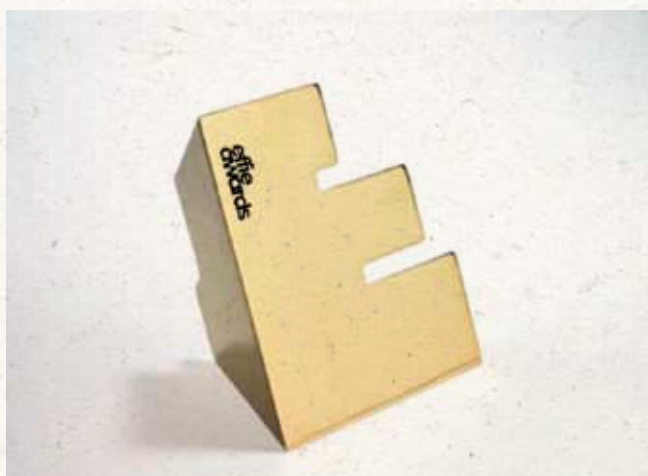
4.3. Членства и признания

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

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

През 2010 г. усилията ни бяха удостоени с признание от важни заинтересовани страни. През месец април стратегията за екологична устойчивост GLOBUL Green спечели награда за най-добра кампания, реализирана от въ-

трешен PR отдел в първото издание на BAPRA Bright Awards, а през месец май спечелихме златната награда на EFFIE BULGARIA 2010 в категория „Корпоративни комуникации“ за кампанията ни „Откажи се от хартиена фактура“, част от GLOBUL Green. Дългогодишните ни партньори от WWF публикуваха изявление на изпълнителният ни директор Харис Коцибос в годишното си издание Living Planet Report 2010, фокусиран върху Дунавско-Карпатския Регион.



4.4. Ангажимент към заинтересованите страни

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

Ние смятаме, че клиентите ни трябва да бъдат информирани и ангажирани с нашите социални и екологични дейности и поради тази причина компанията редовно провежда представителни маркетингови изследвания със специална секция, посветена на корпоративната отговорност, чиито резултати отчитаме при вземането на решения. На всяко тримесечие провеждаме регулярно проучване на мнението и оценката

на крайните потребители относно марката, продуктите и услугите, обслужването, рекламните кампании, спонсорствата и дейностите по корпоративна отговорност на компанията. Освен това, във връзка с конкретни теми и въпроси се правят нарочни изследвания сред клиентите ни за проучване на техните нагласи. За тези проучвания използваме разнообразни методи като: фокус групи, дълбочинни интервюта, омнибус, онлайн изследвания и др.

Директната обратна връзката от клиентите ни, която получаваме от служителите в магазините, от центъра за обслужване на клиенти, както и на официалните имейли на компанията е изключително важна за нас.

Ние знаем, че мнението и ангажираността на служителите ни е от ключово значение за успеха ни, защото GLOBUL – това са хората, които работят в компанията. В тази връзка провеждаме проучване за оценка на удовлетвореността на служителите ни веднъж на всеки две години. Чрез него получаваме синтезирана информация както за начина, по който те се чувстват като част от екипа на GLOBUL, така и за отношението им към дейностите ни на корпоративно отговорна компания. Резултатите през 2010 г. показват, че служителите ни високо ценят нашите ангажименти към околната среда и обществото.

Сътрудничеството с нашите бизнес партньори, правителствени и неправителствени организации се основава на участието ни в различни асоциации и разнообразни съвместни дейности. Стремим се да изграждаме стабилни и дългогодишни партньорства, като поддържаме непрекъснат диалог с всички заинтересовани страни, за да осигурим отлично качество на услугите си и да спомогнем за подобряване на бизнес средата в страната.

Многобройни са примерите за предприетите действия от страна на GLOBUL в отговор на повдигнати от заинтересованите ни страни въпроси. Част от тях са възможността за преносимост на номера (виж 5.5 Отговорен маркетинг), дебатите и информационните кампании относно електромагнитните излъчвания (виж 8.4 Електромагнитни излъчвания), повишената сигурност при събирането, обработването и използването на лични данни (виж 5.7 Сигурност на данните), изготвянето на печатни рекламни материали на

рециклирана и сертифицирана хартия (виж 7.5 Непреки екологични въздействия) и др.

Използваме разнообразни канали за комуникация като:

- Каналите за масова комуникация и собствените ни комуникационни канали за провеждане на информационно-образователни кампании;
- Корпоративната ни интернет страница, където сме обособили специална секция, посветена на корпоративната отговорност

на компанията, както и секция, в която публикуваме прес-съобщенията си;

- Собствения ни доклад по корпоративна отговорност, както и този на компанията-майка COSMOTE;
- Регулярни публикации в нашите бюлетини за служители и клиенти и в бюлетините на наши партньори;
- Периодични прес-съобщения до медиите.





Ние осъзнаваме, че мащабите, които сме достигнали – големият брой клиенти, служители и партньори – ни правят значим фактор не само на телекомуникационния пазар, но и в българската икономика. Широкият обхват на нашето въздействие носи със себе си и огромна отговорност. Затова GLOBUL се грижи за взаимоотношенията си с контрагенти по цялата верига на дадена услуга или продукт, започвайки от доставчиците, преминавайки през дистрибутори и достигайки до клиентите ни. Етичната конкуренция и маркетинг са толкова важни за нас, колкото удовлетвореността на клиентите ни. Целта ни е да управляваме всички тези процеси по отговорен и прозрачен начин, който да гарантира изграждане на доверие между GLOBUL и всички заинтересовани страни.

Постижения 2010

Вярваме, че с действията си на телекомуникационния пазар, ние допринасяме за висока удовлетвореност на потребителите, ограничаване на нелоялните практики и защита на принципите на пазарната икономика. През 2010 г. GLOBUL:

- Катализира дискусията за премахване на клаузата за автоматично подновяване на договорите;
- Въведе Кодекс за поведение на доставчика, с който споделяме нашите ценности с партньорите си и с който насърчаваме тяхното отговорно поведение;
- Стартира комуникационна кампания за популяризиране на идеята за устойчиво потребление – „Големите промени започват с малки стъпки“;
- Постигна високо ниво на проникване на електронните услуги – към края на 2010 г. 24% от клиентите ни бяха заявили отказа си от хартиена фактура, а други 23% презареждаха своите предплатени карти по електронен път;
- Инициира дебат за дискриминационните правила в обществените поръчки на пазара на телекомуникационни услуги и отнесе въпросите, които българските институции не желаеха да решат, до Европейската комисия.

Преглед на резултатите

Ключов индикатор	Мерна единица	Резултат 2009	Резултат 2010
Общи приходи	млн. евро	448,14	407,83
Печалба преди лихви, данъци и амортизация	млн. евро	187,18	169,45
Брой потребители	млн.	3,9	3,9
Пазарен дял на база приходи от услуги	%	37,3	37,3

5.1. Корпоративно управление

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

Дружеството се управлява от Съвет на директорите, състоящ се от шест лица, които се избират от едноличния собственик на капитала за срок, определен от последния, и могат да бъдат преизбирани без ограничение.

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

- Михаил Цамаз – Председател;
- Харис Коцибос – Изпълнителен директор;
- Константинос Лиамидис – член;



- Захариас Пиперидис – член;
- Ирини Николаиди – член;
- Георгиос Цонис – член.

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

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

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

За да запознаем всички служители с тези принципи, проведохме кампания във всички компании от COSMOTE Group чрез изпращане на информация по електронната поща, чрез скрийншотовете и създаване на корпоративна интранет страница.

Осведоменост и превенция

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

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

Също така, в ход е одобрението на Политиката за избягване на конфликт на интереси и борба с корупцията и се очаква да бъде финализирана през януари 2011 г.

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

В рамките на плана си за 2011 г., Мениджърът съответствие и приложение за GLOBUL предвижда програма от обучения със следните теми:

- Обобщение на основните политики и процеси, свързани със спазването на нормативните изисквания;
- Осъзнаване на риска от корупция/подкуп (с отчитане на местно и международно законодателство, клаузи от закона за чуждестранни корупционни практики (FCPA) и др.).

Участниците в обученията ще бъдат определени според това доколко позицията или задълженията им изискват чести контакти с държавните власти/служители, други представители на компанията, доставчици, бизнес партньори и т.н.

Откриване и ответна реакция

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

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

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

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

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

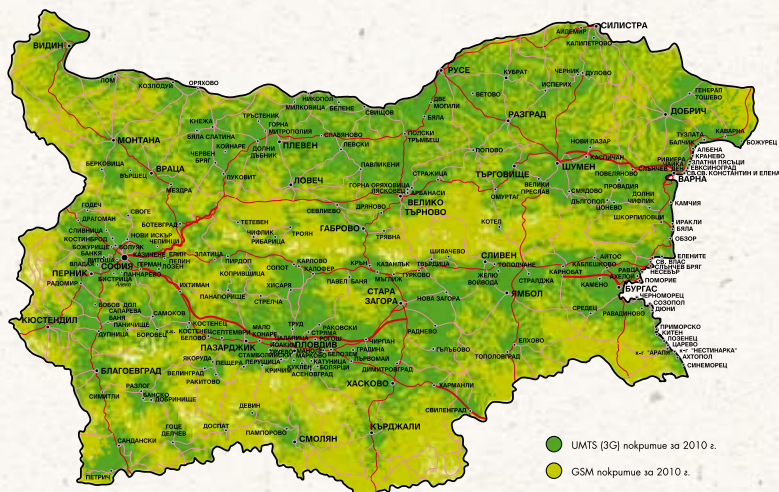
Създаването на Система за управление спазването на нормативните изисквания в GLOBUL гарантира, че принципите на почтеност, прозрачност и уважение към правилата се прилагат от всички служители на GLOBUL, независимо от тяхната позиция или статус.

5.2. Качество на услугите

Надеждни услуги

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

- Достъпност на мрежата – 99,96%;
- Успешно проведени разговори – 99,39%;
- Процент на нежелано прекъснати разговори поради техническа неизправност или друга причина – 0,49%.



Картата показва покритието на GSM и UMTS мрежата на GLOBUL за 2010 г.



Апостолос Пагуцос

Главен технически директор, GLOBUL

GLOBUL предлага на клиентите си отлично качество на услугите не само в сравнение с българските, но и с водещите европейски оператори.

Този успех се дължи на проучването, идентифицирането и анализа на всички

области, които имат влияние върху удовлетвореността на клиентите, както и непрекъснатите инвестиции в техническите компоненти, определящи качеството на услугите.

Благодарение на нашите усилия през годините, мрежата на GLOBUL осигурява конкурентно покритие, което прави 2G услугата на практика достъпна за всички населени райони, достигайки 99,96% от населението. До края на 2010 г. 3G покритието ни е достъпно за 76,67% от населението и продължава да се увеличава.

В различни сравнителни доклади – както външни, така и вътрешни за групата ни, ключовите ни технически показатели се считат за най-добрите и нашата цел е да поддържаме това отлично качество на услугите, независимо от постоянно нарастващия трафик. За да постигнем това, освен нашите текущи програми за разширяване на мрежата, ние поставихме началото на редица проекти за модернизация на съществуващите платформи.

За да повишим удовлетвореността на клиентите си, ние се фокусираме върху характеристиките на мрежата и извършваме мониторинг на качеството на услугите, като събираме повече данни за ключовите показатели и се стремим да осигуряваме все по-добра информираност сред клиентите за ползваните от тях услуги. Освен това намаляваме времето за анализ и реакция, и насърчаваме проактивния подход, като така не само увеличаваме удовлетвореността на клиентите, но и подобряваме оперативната си ефикасност.



Фиг. 5 Управление качеството на услугите

GLOBUL ИНВЕСТИРА 9 МИЛИОНА ЕВРО В ЦЕНТЪР ЗА КОНТРОЛ И УПРАВЛЕНИЕ НА МРЕЖАТА

През май 2010 г. GLOBUL откри своя нов Център за контрол и управление на мрежата, който осъществява денонощен мониторинг на мрежата на оператора на територията на цялата страна и осигурява сигурна, надеждна и качествена работа и поддръжка на всички съоръжения и дава възможност за още по-бързо отстраняване на възникнали проблеми и по-бърза реакция при кризи.

GLOBUL инвестира близо 9 милиона евро, като в Центъра работят 20 професионалисти, които получават детайлна и навременна информация за състоянието и работата на мрежата на шестметров дигитален екран.

Удовлетвореност на клиента

Мнението и оценката на клиентите ни са от огромно значение за нас. Веднъж на всяко тримесечие, секция Маркетингови проучвания и анализ извършва изследване върху удовлетвореността на клиентите. Планирано е в началото на 2011 г. да стартира ново проучване, чрез което клиентите могат да оценят степента на своята удовлетвореност от обслужването, което са получили в нашия Център за обслужване на клиенти. Целта е, след анализ на ре-

зультатите от изследването, да се предприемат мерки, така че да се увеличи относителният брой на клиентите, които са отговорили, че са много доволни и изключително доволни.

Всички входящи оплаквания, предложения и препоръки от клиентите (писмени и електронни) се завеждат във вътрешен регистър като се класифицират според проблема на клиента. По-голямата част от запитванията са свързани с начина на формиране на фактурите, които получават своя отговор с подробно обяснение. Стремим се да прилагаме индивидуален подход към всяко запитване. Ние ценим времето на нашите клиенти като полагаме усилия да отговорим веднага на позвъняването им в Центъра за информационно обслужване. Повече от 80% от нашите клиенти се свързват с Центъра за информационно обслужване за по-малко от 20 секунди.

Осигуряваме на лоялните си клиенти най-висок приоритет при обслужването – дори и по време на изключително натоварен входящ трафик към Центъра за информационно обслужване, над 92% от тези клиенти са се свързали със служител за по-малко от 20 секунди. Лично се обаждаме на лоялните си клиенти, за да им напомним в случай че срокът за плащане на фактурата им е изтекъл и удължаваме този срок с още 2 дни, за да ги предпазим от ограничаване на изходящите обаждания. Лично приветстваме с добре дошли клиентите, които са ни предпочели пред друг Оператор и са пренесли номера си в нашата мрежа. Лично се обаждаме на най-добрите си клиенти преди изтичане на договора им, като им предлагаме програми според тяхното потребление. Грижим се и за оптимизиране на сметките на нашите клиенти като по време на входящо обаждане към Центъра за информационно обслужване обсъждаме с тях възможни варианти.

5.3. Устойчиви продукти и услуги

Ниско-въглеродното общество предоставя широко поле за развитие на информационните и комуникационни технологии. Ние сме в сърцето му, защото именно нашите решения могат да осигурят функционирането на т.нар. „умна енергийна мрежа“ (smart grid) и да ни освободят от зависимостта от изкопаеми горива.

Да предлагаме продукти и услуги, които по-

магат на клиентите ни да се справят с предизвикателствата на съвременния свят като липсата на време и ресурси, както и екологичните проблеми, е сред най-силните ни страни като Зеления оператор на България. Това е област, на която ще обръщаме все повече внимание и в бъдеще. GLOBUL дава реална възможност на клиентите си да заменят рутинни дейности от ежедневието си с нашите услуги, спестявайки пари, усилия и време.

Електронно презареждане на предплатените услуги – Всеки наш абонат може да презареди своя кредит бързо и лесно чрез банкомат или от компютъра си през интернет сайтовете за разплащания ePay.bg или eBG.bg, използвайки средствата по своята дебитна или кредитна карта. Друга възможност за презареждане е изпращането на SMS от мобилен номер на GLOBUL с абонаментна програма. Отличен начин да спестите хартия е и електронният ваучер, който можете да ползвате в най-близкия пункт за продажба на ваучери.

Отказ от хартиена фактура – GLOBUL предлага на своите абонати да се откажат от хартиената си фактура, като по този начин заявяват своята принадлежност към зелената кауза и допринасят за опазването на природата на България. В знак на благодарност за загрижеността на клиентите ни, ние им предлагаме отстъпка от месечната такса.

Електронна фактура – Услугата Е-Фактура предоставя възможност на абонатите на GLOBUL за онлайн преглед на месечната фак-



тура и детайлна разпечатка. Освен това клиентите ни могат да заменят оригиналната си хартиена фактура с нейния електронен аналог – Е-фактура Оригинал. Е-фактура Оригинал е електронен документ в PDF формат, заверен с електронен подпис на GLOBUL и може да бъде използван за всички счетоводни операции.

Конферентни разговори – Услугата GLOBUL Mobile Meeting е телекомуникационно решение, с което всеки бизнес потребител на GLOBUL може да организира конферентен разговор с различен брой участници, независимо от използвания от тях оператор или местоположението им. В един конферентен разговор могат да участват едновременно абонати на национални фиксирани и мобилни мрежи, както и международни такива.

Плащане през мобилния апарат – Услугата G-Портфейл (Мобилен портфейл) дава възможност за достъп до банкови услуги, плащане на сметки и покупка на стоки и услуги през мобилен телефон (независимо от модела) по всяко време и навсякъде. Услугата се предоставя на нашите абонати чрез специална SIM карта с инсталирано приложение G-Портфейл и се предлага в партньорство със „Система за електронни плащания България“ (СЕП), която е лицензиран от БНБ оператор на платежната система и български банки, интегрирани към системата.

Управление на услуги онлайн (self-care) – GLOBUL предоставя на клиентите си разнообразни възможности за самостоятелно онлайн

активиране и управление на различни услуги, предлагани от компанията през няколко канала като уеб сайт; мобилен портал, достъпен през телефон; SMS; USSD. По този начин пестим време на нашите клиенти, както и ценни природни ресурси.

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

Онлайн плащане на сметки – Планираме да започнем предлагането на услугата през 2011 г. Тя ще позволява на потребителите ни да покриват неплатени задължения и да внасят авансови плащания по избран абонатен номер със средствата от своята дебитна или кредитна карта през нашия уебсайт.

5.4. Етична конкуренция

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

Санкции

Компанията няма наложени и влезли в сила наказателни постановления от финансов и нефинансов характер, свързани със законодателството в сферата на опазване на околната среда.

Обществени поръчки

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



Фиг. 6 Проникване на електронни услуги

GLOBUL CE ОБЯВИ ПРОТИВ МОНОПОЛА НА БТК ПРЕД ПРЕДСТАВИТЕЛИ НА ЕК

През ноември 2010 г. GLOBUL информира представители на Европейската комисия (ЕК) за актуални проблеми в телекомуникационния сектор в България по време на официална среща в София. На срещата бяха обсъдени теми, свързани с конкуренцията в сектора, развитието на бродбанд сегмента и необходимостта от въвеждане на адекватни регулаторни мерки по отношение на либерализацията на пазарите на фиксирани гласови услуги и ширококолов интернет.

GLOBUL уведоми представителите на ЕК за продължаващия монопол на БТК в няколко пазарни сегмента, сред които фиксираните телефонни услуги, достъпа до каналната мрежа и пасивната инфраструктура на историческия оператор, DSL достъпа и проблемите с преносимостта на фиксираните номера. БТК продължава да бъде монополист на фиксирания пазар, а също така да затруднява достъпа на алтернативните оператори до своята инфраструктура поради високи цени, непрозрачни процедури и липса на ефективна регулация. Ето защо GLOBUL настоя за намаляване на цените за достъп до инфраструктурата на историческия оператор и за улесняване на процедурите в тази област.

Според 15-тия доклад на ЕК България продължава да е на едно от последните места в ЕС по проникване на ширококолов достъп – едва 13% в сравнение със средното за Европа ниво от 24,8%, а ползването на конвергентни телекомуникационни услуги в страната е 1,16% при 16% в другите страни-членки на ЕС. GLOBUL счита, че основните препятствия пред развитието на бродбанд сегмента и разпространението на пакетните услуги в България са липсата на ефективни регулаторни мерки, тенденцията към толериране на историческия оператор и нелогичната свръхрегулация на пазара за мобилни услуги при отсъствието на достатъчно мерки по отношение на пазарите на фиксирани гласови услуги и ширококолов интернет.

Към момента, България е единствената страна в ЕС, която все още не разполага с цялостни анализи на тези два пазара. Според GLOBUL изготвянето на пълни пазарни анализи е от ключово значение както за налагането на качествена регулация на пазарите, така и за отслабването на монопола на БТК и създаването на условия за лоялна конкуренция и равни възможности за развитие на алтернативните оператори.

GLOBUL се надява, че Европейската комисия ще вземе под внимание предоставената ѝ от Оператора информация, тъй като формирането на единен европейски телекомуникационен пазар и разпространението на високоскоростни ширококоловни услуги във всички държави-членки са сред основните цели за бъдещото развитие на Европейския съюз, заложи в стратегията „Европа 2020“.

GLOBUL ИЗПРАЩА ЗАПИТВАНИЯ ЗА ОБЩЕСТВЕНИ ПОРЪЧКИ ДО 300 ИНСТИТУЦИИ

През лятото на 2010 г. GLOBUL изпрати искания за достъп до публична информация на 300 държавни и общински институции относно избора им на доставчик на мобилни и фиксирани телефонни услуги.

На основание Закона за достъп до обществена информация, в своите писма GLOBUL изисква отговор от съответните общини, министерства и агенции за проведените от тях обществени поръчки за мобилни и фиксирани телефонни услуги през последните пет години, както и относно действащите в момента договори за подобни услуги, техните условия, срок и правното основание за избор на доставчик.

Иницирираните от GLOBUL запитвания до 300 институции имаха за цел да установят до каква степен провежданите от тях обществени поръчки за телекомуникационни услуги отговарят на законовите изисквания за прозрачност, равнопоставеност и насърчаване на конкуренцията. До момента практиката на GLOBUL показва, че в голяма част от държавната и общинска администрация тези процедури не са достатъчно прозрачни.

5.5. Отговорен маркетинг

От появата си на българския пазар GLOBUL комуникира ясно, прозрачно и приятелски със своите клиенти. Нашите комуникационни материали са правно издържани, безпристрастни, искрени и отговарящи на истината, без скрити послания. Ние следваме „Националните етични правила за реклама и търговска комуникация в Република България“, издадени от Националния съвет за саморегулация. Всички наши маркетингови кампании се одобряват от Правен отдел, преди да стигнат до клиентите ни. Като резултат, през 2010 г. нямаме случаи на несъответствие с „Националните етични правила за реклама и търговска комуникация“.



Прозрачност при тарифирането

Постигането на прозрачност и яснота при предлагане на услугите ни е наша основна цел и ние работим постоянно върху усъвършенстването им. Традиционно всеки наш клиент получава първо поздравително обаждане след като подпише договора си, както и безплатен напомнящ SMS след издаване на месечна фактура. Освен това ние предоставяме на нашите клиенти възможността за безплатно проверяване на текущото потребление с набиране на *123#, а от 2011 г. всеки наш нов клиент ще получава заедно с договора си и брошура, отговаряща на най-често задаваните въпроси. Коректността и прозрачността на нашите тарифи и фактури са гарантирани от сертификата ни за фактуриране (билинг) от международната

компания TÜV Technische Überwachung Hessen GmbH. През 2011 г. също така планираме да доразвием електронната фактура, като това ще позволи на клиентите ни да получават още по-изчерпателна разбивка на крайната цена, както и възможност за плащане на месечни сметки през нашия уебсайт бързо и удобно.

Разнообразие от услуги

Съвместно с нашите партньори, от 2010 г. GLOBUL предлага на своите абонати възможност за покриване на месечните им сметки към Оператора при настъпване на неблагоприятни житейски ситуации чрез уникалната за българския пазар услуга GLOBUL GARANT. Тя позволява на клиентите на Оператора да продължат да ползват мобилните и фиксирани услуги, дори когато нямат възможност да заплащат своите месечни сметки поради настъпването на непредвидени обстоятелства като заболяване, злополука, нежелана безработица или хоспитализация, като гарантира плащането на до 12 месечни сметки. С GLOBUL Garant потребителите са защитени и срещу злоупотреба с откраднатата SIM-карта.

С цел да осигурим на нашите клиенти по-голямо удобство, през 2011 г. планираме пускането на услугата Welcome Guarantee. Тя ще гарантира възможността на клиента да се откаже от избрана услуга в рамките на 30 дни от датата на подписване на договора, в случай че не е доволен, без да дължи неустойки, получавайки обратно месечната си такса за първия месец.

Ние бяхме първите на пазара, които предоставиха тарифи, които гарантират на абонатите потребление на пренос на данни без изненади, а именно абонаментните планове GoWeb UNLIMITED. Програмите предлагат неограничен трафик мобилен интернет, като, след изчерпване на включеното количество МВ на максимална скорост от избрания месечен обем, няма допълнителен разход за всеки допълнителен МВ.

В GLOBUL се гордеем с разнообразието от услуги, които предлагаме на нашите клиенти в различни възрастови групи. През 2011 г. планираме нова услуга, целяща да обърне внимание на клиентите ни в по-напреднала възраст, както вече направихме за младите хора в България с програмата Generation GLOBUL, предназначена за активното поколение на утрешния ден.

За улеснение на чуждестранните ни клиенти, използващи услугите ни на територията на България, още от самото си начало през 2001 г., нашата система за автоматизирано информационно обслужване (IVR) работи и на английски език.

Преносимост на номерата

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

ПРЕНАСЯНЕТО НА НОМЕРА В МРЕЖАТА НА GLOBUL Е ЛЕСНО

От 6 август 2010 г. всички абонати на мобилни и фиксирани услуги, които желаят да преминат от друг Оператор към GLOBUL като запазят своя номер, могат да се възползват от улеснената процедура по преносимост „на едно гише“.

За всички физически и юридически лица, ползващи абонаментни или предплатени услуги, които искат да пренесат своя номер в мрежата на GLOBUL, вече не се налага да посещават или изрично да уведомяват настоящия си Оператор.

Достатъчно е да подадат заявление за преносимост в магазините на GLOBUL, GERMANOS и официалните партньори и да подпишат договор за ползване на услугите на GLOBUL. С едно заявление може да се иска пренасяне на неограничен брой номера, които ползват един тип услуга.

Процедурата по преносимост на номера на едно гише е напълно безплатна за клиента. При успешно осъществено пренасяне на номера, GLOBUL уведомява новите си абонати за датата на реалното пренасяне на техните номера, от която влиза в сила договорът им с GLOBUL. До приключване на процедурата, клиентът продължава да ползва услугите на стария си оператор. Максималният срок за пренасяне на мобилни и фиксирани номера е седем работни дни.

GPRS трафик

През 2010 г. зачестиха въпросите и публичните дебати около нежелания GPRS трафик. Ние също отчетохме случаи, в които наши клиенти се оплакват от високи стойности на месечните си сметки от GPRS трафик, особено в роуминг. С цел информиране на нашите клиенти, ние издадохме брошура, съдържаща полезни съвети как да предотвратят нежелания GPRS трафик като я разпространихме чрез търговската си мрежа, както и публикувахме информацията на нашата интернет страница. Освен това в съответствие с европейските изисквания, въведохме лимит до 50 евро на GPRS трафика в роуминг за всички наши потребители с цел избягване на високи сметки по невнимание.

Партньорства и събития

През 2010 г. ние бяхме основен спонсор и партньор на две ключови събития в прехода към устойчива икономика в България.

През месец юни списание „Мениджър“ и GLOBUL организираха бизнес форум под мотото „Зеленият изход от кризата“ и създадоха Зеления кръг на българските компании, който постепенно набира сила. В него към края на 2010 г. участват 38 фирми от различни браншове, с различна големина и брой служители. Компаниите от този кръг са обединени от идеята да направят бизнеса си по-зелен, да обменят помежду си познания и опит в областта на устойчивото развитие и така заедно да съдействат България да се развива в същата насока.

През ноември за втора поредна година GLOBUL подкрепи конференцията Green Innovation Forum 2010, организирана от в-к „Дневник“ и консултантската компания denkstatt. Компанията представи своите добри зелени практики редом с презентациите на компанииледери в устойчивия бизнес като Interface, BMW, Microsoft и участва в интересни дискусии за реалните промени, които е необходимо да претърпи една компания, решила да поеме по този път. Един от ключовите изводи на участниците във форума беше, че немало компании в България вече работят върху намаляване на екологичния си отпечатък, но усилията им трудно достигат или се разбират от обществото.

Големите промени започват с малки стъпки



Галина Чулева
Директор Реклама и комуникации, GLOBUL

През октомври 2010 г. стартираме дългосрочна комуникационна кампания под надслов „Големите промени започват с малки стъпки“. В тази кампания предлагаме на нашите клиенти конкретни решения под формата на

продукти, услуги и инициативи, чрез които всеки може да засвидетелства отговорно потребителско поведение.

Нашата цел е да помогнем всеки да проумее смисъла и ценностите на устойчивото развитие и го правим, като повишаваме информираността за него. Искаме да създадем в потребителя желание да извършва действия, които не изискват особени усилия, и вярваме, че по този начин заедно можем да постигнем значителни резултати в устойчивото развитие.

Защото вярваме, че един човек може да промени света. Ако се обедини с милиони.

Първоначално кампанията се фокусира върху седем „малки стъпки“ за нашите клиенти:

- Рециклирай стария си телефон и запази ценни природни ресурси!
- Проверявай фактурата си онлайн и пази горите!
- Сваляй музика директно в телефона си и намали употребата на пластмаса!
- Замени пътуванията с телеконференции и помогни на планетата да диша!
- Контролирай интернет съдържанието и помогни на децата да останат деца!
- Използвай hands-free устройство и намали опасностите по пътищата!
- Избери телефон, произведен от еко материали, и бъди в хармония с природата!

Кампанията ще продължи и през 2011 г., като ще включи и други комуникационни канали. Повече информация може да бъде намерена на: www.globul.bg/youchange

5.6. Отговорно снабдяване

Ценностите и принципите на корпоративната отговорност постепенно се превръщат в официално изискване при управлението на веригата за доставки. Работим с местни и международни доставчици поради спецификата на нуждите за осъществяване на нашата дейност и съответно необходимостта от доставяне на конкретни материали и услуги. За нас всички те са важни партньори, с които откритата комуникация е задължително условие за работа. Спазвайки принципа на прозрачност в отношенията си с тях, очакваме те да прилагат най-добрите етични бизнес практики и не само да спазват законите и международно установените правила за търговия, но и да имат отговорно поведение към обществото и околната среда¹.

Именно поради тази причина GLOBUL въведе „Кодекс за поведение на доставчика“. Това е една от основополагащите стъпки за отговорно снабдяване. Кодексът разкрива основни ценности и бизнес принципи по отношение на корпоративната отговорност в областта на труда, здравето и безопасността, околната среда и етиката, които настоящи и бъдещи доставчици на стоки и услуги трябва да спазват. Част от заложените изисквания се отнасят до предотвратяването на детския и принудителния труд, дискриминацията и замърсяването, намаляване употребата на ресурси, хуманното отношение и др. Нашият „Кодекс за поведение на доставчика“ се основава на стандарта SA8000. Достъпът до Кодекса е публичен, може да бъде намерен на официалната ни интернет страница, където всеки би могъл да се запознае с изискванията към фирмите, с които работим или ще работим. През 2010 г. направихме и първата пилотна оценка на корпоративната отговорност на ключовите си доставчици. Поставяме си високи цели, но подходим с малки стъпки и съобразно реалната среда, в която работим. Отговорното снабдяване, като част от устойчивото развитие, е дългосрочен и сложен процес, който разкрива много възможности и предизвикателства пред нас.

¹ Част от „Етичния кодекс на Групата на COSMOTE“



Анита Бранкова
дирекция Доставка

„Работя в дирекция Доставка и логистика на GLOBUL вече 3 години. Потенциалът за взаимодействие в посока корпоративна отговорност с нашите доставчици е голям. Подписването на Кодекса, оценяването с допълнителни критерии, изграждането на визия и стратегия за отговорно снабдяване е доказателство, че ние искаме да бъдем и сме фактор за положителна промяна. Лично аз чувствам, че така бихме могли да помогнем на хора, които днес работят при лоши или нездравословни условия. Повечето фирми не само се замислят за условията на труд, влиянието върху околна среда, използването на ресурси, въглеродния си отпечатък, но и предприемат необходимите стъпки за по-голяма социална отговорност и отговорност към околната среда. Надявам се, че в един момент ще започнем да одитираме доставчиците си, за да имаме потвърждение, че действително постигаме промяна.“

5.7. Сигурност на данните

Конфиденциалността на личните данни на нашите клиенти и служители е от особена важност за GLOBUL. Ние изпълняваме всички законови изисквания и прилагаме изключително строги мерки по отношение сигурността на личните данни, на тяхното събиране, обработване, съхраняване и унищожаване. Работим в пълно съответствие с приетия от COSMOTE Group „Кодекс за защита на правата на физическите лица при обработването на личните им данни“. Той гарантира конфиденциалността на комуникацията и факта, че всички наши служители са запознати с поетите ангажменти за защита на личните данни. Тези принципи съответстват на националното и европейското законодателство в сферата на събирането, обработването и използването на лични данни.

5.8. Цели и ангажменти през 2011 г.

През 2011 г. си поставяме следните цели и ангажменти:

- Разработване на система за онлайн плащане на сметки;
- Доразвиване и подобряване на електронното фактуриране;
- Предлагање на услугата Welcome Guarantee
- Продължаване на кампанията „Големите промени започват с малки стъпки“;
- Приемане на процедура за подписване на Кодекса за поведение на доставчика при подписване на договори;
- Използване на критериите за корпоративна отговорност в търговете за ключови доставки или изпълнители;
- Издаване на информационна брошура в рамките на кампанията „Големите промени започват с малки стъпки“.

Големите промени започват с малки стъпки.

Проверявай фактурата си онлайн и пази горите.

Благодарение на електронните услуги е-фактура, е-ваучер и е-заявление ти и хиляди други българи можете да помогнете за спестяването на природни ресурси. 25% от абонатите на GLOBUL вече се отказаха от хартиена фактура. Така те намаляват вредата над природата, причинена от отпечатването и доставката на сметките, и не се затрупват с излишна хартия. Виж ефекта от твоите действия върху природата с калкулатора на www.globulgreen.bg



Нашият свят
СИ ТИ



В основата на разбирането ни за устойчиво развитие в GLOBUL е отговорното поведение на компанията към всеки неин служител. Това означава – развитие на таланта на нашите служители и ангажирането им за изпълнение на бизнес целите на компанията. Предлагаме възможности за кариерно и личностно развитие, които са обвързвани с постигането на високи резултати и разгръщане на човешкия потенциал. Стремим се да създадем едновременно здравословна и стимулираща работна атмосфера, като приветстваме всеки един служител, независимо от пол, възраст, етнос, религия. Ценим високо индивидуалните качества и способности на всеки от нас и по този начин изграждаме силен и мотивиран екип от професионалисти.

Постижения 2010

Вярваме, че с грижата си за служителите допринасяме за по-висока удовлетвореност, личностно и професионално израстване и по този начин за напредъка на компанията. През 2010 г. GLOBUL:

- Стартира Програмата за развитие на таланти;
- Постигна резултат от 3,9 (при максимална стойност 5) удовлетвореност на служителите;
- Осигури обучения на 56,2% от служителите си;
- Започна работа по внедряването на Система за управление на здравето и безопасността при работа (OHSAS 18001);
- Отбеляза поредната година без фатални трудови злополуки.

Преглед на резултатите

Ключов индикатор	Мерна единица	Резултат 2009	Резултат 2010
Служители	брой	1345	1334
Текучество на служителите	%	10,7	12
Фатални инциденти	брой	0	0
Инциденти, довели до отсъствие от работа повече от 3 дни	брой	0	2
Наети служители вътрешно от компанията спрямо общия брой наети за същия период	%	19	11
Жени, които докладват директно на Изпълнителния директор	%	10	23,1
Служители, участвали в обучения	%	60,1	56,2



СЛУЖИТЕЛИ

6.1. Заетост

Динамика на екипа

Целта на GLOBUL е да продължава да бъде атрактивен работодател на българския трудов пазар. Нашите служители се идентифицират с компанията и я препоръчват като желано и добро място за работа. Предлагаме разнообразие от позиции – от високоспециализирани инженери и юристи, през продавач-консултанти, до ръководители на отдели и топ мениджъри. През 2010 г. наехме 183 нови служители, разпределени в различни отдели на компанията, като така общият брой на заетите се равнява на 1 334, при текучество на служителите от 12% (Фигура 7). Задържането на персонала е една от целите ни, но също така ние разбираме и уважаваме желанието на нашите служители за промяна и динамика в професионален план.



Фиг. 7 Брой и текучество на служителите за периода 2006 г. – 2010 г.

Нашите офиси и магазини са разпределени във всички области на страната, като по този начин осигуряваме не само преки работни места, но ангажираме местното население и подпомагаме развитието на регионите.

Многообразие и равенство

Разнообразието е в основата на разбирането ни за развитие. Всеки служител, със своите индивидуални характеристики, участва в изграждането на силен екип, създава разнообразие от гледни точки и позволява гъвкав подход към различните ситуации. При подбора на кандидати и оценяването на служителите, възрастта, полът, етническата и религиозната принадлежност са без значение – водещи са представянето и индивидуалните качества. Едновременно с това, поощряваме израстването както на мъжете, така и на жените като през 2010 г. броят жени, докладващи пряко на Изпълнителния директор, се е увеличил от една на три (Фигура 8). В бъдеще ще продължим да инвестираме в израстването на дамите в екипа ни и признание-то им като отлични ръководни кадри.

Етично поведение

GLOBUL насърчава поддържането на етични отношения чрез предаване на основните ценности и принципи на компанията, заложи в Етичния кодекс на COSMOTE Group. Водещият ни принцип е „Ние сме професионалисти в работата си, подхождаме открито и честно, поемаме отговорност за действията си“. Тази политика цели установяване на корпоративна култура, насочена към взаимоотношенията между служителите и поведението към външните изпълнители, с които работи компанията. Тя допринася за приобщеността ни към семейството на COSMOTE Group, защото е задължителна за всички дъщерни компании, независимо от националността им.

Дискриминацията на работното място е непознат проблем за GLOBUL, като сме си поставили за цел да обезкуражаваме такъв тип поведение и да елиминираме създаването на условия за възникване на дискриминационно отношение. Всеки един служител се запознава с принципите на Етичния кодекс при постъпва-

нето си в компанията, като има възможност на всеки етап от своето развитие да изрази притеснения относно дискриминационни прояви като отнесе въпроса към прекия си мениджър или към Вътрешния одитор и Мениджъра съответствие и приложение.

В екипа ни има представители от различни малцинствени групи – етнически (10 души от турски произход) и хора в неравностойно положение (10 души). При нас не работят непълнолетни граждани по смисъла на българските закони и твърдо отхвърляме всякаква форма на детски или принудителен труд.

Ние се гордеем с нашия млад и образован екип. За последните 5 години средната възраст на персонала е около 30 години. През 2010 г. 85% от служителите са с висше образование, а 60% – между 26 и 35 години.



Фиг. 8 Разпределение на жени на ключови позиции

Балансът между половете е запазен, като всеки един служител се разглежда равнопоставено. В компанията работят предимно служители на трудов договор, а колективни трудови договори не се предлагат.

6.2. Развитие на служителите

Развитие на талантите

Ние в GLOBUL считаме за талант всеки човек, който може значително да допринесе за настоящи и бъдещи успехи на компанията чрез изключително представяне и висока степен на постигане на поставените цели, демонстрира силна мотивация, притежава потенциал за развитие и заемане на ръководни позиции. Нашата философия при развиването на служителите е да насърчаваме талантите, които създават стойност за бизнеса. Развитието започва от въвличането на служителите ни в създаването на бизнес стратегията на компанията, съобразяването на личните им цели с бизнес целите и изграждането на устойчиви взаимоотношения с тях. Тяхната ангажираност и принос към резултатите на компанията зависят от непрестанното стимулиране на професионалното им развитие.

Програма за развитие на таланти на GLOBUL

Програмата за развитие на таланти цели да запази ключовите ни кадри в компанията. Основният фокус е поставен върху идентифициране, развитие и запазване на служители с висок потенциал. Лоялността, мотивацията и ангажираността към постигане на заложените бизнес цели, развитието на хората, както и намаляване на разходите за набирането на хора извън компанията са сред водещите положителни ефекти от внедряването на тази програма. Разкриването на талантите като мениджъри гарантира отговорно бъдещо управление и заемане на „критични“ позиции от квалифицирани служители с утвърдени качества и компетенции.

Изборът на „таланти“ е базиран на критерии, свързани с потенциала за растеж и приноса към успеха на фирмата, с нивото на трудовото представяне и компетенции.

През 2010 г. програмата е насочена главно към средния мениджмънт, като водещ за цялостния успех на една голяма и бързо развиваща се компания. Добре подбраният и обучен среден мениджмънт заема съществена роля в комуникирането на стратегическите решения на топ мениджмънта и последващото им осъществяване на практика. Важно е за нас да инвестираме дългосрочно в развитието на мениджърския потенциал и уменията за ръководене на хора. „Програмата за развитие на таланти“ е нововъведение за компанията и стремежът ни е да послужи като модел за въвеждане и в останалите компании от COSMOTE Group. За 2011 г. обхватът на програмата ще се разшири и тя ще включва служители от всички нива в компанията с цел предоставяне на възможности за кариерно развитие.

Управление на трудовото представяне

Ние свързваме развитието на нашите служители с постигането на високи бизнес резултати, за което от решаващо значение са следните ключови компетенции:

- Формиране на поведение, ориентирано към постигането на резултати;
- Формиране на поведение, ориентирано към удовлетворение на клиента;
- Работа в екип;
- Способност за комуникация и умение за убеждаване;
- Постигане на високо качество и съвършенство в работата.

Усъвършенстването на тези умения е предпоставка за постигането на изключителни резултати и разгръщане на заложения потенциал на служителите. Удовлетворението от работата и възприемането на ангажиментите на компанията като лични такива са други показатели за обвързаността на нашия екип.

За нас е важно да проследяваме, анализираме, оценяваме и подобряваме ангажираността на служителите си и затова веднъж на всеки две години провеждаме Проучване на удовлетвореността на служителите. За 2010 г. общият

резултат за ангажираност е 3,9 от максимално 5. Високо оценена е удовлетвореността от работата, обвързаността с компанията и поетият ангажимент към обществото и околната среда. Предоставянето на възможности за кариерно развитие е определено като недостатъчно и в тази насока ние вече правим първи стъпки с „Програма за развитие на таланти“.

Чрез разработените и въведени „Система за оценка на представянето и развитието на служителите“ и „Система за оценка на дължностите“, GLOBUL се стреми да гарантира яснота във възможностите за кариерен път на своите служители, справедливост при оценката на тяхното представяне и съответстващо възнаграждение. Критериите за оценка на трудовото представяне са разпределени в две основни групи – бизнес постиженията и развитие на компетенциите. Освен това, всеки мениджър може да предостави допълнителна обратна връзка на своите колеги, когато това е необходимо за ускоряване на техния растеж.

Израстване в компанията

Много от нашите служители са започнали своята кариера от първото стъпало, а амбицията, желанието за растеж и възможностите, предоставени от страна на компанията водят до професионалното израстване на всеки един от нас.



Богдан Динев

Ръководител секция
управление на
мрежовите технологии

Започнах кариерата си в компанията през 2006 г. – след участие в предишно издание на традиционната за GLOBUL стажантска програма се присъединих към дирекция Радио и пренос. От 2 години и половина работя в дирекция „Управление

на качеството и планиране на мрежовите услуги“ на GLOBUL и отговарям за управлението и координирането на технически проекти и анализирането на нови технологии. Развитието ми в компанията е не само вътрешно, но и на ниво COSMOTE Group – днес съм част от дългосрочна програма за развитие на потенциала на служителите.

Вярвам, че развитието на хората е ключът към напредъка на самия бизнес, подпомага нововъведенията в технологичните области и повишава ефективността на компанията. От създаването си досега, за последните 10 години, GLOBUL продължава да доказва своята корпоративна отговорност към служители, доставчици и обществото като цяло.

Поощряваме и желанието на служители да променят фокуса на заниманията си и да продължат своето развитие в друг отдел. Осигуряваме възможност на хората да израстват вътре в компанията като обявяваме едновременно както външно, така и вътрешно всички свободни позиции. През 2010 г. 11% от общо обявените свободни позиции са заети от наши колеги, като една от тях е позиция на най-високо ниво. С оглед ограничените висши ръководни позиции, предизвикателство за нас е да осигурим възможност на хората да израстват вертикално в йерархията. Поради това, отделяме голямо внимание и на развитието в рамките на различните длъжностни нива.

Ние вярваме, че развитието на човешките ресурси е в основата на изграждането на компанията като устойчива и печеливша. За нас инвестицията в младите хора в България е водещ фактор не само за успеха на фирмата, но и за развитието на целия пазар.

Любопитно за обученията



Фиг. 9 Обучения на служители за периода 2006-2010 г.

С първите стъпки на новоназначения служител в GLOBUL започва и инвестицията в неговото развитие. Всеки нов колега преминава въвеждащо обучение за приобщаване към компанията, запознаване с историята и философията ѝ, бизнес процесите и ценностите. Допълнително осигуряваме и ежегодна програма за обучение, ориентирана към повишаване на знанията, уменията и квалификацията на нашите служители. Предоставяме възможност за специализирани обучения според спецификата на работата, личностния и професионален профил на всеки един от нас, както и обучения за т.нар. „меки“ умения.

През 2010 г. 56,2% от нашите служители са били включени в обучителни програми (Фигура 9), като средно 28,3 часа са били отделени на всеки един участник. Това е по-малко от предходните години тъй като през 2009 г. приключи проектът ни по Програмата за развитие на човешките ресурси, осъществен с финансовата подкрепа на Европейския съюз.

През 2010 г. 63,1% от всички обучения са били строго професионални, свързани с „твърдите умения“, а останалите 36,9% са били насочени към развитие на „меките“ умения на служителите, т.е. към усъвършенстване на личностните качества и компетенции на служителите и оттам повишаване на качеството и ефективността от работните дейности.

С провеждането на оценка на обученията и последващ анализ на внедрените познания и умения в ежедневните бизнес дейности се проследява ефективността и се определя нуждата от бъдещи обучения на служителите. Всички служители имат равни възможности да се включат в провежданите курсове, при условие че отговарят на критериите за подбор.

6.3. Здраве и безопасност

Безопасност при работа и опазване на здравето

Опазването на здравето и безопасността на всеки член на нашия екип е задължителен аспект от работата ни. Сред най-рисковите групи спадат служителите, извършващи работа на височина (поддръжка на мрежата, радиооптимизация, планиране на преносната мрежа, радиопланиране, изграждане) и търговските представители, обслужващи корпоратив-

ни клиенти, чиято работа е пряко обвързана с множество пътувания.

Ние се стремим да осигурим безопасна и здравословна работна среда не само по установените законови норми, но и като намалим риска за инциденти и насърчим запазване на баланса между професионалните задължения и личния живот. Отговорността, поета от мениджърите за спазване на правилата, заложи в Политиката за здраве и безопасност на работното място, е приоритетна с цел поддържане на служителите в добро физическо и психическо здраве. Превенцията е първата мярка към постигането на безопасни условия на труд и ние я отчитаме като важен фактор при вземането на решения. Показател за развитието в тази насока е и внедряването на Система за управление на здравето и безопасността при работа (OHSAS 18001), което стартира през 2010 г.

Ключови индикатори за измерване ефективността на взетите мерки за безопасност и здраве са представени в Таблица 1:

Година	2006	2007	2008	2009	2010
Фатални инциденти (служители и съдружници)	0	0	0	0	0
Брой инциденти довели до отсъствие от работа повече от 3 дни	0	0	0	0	2
Брой инциденти, извън рамките на компанията, довели до отсъствие от работа повече от 3 дни (автомобилна злополука)	2	0	0	1	0
Процент въввлечени в инцидентите служители	0.19	0.00	0.00	0.07	0.15
Общ брой дни отсъствие от работа	159	0	0	47	21
Общ брой работни дни	252	252	253	253	252

Табл. 1 Показатели за трудови злополуки, дни отсъствие и въввлечени служители за периода 2006-2010 г.

От основаването на компанията до края на 2010 г. не сме имали случаи на инциденти с фатален край. През 2010 г. не са отчетени ин-

циденти извън рамките на компанията, като са регистрирани само две злополуки довели до отсъствие от работа за повече от 3 дни. Повече от два пъти е намалял общият брой дни отсъствие от работа за периода през 2010 г. съпоставено с изминалата година. Служителите, участвали в инциденти за периода 2006 – 2010 г., представляват по-малко от 0,2% от целия ни щат. Тези показатели характеризират успеваемостта на Политиката за здраве и безопасност, ефекта от проведените тематични обучения и поддържането на модерна техническата база. Всяка година проследяваме до колко персоналът е запознат с програмите и отстъпките за здравеопазване. Допълнително организираме събития, насочени към повишаване информираността, с цел намаление на риска от най-честите причини за злополуки.



Борис Тачев
Директор Човешки ресурси и администрация

Грижата за служителите има много аспекти. Отговорността на компанията като работодател е да създаде здравословни и безопасни работни места, условия за превенция на риска от трудови злополуки и среда, в която служителите работят пълноценно. Освен грижа за физическите условия на труд, добрият работодател полага усилия и предлага на своите служители допълнителни програми и придобивки. Важна е и ролята на мениджърите и начина, по който те управляват хората за изграждане на благоприятна и мотивираща работна атмосфера. Развитиите им умения за добро планиране на времето и разпределяне на задачите са ключови за постигане на по-висока ефективност, намаляване стреса на работното място и постигане на търсения баланс работа-личен живот. Не на последно място е и отговорността на самия служител за собственото му здраве и воденето на здравословен начин на живот. Моят апел към тях е да бъдат еднакво отговорни както към задачите и проектите в работата си, така и към своето здраве.

Като част от поддържането на общото здраве на служителите, сме осигурили и пакет от социални придобивки в тази насока, включително и застраховка злополука (виж Социални придобивки).

Нашите служители не участват в колективни сдружения – всеки един от нас има право свободно да комуникира нуждите си относно условията на труд, здраве, безопасност, като управленският екип на отдел Човешки ресурси према изцяло отговорността тези апели да бъдат разгледани на високо ниво. Липсата на служителски сдружения също е показателна за доверието им към компанията и постигнатото от нея в тази област.

Баланс работа-личен живот

За GLOBUL всекидневната удовлетвореност и постижения стоят в основата на баланса работа-личен живот. Ние се отнасяме с внимание към персоналните нужди на нашите служители, като се стремим да запазим крехкия баланс между професионалния и личен живот. Вярваме, че хората, които имат достатъчно време, което да споделят със семейството и приятелите си, са по-мотивирани и показват по-добри бизнес резултати. На всеки две години провеждаме Проучване на удовлетвореността на служителите и се стремим да отговорим на техните очаквания (Таблица 2). В съответствие с информацията от проучването относно гъвкавостта на работното време, ние залагаме на близките и коректни отношения между мениджърите и пряко зависимите от тях колеги. Установеният вътрешен диалог засилва връзката в екипа и позволява ръководителите да подпомагат ефективния работен процес, като същевременно уважават отпуск по спешност и нужди, възникнали с нарушаване на работния график. Ние уважаваме правото на нашите служители да създадат семейство и желанието на дамите от екипа да изградят дълготрайни и здравословни взаимоотношения с децата си не само през първата година от майчинството.

Извадка от резултатите от Проучване на удовлетвореността на служителите

Оценка от 1 до 5²

Моят ръководител подкрепя усилията ми да поддържам баланса работа-личен живот.	3,6
Моят ръководител уважава и проявява разбиране при спешни нужди от личен характер.	4,1
Моят ръководител се заема с належащи въпроси и проблеми възможно най-бързо.	4,1
Моят ръководител подхожда с почтеност и улеснява диалога.	4,0
Моят ръководител има поведение, което буди уважение.	3,8

Табл. 2 Резултати от Проучване на удовлетвореността на служителите за 2010 г.

6.4. Социални придобивки

Грижата и признанието на хората от нашия екип са водещи елементи за растежа на нашата компания и за успеха на корпоративната отговорност. За нас е важно хората ни да се чувстват стимулирани и възнаградени за приноса си към бизнеса. Стремим се да осигурим отлични условия за труд и да ги мотивираме чрез разработена с тяхно участие система за социални придобивки, която включва:

- Ежегодни програми за обучение и развитие на служителите, платформа за електронни обучения (G Knowledge box) – съвременно и гъвкаво средство, което дава възможност за обмяна на знания и опит;
- Медицинско обслужване – от самото създаване на компанията ние предоставяме безплатно медицинско обслужване, чрез здравно-осигурителен фонд, както и застраховка злополука;
- Процедура за финансова помощ на служители с много тежки здравословни проблеми, когато лечението не се покрива напълно от здравната каса или здравния фонд;

2 1 отговаря на най-ниска оценка, а 5 – най-висока оценка

- Месечни ваучери за храна и гориво и/или транспортни карти;
- Преференциални условия за ползване услугите на GLOBUL – безплатни телефонни апарати, които се подменят най-много на 24 месеца, с осигурен месечен лимит и преференциални условия за ползване на услугите на GLOBUL;
- Организиране на Програми за сплотяване на екипа и др., ежегодно организиране на коледно парти за служителите на компанията;
- Програма от социални придобивки, включваща преференциални условия в сферата на масовото потребление, банковия сектор, туризма, услугите и др.;
- Ежегоден спортен турнир и възможност за спортни занимания в сформираните отбори по футбол и волейбол;
- Ежеседмично осигурени условия за релаксиращ частичен масаж на работното място;
- Специално за нежната половина от персонала организираме различни събития в Международния ден на жената.

Грижата за хората ни достига и до семействата на нашите служители. Ние ги подкрепяме като предоставяме възможност на членове на семейства да:

- Ползват услугите на здравно-осигурителен фонд при абонамент на преференциални цени. Наш дълг е да подпомогнем финансово близките на наши служители при спешна нужда;
- Ползват преференциални условия в част от програмата за социални придобивки за служителите, включваща преференциални условия в сферата на масовото потребление, банковия сектор, туризма, услугите и др.;
- Ползват услугите на GLOBUL и закупуват продукти от партньорската верига GERMANOS при преференциални условия.

Допълнително, за всяко новородено дете, нашите служители получават еднократен финансов подарък.

6.5. Вътрешна комуникация

Корпоративната отговорност в GLOBUL започва от отговорното отношение към служителите ѝ и от произтичащото в резултат на това тяхно

отговорно поведение. Вътрешната комуникация като функция и като отделно структурно звено е неизменна част от всичко случващо се в GLOBUL.

Ежедневно официалните канали за вътрешна комуникация допринасят за изграждането и поддържането на благоприятна среда, както и професионална корпоративна култура чрез прозрачност, навременност и обективност на предоставяната информация. Вътрешната комуникация е стратегически партньор във всички дейности на компанията в ролята на работодател, партньор и оператор, предоставящ услуги на клиентите си.

Комуникацията е ключова за успеха на корпоративната отговорност, за организирането на всяка кампания сред служителите и популяризирането на различни инициативи сред тях. Вътрешната комуникация активно и системно работи за популяризирането, вдъхновяването и постигането на конкретните цели по програмата за корпоративна отговорност, използвайки различни комуникационни канали, кампании, организиране на събития, брендиране в офисите и др.

Ярък пример за приноса на вътрешната комуникация за корпоративната отговорност е нарастващото участие на служителите на GLOBUL в редица инициативи и активности, свързани с отговорната употреба на ресурси, рециклирането на отпадъци, почистването на природните паркове в България и редица други.

6.6. Цели и ангажименти през 2011 г.

През 2011 г. GLOBUL си поставя следните цели и ангажименти:

- Разширяване обхвата на Програмата за развитие на таланти;
- Поддържане висока ангажираност и удовлетвореност на служителите;
- Усъвършенстване програмата на „Лятната академия” с включване на нови вътрешни обучения;
- Насърчаване израстването на жените до ръководни позиции.



Ние осъзнаваме, че макар и без силно замърсяващо производство, с дейността си на телекомуникационна компания, GLOBUL също има въздействие върху околната среда чрез употребата на ресурси, изхвърлянето на отпадъци и приноса си към климатичните промени. Затова със старта на GLOBUL Green през 2008 г. поставихме екологичната устойчивост в сърцето на нашата бизнес философия. Стремим се не просто да намалим негативните последици от работата на компанията, но и да създадем възможност за всеки наш служител, клиент, партньор да даде своя принос за едно по-добро бъдеще на планетата.

Постижения 2010

Регулярните маркетингови проучвания, които провеждаме, сочат, че през 2010 г. 70% от българите възприемат GLOBUL като Зеления телеком оператор на страната. През 2010 г. компанията:

- Намали въглеродните си емисии със 11,3% на годишна база като спести на околната среда 3 140 тона парникови газове;
- Намали с 52% и 39% потреблението съответно на дизелово гориво и смазочни масла в мрежата от базови станции;
- Спести около 60 тона хартия благодарение на отговорното поведение на потребителите си, които се отказаха от хартиена фактура и презареждат своите предплатени b-connect карти по електронен път;
- Предаде за рециклиране 6 тона отпадъчна копирна хартия от офисите си, което представлява увеличение с около 30% спрямо предходната година при положение, че няма увеличение в потреблението на копирна хартия;
- Предаде за рециклиране общо 2,8 тона мобилни телефони, батерии и аксесоари;

- За поредна година подкрепи инициативи и събития, насочени към повишаване на екологичната отговорност на българското общество;
- Въведе Система за управление на околната среда.



Преглед на резултатите

Ключов индикатор	Мерна единица	Резултат 2009	Резултат 2010
Общо потребление на енергия (електро- и топлоенергия и горива)	мегаватчас	60 121	54 529
Енергиен интензитет на бизнеса	МГвч./млн. евро приход	134	134
Общо парникови емисии ³	тон CO ₂ -екв. ⁴	27 706	24 567
Производство на енергия от възобновяеми енергийни източници	мегаватчас	16,5	15,6
Потребление на горива (автомобили, генератори и отопление)	хиляди литра	1246	857
Потребление на копирна хартия	тон	22,7	22,5
Предадена за рециклиране отпадъчна хартия	тон	4,5	5,9
Генерирани отпадъци от мрежата ⁵ (предадени за рециклиране)	тон	109,1	136,8
Потребление на вода	хиляди м ³	14,9	12,9
Потребление на хартия за фактури и предплатени ваучери	тон	265,4	230,6
Спестена хартия от ползване на електронни услуги ⁶	тон	19,5	60,1
Предадени за рециклиране мобилни телефони, батерии и аксесоари (вкл. GERMANOS)	тон	1,6	2,8

7.1. Система за управление на околната среда

През 2010 г. въведохме система за управление на околната среда в съответствие с международния стандарт ISO 14001, което е една от най-ключовите стъпки от стратегията за екологична устойчивост GLOBUL Green. Анализирахме всички аспекти от дейността на компанията и установихме кои от тях оказват най-голямо влияние върху околната среда. Те са залегнали в нашата Политика по околна среда, която заявява нашите стратегически цели и ангажименти към опазване на природата.

Събрахме точни данни за екологичното си въздействие, поставихме цели и програма от мерки за постигането им и стартирахме вътрешна комуникационна кампания за запознаване с изискванията на системата.

В момента тази система позволява на компанията да контролира, измерва и непрекъснато намалява вредните въздействия от дейността си върху околната среда. През 2011 г. ще преминем сертификационен одит от независима акредитирана организация за сертифициране по международния стандарт ISO 14001. Междувременно всички механизми на системата вече функционират.

³ Ниво 1 – (преки емисии от собствени източници; ползвани са емисионните фактори на методиките за изчисление на Протокола за парникови газове - GHG Protocol) и Ниво 2 (непреки емисии от електричество и топлина; ползвани са емисионните фактори на Международната енергийна агенция - IEA).

⁴ CO₂-еквивалент – Съгласно дефиницията на Рамковата конвенция на ООН по изменение на климата емисиите на парниковите газове (напр. въглероден диоксид, метан, диазотен оксид, флуор-съдържащи газове и др.) се измерват в CO₂-еквиваленти.

⁵ Излезли от употреба акумулаторни батерии, смазочни масла, маслени филтри, телеком оборудване и неговите опаковки.

⁶ Електронна фактура и електронно презареждане на предплатени карти.



Политика по околна среда

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

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

Ние осъзнаваме и измерваме въздействието си върху околната среда.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



Захариас Коцибос
Главен изпълнителен директор
GLOBUL и GERMANOS

7.2. Енергия и опазване на климата

За едно десетилетие информационните и комуникационни технологии в глобален план се превърнаха в голям потребител на енергия с бързо нарастващи парникови емисии, които към момента надхвърлят тези на авиацията и достигат над 2% от световните емисии. Същевременно нашият бизнес е носител на най-големия потенциал за спестяване на енергия и вредни емисии във всички човешки дейности. Браншът на информационните и комуникационни технологии предлага продукти и услуги, използването на които би могло да доведе до спестяване от 7,8 милиарда тона въглеродни емисии през 2020 г. в световен мащаб⁷.

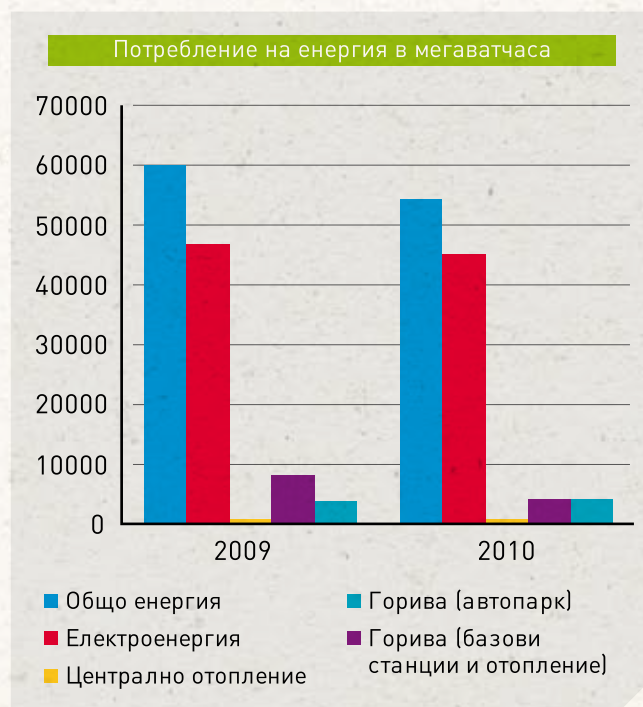
В GLOBUL смятаме, че климатичните промени са сред най-значимите предизвикателства пред съвременната цивилизация. Затова сме си поставили за цел да бъдем лидер в опазването на климата в България. Знаем, че можем да намалим не само прякото си енергийно потребление, но и цялостния въглероден отпечатък на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

Потребление на енергия и въздействие върху климата

През 2010 г. GLOBUL консумира 54 529 мегаватчаса (196 304 гигаджаула) енергия, под формата на електро- и топлоенергия и горива (29 812 гигаджаула директна и 166 521 гигаджаула индиректна консумирана енергия) и генерира 24 567 тона въглеродни емисии. Това е равно на количеството, което най-голямата топлоелектрическа централа в света изпуска в атмосферата за по-малко от 6 часа.

Енергийната интензивност на бизнеса ни възлиза на 134 единици (мегаватчас/млн. евро приход), като през 2010 г. не се наблюдава изменение спрямо 2009 г. Ние осъзнаваме потенциала за оптимизация и намаляване както на въглеродните ни емисии, така и разходите ни за енергийни ресурси.

⁷ Докладът за Групата по изменение на климата към Глобалната инициатива за устойчивост (GeSI), 2008 – SMART 2020: Enabling the low carbon economy in the information age



Фиг. 10 Потребление на енергия (електро- и топлоенергия и горива)

Поради тази причина проектите за енергийна ефективност са с най-висок приоритет за нас.

Предоставянето на телекомуникационна услуга е свързано с голямо потребление на електричество и дизелово гориво. Опорната мрежа и базовите ни станции употребяват общо около 90% от цялото електричество в компанията. Базовите станции, които се намират в отдалечени райони, се захранват с дизелови генератори,

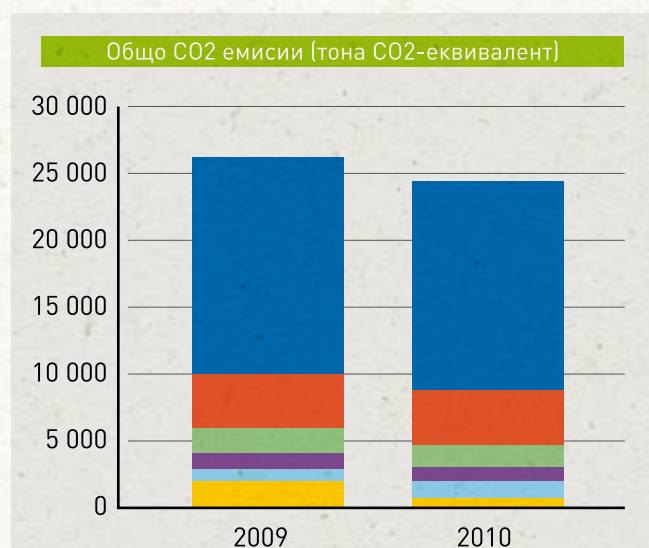


Фиг. 11 Емисии на парникови газове за 2010 г.

които през 2010 г. консумират почти толкова гориво, колкото целия ни автопарк от 278 превозни средства. Офисите и магазините ни също имат значим дял в енергийното потребление и съответно въглеродните емисии. Фигура 11 ясно показва кои са най-значимите източници на емисии и къде трябва да съсредоточим усилията си за тяхното ефективно намаляване.

Как намаляваме емисиите си

През 2010 г. GLOBUL намали въглеродните си емисии с 3 140 тона, като това се равнява на 11,3% по-малко в сравнение с предходната 2009 г. (Фигура 12). Спестеното от нас количество се равнява на емисиите, които биха се отделили при 561 обиколки около екватора на Земята със среден клас нов автомобил⁸.



Фиг. 12 Сравнение на емисиите през 2009 и 2010 г., Ниво 1 и 2, съгласно Протокола за парниковите газове (GHG Protocol)

Проектите за енергийна ефективност в мрежата имат най-голям принос за постигнатите резултати. Потреблението на електричество на базова станция спада от 17 052 кВтч./г. през 2009 г. на 15 306 кВтч./г. през 2010 г. Смятаме, че значим ефект има проекта за активация на софтуер за оптимизиране на енергийното потребление, който се реализира поетапно навсякъде в мрежата, където е технически възможно. В моменти на нисък трафик в дадена базова станция софтуерът автоматично изключва някои от приемопредавателните модули, така че те консумират минимално количество електроенергия.

⁸ През 2010 средните емисии на парникови газове на новите леки коли в ЕС възлизат на 140 гр./км (източник: Европейска комисия, дирекция „Изменение на климата“ – онлайн издание)

Протоколът за парниковите газове (GHG Protocol) е най-използваният международен инструмент за инвентаризация и управление на емисиите на парникови газове на организации. Създаден е в рамките на дългосрочно сътрудничество между Института за световни ресурси (WRI) и Световния бизнес съвет за устойчиво развитие (WBCSD). Протоколът разделя емисиите на три нива, като задължително се отчитат само първите две:

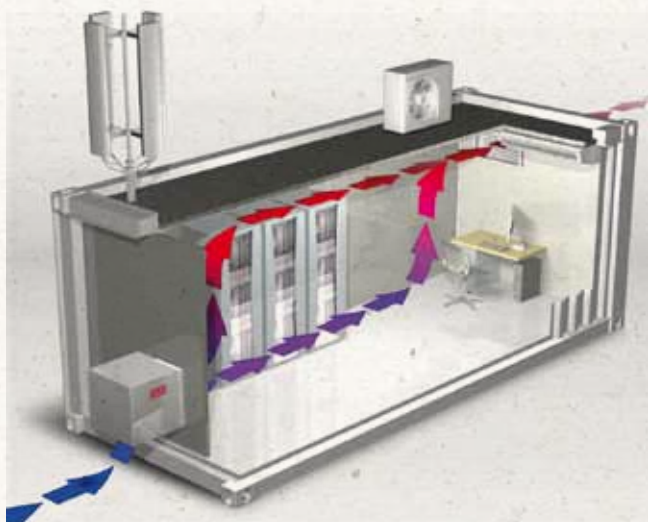
- Преки емисии от собствени източници;
- Непреки емисии от използване на електричество, топлинна енергия или пара;
- Всички други непреки емисии – бизнес полети, пътувания с нает транспорт или до работното място, загуби по електропреносната мрежа, въглероден отпечатък на използвани консумативи, дейности към подизпълнители и др.

GLOBUL използва free-cooling системи за охлаждане на базови станции, за да намали употребата на климатизи

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

През 2010 г. на 2 базови станции бяха тествани и самостоятелни free cooling системи. Тестовите показват, че през по-голямата част от годината е възможно да се използва такава система вместо климатик. Системата се състои от вентилатор, решетка с филтър и управляващ контролер. Това е много добро решение за базови станции, инсталирани на покриви на сгради или такива незащитени от пряка слънчева светлина.

Free cooling системата спестява около 70% от енергията необходима за охлаждане на базова станция на годишна база, а в месеците октомври-май на практика не се налага работата на климатик. Крайният ефект е около 20% намаляване на консумацията на електроенергия, или, с около 2 тона по-малко емисии на парникови газове годишно на базова станция. Изчисленията показват, че инвестицията в такива системи е рентабилна – има период на възвръщаемост между 2 и 3 години.



Станислав Генов
Инженер инсталации

В GLOBUL имам общо 5 години стаж. Работя като Инженер инсталации от Януари 2008. Основно се занимавам с инсталациите на оборудване в базовите станции, а също така с реконфигурации и разширения.

През последните 18 месеца участвам в проекти, свързани с повишаване на енергийната ефективност на обектите на компанията, намаляване на вредните емисии чрез намаляване на консумацията на дизелово гориво и електроенергия.

Смятам, че с привличане на вниманието върху иновациите и зелените технологии ставаме по-конкурентни. Внедряваме модерни технологии и практики, които стимулират растежа и устойчивото развитие на компанията.

Очаквам да инвестираме в модернизация на мрежата и технологиите си, както и да инвестираме в зелени технологии и да оптимизираме енергийния си модел. Смятам, че това трябва да бъде един непрекъснат процес за подобряване и разумно потребление на ресурсите, в който да участват служителите и клиентите на компанията.

Свързването на отдалечени базови станции с електропреносната мрежа също има значим дял в намаляването на емисиите ни – броят на базовите станции, работещи на дизел, намален от 56 на 25 само за последната година.

От 2008 г. тестваме използването на соларна система за захранване на отдалечени базови станции, която през 2010 г. произведе 15,6 МВтч зелено електричество. Високата първоначална инвестиция засега не позволява масовото инсталиране на фотоволтаични системи.

През 2010 г. най-успешни бяха тестовите на хибридна система за захранване на отдалечени базови станции, която разчита на дизелов агрегат и акумулатори с голям капацитет.

GLOBUL въвежда в експлоатация хибридна система за захранване на отдалечени базови станции

През 2010 г. на 3 базови станции, захранвани постоянно от дизелови генератори, се инсталираха тестови системи. Системата включва дизел генератор, батерии и управляващ контролер, като батериите се зареждат и разреждат циклично. Целта – да се намали времето за работа дизел генератора, а оттам и консумацията на гориво и съпътстващите разходи за поддръжка.

Благодарение на хибридната система всяка базова станция спестява по 9 500 л. дизелово гориво годишно, което представлява намаление с около 60% от конвенционалните станции. Поради намалените работни часове на генератора се налага много по-рядко да се сменят консумативи, което допълнително увеличава благоприятния екологичен ефект – намаляват се консумацията на масла и филтри, транспорт за поддръжка или авария. Това спестява около 2,5 тона емисии на парникови газове и атмосферни замърсители, генерирани при изгарянето на дизеловото гориво.

Изчисленията показват, че инвестицията е рентабилна – има период на възвръщаемост по-малък от 1 година. Освен това системата дава възможност за изграждане на базови станции на труднодостъпни места, които от радио и трансмисионна гледна точка са важни за мрежата.



Данните от 2010 г. показват, че офисите, магазините и автопаркът ни също крият голям потенциал за намаляване на емисиите. В момента разработваме проекти за повишаване на енергийната ефективност в сградите и намаляване потреблението на горива в автопарка.



Добрин Димитров

Старши инженер
поддръжка сгради и
съоръжения

Вече две години и половина работя в екипа на секция Офис мениджмънт, която е част от отдел Администрация в дирекция Човешки ресурси и Администрация. Отговарям за административните дейности, насочени към подпомагане и осигуряване на

спокойни и ефективни условия за работа в офисните сгради на компанията. Участвам активно в дейностите, свързани с фасилити мениджмънт – поддръжка на офиси, ремонти и реконструкции.

Проектите, по които работим с колегите, както и нашата ежедневна работа са пряко свързани с увеличаване на приноса за устойчивото развитие на GLOBUL и българското общество като цяло. Нашата голяма цел е да оптимизираме консумацията на електричество, топлинна и студова мощност и питейна вода, като по този начин намалим отделяните в природата вредни въглеродни емисии и своевременно намаляваме и количеството на отпадъците. Разбира се, тези наши действия по никакъв начин не трябва да се отразяват на нормалните условия за работа в офисите, дори точно обратното, в повечето случаи те водят и до по-голяма удовлетвореност на служителите на компанията.

Стремежът ни към подобряването на показателите за енергоспестяване изисква от нас постоянна информираност и търсене на нови форми за енергийно ефективни мероприятия.

Надяваме се, че нашите дейности, подкрепени от активното участие на всички колеги в GLOBUL, максимално ще допринесат за оптимизиране консумацията на енергия и намаляване на количествата на битови отпадъци и отпадъци за рециклиране.

7.3. Ресурси и отпадъци

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

Ресурси и отпадъци в телекомуникационната мрежа

Поддръжката на мрежата на GLOBUL налага използването и съответно поправката или подмяната на голямо количество телеком оборудване и акумулаторни батерии, които дейности през 2010 г. генерираха съответно 17,2 и 95,2 тона отпадъци. Дизеловите ни генератори консумират и големи количества смазочни масла. Поетапното електрифициране на мрежата доведе до намаляване броя на базовите станции, захранвани с дизелови генератори, от 56 на



Фиг. 13 Генериране на отпадъци от мрежата, 2009-2010 г.

25 броя за периода 2009-2010 г. Резултатът от тази мярка е намаляване на консумацията на масла от 6 505 л до 3 971 л.

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

Подмяната на телеком оборудване също води до изхвърляне на ненужни части, които се складира (затова през 2009 г. няма отчетен такъв отпадък) и при натрупване на големи количества се предават за рециклиране. Внесеното от GLOBUL телеком оборудване носи със себе си и голямо количество опаковки, което се явява отпадък на територията на България. През разглеждания период се отчита намаление в количеството опаковки от 22,4 тона през 2009 г. до 21,9 тона през 2010 г. Тези опаковки се състоят главно от хартия, картон и дървесина и се предават за рециклиране.

Продукти и опаковки

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

Рециклиране на мобилни апарати, аксесоари и батерии

Електронните отпадъци са едно от най-значимите екологични предизвикателства на XXI век. Мобилните телефони съдържат големи количества ценни метали като мед, сребро, злато, паладий и платина, чиито добив е изключително разрушителен за природата и чиито залежи се изчерпват бързо. Само една батерия, попаднала неправилно в природата, може да доведе до замърсяването на около 600 000 л чиста вода. Съвременните технологии позволяват пълното рециклиране на компонентите на електронните отпадъци, които събираме в GLOBUL. Чрез последващо разкомплектоване и разделяне се извличат пластмаси и метали, които след това се използват отново в индустрията.

Благодарение на програмата на GLOBUL за рециклиране на мобилни телефони нашите клиенти имат възможност да дадат своя принос за опазването на природата. В кампанията през 2010 г. се включиха и наши бизнес партньори – Coca Cola HBC България, Посолство на САЩ в България, Sony Ericsson Mobile Communications България, Shell България – които поставиха контейнери за събиране на остарели мобилни телефони в офисите си.

През 2010 г. събрахме и предадохме за рециклиране над 2,8 тона излезли от употреба мобилни телефони, батерии и аксесоари.



Употреба и рециклиране на хартия

Употребата на копирна хартия в офисите и магазините през 2010 г. се запази около 22 тона, като количеството на екологично сертифицирана хартия се увеличи от 2,4 на 5,5 тона. Същевременно, количеството хартия, което предаваме за рециклиране в офисите си, се е увеличило с от 4,5 до 5,9 тона през 2010 г, което показва

отличната работа на вътрешната ни комуникация за отговорно ползване на хартия и доказва, че служителите ни все повече променят екологичните си нагласи и поведение (Фигура 14). През 2010 г. стартирахме и разделно събиране на пластмасови отпадъци в административните сгради на компанията в София.



Фиг. 14 Употреба на копирна хартия и предадена за рециклиране отпадъчна хартия

Употреба и рециклиране на тонери

В магазините и офисите на GLOBUL се консумира голямо количество нови тонер касети – 1 660 броя за 2010 г. За съжаление ние нямаме право да използваме тонери втора употреба поради изискванията за запазване на гаранционно обслужване на техниката, която използваме, но можем да повлияем на употребата им чрез информационни кампании за отговорно принтиране и копиране. С всяка изминала година расте броят на тонерите, които биват рециклирани след излизането им от употреба. През 2010 г. те са се увеличили около два пъти, като достигнаха 880. Необходимостта от рециклирането на тонери произтича не само от това, че се намалява потреблението на ресурси, а също така се намалява и опасността от неправилното третиране на веществата, съдържащите се в тях.

7.4. Други преки екологични въздействия

Озонов слой

В нашата компания е преустановено въвеждането в употреба на хладилна, охлаждаща и противопожарна техника, съдържаща като агент озон-разрушаващи вещества (хлорсъдържащи въглеродороди – CFC и HCFC). Въпреки че подобни вещества са налични все още в част от охлаждащата ни техника, ние сме в процес на тяхното поетапно премахване и замяната им с такива, които не разрушават озоновия слой. Ние сме информирани и спазваме правилата, въведени от съответните европейски регламенти, които налагат тотална забрана за употребата на озон-разрушаващи вещества след края на 2014 г. В тази връзка, за необходимите количества при допълване на системите, се използват вещества, които не разрушават озоновия слой – от порядъка на 35-40 кг. годишно.

Консумация на вода

През 2010 г. в обектите на GLOBUL е използвана около 13 хил. м³ вода. Консумацията на вода няма пряка връзка с основната дейност на компанията. Именно затова потреблението на вода в организацията се дължи единствено на хигиенните нужди на персонала и почистване на работните помещения. В компанията не се провеждат практики за пречистване на отпадъчните води, тъй като те биват зауствани директно в градската канализационна мрежа и отвеждани към съответната градска пречиствателна станция за отпадъчни води. Въпреки това ние следим за консумацията на вода и провеждаме вътрешни информационни кампании за отговорното потребление сред служителите ни при ползването на този ценен ресурс.

Биоразнообразие

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

Визуално въздействие

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

Шум

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

7.5. Непреки екологични въздействия

През 2010 г. над 200 тона хартия са използвани за фактури, разпечатки и пликосе, изпращани към нашите клиенти – това е 10 пъти повече от количеството копирна хартия, която ползваме в работата си. Освен това тези фактури стигат до всяко кътче на страната с куриерски транспорт, което генерира емисии на парникови газове. Това не е пряко въздействие от работата на GLOBUL, защото фактурите се произвеждат и разпращат от наши подизпълнители, но ние се чувстваме отговорни за намаляването му. Това е възможно благодарение на услугата Отказ от хартиена фактура (повече информация за Устойчиви продукти и услуги виж в Глава Пазар).

Практиката ни от последните години за насърчаване на клиентите ни да ползват електронни фактури и да зареждат предплатените си карти по електронен път доведе до значително намаляване на количеството хартия и пластмаса, използвани за тези цели. Отказът от хартиена фактура е довел до спестяване на 15,1 тона за 2009 г. и 54,3 тона през 2010 г., а електронното презареждане на предплатени

Погрижи се за околната хартиена среда



Замисли се преди да използваш лист хартия, спаси дърво!

Лесно е, когато всички ние:

- **намалим** употребата на хартия
- **използваме повторно** употребената хартия
- **събираме за рециклиране** хартиените отпадъци

Знаеш ли, че всеки от нас използва около 9,5 кг. хартия годишно, което се равнява на две дървета? За да спасиш едно, намали употребата на хартия наполовина.

услуги – до спестяване съответно на 4,5 и 5,8 тона хартия. Поставяме си амбициозни цели през следващата година да намалим още консумацията на материали и генерирането на отпадъци чрез прилагане на различни кампании за стимулиране на нашите клиенти да използват предлаганите от нас електронни услуги.



Фиг. 15 Потребление на хартия за фактури и ваучери (тона)



Фиг. 16 Спестена хартия от електронни услуги (тона)

Изготвянето на печатни рекламни материали също се извършва от наши подизпълнители. От 2010 г. започнахме да поставяме строги изисквания за екологична устойчивост, като всички комуникационни печатни материали, свързани с корпоративната отговорност на компанията, се отпечатват на рециклирана и сертифицирана хартия. През 2011 г. планираме търговският каталог на GLOBUL, който достига до милиони наши клиенти, да бъде отпечатван на сертифицирана хартия.

Като част от инициативите ни за намаляване количеството на отпадъците непрестанно провеждаме диалог със служителите си – провеждат се системни комуникационни кампании за устойчиво поведение на работното място и насърчаване на служителите за тяхното активно участие в програми като отговорното използване на копирна хартия, рециклиране на пластмаса, рециклиране на стари мобилни телефони и батерии, намаляване употребата на електрическа енергия и др.

7.6. Подкрепа на екологични проекти и събития

Една от основните ни цели е да фокусираме вниманието на обществеността върху намаляване на негативното въздействие на хората върху околната среда. Освен електронните услуги, заместващи стандартни такива, които изискват използването на ресурси и съответно генерират значителни количества CO2 емисии, ние провеждаме информационни кампании, насочени към нашите клиенти и обществеността.

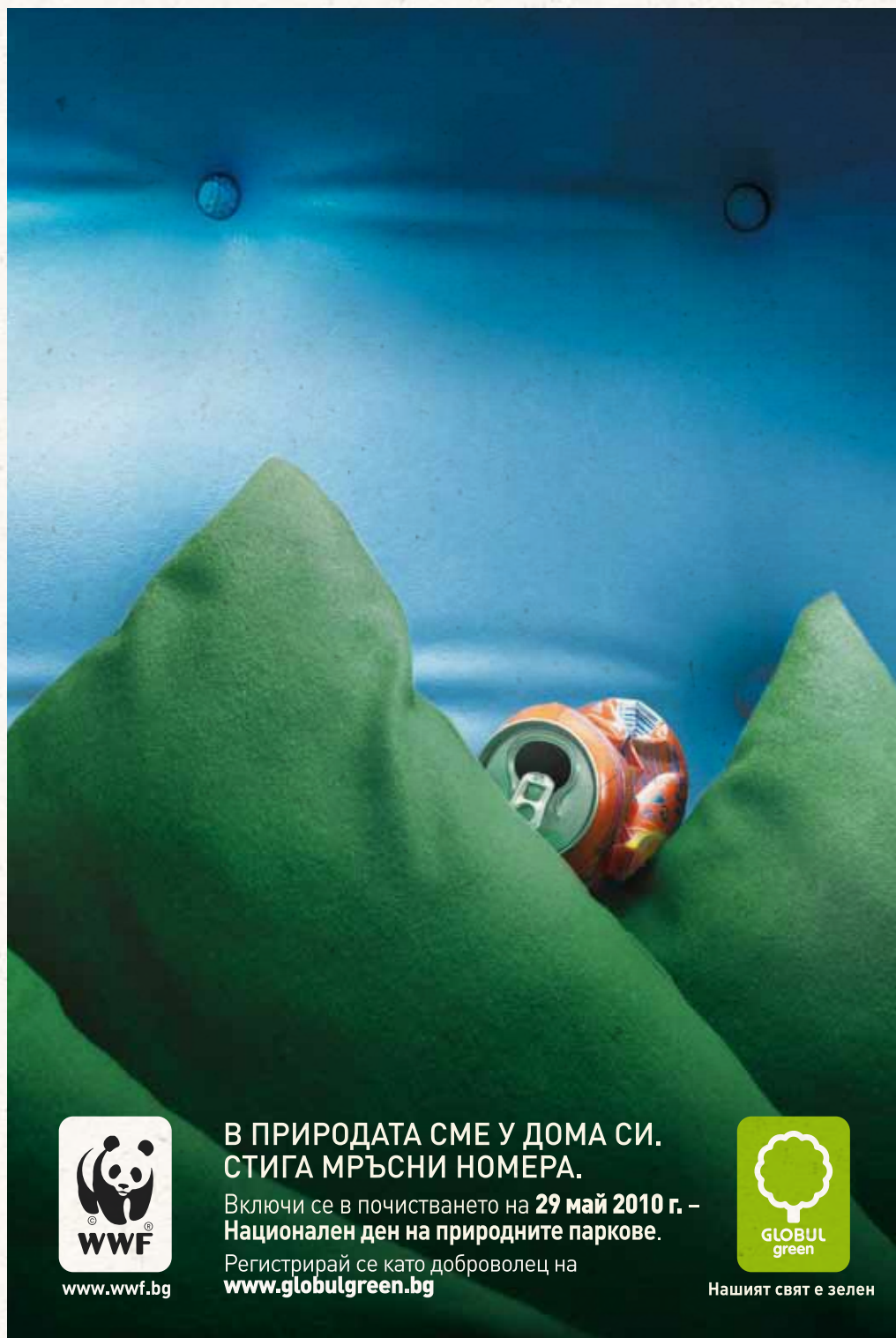
В GLOBUL осъзнаваме ролята си на отговорна компания, която трябва да поддържа високо ниво на информираност и ангажираност сред обществеността по отношение на важни екологични въпроси. Програмата GLOBUL Green представлява съвкупност от дългосрочни проекти, насочени основно към отговорна употреба на ресурси и материали, развиване и предлагане на устойчиви продукти и услуги, публично-частни партньорства за реализиране на национални, дългосрочни проекти с висока значимост за опазване на околната среда. Освен проектите за въвеждане на системи за управление на околната среда и за енергийна ефективност в мрежата на GLOBUL, през 2010 г. предприехме и поредица от стъпки, насочени към повишаване заинтересоваността на обществото.


Опазване и почистване на природните паркове

През 2010 г. GLOBUL подкрепи инициативата „Национален ден на природните паркове“ на международната природозащитна организация WWF за втора поредна година, а комуника-

ционната кампания за набиране на доброволци се проведе под надслов „В природата сме у дома си – стига мръсни номера“. Самата инициатива се проведе на 29 май 2010 г., когато близо 3 000 доброволци (с 30% повече в сравнение с 2009 г.) събраха над 15 тона отпадъци от 11-те природни парка на България – „Витоша“, „Рилски манастир“, „Златни пясъци“, „Врачански Балкан“, „Русенски Лом“, „Странджа“, „Шуменско плато“, „Българка“, „Сините камъни“, „Персина“ и „Беласица“. Заедно те представляват най-голямата защитена територия в България и годишно се посещават от стотици хиляди туристи. Доброволците почистваха и обновяваха маркировката и инфраструктурата на някои от най-популярните туристически маршрути и места за отдых в България. Във всеки от парковете бе построен и дървен мост като символ на комуникацията между човек и природа. Поради огромния интерес през 2009 г. и през 2010 г., в Природен парк „Витоша“ бяха определени 5 сборни пункта, които събраха общо 800 доброволци.

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






www.wwf.bg

**В ПРИРОДАТА СМЕ У ДОМА СИ.
СТИГА МРЪСНИ НОМЕРА.**

Включи се в почистването на **29 май 2010 г.** –
Национален ден на природните паркове.

Регистрирай се като доброволец на
www.globulgreen.bg



Нашият свят е зелен



Константин Иванов

Координатор
комуникации WWF

За една природозащитна организация е важно да работи с корпоративни партньори, които не просто подкрепят определени проекти, но и полагат усилия да правят бизнеса си по-устойчив. В рамките на програмата GLOBUL Green, GLOBUL планира и

предприема действия, които да подтикнат целия сектор в тази по-добра посока. WWF работи за това в крайна сметка хората да живеят в хармония с природата, а GLOBUL на практика е единствената компания в страната, която подкрепя опазване на дивата природа на национално ниво.

Като природозащитна организация, ние очакваме дългосрочни и целенасочени усилия на корпоративните партньори, с които работим. Усилия, които да подтикнат цели сектори от икономиката към устойчиво развитие. В този смисъл ние работим за това да имаме дългосрочни рамкови споразумения, върху които непрекъснато да надграждаме.

От GLOBUL, като водеща компания в прехода към устойчиво развитие на бизнеса и намаляване на екологичния отпечатък и носител на ценностите на корпоративната отговорност в България, очаквам целенасочена работа, базирана на дългосрочна стратегия, консултирана от най-добрите експерти.

Участие в „Часът на Земята“

За трета поредна година в рамките на GLOBUL Green, ние се включихме в инициативата на международната природозащитна организация WWF „Часът на земята“, която се проведе на 27 март 2010 г. В този ден и час ние изключихме осветлението във всички административни и търговски обекти на компанията. Работеха само системите, необходими за поддръжката и безпроблемната работа на мрежата на Оператора и денонощното обслужване на клиенти. Изключихме за час и осветлението на най-големите рекламни съоръжения на GLOBUL, разположени в ключови точки на столицата и Варна, както и светлинните пана на покривите на административните сгради на компанията.

Събития и кампании

Подкрепихме провеждането на два от най-значимите зелени форума: Green Innovation Forum, организиран от вестник „Дневник“ и консултантската компания denkstatt, и Зеленият Бизнес Форум на сп. „Мениджър“. Освен с финансова подкрепа, компанията участва и в лекционните панели, за да сподели своите добри зелени практики и познания в областта на екологичната устойчивост.

Стартирахме и мащабна комуникационна кампания за популяризиране на идеята за устойчиво потребление. Кампанията е фокусирана върху вече съществуващи проекти и услуги, предлагани от GLOBUL, чрез които насърчаваме отговорното поведение сред клиентите си.

По-подробна информация е предоставена в раздел „Пазар“, глава „Отговорен маркетинг“.

7.7. Цели и ангажименти през 2011 г.

През 2011 г. си поставяме следните цели и ангажименти:

- Присъединяване на 12 базови станции към електропреносната мрежа;
- Инсталиране на free-cooling технологията първоначално на 150 базови станции;
- Инсталиране на енерго-спестяваща хибридна система на 4 базови станции;
- Закупуване на електромобил;
- Намаление потреблението на електроенергия и дизелово гориво в базовите ни станции;
- Намаление на общите парникови емисии (3% спрямо 2010 г.);
- Спестяване на хартия, благодарение на услугата „Отказ от хартиена фактура“ (60 тона);
- Предаване на по-голямо количество хартия за рециклиране (6,2 тона);
- Събиране и предаване за рециклиране на повече мобилни телефони, батерии и аксесоари (3 тона);
- Подкрепа на инициативите на WWF „Национален ден на природните паркове“ и „Часът на земята“;
- Подкрепа и участие в зелени дискуссионни форуми и събития



GLOBUL осъзнава потенциала си да променя позитивно средата и да подобрява благосъстоянието на българското общество. Предлагайки телекомуникационни услуги, ние не само осигуряваме високо качество, сигурност и удобство, но и подобряваме начина на живот. Ние знаем, че ползването на нашите услуги е свързано с някои предизвикателства – електромагнитните излъчвания, сигурността в интернет пространството, безопасното шофиране, осигуряването на равен достъп. Те са естествени приоритети в работата ни в полза на обществото. Освен това GLOBUL пълноценно използва силата си на високотехнологична медия, като дава възможност на всеки свой клиент лесно да дарява в полза на обществено значими каузи, а чрез младежките си програми – на младите хора да получат възможност за качествено образование и безценен опит в реалния професионален живот.

Постижения

GLOBUL реализира редица проекти и инициативи през изминалата година:

- Стартира комуникационна кампания за безопасен интернет и повишаване на информираността на обществото по въпросите за правилното и безопасно използване на новите технологии и интернет от деца и тийнейджъри.
- За четвърта поредна година проведе кампанията за безопасно шофиране, с цел повишаване отговорността на пътя и ползването на устройства за свободни ръце – „Шофирай безопасно. Говори с hands-free!“
- Допринесе за обществен диалог и информираност на гражданите за въздействието на електромагнитните излъчвания от мобилните телефони и базовите станции върху човешкото здраве чрез участието си в съвместна информационна кампания с останалите компании на пазара на мобилни услуги.
- Продължи да подкрепя и предоставя платформа на единната дарителска система (DMS) за дарителство чрез SMS в България,

като набраната сума от дарителски SMS-и от абонатите на трите мобилни оператора възлиза на 738 485 лв. за 1 038 благотворителни кампании през 2010 г.

- Продължи да предоставя безвъзмездно кратки номера за дарителски кампании на държавни институции и утвърдени неправителствени организации, като Министерство на културата, Президентството, Министерството на вътрешните работи, Министерството на отбраната, UNICEF, БЧК, SOS „Детски селища“ и др. През 2010 г. бяха събрани над 985 000 лева от абонатите на Оператора за различни благотворителни каузи на тези институции.
- Стартира петата си стипендиантска програма, която осигури 10 стипендии на студенти от водещи университети.
- Реализира седмата си стажантска програма, която осигури 45 стажантски позиции в 12 дирекции на компанията.
- Събра стотици студенти, които посетиха лекциите, част от инициативата „Часът на GLOBUL“.

Преглед на резултатите

Ключов индикатор	Мерна единица	Резултат 2009	Резултат 2010
Общо платени осигуровки, данъци и такси	млн. евро	10,11	7,72
Инвестиции	млн. евро	79,9	69,4
Стажантски позиции	брой	38	45
Отпуснати стипендии на студенти	брой	10	10

8.1. Принос към икономическото развитие

Значителният ни принос към икономическото развитие на страната под формата на работни места, инвестиции, платени данъци и такси нарежда GLOBUL сред водещите компании в българската икономика. Предизвикателствата, които стояха пред икономиката на страната като цяло и сектора на телекомуникационните услуги през 2009 г., останаха същите и през 2010 г. – макроикономическата обстановка продължи да бъде неблагоприятна, което доведе до свиване на потреблението. Въпреки това, като един от най-големите инвеститори в страната, ние продължаваме да създаваме работни места, да развиваме хората и да предлагаме продукти и услуги, които отговарят на изискванията и нуждите на пазара и обществото. За всичките години присъствие на пазара сме инвестирали над 1,1 милиарда евро в развитието на телекомуникационния сектор до края на 2010 г. Ние развиваме телекомуникационната инфраструктура и инвестираме в най-новите технологии.

Таблица 3 дава ясна представа за приноса ни към икономическото развитие на страната през изминалите две години.

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

Табл. 3 Принос към икономическото развитие (евро)

8.2. Каузи и кампании

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

Програма за безопасен Интернет и мобилно съдържание за деца

Интернет пространството и мобилните технологии предлагат безгранични възможности за достъп до информация и общуване. Все повече хора използват мрежата като начин за комуникация, но за децата това крие рискове. Важно е родителите да осъзнават тези рискове и да предприемат превантивни мерки, чрез които да осигурят безопасност при сърфирането на децата си в интернет и ползване на мобилно съдържание. Децата и тийнейджърите също трябва да са запознати как да използват безопасно новите технологии и световната мрежа.

Още през 2008 г. GLOBUL прие „Етичен кодекс за превенция на непълнолетни от неподходящо съдържание при употреба на мобилни телефони“. Мобилното съдържание, предлагано от GLOBUL, е специално обозначено за възрастта, за която е подходящо. На родителите е предоставена възможност да ограничат достъпа до секциите, неподходящи за лица под 18 години, чрез парола, която могат да въведат от телефоните на своите деца, като следват описаните стъпки.



През същата година компанията стана член на Обществения съвет за безопасен интернет, който е част от реализацията на програма „Безопасен интернет“ на Европейската комисия в страната ни.

Общественият съвет включва представители на държавни, частни и неправителствени институции и организации. Съветът наблюдава и подпомага работата на Горещата линия за борба с незаконно и вредно съдържание в българското Интернет-пространство и на Националния център за безопасен Интернет. Повече детайли може да намерите на www.safenet.bg

През 2010 г. GLOBUL продължи ежегодната си информационно-образователна кампания с конкретни съвети по за безопасен Интернет чрез каналите за масова комуникация, както и чрез социалните мрежи, за да достигне директно до най-важната целева група – децата и тийнейджърите.

През 2010 г. с подкрепата на GLOBUL бе открита и първата Българска линия за онлайн безопасност 124 123, която предоставя консултации на деца и родители по проблеми в интернет. Тази линия е създадена по инициатива на Националния център за безопасен Интернет и Асоциация „Родители“.

Като следваща стъпка планираме да продължим активно да информираме обществеността за съществуващите и бъдещи възможности за безопасно ползване на интернет и новите комуникационни технологии. През следващата година ще издадем информационно-образователна брошура, съвместно с Националния център за безопасен Интернет, която ще разпространим в търговската мрежа, за да ангажираме широката общественост с тази значима кауза.



Георги Апостолов

Координатор на
Националния център
за безопасен Интернет

GLOBUL се отличава сред партньорите на Националния център за безопасен Интернет не само с отговорното си отношение към защитата на децата, но и с активната си позиция и инициативност. По този начин компанията се

налага в България като един от водещите носители на ценностите на корпоративната отговорност.

Националният център за безопасен Интернет и в бъдеще ще разчита на сътрудничеството на GLOBUL в общата мисия да се осигури по-безопасно ползване на новите информационни и комуникационни технологии от непълнолетните и очаква още по-голяма подкрепа на неговата дейност и инициативи.

Програма за безопасно шофиране

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

И през 2010 г. GLOBUL проведе национална информационно-образователна кампания, чрез която напомни, че всеки шофьор е лично отговорен както за своята безопасност, така и за безопасността на спътниците си, на пешеходците и на останалите участници в движението. Основен партньор на GLOBUL бе Пътна полиция-София, която проведе специална кампания за насърчаване на използването на hands-free устройства от шофьорите.



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

В помощ на благотворителността

В съвременния свят благотворителността е част от процеса по балансиране благосъстоянието на обществото. Ние се стремим да бъдем съпричастни към тази кауза и подпомагаме процеса на събиране на средства или други материални блага. Въпреки че не поставя дарителството като свой приоритет, GLOBUL предприема инициативи за подпомагане на конкретен човек или група от хора в нужда. GLOBUL традиционно дарява морално остарели компютри и офис техника.

През 2010 г. предоставихме 185 компютъра, принтери, скенери и др. на училища и за втора поредна година дарихме коледни подаръци за болните деца в „СБАЛДОХЗ-София“ на ежегодното организираното от болницата тържество.

GLOBUL е дългогодишен партньор на Българския дарителски форум и фондация „Помощ за благотворителността в България“, които дадоха старт на проекта DMS в България – единна система за даряване чрез SMS. През 2010 г. набраната сума от дарителски SMS-и от абонатите на трите мобилни оператора бе общо 738 485 лв., събрани от общо 147 компании чрез единната система. Тези резултати са показателни за полезността и предимствата на DMS за всички, и най-вече за крайните потребители на самите дарителски инициативи. DMS налага единен номер за всички благотворителни кампании и за всички участващи мобилни оператори. DMS гарантира предоставянето на обратна връзка

на дарителите за набраната сума и изразходваните средства, което е важен аспект от благотворителността. В бъдеще се надяваме на още по-голяма популярност на този инструмент за дарителство. Като следващи стъпки предвиждаме да продължим да работим за информираността на гражданите по отношение тази възможност за даряване на средства.



Красимира Величкова
Директор Български дарителски форум

GLOBUL е сред шестте компании, които учредиха Клуба на корпоративните дарители в Български дарителски форум през 2006 г. Още тогава GLOBUL застана зад идеята, че е важно не просто компаниите да имат системна и

прозрачна дейност за отговорно поведение към обществото. По-съществено е, че GLOBUL поема инициативата да участва активно в изграждането на мрежа между компаниите, в която да се споделят идеи и да се изграждат стандарти за корпоративното дарителство в България. Основен проект, в който си сътрудничим в момента е Единен дарителски номер (DMS) – платформа за дарителски SMS-и. Компанията беше един от двигателите за създаването на тази платформа, в която над 250 компании до момента са намерили достъп до този инструмент за набиране на средства.

Гледната точка и идеите на GLOBUL за развитието на средата за благотворителност, за партньорствата с гражданските организации, с медиите и институциите, както и визията за развитието на самия Дарителски форум носят съществен принос по пътя на нашата организация. Включването на служителите на GLOBUL като активно въввлечени участници и посланици на тези идеи, би дало повече възможности и би разширило ефекта от усилията на компанията.

8.3. Принос към образованието

Развитието на младите хора е в основата на напредъка ни като общество. Младите хора са ангажимент на всички участници в бизнеса и GLOBUL вижда като най-непосредствена стъпка участието си чрез споделяне на знания и опит. Основната ни цел при организиране и финансиране на младежки и образователни програми е инвестирането в младите хора, в тяхното образование и квалификация. С цел да ги привлечем и по този начин да ги задържим в България като ценен човешки ресурс, ние се стремим да им предоставим различни възможности за професионално развитие.

Преследвайки тази цел, ние организираме ежегодни стажантска и стипендиантска програма и инициативата „Часът на GLOBUL“, които са и сред най-успешните проекти на компанията. Тяхната цел е споделяне на знания и подкрепа при кариерния избор на младите хора в България.

Стажантска програма на GLOBUL и GERMANOS

През 2010 г. в рамките на Стажантската програма ние предложихме 45 стажантски позиции в 12 дирекции. След успешното завършване на програмата, 73% от участниците имаха възможност да продължат обучението си за различен период от време. От началото на програмата през 2004 г. досега, в нея са участвали над 170 студенти, около 30% от които впоследствие са започнали работа при нас. Тези факти показват значителния интерес към компанията от страна на младите хора в България и откриването на работни места за специалисти. С това ние работим за постигането на нашите



цели и се приближаваме към тях именно чрез принос в сферата на образованието и впоследствие осигуряване на работни места за много способни млади специалисти. През 2011 г. планираме да увеличим стажантските позиции до 55, разпределени в 15 дирекции.

Стипендиантска програма на GLOBUL

През 2010 г. GLOBUL отпусна общо десет стипендии на талантиливи студенти от следните области: Телекомуникации и ИТ, Маркетинг, Право, Финанси, Човешки ресурси. През тази година в стипендиантската програма участваха както студенти от Технически университет, така и от СУ „Св. Климент Охридски“, Нов български университет и Университета за национално и световно стопанство (УНСС).

Избраните стипендианти получават месечна стипендия до придобиване на бакалавърска степен и имат право на участие в лятната стажантска програма на GLOBUL и GERMANOS, както и в организирани от компанията обучения и семинари. За пръв път стипендиантите получават и възможност да натрупат реален практически опит извън стипендиантската програма, като работят по три часа седмично в компанията под ръководството на персонален наставник.

Стипендиантската програма на GLOBUL се провежда от 2005 г. като до края на 2010 г. Операторът е вложил над 100 000 лв. в подкрепа на даровити студенти. Поради успеха на инициативата, тази година тя обхваща нови специалности и университети. Всяка година над 30% от участниците в стипендиантската и стажантската програма на GLOBUL впоследствие започват работа в компанията.

Нашата стипендиантска програма има за цел не само да подкрепи финансово най-добрите студенти, но и да ги насочи в бъдещата им професионална реализация. Ние искаме да дадем на тези млади хора шанс да се обучават в тясно взаимодействие с нашата компания и да започнат кариерата си веднага след дипломирането. Добрият успех и амбицията, съчетани с практическата подготовка в корпоративна среда, ще гарантират на нашите стипендианти едно отлично бъдеще.

Борис Тачев,
Директор „Човешки ресурси и администрация“ в GLOBUL.



Инициативата „Часът на GLOBUL“

С цел достигане до по-голям брой от заинтересовани млади хора, GLOBUL провежда и дългосрочна програма „Часът на GLOBUL“. Целта е да повишим нивото на образование и професионализъм сред младите хора в България и с това да допринесем за развитието на високо квалифицирани и компетентни специалисти. Инициативата „Часът на GLOBUL“ се провежда за втора поредна година през 2010 г., като включи лекции, изнесени от някои от най-ценените професионалисти на компанията пред студенти от различни висши учебни заведения. Над 400 второ- и третокурсници посетиха десетте лекции от инициативата, които се проведоха на територията на Техническия университет – София и в Американския университет в Благоевград.

Лекторите от „Часът на GLOBUL“, които са и активни участници в стажантската програма на компанията, представиха и обсъдиха със студентите теми и казуси от съвременната практика на компанията.



8.4. Електромагнитни излъчвания

Електромагнитните излъчвания от мобилните апарати и базови станции са възприемани от различни групи в обществото като проблем. Ние в GLOBUL смятаме, че трябва да обърнем специално внимание на темата именно поради наличието на широка дискусия и различни мнения сред обществото.

Няма научни доказателства за нездравословни ефекти от радиочестотните полета, ко-

ито са под нивата в международно приетите ограничения. Излъчваните радиовълни са част от електромагнитния спектър, в който също се включват телевизията и радиостанциите. Те не са радиоактивни и представляват така наречената нейонизираща радиация. Тя е съвсем различна от „лошата“ радиация, която е йонизираща и се асоциира с рентгеновите вълни, гама-лъчите и техните биологични ефекти върху хората. Отдадената от радиовълните енергия не може да разруши молекулите в тялото.

Силата на радиовълните е по-голяма при източника им и бързо намалява с отдалечаване от него. Според мнението на Световната здравна организация, излъчванията от базови станции и безжични технологии са хиляди пъти по-слаби от международните стандарти.

Пределите за безопасно излагане на електромагнитно излъчване са определени от организации като Международната комисия за защита от нейонизиращи излъчвания (ICNIRP) и Световната здравна организация. В България поставянето на всяка базова станция се предшества от издаването на специално разрешително от Министерството на здравеопазването. Министерството дава разрешението на базата на проведено проучване на станцията и анализи на Лаборатория „Физични фактори“ към Националния център за опазване на общественото здраве. Целта на проучването е да се установи дали въпросната базова станция е конструирана според всички технологични стандарти и изисквания за опазване на човешкото здраве.

Действащата в страната нормативна уредба за пределно допустими нива на електромагнитните полета в населени територии, е съобразена със съвременните, световни научни и практически тенденции. Стойностите, определени в наредбата, са от 45 до 100 пъти по-ниски в сравнение с много страни по света, включително и държавите-членки на ЕС.

През 2010 г. GLOBUL, заедно с останалите два мобилни оператора, започна мащабна информационна кампания във връзка с базовите станции за мобилна комуникация, която е част от Обща комуникационна стратегия, изготвена от трите мобилни оператора в съответствие с препоръката на правителството за информиране на обществото по темата. Кампанията се проведе в няколко града, в партньорство с държавните

институции и местните власти. Нейната цел бе подробно и в детайли да информира, както обществеността, така и нашите служители.

Разбираме потребността на нашите клиенти от изчерпателна и достъпна информация по въпроса за електромагнитните лъчения. Затова екипът ни създаде информационна брошура, с която предлага един обективен поглед върху най-важните въпроси относно електромагнитното излъчване. Съдържанието на материала бе изготвено с подкрепата на Факултета по телекомуникации към Технически университет - София.

През 2011 г. планираме продължаване на информационната кампания и в други градове в страната. Желанието ни е да привлечем международни експерти в областта, които да участват в публични дебати и срещи. Също така планираме и развитие на Общата комуникационна стратегия, както и създаването на образователни кампании. Ще подобрим и доразвием информационната си брошура, в която ще бъдат отразени данни от последни проучвания, излизащи в световен мащаб, както и ще бъдат отразявани своевременно евентуални промени в Закона за здравето, след като биват гласувани и приети.

8.5. Корупция и политика

Корупцията е изключително актуална тема, засягаща силно всяко едно общество. Ние, в качеството си на една от най-големите български компании, също осъзнаваме, че за решаването на проблема се изисква проактивно участие в обществения дебат и обмисляне на ролята на всеки един играч на обществената сцена. Това се постига както с мерки вътре в организацията, така и чрез популяризиране на антикорупционно мислене и подкрепата му с определени бизнес практики, които да елиминират възможността за корупция.

До момента нямаме установени корупционни практики. Работим успешно за прилагане на корпоративната „Политика за избягване на конфликт на интереси и борба с корупцията“ на COSMOTE Group. Стриктно спазваме правилата на вътрешния Кодекс за поведение. Освен това ние създадохме възможност за анонимно подаване на сигнали, проведохме обучения за антикорупционно поведение и разработихме

анализи на риска в отдели, потенциално застрашени от корупционни практики.

В тази връзка трябва да споменем и Политиката за приемането и предлагането на корпоративни подаръци, към която се придържаме до момента и ще поддържаме и в бъдеще. Тя определя условията и правилата по отношение на управлението на корпоративните подаръци, предлагани на служителите, както и на членове от управлението. С тези политики ние се стремим да бъдем пример в обществото и да допринесем за едни по-дисциплинирани и морални взаимоотношения между хората и в бизнеса. В дългосрочен план, основен приоритет за нас е да поддържаме този висок стандарт на морална отговорност в рамките на нашата работа.

Следвайки политиката си, GLOBUL не е подкрепял финансово политически партии през 2010 г.

8.6. Цели и ангажименти през 2011 г.

През 2011 г. си поставяме следните цели и ангажименти:

- Продължение на кампанията за безопасен интернет и правилното и безопасно използване на новите технологии и мобилното съдържание от децата.
- Продължение на кампанията за безопасно шофиране.
- Продължение участието в информационна кампания за въздействието на електромагнитните лъчения от мобилните телефони и базовите станции върху здравето на хората.
- Продължение участието в единната система за даряване (DMS).
- Съдействие при организацията на благотворителната инициатива „Българската Коледа“.
- Съдействие и в други благотворителни инициативи.
- Развитие на стажантската и стипендиантска програма, насочени към младите таланти на България.
- Организация на лекции към инициативата „Часът на GLOBUL“ за по-широка публика.

КЛЮЧОВИ ИНДИКАТОРИ ЗА НАПРЕДЪК

ГЛАВА	Мерна единица	2009	2010
Пазар			
Общи приходи	млн. евро	448,14	407,83
Печалба преди лихви, данъци и амортизация	млн. евро	187,18	169,45
Потребители	млн.	3,9	3,9
Пазарен дял на база приходи от услуги	%	37,3	37,3
Служители			
Служители	брой	1 345	1 334
Текучество на служителите	%	10,7	12
Фатални инциденти	брой	0	0
Инциденти, довели до отсъствие от работа повече от 3 дни	брой	0	2
Наети служители вътрешно от компанията спрямо общия брой наети за същия период	%	19	11
Жени в топ мениджмънта (докладват директно на изпълнителния директор)	%	10	23,1
Служители, участвали в обучения	%	60,1	56,2
Околна среда			
Общо потребление на енергия (електро- и топлоенергия и горива)	мегаватчас	60,129	54,537
Енергиен интензитет на бизнеса	мегаватчас/ млн. евро приход	134	134
Общо парникови емисии	тона CO ₂ -екв.	27,706	24,567
Производство на енергия от възобновяеми енергийни източници	мегаватчас	16.5	15.6
Потребление на горива (автомобили, генератори и отопление)	хиляди литра	1,246	907
Потребление на копирна хартия	тон	22.7	22.5
Предадена за рециклиране отпадъчна хартия	тон	4.5	5.9
Генерирани отпадъци от мрежата (предадени за рециклиране)	тон	109.1	136.8
Потребление на вода	хиляди м ³	14.9	12.9
Потребление на хартия за фактури и предплатени ваучери	тон	265.4	230.6
Спестена хартия от ползване на електронни услуги	тон	19.9	60.1
Предадени за рециклиране мобилни телефони, батерии и аксесоари (вкл. GERMANOS)	тон	1.7	2.8
Общество			
Общо платени осигуровки, данъци и такси	млн. евро	10,11	7,72
Инвестиции	млн. евро	79,9	69,4
Стажантски позиции (вкл. GERMANOS)	брой	38	45
Отпуснати стипендии на студенти	брой	10	10

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

ТАБЛИЦИ ПО GRI

GRI Параграф	Глава от Доклада	Покритие/ Пропуск
Стратегия и анализ		
1.1	2	Н
1.2	4.1	Н
Профил на организацията		
2.1	3	Н
2.2	3	Н
2.3	3	Н
2.4	1	Н
2.5	3	Н
2.6	3	Н
2.7	3	Н
2.8	3	Н
2.9	3	Н
2.10	4.3	Н
Параметри на отчета		
3.1	1	Н
3.2	-	НП
3.3	1	Н
3.4	1	Н
3.5	4.1	Н
3.6	1	Н
3.7	1	Н
3.8	1	Н
3.9	1	Н
3.10	-	НП
3.11	-	НП
3.12	10	Н
3.13	10	Н

GRI Параграф	Глава от Доклада	Покритие/ Пропуск
Управление, ангажимент и обвързаност		
4.1	3.1	Н
4.2	3.1	Н
4.3	-	НП
4.4	5.1, 6.3	Н
4.5	5.1	Н
4.6	8.5	Н
4.7	5.1	Н
4.8	4.2, 5.1	Н
4.9	4.1, 4.2	Н
4.10	4.1, 4.2	Н
4.11	4.1, 4.2, 7.1	Н
4.12	4.3	Н
4.13	4.3	Н
4.14	4.4	Н
4.15	4.4	Н
4.16	4.4	Н
4.17	4.4	Н

Н - напълно покрит
Ч - частично покрит

НП - неприложим
НД - недокладван

ТАБЛИЦИ ПО GRI

Индикатори за представяне	Глава от Доклада	Покритие/Пропуск
Икономика		
Описание на управленския подход	3, 5, 8.1	Н
Икономически характеристики		
EC1	8.1	Н
EC2	7.1	Н
EC3	6.4	Н
EC4	8.2	Н
Пазарно присъствие		
EC5	-	НД
EC6	5.5	Ч
EC7	-	НД
Индиректни икономически въздействия		
EC8	8.1	Ч
EC9	5.5, 8.1	Ч
EC13	5.5, 8.1	Н
Околна среда		
Описание на управленския подход	7.1	Н
Материали		
EN1	7.2, 7.3, 7.4, 7.5	Н
EN2	7.3	Н
Енергия		
EN3	7.2	Н
EN4	7.2	Н
EN5	7.2	Ч
EN6	7.2	Н
EN7	7.2	Н
Вода		
EN8	7.4	Н
EN9	-	НП
EN10	-	НП

Индикатори за представяне	Глава от Доклада	Покритие/Пропуск
Биоразнообразие		
EN11	-	НП
EN12	7.4	Н
EN13	-	НП
EN14	7.4	Н
EN15	-	НП
Емисии, изтичания и отпадъци		
EN16	7.2	Н
EN17	7.2	Н
EN18	7.2	Н
EN19	7.4	Н
EN20	-	НД
EN21	-	НД
EN22	7.3	Н
EN23	7.3	Н
EN24	-	НП
EN25	-	НП
Продукти и услуги		
EN26	7.3	Н
EN27	7.3	Ч
Съответствие със закони и разпоредби		
EN28	5.3	Н
Транспорт		
EN29	7.2	Н
Общи		
EN30	-	НД
Трудови практики		
Описание на управленския подход	6.1	Н
Наемане на работа		
LA1	6.1	Н
LA2	6.1, 6.2	Н

Индикатори за представяне	Глава от Доклада	Покритие/Пропуск
LA3	6.4	Ч
Трудово-управленски връзки		
LA4	6.1	Н
LA5	-	НД
Здраве и безопасност на работното място		
LA6	-	НД
LA7	6.2	Н
LA8	-	НД
LA9	-	НП
Обучение и образование		
LA10	6.2	Ч
LA11	6.2	Ч
LA12	6.2	Н
Разнообразие и равни възможности		
LA13	6.1	Ч
LA14	-	НД
Човешки права		
Описание на управленския подход	6.2	Ч
Показатели във връзка с практиките за инвестиране и доставяне		
HR1	-	НД
HR2	-	НД
HR3	-	НД
Недискриминация		
HR4	6.1	Н
Свобода на сдруженията и колективните договори		
HR5	-	НП
Детски труд		
HR6	6.1	Н
Предотвратяване на принудителния и задължителен труд		
HR7	6.1	Н




Индикатори за представяне	Глава от Доклада	Покритие/Пропуск
Защитни практики		
HR8	-	НД
Права на местните жители		
HR9	-	НП
Оценка		
HR10	-	НА
Ремедиация		
HR11	-	НА
Социално представяне		
Описание на управленския подход	8, 4.4	Ч
Общество		
S01	8.4	Ч
Корупция		
S02	8.5	Ч
S03	8.5	Ч
S04	8.5	Ч
Обществена политика		
S05	8.5	Н
S06	8.5	Н
Неконкурентно поведение		
S07	-	НД
Съответствие със закони и разпоредби		
S08	5.4	Ч
Отговорност за продуктите		
Описание на управленския подход	5	Н
Здраве и безопасност на клиентите		
PR1	8.4	Ч
PR2	-	НД

Таблица с GRI индикатори

ТАБЛИЦИ ПО GRI

Индикатори за представяне	Глава от Доклада	Покритие/Пропуск
Поставяне на етикети на продуктите и услугите		
PR3	-	НД
PR4	-	НД
PR5	5.2	Н
Маркетингови комуникации		
PR6	5.5	Н
PR7	5.5	Н
Лична неприкосновеност на клиентите		
PR8	-	НД
Съответствие със закони и разпоредби		
PR9	-	НД
Телеком приложение		
Вътрешни операции		
IO1	8.1	Н
IO2	-	НД
IO3	-	НД
IO4	-	НД
IO5	8.2	Н
IO6	-	НД
IO7	8.4	Н
IO8	-	НД
Осигуряване на достъп		
Дигитално разделение		
PA1	-	НД
PA2	5.5	Ч
PA3	5.2	Н
PA4	1, 5.2	Н
PA5	5.5	Ч
PA6	-	НД
Достъп до съдържание		
PA7	8.2	Ч

Индикатори за представяне	Глава от Доклада	Покритие/Пропуск
Отношение към клиентите		
PA8	8.2	Н
PA9	-	НД
PA10	5.4	Н
PA11	5.4	Н
Приложение на технологиите		
TA1	7.5	Н
TA2	5.3, 7.5	Н
TA3	5.3, 7.5	Н
TA4	-	НД
TA5	-	НД

-  Задължителни индикатори
-  Допълнителни индикатори по GRI
-  Индикатори от телеком приложение

Н - напълно покрит
Ч - частично покрит

НП - неприложим
НД - недокладван



Statement GRI Application Level Check

GRI hereby states that **GLOBUL** has presented its report "GLOBUL Corporate Responsibility Report 2010" to GRI's Report Services which have concluded that the report fulfills the requirement of Application Level B.

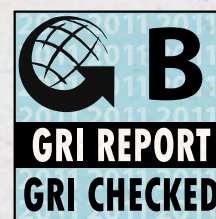
GRI Application Levels communicate the extent to which the content of the G3.1 Guidelines has been used in the submitted sustainability reporting. The Check confirms that the required set and number of disclosures for that Application Level have been addressed in the reporting and that the GRI Content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

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

Amsterdam, 14 September 2011

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

Nelmara Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



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

Disclaimer: *Where the relevant sustainability reporting includes external links, including to audio visual material, this statement only concerns material submitted to GRI at the time of the Check on 1 September 2011. GRI explicitly excludes the statement being applied to any later changes to such material.*



Този доклад е произведен с грижа за природата от 100% рециклирана хартия,
съгласно немския стандарт Der Blaue Engel