
ДОКЛАД ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ VIVACOM 2014



УСТОЙЧИВ БИЗНЕС 2014

СЪДЪРЖАНИЕ

4	ОБРЪЩЕНИЕ НА ГЛАВНИЯ ИЗПЪЛНИТЕЛЕН ДИРЕКТОР	
6	ИНТЕРВЮ С МИНИСТЪРА НА ТРАНСПОРТА, ИНФОРМАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ И СЪОБЩЕНИЯТА (МТИТС)	
8	1. ЗА ДОКЛАДА	
9	2. НАШАТА КОМПАНИЯ	
	2.1. Кои сме ние	10
	2.2. Как сме организирани	12
	2.3. Мисия и визия на компанията	14
	2.4. Устойчивото развитие за нас	17
25	3. ЕФЕКТИВНИ	
	3.1. Покритие и мрежа	27
	3.2. Продукти и услуги	29
	3.3. Финансови резултати	33
	3.4. Снабдяване – политика за избор и работа с доставчици	38
	3.5. Енергийна и ресурсна ефективност	40
45	4. ВДЪХНОВЕНИ	
	4.1. Служителите	47
	4.2. Подбор, развитие и задържане	48
	4.3. Управление на знанието	53
	4.4. Силен старт за млади специалисти	54
	4.5. Сътрудничество със Start Up общността	56
	4.6. VIVACOM Art Hall	57

59	5. ИНОВАТИВНИ	
	5.1. Иновативни продукти и услуги	61
	5.2. Иновативни проекти с корпоративни доставчици	63
	5.3. Сътрудничество с Nixanbal	65
	5.4. VIVA Cognita за иновации в образованието	66
	5.5. Създаването на приложението "Въпросник"	68
69	6. ЧЕСТНИ	
	6.1. Отношения с потребителите	71
	6.2. Сътрудничество с институции и браншови организации	75
	6.3. Информирание на обществото – работа с медии	76
	6.4. Основен принцип при избор и работа с доставчици – прозрачност	78
	6.5. Вътрешно-корпоративни отношения – етичен кодекс	82
83	7. ДИНАМИЧНИ	
	7.1. Пазар – позициониране на VIVACOM	85
	7.2. Маркетингови проучвания	86
	7.3. Динамични решения за корпоративни клиенти	88
	7.4. Справяне с проблема с кражбата на инфраструктура	91
	7.5. Лоялна програма VIVA Club	92
93	8. ОТГОВОРНИ	
	8.1. Регулация и отношение с държавни институции	95
	8.2. Базови станции – електромагнитни излъчвания	96
	8.3. Управление на лични данни	97
	8.4. Здраве и безопасни условия на труд	98
	8.5. Корпоративна социална отговорност	99
103	ЧЛЕНСТВА, СЕРТИФИЦИРАНЕ И СТАНДАРТИ	
104	ТАБЛИЦА ЗА ОПИСАНИЕ ПРОФИЛА НА КОМПАНИЯТА ПО GRI В СЪОТВЕТСТВИЕ С "CORE" ОПЦИЯТА	
106	ИНДИКАТОРИ ПО ЗНАЧИМИ ТЕМИ	

Устойчивото развитие е нашият ангажимент към клиента



АТАНАС ДОБРЕВ

Главен изпълнителен директор на БТК ЕАД

УВАЖАЕМИ ЧИТАТЕЛИ,

Представяме ви първия Доклад за устойчиво развитие на VIVACOM. В него с удоволствие споделяме успехите, постиженията и дори трудностите, които сме срещнали по пътя към първото място в телеком сектора в България. Място, което с гордост заемаме днес.

Докладът отразява дейността на компанията ни през 2014 г. – година, в която се утвърдихме и доказахме като най-големия оператор на телекомуникационни услуги. Вече десет поредни тримесечия сме лидер по приходи. Този дълготраен и постоянен успех е резултат именно от стремежа ни да поддържаме устойчивото развитие на VIVACOM.

Компанията ни предоставя повече от 4,7 милиона телекомуникационни услуги в България и това ни определя като

фактор с голямо влияние върху живота на обществото и правенето на бизнес.

Осъзнаваме отговорността, която носим и големите очаквания на социалната среда към нас. Затова за VIVACOM устойчиво развитие означава да работим така, че компанията да е успешна и печеливша днес, без да ощетява бъдещите поколения и техните възможности и ресурси за прогрес. Имаме ясна визия и дългосрочни цели. Нямаме право на краткосрочни решения с неясен резултат, които след време могат да ощетят правата на потребителите или служителите в организацията, да навредят на бизнеса на партньорите или на околната среда. Всяко действие носи последствия, затова днес инвестираме в това, което потребителите ще използват утре. Стратегията ни е да поддържаме

доверието на обществото в нас и с ежедневната си работа да доказваме, че грижата за клиента е на първо място.

Компанията ни е първият телеком в България. Започва своята история в далечната 1879 г. с предлагането на телеграфни услуги, а през 1886 г. за първи път в страната ни има и фиксирана телефония. Днес – 136 години по-късно, VIVACOM е най-голямата компания, предлагаща най-много телеком услуги, с модерна и клиентски ориентирана визия – синоним на иновативност в бранша.

Историята на телекомуникациите в България се пречупва през развитието на VIVACOM и двете вървят паралелно и до днес. Доказателство за устойчивото развитие на компанията ни е и фактът, че през всичките тези години тя е запазила мястото си на пазара, като се е трансформирала и модернизирала според глобалните тенденции в сферата и според нуждите на българските потребители.

VIVACOM е един от най-големите работодатели в страната. От началото на 2014 г. , след успешната интеграция на част от служителите от Алкател Лусент България, в компанията работят 5 875 служители.

Гордеем се с факта, че не само осигуряваме работни позиции и доходи на толкова много професионалисти, но и че им даваме възможност за развитие, реализация и самочувствие в обществото. Ако клиентите ни са двигател за прогреса на компанията, то служителите са най-ценният ни капитал.

Стратегията ни за устойчиво развитие се изразява от една страна в разнообразните политики за задържане и удовлетвореност на най-добрите кадри, а от друга – в непрестанното привличане на нови кадри. VIVACOM инвестира и си сътрудничи с университети и учебни заведения, в които открива способни, млади специалисти и им предоставя възможност за кариера в най-големия телеком и съответно - основателна причина да останат в България.

Компанията отговаря на нуждите на обществото и чрез многобройните инициативи в подкрепа на каузи в сферата на образованието, културата, спорта и благотворителността чрез платформата VIVACOM Fund.

Развитието на човешкия капитал, наред с изграждането на модерна, високотехнологична мрежа, ни дава основание да смятаме, че имаме голям принос и за устойчивото развитие на обществото и на страната.

В силно конкурентния, строго регулиран и динамичен пазар на телекомуникационните услуги, ние сме възприели няколко основни принципа на работа, изразени в корпоративните ни ценности – Ефективни, Вдъхновени, Иновативни, Честни, Динамични и Отговорни. Такива се стремим да бъдем във VIVACOM.

Надявам се чрез Доклада и данните, представени в него, и вие да ни видите през този поглед.

Атанас Добрев
Главен изпълнителен
директор на БТК ЕАД

Ивайло Московски:

Основната ни цел е да създадем необходимите условия за развитие на сектора



ИВАЙЛО МОСКОВСКИ

Министър на транспорта, информационните технологии и съобщенията (МТИТС)

Какво е за Вас устойчиво развитие в телекомуникациите?

Телекомуникационният сектор заема важна роля в промяната на обществото към устойчиво развитие. Електронните съобщения осигуряват интелигентни, екологично ориентирани решения за управление на бързо разрастващите се градове и транспортните системи. Подобряват ефективността в производствените отрасли на промишлеността и производството на електроенергия. Подпомагат нововъведенията в медицината и осигуряват лечението на пациенти в отдалечени райони. Предлагат иновативни образователни приложения за студенти по целия свят.

Телекомуникациите са сред най-бързо развиващите се сектори в света, припознат с приноса си към икономическото развитие, модернизацията и социалното благоденствие. Това е възможно благодарение на редица фактори, най-важните сред които либералните политики и ефективната дерегулация. Каква е според Вас ситуацията в България в това отношение? Как може тя да се подобри?

В условията на динамично развиващия се сектор на електронните съобщения, все по-голямо значение придобива прякото взаимодействие на МТИТС с европейските и международните институции. Стремим се да насърчаваме активното и пряко участие

на заинтересованите страни от сектора в обществените консултации по ключови законодателни инициативи, организирани от институциите на ЕС или от министерството. През последните години Министерството направи и редица стъпки към опростяване на правилата за изграждане на съвременни електронни съобщителни мрежи. Определянето на ясни правила за изграждане и ползване на мрежовата инфраструктура дава правна сигурност за развитие на съществуващите или при изграждането на нови мрежи по справедлив, ефективен и съобразен с околната среда начин.

Каква е ролята на Министерството за създаването на подходяща среда за развитие на телеком индустрията?

Основна цел на политиката в областта на електронните съобщения в Република България е да се създадат необходимите условия за развитие на сектора, като се осигури възможност на потребителите да извличат максимална полза що се отнася до избора, цената и качеството на електронните съобщителни услуги; да предотврати нарушаването или ограничаването на конкуренцията в сектора, включително при преноса на съдържание; да се насърчат инвестициите и стимулирането на иновациите; да се осигури ефикасното използване и ефективното управление на ограничените ресурси.

Какви решения и възможности виждате, които телеком секторът може да предложи на институциите, за да могат те да управляват по-ефективно?

Чрез активно включване в различни инициативи на институциите и участие в разработването на стратегически документи и законодателни дейности – както на национално ниво, така и чрез подпомагане на участието ни в процеса на вземане на решения в рамките на работните органи в ЕС и съвместно отстояване на националния интерес, тъй като техният богат опит в прилагането на различните актове е полезен при формулирането на правилните политики, които да насърчават конкурентоспособността и създаването на устойчива заетост.

Как виждате ролята на телеком индустрията и VIVACOM като част от нея за по-бързото и цялостно развитие на България?

Образование: Безспорна е ролята на телекомите в изграждането на съвременна цифрова инфраструктура за предоставяне на услуги. Значително нарастват възможностите за дистанционен достъп до различни образователни програми, предлагани от водещи в съответната област институции, включително придобиване на образование, специализации и др.

Електронно управление: Електронното управление се развива паралелно с организационни промени и придобиване на нови знания с цел подобряване на обществените услуги и демократичните процеси и улесняване създаването и провеждането на държавната политика.

Умна енергийна и транспортна мрежа: Според оценки на Европейската комисия наличието на единна система за спешни повиквания от превозни средства ускорява пристигането на спасителни екипи с около 40% в градските райони и с 50% в извънградските. Услугата eCall, за чието предоставяне и трите големи мобилни оператора подготвят мрежите си, ще обезпечават по-бърза реакция при тежки пътно-транспортни произшествия, когато всяка минута е от решаващо значение за спасяването на човешки живот и за намаляване на последствията от нараняванията.

Равен достъп до информация: Не мога да не спомена и факта, че VIVACOM е избраният доставчик на универсалната електронна съобщителна услуга в страната, и като такъв има значителен принос в осигуряването на равнопоставеност на всички категории потребители, включително, със специфични социални нужди или с увреждания. Това предоставя възможност за социално и електронно включване на всички потребители, като им дава равен достъп до информация и възможност за обмен на идеи.

Как бихте определили нивото на българските телекоми в сравнение с другите европейски страни – по отношение на надеждност на услугата, качество на обслужването, иновативност и развитие?

Българските традиционни оператори се трансформират от чисто мобилни/фиксиращи оператори към телекоми, които предлагат интегрирани комуникационни услуги - мобилни услуги, мобилен интернет, фиксирана телефония и интернет, телевизионно излъчване, стъпвайки здраво на единствения сегмент от пазара, който засега расте с двуцифрени темпове: пакетните услуги. През последните години се наблюдава тенденция към увеличаване потреблението на електронни съобщителни услуги в пакет, изразяващо се в нарастване на абонатите на пакетни услуги и на приходите, генерирани от тях. Също така, постепенно нарастват и инвестициите в мрежи от следващо поколение като през последните две години надхвърлиха 100 милиона лева.

Кои са областите, в които смятате, че се налага инвестиция от страна на телеком индустрията, за да се случат процесите по-добре и да са по-прозрачни към външния свят?

Облачните услуги, които предоставят възможности за видео конференции, споделяне на документи, споделяне на клипове и др., имат потенциал за развитие. Много от бизнес дейностите вече зависят от безжични мобилни устройства и мрежови приложения – от електронната търговия до навигацията и обслужването на потребителите – и тук телеком индустрията би спомогнала процесите да се случат по-добре.

ЗА ДОКЛАДА

Настоящият документ е първият Доклад за устойчиво развитие на VIVACOM. С публикуването му целим преди всичко да постигнем високо ниво на прозрачност, предоставяйки на своите ключови заинтересовани страни обективни данни за развитието и постиженията на компанията през 2014 г.

Докладът е изготвен според указанията на Глобалната инициатива за отчетност (Global Reporting Initiative), G4, в съответствие с "Core" опцията, като отразява влиянието на VIVACOM от икономическа, социална и екологична гледна точка и подхода при управление на компанията. Всички публикувани данни са обработени, анализирани и консолидирани, и отговарят на официалните отчети.

Докладът е основен елемент в дефинирането на целите и приоритетите на VIVACOM, които да отговарят на очакванията на ключовите заинтересовани страни. Те ще бъдат актуализирани ежегодно с цел постоянно подобрене в посока устойчиво развитие на компанията.

Докладът обхваща всички дейности на компанията за 2014 г. Количествените данни се отнасят за периода 1 януари 2013 г. – 31 декември 2014 г. освен, ако не е упоменато друго (G4-17).

Първият доклад (G4-22, G4-23) за устойчиво развитие на VIVACOM е съставен в партньорство с консултантската фирма denkstatt и е преминал успешно Materiality Disclosure Service на GRI. Не е извършена проверка от трета страна.

За повече информация във връзка с този доклад можете да се обръщате към:

Симона Чаръкчиева

Старши съветник Корпоративни комуникации, VIVACOM

Телефон: +3599496559

Мобилен телефон: +359878540560

E-mail: sustainability@vivacom.bg

Website: www.vivacom.bg

НАШАТА КОМПАНИЯ



Компанията съществува вече повече от 135 години. Днес VIVACOM е операторът с най-голям обхват на телекомуникационни решения на българския пазар.

НАШАТА КОМПАНИЯ

2.1. КОИ СМЕ НИЕ

Българска телекомуникационна компания ЕАД оперира на българския пазар с търговската марка VIVACOM. Компанията съществува повече от 135 години, което ни дава основание с гордост да се определяме като историческия телеком в страната.

БТК води началото си от първото дружество за организиране и улесняване на комуникациите след Освобождението – Плевенската пощенска, телеграфна, телефонна и радио станция. Преминава през различни етапи на съществуване – от дълъг период на държавна структура до приватизационната процедура през 2004 г., когато българското правителство продава 65% от капитала на телекома.

През 2005 г. БТК придобива лиценз за трети GSM оператор. "БТК Мобайл" е основана и започва да предлага мобилни услуги под марката Vivatel. През януари 2009 г.

БТК АД и „Вивател“, които обслужват съответно стационарните и мобилните телефони, се обединяват. През юли същата година се ражда и новата търговска марка VIVACOM.

Днес VIVACOM е операторът с най-голям обхват на телекомуникационни решения на българския пазар - мобилни и фиксирани гласови услуги, оптичен интернет в 3G мрежа с най-добро покритие в България, цифрова HD телевизия от най-ново поколение и иновативни, индивидуални предложения за нуждите на корпоративните ни клиенти.

- 1879 — Основаване на Плевенската пощенска, телеграфна, телефонна и радио станция
- 1981 — Създава се държавното дружество „Български пощи и далекосъобщения“
- 1992 — Създава се държавното дружество „Българска телекомуникационна компания“ АД
- 1999 — БТК поставя началото на **изграждане на оптични кабелни линии** за клиентски нужди
- 2004 — Приватизация на **БТК**
- 2005 — Придобиване на лиценз за **3-ти GSM оператор**
- 2009 — Търговската верига **2be става част от БТК**
- БТК и Vivatel се **обединяват**
- VIVACOM предлага **първите пакетни услуги** на българския пазар
- 2010 — Стартира услугата **Сателитна телевизия**
- Старт на **Операция „Жълти стотинки“**
- Първа **Техническа академия**
- 2011 — **VIVA Free**: първият абонаментен план, който се променя по желание на клиента
- VIVACOM Art Hall**: свободно пространство за култура и изкуство
- 2012 — **Стартира услуга IPTV** - телевизия от ново поколение с мултимедийно съдържание и интерактивни функции
- 2013 — VIVACOM става операторът с **най-високи общи приходи**
- VIVA Apps**: първият български хъб за приложения
- 2014 — Най-младият телекомуникационен бранд **VIVACOM** става на **5 години**, през които:
- завоюва лидерската позиция на пазара
 - отчита най-високи общи приходи за 2 поредни години – 2013 и 2014 г.
- VIVA Cognita**: онлайн платформа за интерактивно изучаване на математика и информатика

2.2. КАК СМЕ ОРГАНИЗИРАНИ

БТК ЕАД се управлява чрез два ръководни органа с различни функции и ниво на влияние върху дейността на организацията.

НАДЗОРЕН СЪВЕТ

Надзорният съвет не участва в управлението на дружеството, той представлява дружеството само в отношенията с Управителния съвет. Членовете на Надзорния съвет се избират от Общото събрание за срок до 5 години и могат да бъдат преизбрани за следващи 5-годишни периоди без ограничения.

Надзорният съвет одобрява докладваните решения на Управителния съвет за ключването на сделки, за които това е предвидено в устава и разпоредбите на закона.

УПРАВИТЕЛЕН СЪВЕТ

Управителният съвет осъществява управлението на дружеството. Членовете на Управителния съвет се избират от Надзорния съвет за срок до 5 години и могат да бъдат преизбрани за следващи 5-годишни периоди без ограничения.

Управителният съвет взема решения, с които се назначава главен счетоводител и финансов директор на дружеството, определя метода на водене на счетоводството, одобрява програми за подпомагане на служителите, изготвя и предоставя на Надзорния съвет годишния финансов отчет, както и предложение за разпределение на печалбата, взема решения за разпореждане с активи от стратегическо значение за дейността на дружеството и др.

Управителният съвет се отчита за дейността си пред Надзорния съвет и Едноличния собственик.

241 МАГАЗИНА 105 АЛТЕРНАТИВНИ ТОЧКИ НА ПРОДАЖБА

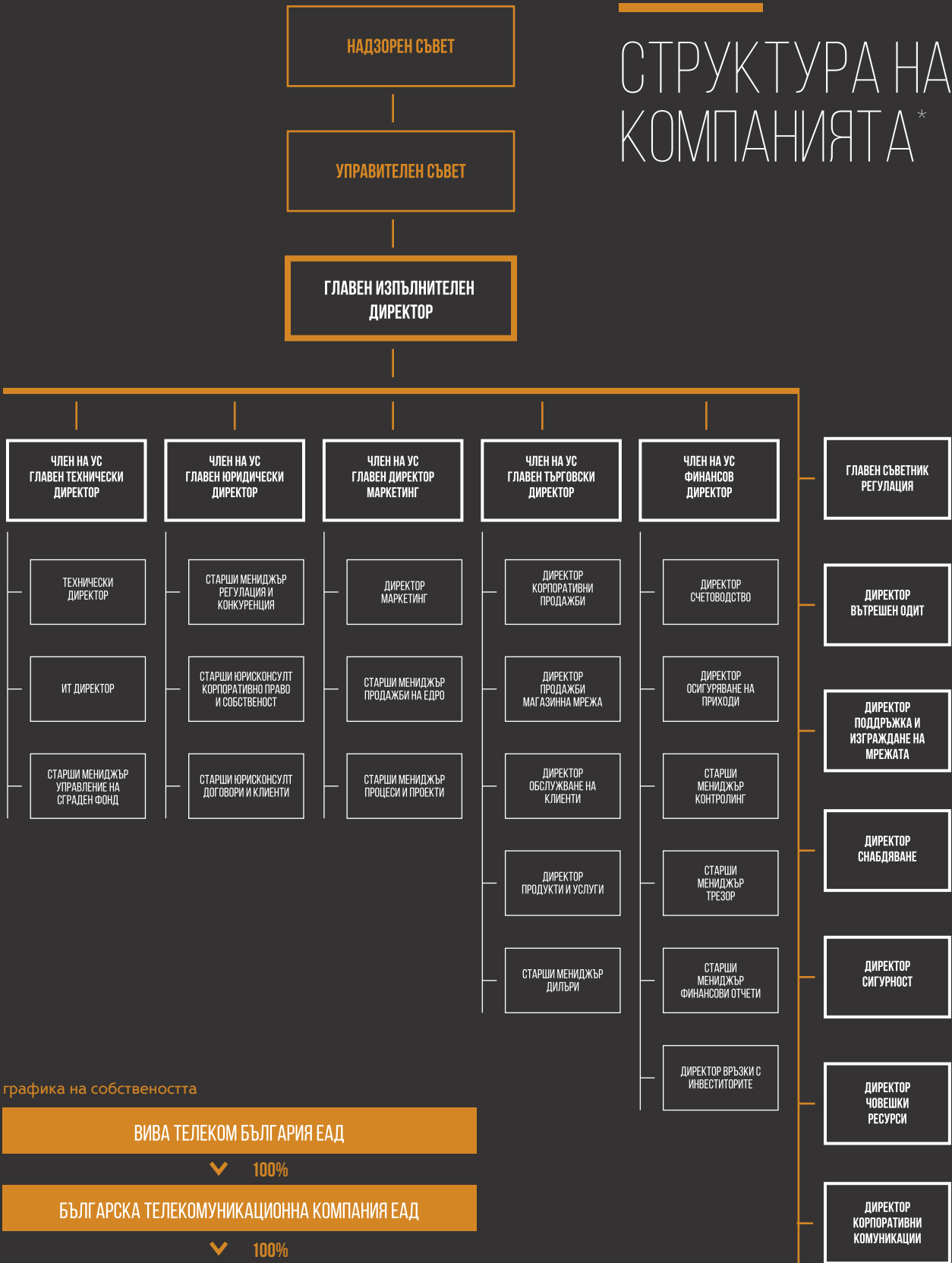
БРОЙ СЛУЖИТЕЛИ 5 875

4,7 МЛН. ПРЕДОСТАВЕНИ УСЛУГИ: МОБИЛНИ И ФИКСИРАНИ ГЛАСОВИ УСЛУГИ, ИНТЕРНЕТ И ТЕЛЕВИЗИЯ

НЕТНИ ПРИХОДИ (в хил. лв.) 805 912

ПАЗАР БЪЛГАРИЯ

СТРУКТУРА НА КОМПАНИЯТА*



графика на собствеността



*към 31 декември 2014 г.

2.3. МИСИЯ И ВИЗИЯ НА КОМПАНИЯТА

МИСИЯ

Нашата мисия е да осигурим на клиентите си качествени телекомуникационни услуги и най-доброто обслужване. На фокус е клиентът!

ВИЗИЯ

Нашата визия е да бъдем предпочитаният доставчик на телекомуникационни услуги в България. Постигаме високи резултати днес и взимаме точни решения за бъдещето.

ЦЕННОСТИ

За всяка организация е от основно значение да избере принципите, от които да се води в работата си. За VIVACOM такава роля имат шестте ценности:

ЕФЕКТИВНИ
ВДЪХНОВЕНИ
ИНОВАТИВНИ
ЧЕСТНИ
ДИНАМИЧНИ
ОТГОВОРНИ

От една страна, ценностите, които остояваме, изразяват стратегическата визия на мениджмънта на компанията за нейната ежедневна дейност, както и за бъдещото ѝ развитие. От друга страна, те неслучайно са формулирани в множествено число, именно защото се асоциират с работата и отношението на всеки служител. За VIVACOM

ценностите не са само пожелателни, а реални правила, които ангажираните в компанията припознават и прилагат на практика в професионалното си ежедневие. Ето защо избрахме да представим дейностите, постиженията и целите си, пречупени през призмата на корпоративните ни ценности.



На следващите страници ще разберете:

защо смятаме, че добрата мрежа и покритие и богатото ни портфолио от продукти и услуги ни помагат ефективно да привличаме нови клиенти;

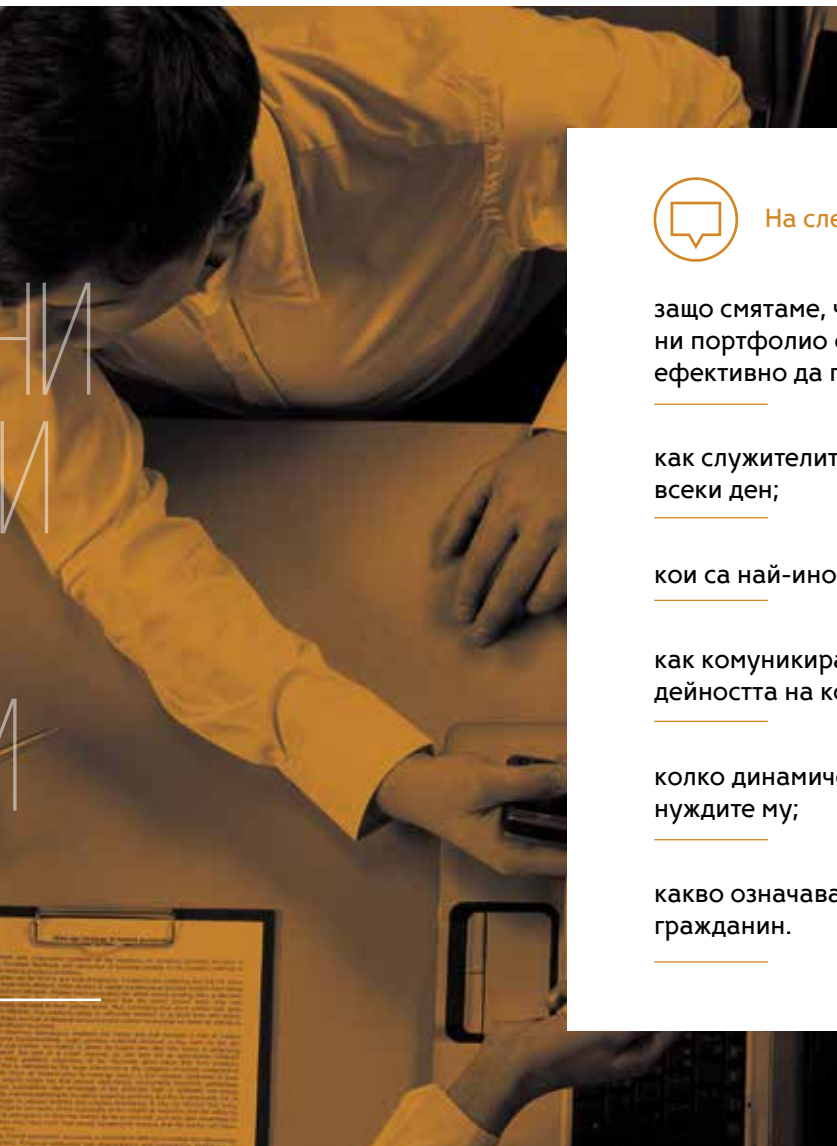
как служителите се вдъхновяват от и за своята работа всеки ден;

кои са най-иновативните ни проекти;

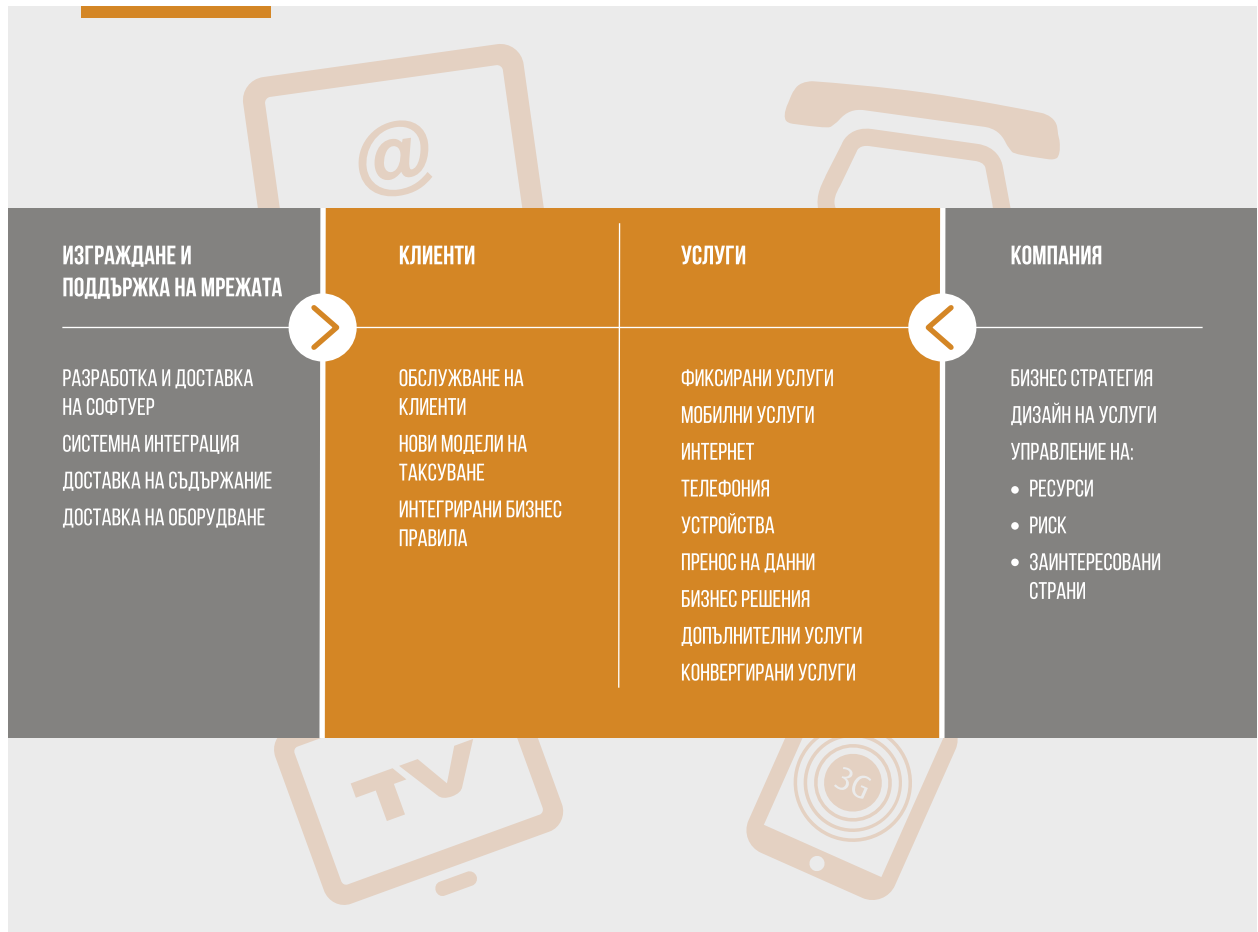
как комуникираме честно с всички заинтересовани от дейността на компанията страни;

колко динамичен е телеком пазарът и как отговаряме на нуждите му;

какво означава да си отговорен корпоративен гражданин.



ВЕРИГА ЗА СЪЗДАВАНЕ НА СТОЙНОСТ



Телеком индустрията е силно ориентирана към клиентите. Предлагането на услуги е тясно обвързано с нуждите на клиентите. Новите очаквания са двигател на развитието и същевременно сериозно предизвикателство. Бизнесът ни започва с нуждите на клиента и завършва с неговото удовлетворение. Качеството на предлаганите от нас услуги зависи както от добре интегрирани и структурирани бизнес процеси, така и от надеждната инфраструктура. Същевременно, ние сме част от една по-голяма система,

където ролята и въздействието на различни заинтересовани страни от нашия бизнес стават все по-важни в създаването на стойност в информационното общество. Анализът на клиентските нужди, предлагането на най-новите продукти и услуги в сектора, поддържането на доверие в отношенията с клиенти и доставчици, гъвкавостта на бизнес процесите, обновяването на мрежите ни помага да поддържаме непрекъснат цикъл на подобрене и иновиране.

2.4. УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ ЗА НАС

Днес всяка отговорна компания интегрира устойчивото развитие в процеса на управлението си. Всички фирми, независимо от дейността си, използват различни производствени системи, природни и човешки ресурси, генерират отпадъци. Цялостното функциониране на бизнеса има пряко отражение върху околната среда, икономиката, обществото.

Нашата цел е да се развиваме устойчиво с активното участие на вътрешните и външните заинтересовани страни, като вземаме предвид и нуждите на обществото.

В последните години наблюдаваме непрекъснати инженерни трансформации и нови решения, които поддържат телеком индустрията в постоянен технологичен прогрес. В такава среда бизнесът е провокиран да се адаптира и променя достатъчно бързо, за да може да отговори на изискванията на клиентите. Това не е изключение и за българския пазар, на който VIVACOM оперира.

Формират се конкретни очаквания от страна на заинтересованите страни към повече прозрачност, развитие спрямо водещи принципи и ценности, споделена информация относно бизнес практиките на компанията и сътрудничеството с доставчици, докладването и на нефинансови показатели

и поемането на публичен ангажимент. Разбираме устойчивото развитие като процес, който добавя стойност за всички заинтересовани страни за VIVACOM. Търсим непрекъснато най-добрите решения с цел оптимизиране на бизнес процесите си, преизползване на наличните ресурси, изграждане на силен и ангажиран екип и подпомагане на обществото според

УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ Е ВАЖНА ЧАСТ ОТ СТРАТЕГИЧЕСКОТО УПРАВЛЕНИЕ НА VIVACOM И КАСАЕ НЕ САМО ДЕЙНОСТТА Й В КРАТКОСРОЧЕН ПЛАН, НО И БЛАГОДЕНСТВОТО НА КОМПАНИЯТА В ДЪЛГОСРОЧЕН ПЛАН.

нуждите му.

Мениджмънтът на VIVACOM твърдо подкрепя модела за дългосрочното управление и разрастване на компанията при пълна прозрачност и взаимодействие с обществото.

УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ Е НЕИЗМЕННА ЧАСТ ОТ ПРОГРЕСА НА КОМПАНИЯТА И ВАЖНО ЗА НАС, ЗАЩОТО НИ ПОМАГА ДА:



ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ЗНАЧИМИ ТЕМИ И АНГАЖИРАНЕ НА ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ СТРАНИ

G4-18 |

При изготвянето на този доклад се водихме от принципите на G4 за значимост, включване на заинтересованите страни, пълнота и контекст, както и от препоръките на G4 за теми от ключова важност за теле-

комуникационната индустрия. Този подход ни позволи да определим приоритетните теми за нас и за нашите заинтересовани страни и да запазим фокуса върху тях.

Подхождаме като:

- Идентифицираме всички теми и аспекти, които са релевантни за пазарите, на които оперира компанията и за заинтересованите страни, както в организацията, така и извън нея.
- Оценяме и приоритизираме най-значимите теми за развитието на компанията и очакванията и интересите на заинтересованите страни.
- Валидираме пълнотата на приоритетните аспекти и техните граници както вътрешно-организационно, така и с външни заинтересовани страни.

G4-18, G4-26 |

Използваме разнообразни подходи за допитване до заинтересованите страни. Проведохме работна среща събираща ди-

ректори и служители от различни отдели на компанията и поредица от интервюта като част от процеса по създаване на доклада.

G4-25 |

Посредством онлайн въпросник към представители на различни отдели в компанията, са определени ключовите заинтересо-

вани страни спрямо критерии „влияние“ и „заинтересованост“.

G4-24 |

Групи ключови заинтересовани страни за компанията са:

КОРПОРАТИВНИ И ЧАСТНИ КЛИЕНТИ
ИНСТИТУЦИИ И БРАНШОВИ ОРГАНИЗАЦИИ
МЕДИИ
СЛУЖИТЕЛИ

БИЗНЕС ПАРТНЬОРИ
ИНВЕСТИТОРИ
АКЦИОНЕРИ
ДОСТАВЧИЦИ

G4-18 |

С цел фокус и определяне на значимите теми, схемата на ключовите дейности е анализирана, като важните теми са разпределени спрямо основните дейности по веригата на добавена стойност. Представителите на компанията анализират взаимовръзката „ключова дейност-влияние-заинтересована страна“, с цел свързване на водещите теми с ключовите дейности. Всички 38 теми са приоритизирани след оценка според важността си за успеха на компанията. Балансиран и пълен набор от значими теми е постигнат като участници-

те в срещата са предизвикани да влязат в ролята на различни заинтересовани страни и да опитат да прогнозируют и оценят важността за същите тези теми от гледната точка на всяка заинтересована страна. В резултат е създадена двуизмерна оценка на важността на темите както за компанията, така и за заинтересованите страни. Значимите теми са подбрани според ниво на важност от 70% както за компанията, така и за заинтересованите страни поотделно. В допълнение са включени и теми, важни за телеком индустрията като цяло.

G4-26 |

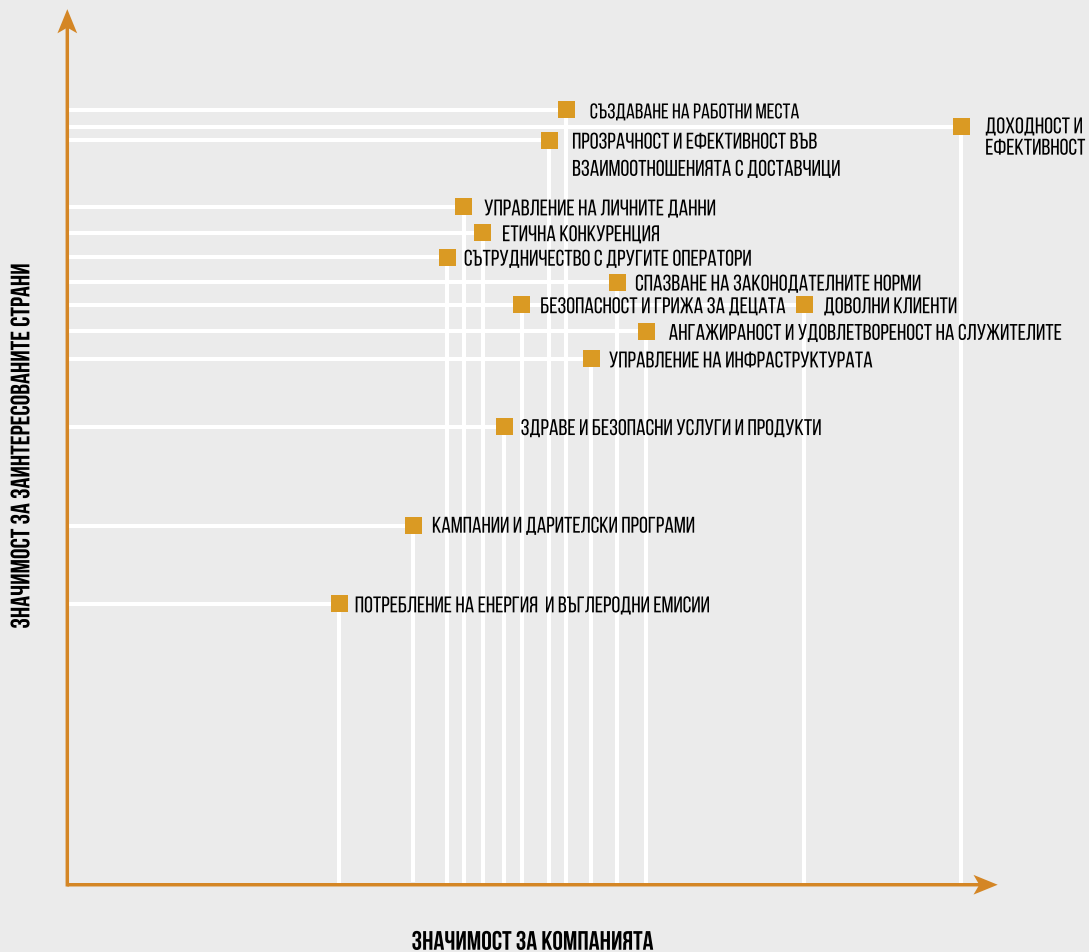
Полученият резултат е валидиран с реалното мнение на заинтересованите страни посредством поредица от срещи с ключови

техни представители. Като последна стъпка значимите теми за доклада са одобрени от мениджмънта.

МАТРИЦА НА ЗНАЧИМИТЕ ТЕМИ

G4-19 |

Всички важни аспекти са представени в матрица и таблица, изготвени според G4 принципите, които включват управленски подход, количествена и качествена информация



G4-19, G4-20, G4-21 |

Значими теми, граници и управленски подход

ТЕМА ОТ ЗНАЧИМОСТ	КОНТЕКСТ	УПРАВЛЕНСКИ ПОДХОД
<p>Ангажираност и удовлетвореност на служителите. Равни възможности за всички служители, развитие и задържане на служителите, здраве и безопасни условия на труд</p> <p>Въздействие: Вътре</p>	<p>Служителите създават организацията посредством връзките помежду си. Те очакват да имат възможности за развитие и професионално израстване, да получат признание за усилията си и обективно възнаграждение, да работят в безопасна, но и приятна среда.</p>	<p>Осигуряваме безопасна работна среда, като надминаваме законовите изисквания и спазваме международни стандарти за здраве и безопасност.</p> <p>Грижим се за кариерното развитие на служителите посредством различни програми.</p> <p>Предоставяме възможности за споделяне, запазване и надграждане чрез организирането на специализирани обучения според нуждите на служителите.</p> <p>Оценяваме регулярно представянето на служителите си с цел предоставяне на възможности за развитие и ги поощряваме с награди.</p> <p>Подкрепяме не само екипа, но и семействата на своите служители.</p>
<p>Безопасност и грижа за децата</p> <p>Въздействие: Навън</p>	<p>Децата са сред най-уязвимите групи потребители, което налага специално внимание и управление на свързаните рискове при предлагането на продукти, както за семейството, така и за родителите.</p>	<p>Проучваме информираността на родителите относно рисковете за децата.</p> <p>Предлагаме специализирани продукти и услуги за деца и родители.</p>
<p>Доволни клиенти Достъп до телекомуникационни услуги и продукти; надеждни и качествени услуги, нови продукти и услуги</p> <p>Въздействие: Навън</p>	<p>Достъпът и наличието на нашата мрежа са от правна точка за удовлетвореността на клиентите.</p> <p>Предлагането на услуги в по-отдалечените райони на страната предоставя достъп на хората, живеещи там, до актуални телекомуникационни решения.</p>	<p>Осигуряваме достатъчно прозрачност и информация при предлагането на услугите си.</p> <p>Поддържаме регулярна комуникацията с клиенти.</p> <p>Предлагаме най-новите и модерни услуги и продукти (напр. IPTV, конвергиращи услуги).</p> <p>Поддържаме и управляваме иновативни системи за управление на мрежата и данните.</p> <p>Улесняваме комуникацията с клиентите посредством осигуряване на директен контакт с техническия отдел за ключови клиенти.</p>
<p>Доходност и ефективност Финансова стабилност и ефективност на бизнес процесите</p> <p>Въздействие: Вътре</p>	<p>Финансовата стабилност е от първостепенно значение за съществуването на една компания. В днешния свят успехът не се свързва единствено с финансовите показатели, но е факт, че въвеждането на устойчиви практики в бизнеса често води до по-добри бизнес постижения и възвращаемост на инвестициите.</p>	<p>Следваме дългострочна успешна стратегия, която ни помага да се диференцираме от конкуренцията, чрез стъпки като предлагане на специфични услуги (интегрирани IT системи).</p>
<p>Потребление на енергия и въглеродни емисии Въглеродни емисии от потреблението на енергия и хладилни агенти, енергийна ефективност</p> <p>Въздействие: Вътре и навън</p>	<p>Глобалните промени в климата и въздействието от добива на природни ресурси са широко дискутирани проблеми. Всяка организация употребява енергия и трябва да поеме отговорност за действията си като търси начини да проследира и същевременно да намали своя енергиен отпечатък.</p>	<p>Введена е сертифицирана система за управление на околната среда.</p> <p>Въвеждаме енергоспестяващи технологии в мрежата.</p> <p>Предлагаме продукти и услуги, които водят до спестяване на енергия за клиентите ни.</p>
<p>Етичната конкуренция Анти-корупция, Борба със сивия сектор, етични бизнес взаимоотношения</p> <p>Въздействие: Вътре и навън</p>	<p>Оперираме в страна, с по-висок от средния корупционен риск според Индекс за възприятието на корупцията за 2014 г. Поради тази причинна етиката има важна роля в нашите бизнес операции.</p>	<p>Прилагаме утвърден Етичен кодекс.</p> <p>Членуваме в организации, създадени с цел борба със сивия сектор.</p>

ТЕМА ОТ ЗНАЧИМОСТ	КОНТЕКСТ	УПРАВЛЕНСКИ ПОДХОД
<p>Здраве и безопасни услуги и продукти Електромагнитни излъчвания, сертифицирани продукти по безопасност</p> <p>Въздействие: Навън</p>	<p>Нарастващите изисквания на потребителите към продуктите ни и все по-честата им употреба налагат с висок приоритет темата за предлагането на безопасни за здравето продукти и услуги.</p>	<p>Оптимизираме управлението на влиянието от нашата дейност и информираме общността за ефектите от ЕМИ (Електромагнитни излъчвания).</p> <p>Следваме утвърдените законовите изисквания за безопасност на продуктите (СЕ маркировка).</p>
<p>Управление на инфраструктурата Загуба на инфраструктура</p> <p>Въздействие: Вътре</p>	<p>Инвестициите в инфраструктура представляват едно от най-значимите разходни пера за телекомите. Същевременно те са неизбежни при доставката на качествени услуги. Ето защо повредата или липсата на инфраструктура влияе пряко върху удовлетвореността на потребителите.</p>	<p>Оптимизираме медната мрежа и инвестираме в изграждане на оптична мрежа.</p> <p>Инвестираме в мобилни мрежи от ново поколение.</p>
<p>Кампании и дарителски програми Спонсорства, благотворителни инициативи, дарения</p> <p>Въздействие: Навън</p>	<p>Освен прекия принос на телекомите за развитието на обществото, подпомагането на определени групи в нужда се възприема като разширяване обхвата на отговорност.</p>	<p>Определили сме основни области на въздействие и релеванност за своя бизнес (образование, култура и др.), където допринасяме чрез VIVACOM Fund.</p> <p>Като част от обществото и в партньорство подпомагаме хора в бедствени ситуации.</p> <p>Служителите ни приемат доброволчеството като своя мисия и се включват в много инициативи, организирани както от компанията, така и от тях самите.</p>
<p>Прозрачност и ефективност във взаимоотношенията с доставчици Критерии за подбор на доставчици, провеждане на обществени поръчки</p> <p>Въздействие: Навън</p>	<p>Липсата на прозрачност и влияние върху доставчиците по веригата на доставки може да доведе до различни проблеми: от работата, възложена на подизпълнител с ниски стандарти за здраве и безопасност, до фирми с недобри екологични практики. По-добрите отношения с доставчиците водят до повишаване на прозрачността за практиките, които ползват.</p>	<p>Прилагаме правилата от политиката на снабдяване.</p>
<p>Създаване на работни места Предоставяне на възможност за работа, особено на младите хора</p> <p>Въздействие: Вътре и навън</p>	<p>Като един от най-големите работодатели в страната имаме видим принос към създаването на работни места.</p>	<p>Чрез разрастване на бизнеса си и предлагането на услуги в отдалечени райони, ние работим с все повече доставчици и осигуряваме заетост в области, където е трудно да се намери работа.</p>
<p>Спазване на законодателните норми</p> <p>Въздействие: Вътре и навън</p>	<p>Спазването на законодателството е минималното изискване към поемането на отговорност.</p>	<p>Регулярно се информираме за последните законодателни промени.</p> <p>Редовно преминаваме одити и проверки от трети страни.</p>
<p>Сътрудничество с другите оператори Споделяне на мрежата</p> <p>Въздействие: Вътре и навън</p>	<p>Партньорството е неизбежно в един свят на свързаност, а и желано, когато спомага за по-добро обслужване и бизнес представяне.</p>	<p>Регулярно се информираме за последните законодателни промени.</p> <p>Редовно преминаваме одити и проверки от трети страни.</p> <p>Регулярни срещи и открит диалог за развитието на сектора.</p>
<p>Управление на личните данни Съхранение и загуба на лични данни</p> <p>Въздействие: Вътре и навън</p>	<p>За бизнес, ориентиран към клиента, защитата на личната информация е основен фактор при изграждането и поддържането на доверие с клиентите.</p>	<p>Защитаваме данните на клиентите като следваме ясни правила и спазваме законодателството.</p> <p>Въведена е сертифицирана система за управление сигурността на информацията.</p>

G4-26, G4-27 |

С цел да подобрим бизнес представянето си се стремим да разширим границата на отговорността, която поемаме, и включваме ясно дефинирани

потребностите и интересите на ключовите заинтересовани страни в управлението на бизнеса и вземането на решения.

ГРУПА ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ	КОМУНИКАЦИЯ И АНГАЖИРАНЕ	ЧЕСТОТА	КЛЮЧОВИ ТЕМИ	ПРЕДПРИЕТИ И ПЛАНИРАНИ ДЕЙСТВИЯ
КОРПОРАТИВНИ И ЧАСТНИ КЛИЕНТИ	Изследване на удовлетвореността. Ежедневен контакт при пазаруване/ обслужване; Клиентски телефон и електронна поща за контакт. Уебсайт на VIVACOM.	Проучвания на месечна и тримесечна база. Ежедневен контакт с потребителите.	Надеждни и качествени услуги. Нови продукти и услуги. Достъп до услуги и продукти за всички. Безопасност и грижа за децата; Управление на личните данни. Ефективност на бизнес процесите.	Ежедневни усилия за подобряване на обслужването на клиентите както в търговската мрежа, така и в отделите за обслужване на клиенти. Обучения за служители и въвеждане на система за Управление на знанието.
СЛУЖИТЕЛИ	Ежедневен диалог; Мултитематични обучения и семинари; Оценка на представянето, потенциала и развитието на служителите; Бонусни схеми; Етичен кодекс; Поддържане на корпоративна култура и позитивна атмосфера на работната среда.	Ежедневен контакт. Ежегодна оценка на представянето. Ежемесечни/ тримесечни оценки.	Условия на заплащане и на труд; Възможности за професионално развитие; Здравословни и безопасни условия на труд; Вътрешнофирмена информация за развитие на организацията и нейните процеси.	Доклад за устойчиво развитие; Нови придобивки; Подобряване на бонусните системи спрямо бизнес потребностите; Развиване на партньорства с нови учебни заведения.
ДОСТАВЧИЦИ	Ежедневен диалог; Публични търгове; Търговски преговори; Регулярни срещи.	Ежедневно.	Условия за участие в тържни процедури; Качество на доставките (продукти и услуги); Подобрение на бизнес процесите; Оптимизиране вземането на решения; Прозрачност и ефективност на отношенията с доставчици	Увеличаване на броя на електронните търгове.
БИЗНЕС ПАРТНЬОРИ	Регулярни срещи. Съвместни инициативи.	Ежедневно.	Спазване на законодателните норми. Корпоративна отговорност.	Политика на снабдяване; Доклад за устойчиво развитие с цел да представи дейността на компанията в нейната цялост.
АКЦИОНЕРИ	Годишен финансов отчет; Междинни финансови отчети и презентации на всяко тримесечие.	Всяко тримесечие.	Доходност и ефективност, Етична конкуренция, Ресурсна ефикасност, Кампании и дарителски програми, Спазване на законодателните норми.	Доклад за устойчиво развитие с цел да представи дейността на компанията в нейната цялост.



ГРУПА ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ	КОМУНИКАЦИЯ И АНГАЖИРАНЕ	ЧЕСТОТА	КЛЮЧОВИ ТЕМИ	ПРЕДПРИЕТИ И ПЛАНИРАНИ ДЕЙСТВИЯ
МЕДИИ	Прессъобщения; Работни срещи с медии; Участие в публични форуми; Уебсайт на VIVACOM.	Ежедневно.	Достъп до услуги и продукти за всички; Обслужване, Отговорен маркетинг; Корпоративна отговорност; Безопасен интернет и мобилно съдържание; Етична конкуренция; Стратегическа информация за бъдещите посоки на развитие и плановете за социално и обществено присъствие.	Доклад за устойчиво развитие с цел да запознае медиите с дейността на компанията в нейната цялост.
ИНВЕСТИТОРИ	Годишен финансов отчет; Междинни финансови отчети и презентации на всяко тримесечие; Регулярна комуникация и срещи с инвеститори.	Ежедневно.	Доходност и ефективност; Визия за дългосрочно развитие; Корпоративно управление; Иновации и качество на предлаганите продукти и услуги.	Доклад за устойчиво развитие с цел да представи дейността на компанията в нейната цялост.
ИНСТИТУЦИИ И БРАНШОВИ ОРГАНИЗАЦИИ	Редовна комуникация; Съвместни инициативи.	Ежедневно.	Регулация на сектора; Борба със сивия сектор; Инициативи в полза на потребителите.	Доклад за устойчиво развитие с цел да представи дейността на компанията в нейната цялост.

ЕФЕКТИВНИ

Ценностите за **VIVACOM**



Нашият успех е успехът на нашите клиенти.
Предоставяме практични и достъпни решения
и постигаме най-добрите резултати.

3. ЕФЕКТИВНИ

Ефективността показва в каква степен са постигнати целите на компанията при съпоставяне на действителните и очакваните резултати. Във VIVACOM работим, като първо си поставяме

реално постижими цели, а след това полагаме всички необходими усилия, за да ги постигнем в максимална степен. Доказват го следните факти за 2014 г.:

99,99% покритие на 2G мрежата

99,85% покритие на 3G мрежата

MAN мрежа с 213 технологични възела в 151 града

Оптична инфраструктура до близо 900 000 домакинства в 15 града

Увеличение на маржа на коригираната EBITDA до 41.6%

Единственият телеком с нарастващ дял на приходите от мобилни услуги - 25%

VIVACOM е оператор номер 1 по приходи за последните 2 години - 806 милиона лева за 2014 г.

VIVACOM е оператор номер 1 по отношение на предоставяне на фиксирани интернет услуги с 24% пазарен дял

23% от търговете са проведени през системата за електронно снабдяване от внедряването ѝ през октомври 2014 г.

19% от устройствата за телевизия и интернет преминават тестове и се връщат към мрежата за използване

1052 нови служители



3.1. ПОКРИТИЕ И МРЕЖА

VIVACOM притежава най-добре развитата мрежа в България и е лидер в предоставянето на съвременни телекомуникационни услуги, които отговарят на най-високите професионални стандарти - от мобилни

и фиксирани гласови услуги, високоскоростен широколентов интернет достъп, услуги за пренос на данни през мобилни и фиксирани мрежи до индивидуални телекомуникационни решения.

VIVACOM е единственият телекомуникационен оператор в страната, който предоставя конвергирани решения през наземна, медна и сателитна инфраструктура, мобилна мрежа и публичен интернет. Компанията поддържа единствения в България, съобразен с международните изисквания, Център за управление на мрежата и най-големия Център за съхранение и резервиране на данни в реално време.

Разполагаме със собствена сателитна станция PLANA с възможности за осигуряване на свързаност до най-отдалечените точки на Земята

КОМПАНИЯТА ПРИТЕЖАВА СОБСТВЕНА ИНФРАСТРУКТУРА, КОЯТО ВКЛЮЧВА:

МОБИЛНА МРЕЖА ОТ 3 579 БАЗОВИ СТАНЦИИ, поддържаща технологии 2G и 3G поколение и покриваща с функционалност 236 kbps - 99.99% от населението; 21 Mbps - 99.85%; 42 Mbps - 63.35%.

МОБИЛНАТА МРЕЖА ОТ
ВТОРО ПОКОЛЕНИЕ ПОКРИВА:

99,99 %

ОТ НАСЕЛЕНИЕТО

99,65 %

ОТ ТЕРИТОРИЯТА



МОБИЛНАТА МРЕЖА ОТ
ТРЕТО ПОКОЛЕНИЕ ПОКРИВА:

99,85 %

ОТ НАСЕЛЕНИЕТО

98,17 %

ОТ ТЕРИТОРИЯТА



СОБСТВЕНА ОПТИЧНА КАБЕЛНА МРЕЖА, осигуряваща възможност за предоставяне на високоскоростна свързаност и HD IPTV интерактивна телевизия в над 883 хиляди домакинства в края на 2014 г.

СОБСТВЕНА МЕДНА КАБЕЛНА МРЕЖА, осигуряваща фиксирана телефония на над 90% от домакинствата

СОБСТВЕНА НАЦИОНАЛНА ИНТЕЛИГЕНТНА IP MPLS¹ МРЕЖА, осигуряваща на клиентите възможността да ползват безпроблемно пълната гама от мрежови IP приложения

НАЦИОНАЛНА DWDM² МРЕЖА, изградена на базата на многослоен модел, обезпечаващ предоставяне на услугите с гарантирано качество, ефективно управление и разширение

MAN³ МРЕЖА ЗА ШИРОКОЛЕНТОВ ДОСТЪП, играеща ролята на свързващо звено между локалните (LAN) и глобалните (WAN) мрежи за данни

ФИКСИРАНА МРЕЖА, осигуряваща предоставянето на фиксирани услуги за пренос на глас и данни

НАЦИОНАЛНА ЦИФРОВИЗИРАНА ТЕЛЕФОННА PSTN⁴ МРЕЖА, обхващаща главните населени места на България

NGN⁵ ТЕЛЕФОННА МРЕЖА ОТ НОВО ПОКОЛЕНИЕ, позволяваща независимост на услугите от типа и вида на преносната технология

ЦЕЛИ ЗА 2015 г.:

- Подобрения в мрежата – Увеличаване на процента покритие на населението с функционалност 42 Mbps до 69,5%
- Спестяване на времето за пътуване на техническите екипи, които поддържат мрежата

1. MPLS (Multiprotocol Label Switching) 2. DWDM (Dense Wavelength Division Multiplexing) 3. MAN (Metropolitan Area Network),
4. PSTN (Public Switched Telephone Network) 5. NGN (Next Generation Network)

3.2. ПРОДУКТИ И УСЛУГИ

Като интегриран доставчик на телекомуникационни услуги VIVACOM предлага на своите потребители удобството да получат всичко, от което имат нужда, от един източник. Компанията ни цели да удовлетвори максимално потребностите на абонатите

си, затова им предоставя разнообразни възможности за комбиниране на услуги по собствен избор и създаване на индивидуални пакети, отговарящи на техните нужди, с което да пестят пари и усилия.

VIVACOM безспорно може да бъде определен като първия телеком в България, който стартира с предлагане на фиксирана телефония през далечната 1886 г., а днес дава възможност на потребителите да избират между всички услуги в сферата, разпределени в четири основни направления:



ДОМАШЕН
ТЕЛЕФОН



МОБИЛНИ
УСЛУГИ



ИНТЕРНЕТ



ТЕЛЕВИЗИЯ

ДОМАШЕН ТЕЛЕФОН е услуга с доказана надежност през годините. Удобно за потребителите решение, с високо качество и ниво на сигурност. Ето защо десетки хиляди абонати продължават да я ползват и днес. Сред големите ѝ преимущества е по-ниската цена за разговори към други държави, което я прави предпочитана от хора с роднини и приятели зад граница. Компанията ни се стреми да отговаря на нуждите на своите потребители и предлага разнообразие от тарифни планове, които включват време за разговори както във фиксираната мрежа, така и към мобилни

мрежи и мрежи в чужбина.

VIVACOM отделя специално внимание и на нуждите на хора в неравностойно положение и потребители, включени в програми за социално подпомагане, като им предоставя разработените за тях социални планове. Специално за клиентите на фиксиран телефон, компанията ни предлага услуга за защита на дома и имуществото - застраховка VIVACare Home. Тя е създадена така, че да гарантира надеждна защита при природни бедствия като земетресение, наводнение, пожар, буря, градушка до неправомерни

действия на трети лица като вандализъм, кражба чрез взлом и др. Така потребителите на VIVACOM могат да се чувстват защитени и спокойни в своите домове. Фиксираната телефония е предпочитана услуга и от бизнеса. VIVACOM предоставя на своите корпоративни клиенти множе-

ство варианти за стационарни линии не само за обезпечаване на връзките в компанията, но и за постоянна комуникация с клиентите. Такива например са услугите „Универсален номер“ (0700) и „Зелен номер“ (0800), които се използват най-често за потребителски линии.

МОБИЛНИТЕ ГЛАСОВИ УСЛУГИ, които VIVACOM предлага, могат да бъдат разделени на предплатени и абонаментни. За 2014 г. 85% е бил дялът на клиенти на VIVACOM с договор за тарифен план, което е с 8 пункта повече от средните нива на пазара (77%). Това е сериозно доказателство

за доверието на потребителите в услугите и офертите на компанията. За да удовлетвори максимално нарастващите нужди на своите клиенти, компанията ни предлага разнообразни планове, разделени в няколко категории според включените услуги:

NET&CALL	отговарят изцяло на нуждите на съвременните хора от неограничено потребление на интернет в комбинация с включени минути за разговор; най-подходящите и предпочитани планове от потребителите със смартфони
MAXICALL	предлагат минути за разговори към всички мрежи в страната – фиксирани и мобилни
VIVA FREE	дава абсолютна свобода на избор за включени минути в мрежата на VIVACOM, към национални или международни оператори, SMS-и или неограничен мобилен интернет, без срочни договори, неустойки и включени услуги, които абонатът не използва. Могат да бъдат добавяни или премахва- ни услуги всеки месец, според текущите нужди на клиента
HYBRID	иновативен план, който комбинира предимствата на месечния абонамент с включени минути, SMS-и и интернет трафик и възможността за зареждане на предплатен ваучер при изчерпване на лимитите от абонамента
BIPPER	специално разработен план за деца с функции за родителите – безопасност и определяне на местоположението на детето във всеки един момент, паник бутон за спешни случаи и контрол върху разходите

Предплатени мобилни услуги VIVACOM предоставя чрез няколко пакета, включващи различен обем минути, SMS-и и мега-

байти. Те дават на потребителите надежден начин за комуникация и сигурност при потреблението и управлението на разходите.

ИНТЕРНЕТ УСЛУГИТЕ на VIVACOM са базирани на оптична технология - FTTB (Fiber-to-the-Building) и FTTH (Fiber-to-the-home). Характерното за тях е, че оптиката достига до дома, което гарантира чиста преносимост на сигнала, надеждност и висока защита на данните. Инфраструктурата от най-ново поколение позволява много по-висока стабилност на мрежата при лоши

метеорологични условия, без прекъсвания. До момента VIVACOM е изградила оптична инфраструктура със свързаност до близо 900 000 домакинства в 15 града в България. Потребителите имат възможност да избират измежду разнообразните FiberNet планове според своите нужди – с максимална скорост на download/upload от 15 до 100 Mbps.

УСЛУГАТА VIVACOM NET е базирана на ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line) технологията и представлява надежден

високоскоростен достъп до интернет чрез използване на съществуваща телефонна линия по медна свързаност.

TOOWAY е услуга за високоскоростен достъп до Интернет чрез сателит. Услугата осигурява бърза и надеждна връзка на единични домакинства и малки фирми. Достъ-

път чрез сателит може да осигури връзка до глобалната информационна мрежа дори в най-отдалечените и слаборазселени райони.

МОБИЛНИЯТ ИНТЕРНЕТ дава лесен и удобен достъп до информация и услуги в интернет, чрез използване на смартфон, таблет или лаптоп, където и да се намира потребителят. VIVACOM има 3G мрежата с най-добро покритие в България - 99,85%

от населението в края на 2014 г. Клиентите на телекома могат да разчитат на сигурна връзка с плановете за таблет и лаптоп Traffic Unlimited или с включени мегабайти трафик на данни към избрания абонамент за смартфон.

От 2010 г. VIVACOM предлага услугата „Платена Телевизия“. Компанията използва две технологии за доставка на телевизия:

— чрез сателитна технология DTH Direct-To-Home - предоставя телевизионно съдържание чрез спътник, директно до дома на клиента.

— чрез интернет връзка и протокол за предоставяне на мултимедийно съдържание IPTV (Internet Protocol Television) - изцяло цифровизирана платформа, осигуряваща достъп до многобройни телевизионни канали, видео, приложения и интерактивни функционалности като превъртане назад до 2 часа, паузиране и гледане на архив до 7 дни назад.



Независимо по коя от двете технологии предоставя телевизионната услуга, VIVACOM дава на своите потребители възможност за избор между различни пакети,

включващи над 160 канала, от тях 25 HD и богато разнообразие от жанрове: спорт, филми, анимация, музика, научно-популярни и още много други.

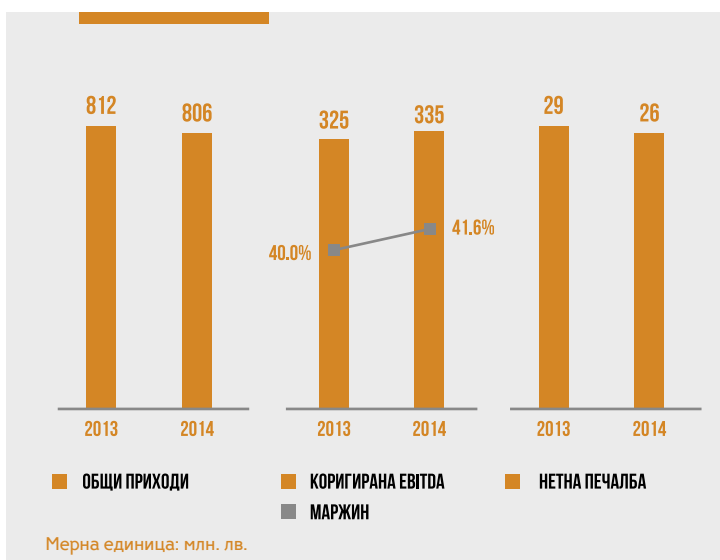
3.3. ФИНАНСОВИ РЕЗУЛТАТИ

Ние сме водещият телекомуникационен оператор в България по размер на общите приходи за две последователни години – 2013 г. и 2014 г.¹. VIVACOM е напълно интегриран оператор, който предоставя мобилни и фиксирани телефонни услуги, фиксиран широколентов интернет и платена телевизия на национално ниво за частни и бизнес клиенти. Към 31 декември 2014 г. общите ни приходи възлизат на 806 милиона лева, а оперативната ни печалба - на 335 милиона лева. Конкуренцията на пазара и прехода от фиксирани към мобилни услуги оказват натиск върху приходите ни, въпреки че това отчасти се компенсира от увеличаване на броя клиенти на мобилни, фиксирани интернет и платени телевизионни услуги. През 2014 г. общият ни приход спада с

0.7%, сравнен със спад от 5.3% през 2013 г., докато маржът на коригираната EBITDA се увеличава до 41.6%, спрямо 40.0% през 2013 г. Вярваме, че нашият диверсифициран бизнес модел, включващ мобилен пренос на глас и данни, фиксирани телефонни услуги, фиксиран широколентов интернет и платена телевизия на разнообразни тарифни планове с опция за комбиниране на услуги, подсилва финансовата ни стабилност и подобрява рентабилността на компанията.

Въпреки силно конкурентния телеком пазар, VIVACOM поддържа водеща позиция благодарение на стойността, която създаваме за клиента, силния си бранд и широкия обхват на предлаганите продукти и услуги.

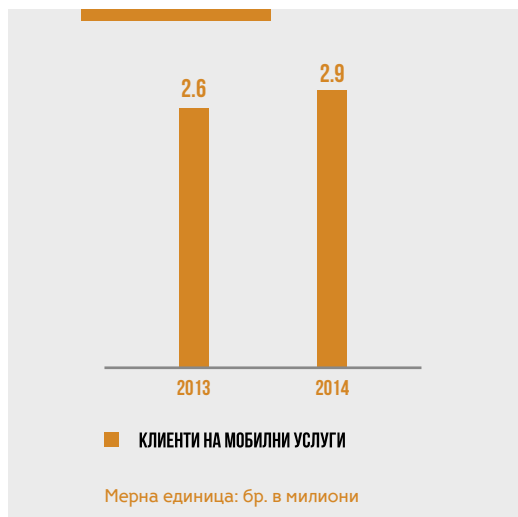
ФИНАНСОВИ ПОКАЗАТЕЛИ



¹Източници: Финансови отчети на компанията, Теленор и Телеком Австрия АГ

НЕФИНАНСОВИ ПОКАЗАТЕЛИ

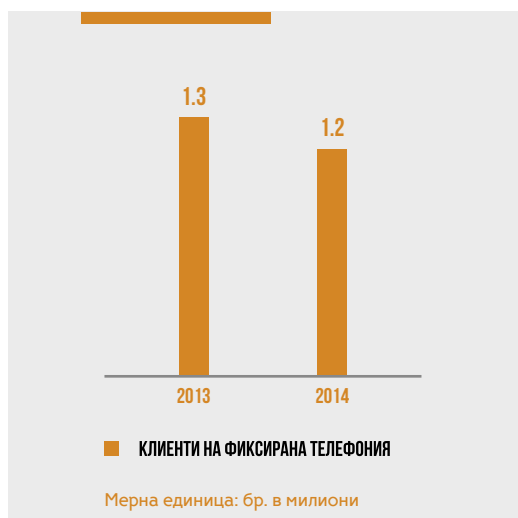
МОБИЛНИ УСЛУГИ



В момента ние сме третият по общ брой потребители мобилен оператор в България с 2.9 милиона клиенти към края на 2014 г. и отбелязано повишение от 11.6 процентни пункта спрямо 2013 г. Пазарният ни дял в приходите от мобилни услуги достигна до 24% към края на 2014 г.²

Свързваме този устойчив растеж с редица фактори, включващи високото качество на мрежата ни, предлагането на опции за пакетни услуги, кръстосани продажби и повторни продажби на вече съществуващи клиенти.

ФИКСИРАНИ ГЛАСОВИ УСЛУГИ



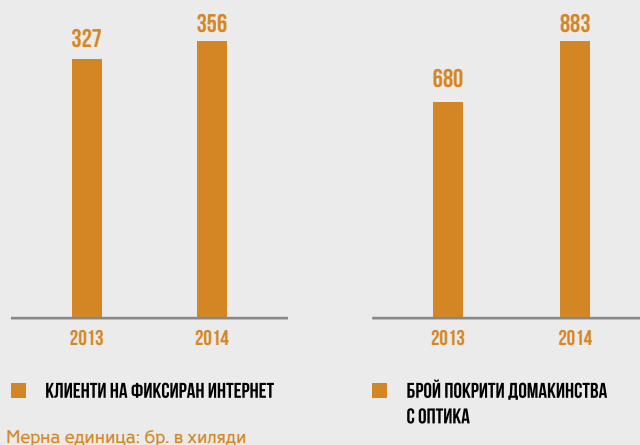
Ние сме водещият оператор за фиксирана гласова услуга в България с пазарен дял от 71% по равнище на приходите и 68% по брой на клиентите към края на 2014 г.³

Общият брой клиенти на фиксирана гласова услуга е намалел с 9,8% до 1,2 милиона към 31 декември 2014 г. спрямо 1,3 милиона към 31 декември 2013 г. Това намаление се дължи предимно на интензивната ценова конкуренция, при която такава услуга се добавя на много ниска цена към мобилни, интернет, телевизионни услуги, както и на тенденцията за замяна на фиксирана гласова услуга с мобилна такава.

²Източник: Финансов отчет на компанията, консолидирани финансови отчети на Теленор и Телеком Австрия АГ

³Източник: Analysis Mason's Telecoms Market Matrix and European Core Forecasts

ФИКСИРАН ШИРОКОЛЕНТОВ ИНТЕРНЕТ



— Ние сме лидерът на пазара на фиксирана широколентова интернет услуга с 24% пазарен дял по брой клиенти към края на 2014 г. Общият ни брой клиенти за тази услуга възлиза на 355 994 или с 8,8% повече към 31 декември 2013 г. Положителната промяна се дължи на увеличаване дяла оптични връзки и се свързва с нарастващото търсене на надежден високоскоростен интернет.

— Продължаващото изграждане на оптичната ни мрежа позволява да извличаме полза от наложилата се тенденция за миграция към оптични високоскоростни технологии. През 2014 г. беше постигнат значителен прогрес в изграждането на оптичната ни мрежа, която към края на годината достига до 883 000 домакинства в страната.

ПЛАТЕНА ТЕЛЕВИЗИЯ



— В сегмента платена телевизия постигнахме ръст на клиентската база от 26,2% - 255 000 в края на 2013 г. до 322 000 в края на 2014 г. Отдаваме това основно на повишеното търсене на услуги с високо качество и богато съдържание, насочено към предпочитанията на потребителя.

— Подробна информация за финансовите и нефинансовите показатели, както и за управлението на риска може да бъде намерена в публичните отчети, налични на интернет страницата ни.

ВРЪЗКИ С ИНВЕСТИТОРИ

Наше основно схващане, е че регулярният контакт с инвеститорите и ангажирането им в открит диалог е от съществено значение за поддържането на добри взаимоотношения. Предоставянето на навременна прозрачна информация за компанията помага на инвеститорите да добият по-добро разбиране за бизнеса, управлението на компанията, финансовите резултати и бъдещите перспективи.

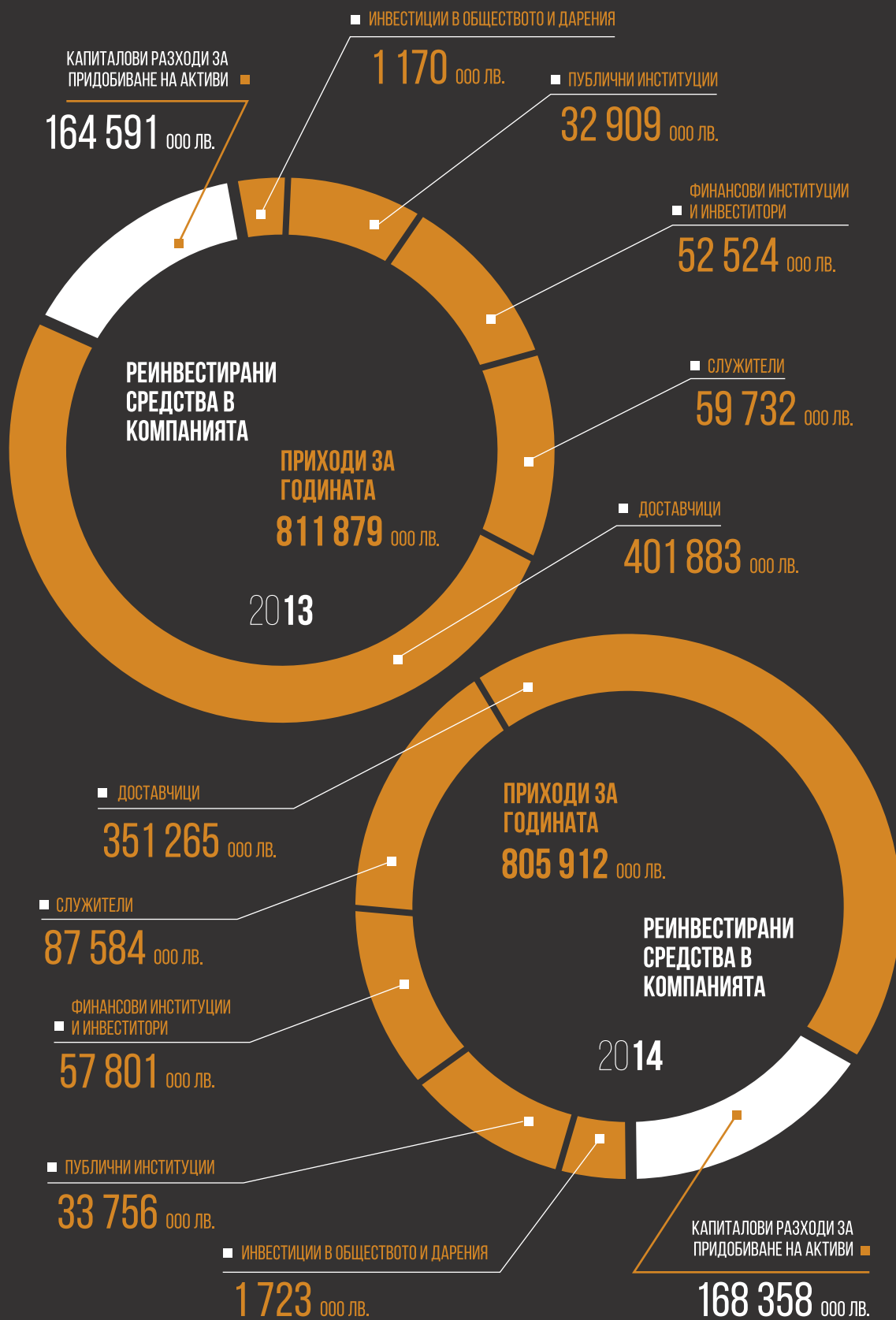
За VIVACOM поддържането на връзка с инвеститорите не се основава само на едностранна комуникация. Комбинират се комуникацията от страна на компанията за посоката на развитие с обратната връзка и вижданията на инвеститорите. Отчитайки характера на тези взаимоотношения и водени от дългосрочна отговорност и ангажираност, ние поддържаме непрекъснат диалог с всички ключови инвеститори. Прозрачната комуникация с инвеститори-

те е от особено значение при анализа на текущото състояние и бъдещия потенциал на VIVACOM по начин, който позволява достигане до обективна оценка. Чрез своята ангажираност към инвеститорите, ние разбираме каква информация би могла да бъде от полза за тях и споделяме стратегията си за управление на значимите теми по веригата на създаване на споделена стойност. Комуникираме с инвеститори на събития, в конферентни разговори и индивидуални срещи с оглед поддържането на висока информираност и прозрачност. VIVACOM също така актуализира непрекъснато своя уебсайт, където е налична информация за финансовия календар, финансови отчети, презентации, ключови показатели, последни новини и релевантни данни. Стараем се да отговаряме на запитвания от инвеститори, изпратени по електронен път, в рамките на 24 часа.

МОДЕЛ ЗА СПОДЕЛЕНА СТОЙНОСТ

Компанията ни твърдо стои зад убеждението, че за да се развива бизнесът устойчиво, създадената стойност трябва да бъде разпределена справедливо между заинтересованите страни. Моделът за споделена стойност се базира на нашето разбиране, че като лидер на телекомуникационния пазар ние създаваме стойност за служителите, акцио-

нерите, инвеститорите и доставчиците си, както и за обществото като цяло. Вярваме, че с основните си компетенции и експертиза успяваме да работим така, че да отговорим на нуждите на широката общественост, като подкрепяме социални каузи, и същевременно генерираме ползи за бизнеса.



3.4. СНАБДЯВАНЕ

ПОЛИТИКА ЗА ИЗБОР И РАБОТА С ДОСТАВЧИЦИ

Производството на стоки и услуги е обвързано с въздействие върху средата. VIVACOM работи с различни доставчици, в това число производители, дистрибутори, консултанти. Доставяните услуги и продукти могат да бъдат категоризирани в различни сфери, между които: жични и безжични мрежови инфраструктури, информационни технологии, устройства, потребителски и бизнес продукти и услуги, софтуер, съдържание, административни стоки и услуги, автопарк, строително-монтажни дейности.

VIVACOM активно разработва и използва инструменти за оценка на представянето на доставчиците. При избора на контрагенти освен цена, се отчитат и критерии като рентабилност, финансова стабилност, безопасност за здравето и околната среда, новаторство, капацитет за производство и доставка, възможности за сервизна поддръжка, технически параметри на стоките и услугите. Стремим се да установим дългосрочни взаимоотношения с доставчиците и да им помагаме да се усъвършенстват, постигайки стандарта на техническите и

функционални спецификации за доставка на VIVACOM. Изпълняваме постоянен мониторинг на качеството на доставките, включително предхождащи сключването на договорите за доставка посещения и инспекции на мястото на производство, включването на независими външни експерти при одитирането на изпълнението на договорите, създаването на конкурентна среда за висок стандарт и изпълнение и след сключването на договорите. В резултат на усърдието ни и мотивацията на доставчиците на VIVACOM да продължат договорните си отношения с нас, все повече от тях успешно покриват изискванията на международните стандартизиращи организации като ISO, British Standard, ANSI.

Предоставяме равни шансове на всички доставчици в търговете и конкурсите и провеждаме процедурите по избор на нови доставчици по максимално прозрачен начин и в съответствие с одобрената от Управителния съвет на компанията процедура за доставки.

КОНФЛИКТНИ МАТЕРИАЛИ ПО ВЕРИГАТА НА ДОСТАВКИ

В производството на смартфони и таблети се използват минерални ресурси като калай, тантал, волфрам, злато и други метали, които често се добиват в условия на въоръжен конфликт, най-вече в Демократична република Конго и сродни страни. Приходите от продажбата на тези минерали поддържат въоръжените конфликти, откъдето идва и названието „конфликтни минерали“. Един от доставчиците на VIVACOM е Huawei - производител на телекомуникационно оборудване, нареждащ се сред първите трима производители на смартфони в света за 2014 г. Според политиката на Huawei съзнателното закупуване или използване на конфликтни минерали е забранено, като това изискване достига и до многобройни доставчици, с които компанията си взаимодейства. Изпълнението на тази политика се съблюдава посредством проверки на доставчиците.

За повече информация: [2013, Sustainability Report](#) на Huawei

Съществен аспект от процеса на снабдяване е оптимизиране на времето и процедурата за избор и работа с доставчика. Забавянето на тези етапи често води до финансови загуби както за доставчиците, така и за VIVACOM. С цел оптимизация на процеса, през ноември 2014 г. компанията ни въвежда система за електронно снабдяване. Тя значително улеснява процеса,

осигурява му пълна видимост и проследимост, интегрира всички етапи, заложи в процедурата за избор на доставчик, и автоматично изчислява и сравнява предложенията. Електронното снабдяване е една от най-модерните и ефективни практики за оптимизиране на процеса и намаляване на разходите за доставки на компаниите.

ОСНОВНИ ПРЕДИМСТВА НА СИСТЕМАТА ЗА ЕЛЕКТРОННО СНАБДЯВАНЕ:

- Провеждане на електронни аукциони, което води до значително спестяване на количествата хартия, употребявана от доставчиците при традиционния начин за изготвяне на тържни документи и договори. В резултат се постига намаляване на разходите и оптимизиране на процеса на снабдяване, както и непосредствен ефект върху околната среда;
- Автоматично сравняване и оценка на офертите;
- Електронно подписване и архивиране на всички документи, свързани с покупката;
- Функции за електронно управление на цялата документация и кореспонденция;
- Периодична оценка на доставчика (ISO 9001) - информацията към тях за рейтинга им в компанията предполага потенциалното им развитие и усъвършенстване. В резултат на постоянните търгове и оценки, които VIVACOM прави на доставчиците си, повечето от тях проактивно търсят и получават нашата обратна връзка.
- Автоматично регистриране на данните в SAP системата.

За месеците ноември - декември 2014 г. компанията проведе 23% от своите търгове през системата си за електронно снабдяване. Резултатите се измерват в съществено

спестяване на време, материални ресурси и имат финансово изражение по отношение търгуваните стоки и услуги – както за нас, така и за участващите доставчици.

ЦЕЛИ ЗА 2015 г.:

- Стриктно следване на предварително заложения бюджет и оптимално използване на възможностите за спестяване чрез предоговаряне на договорите с ключови доставчици
- Преизползване на оборудване с оглед оптимизация на разходи за доставка.
Цел: спестявания за минимум 10 милиона лева
- Повишаване на броя на електронните търгове до 50% от общия брой проведени търгове за годината

3.5. ЕНЕРГИЙНА И РЕСУРСНА ЕФЕКТИВНОСТ

Повсеместното развитие на 3G мрежите и ръстът на трафика на данни водят до неминуемо увеличение на потреблението на енергия. Енергийната ефективност се превръща в основен фактор за конкурентоспособността на телекомите. През 2014 г. VIVACOM консумира 124 ГВтч. енергия под формата на електро- и топлоенергия и горива. Основен потребител на енергия са опорните и фиксирани мрежи и базови станции (68%), следвани от горивата в автопарка (18%) на компанията.

Спрямо 2013 г. се наблюдава ръст с около 10%, който се дължи на връщането на целия автопарк за поддръжка на мрежата обратно в БТК ЕАД. Поради това потреблението на горива в автопарка се увеличава от 753 000 на 2 225 000 литра. За сметка на това се отчита спад в потреблението на електричество от фиксираната мрежа със 7% и дизелово гориво в базовите станции с 24%.

През 2014 г. енергийното потребление на VIVACOM генерира 59.6 хиляди тона въглеродни емисии (преки и непреки), което представлява спад с около 4.3% на годишна база, дължащ се в най-голяма степен на общото по-голямо включване на възобновяеми енергийни източници в електроенергийния микс на страната.

Потреблението на електричество в мобилната мрежа се ограничава основно чрез функционалностите DTX и Power Control, които са активирани в 100% от мрежата. В

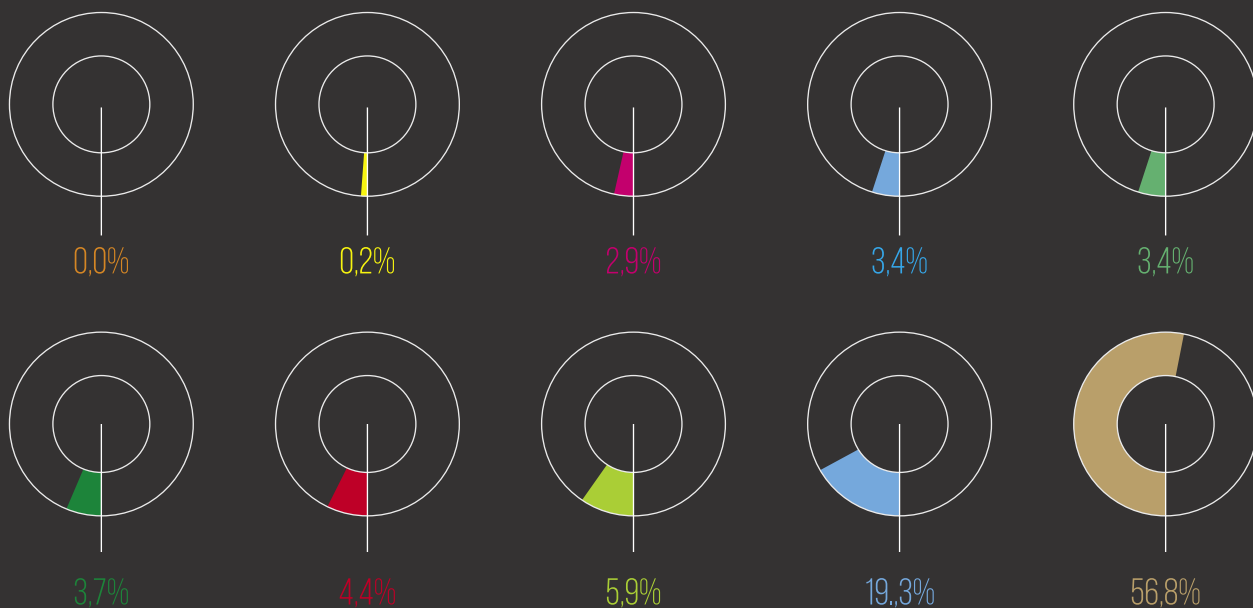
мобилната мрежа има активирана функционалност, чрез която на база на калкулации в реално време, капацитетът на клетките се намалява чрез изключване на част от радиопредавателите при липса на трафик.

Друг голям потребител на електричество е охлаждането. То е най-ефективно на базовите станции с външен монтаж - посредством вентилатори, но това е възможно само в 25% от базовите станции. При вътрешното охлаждане най-ефективни са т. нар. freecooling системи – хибридни системи от вентилатори, охлаждащи чрез вкарване на външен въздух (когато външната температура е достатъчно ниска) и климатик за останалото време, които са монтирани на 16% от базовите станции с вътрешно охлаждане. Тази система е приложима за базовите станции, разположени в технологични контейнери. Останалите базови станции с вътрешен монтаж в технологични помещения разчитат на split системи от енергиен клас A/A+ (61%) или по-нисък.

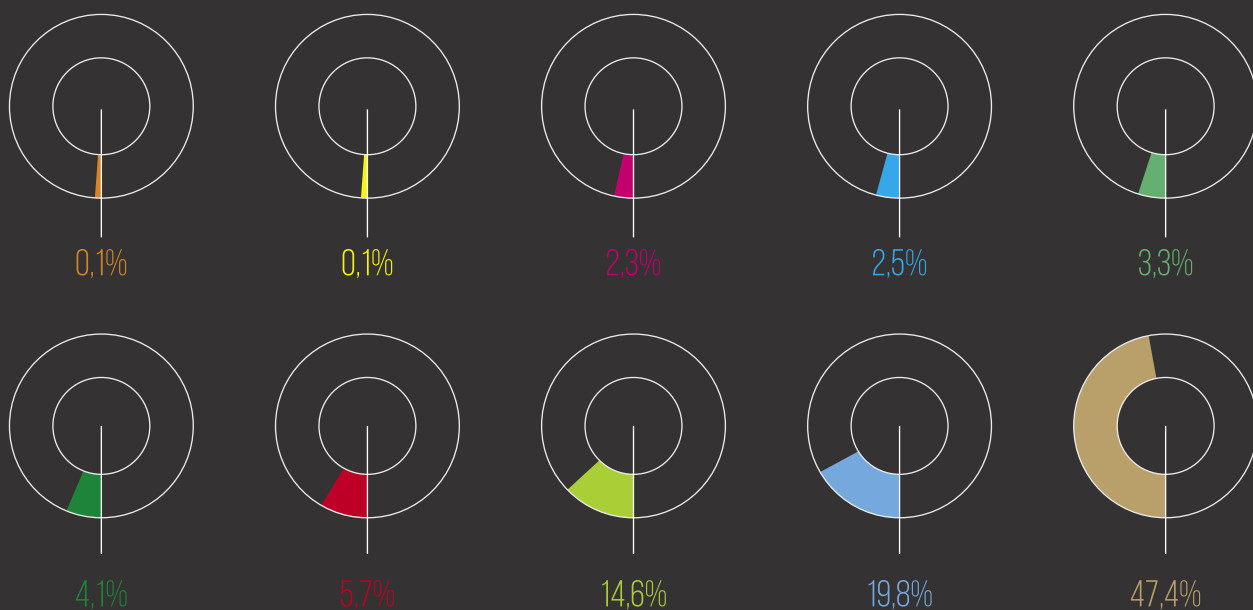
VIVACOM използва ВЕИ (фотоволтаични панели в комбинация с дизелов генератор и батерии) само при невъзможност за изграждане на постоянно електрическо захранване (ВЕЗ), тоест на отдалечените от електропреносната мрежа базови станции. На дизел генератор към момента са останали 9 базови станции, като една е с реализиран ВЕИ от средата на 2014 г., а за 2015 г. са предвидени 4 за ВЕИ, а останалите 5 - за ВЕЗ.

ПОТРЕБЛЕНИЕ НА ЕНЕРГИЯ

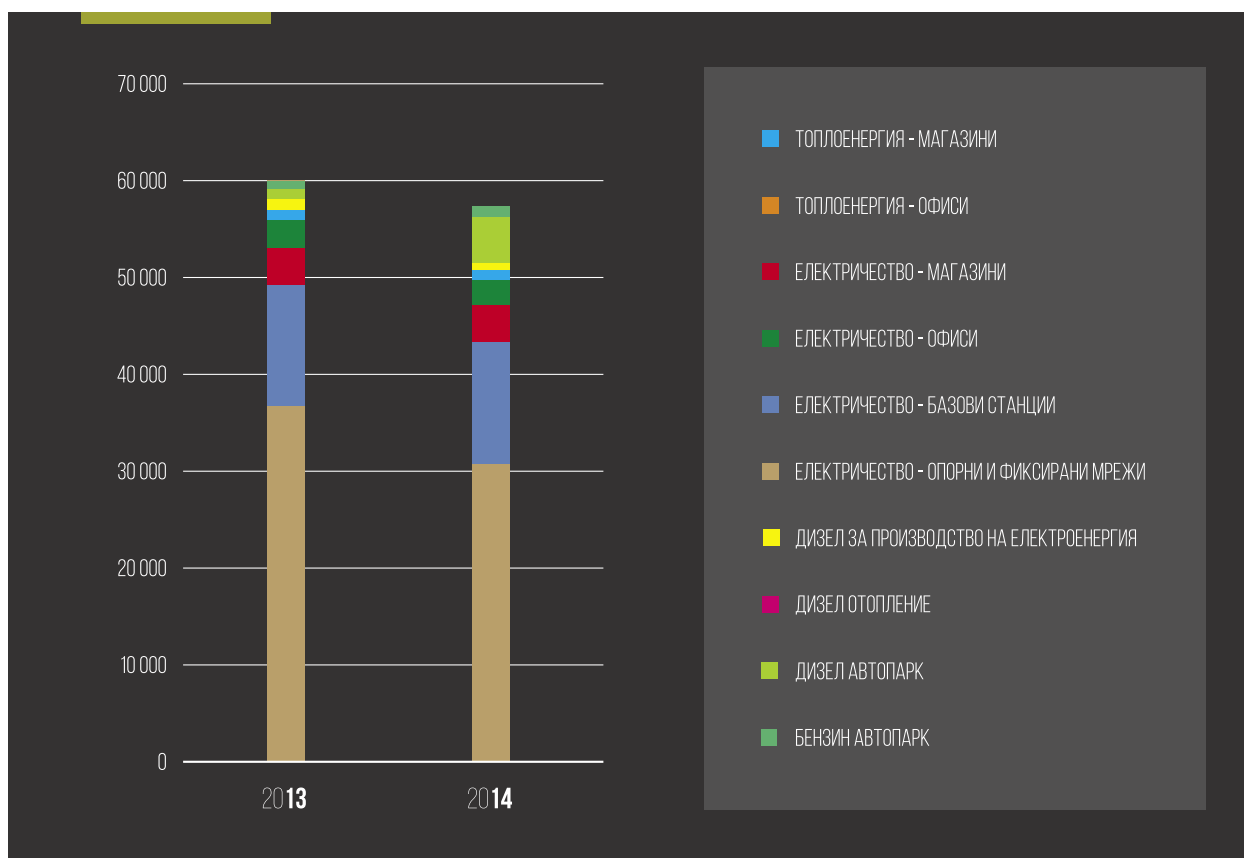
2013



2014



- ТОПЛОЕНЕРГИЯ - ОФИСИ
- ТОПЛОЕНЕРГИЯ - МАГАЗИНИ
- ЕЛЕКТРИЧЕСТВО - МАГАЗИНИ
- ЕЛЕКТРИЧЕСТВО - ОПОРНИ И ФИКСИРАНИ МРЕЖИ
- ДИЗЕЛ ОТОПЛЕНИЕ
- БЕНЗИН АВТОПАРК
- ДИЗЕЛ АВТОПАРК
- ДИЗЕЛ ЗА ПРОИЗВОДСТВО НА ЕЛЕКТРОЕНЕРГИЯ
- ЕЛЕКТРИЧЕСТВО - ОФИСИ
- ЕЛЕКТРИЧЕСТВО - БАЗОВИ СТАНЦИИ

ОБЩО CO₂ ЕМИСИИ (Т)

Делът на абонатите, отказали се от хартиена фактура, нараства до 20% към края на 2014 г. спрямо 13.9% към 31 декември 2013 г., като тенденцията за преминаване към електронна фактура ще продължи и през следващите години.

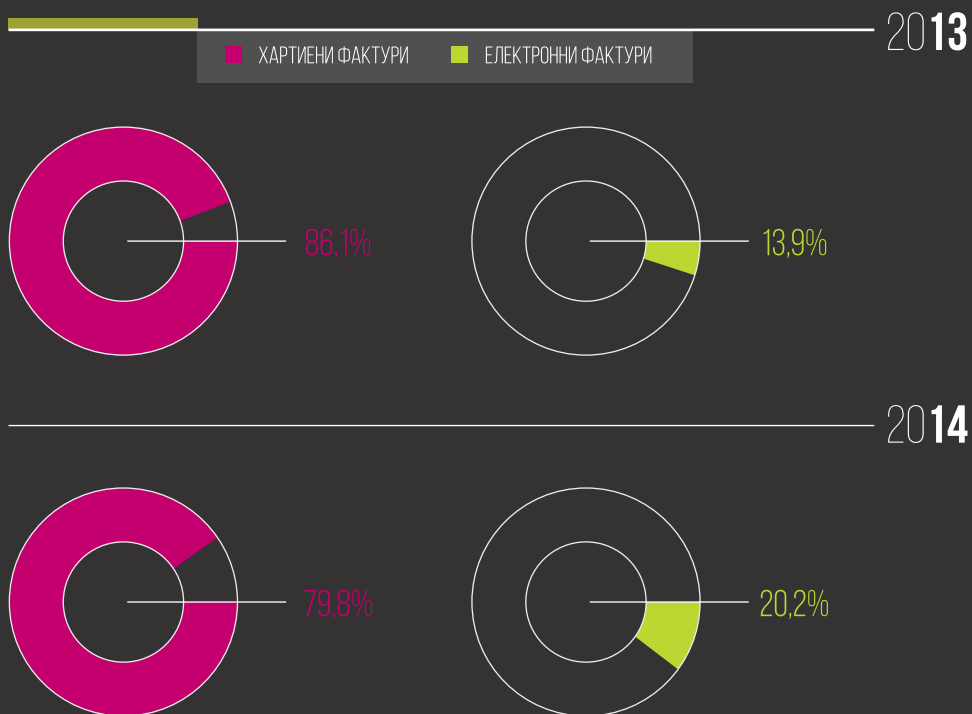
Поддръжката и постоянното обновяване на фиксираната и мобилната мрежа изискват постоянна подмяна на оборудването. Компанията ремонтира и внедрява в повторна употреба около 40% от това оборудване. Въпреки това се генерират голямо количество отпадъци, които VIVACOM продава и/или предава за рециклиране.

Големият ръст в предадените за рециклиране кабели през 2014 г. е свързан с бракуване и изваждане на всички недействащи

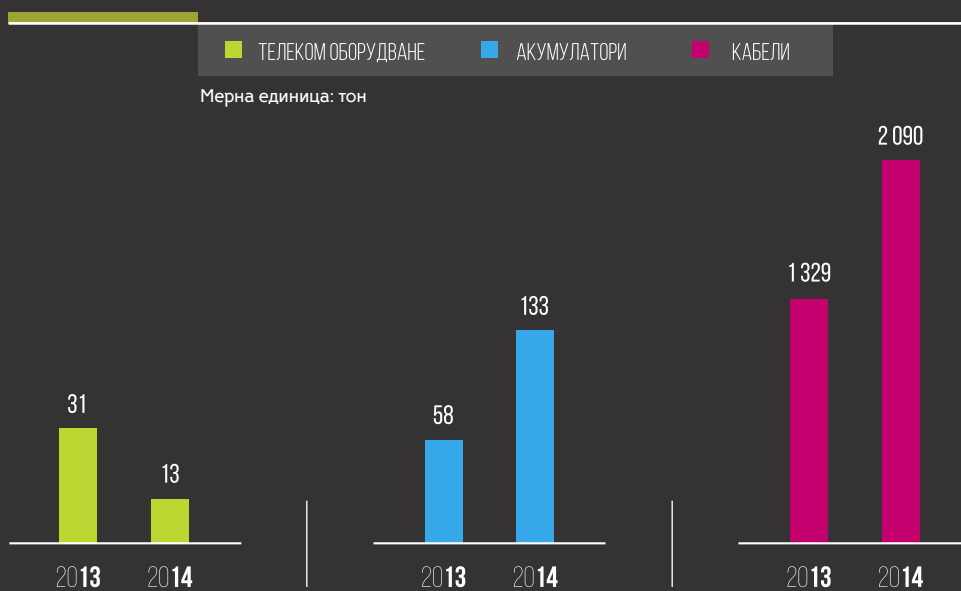
медни кабели от кабелната мрежа с цел премахване на предпоставките за кражби на кабели.

Развитието на мрежата води до подобряване на услугите, което изисква по-широко портфолио крайни мрежови устройства към потребителите. Устройствата за DTH TV, IPTV TV и интернет, които отпадат от потребление поради минаване към нова услуга, спиране на услуга и др., преминават тестове и се връщат към мрежата за преизползване. По този начин напълно здрави и годни за употреба крайни устройства не се изхвърлят, а се оптимизират, което води до цялостното подобряване на енергийната и ресурсна ефективност на VIVACOM и съответно до намаляване на вредното влияние върху околната среда.




АКТИВИРАНИ ЕЛЕКТРОННИ ФАКТУРИ В КРАЯ НА ПЕРИОДА (%)



ОТПАДЪЦИ ОТ МРЕЖАТА

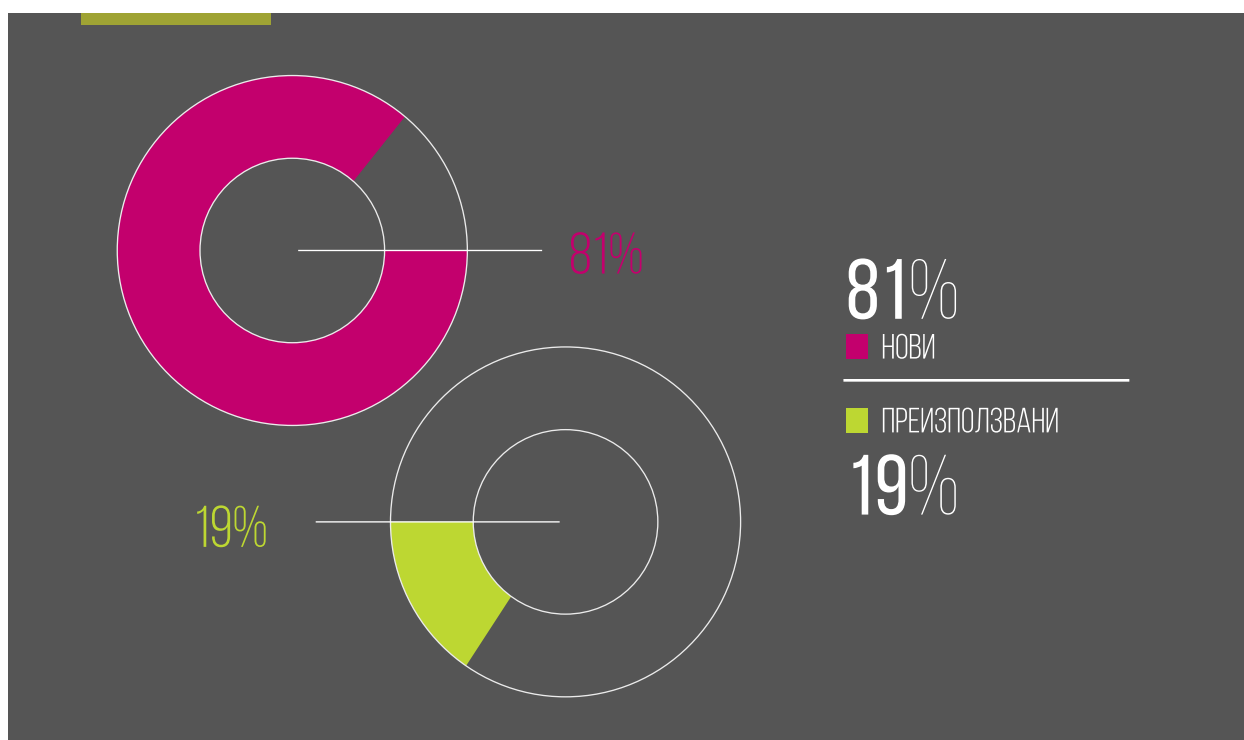


КОЛИЧЕСТВО ПРОДАДЕНИ ЗА СКРАП КАБЕЛИ ПО ВИДОВЕ МЕТАЛ:

		2013	2014
ОЛОВО		300.760	638.642
АЛУМИНИЙ		17.930	11.523
МЕД		486.764	802.403

Мерна единица: тон

2014 - ПОСТЪПИЛИ УСТРОЙСТВА И СМАРТ КАРТИ ЗА DTH TV, IPTV И INTERNET



ЦЕЛИ ЗА 2015 г:

- Усъвършенстване на Системата за управление на околната среда и данните за екологичното въздействие.

ВДЪХНОВЕНИ

Ценностите за **VIVACOM**



Имаме смелостта да правим нещата по нов начин с позитивно и професионално отношение. Предизвикателствата ни стимулират и мотивират.

4. ВДЪХНОВЕНИ

Вдъхновението е тази съставка в дейността на компанията, която наистина я отличава на пазара. Тя стимулира служителите да дадат

най-доброто от себе си, а компанията - да подкрепя нестандартни и предизвикателни проекти:

Над **75%** от служителите се чувстват удовлетворени от работата с пряк ръководител

417 служители, промотирани на по-високи и отговорни позиции

Почти **2** милиона лева, инвестирани в обучения на служители

34% от стажантите са наети на постоянна работа

Над **300** участници в StartUP Week-end Mobile

30 мобилни приложения, получили подкрепата на телекома при създаването и популяризирането си

115 събития, **17** мащабни изложби и **5 000** посетители във VIVACOM Art Hall



4.1. СЛУЖИТЕЛИТЕ

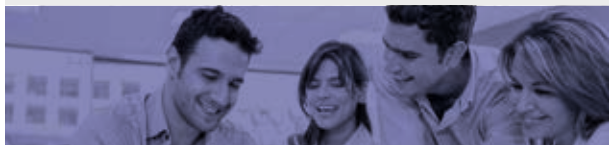
Служителите на VIVACOM са ключ към успеха на компанията. Той зависи от тяхната ангажираност, професионализъм и ниво

на експертност, както и от споделянето на общи ценности. Нашите служители са най-ценният ни капитал.

ОБЩИ ДАННИ ЗА СЛУЖИТЕЛИТЕ В КОМПАНИЯТА ЗА 2014



БРОЙ СЛУЖИТЕЛИ **5 875**



СРЕДНА ВЪЗРАСТ **37**

67% ОТ СЛУЖИТЕЛИТЕ ИМАТ ЗАВЪРШЕНО ВИСШЕ ОБРАЗОВАНИЕ



БРОЙ НАЗНАЧЕНИ **1 052**

(БЕЗ ПРЕХВЪРЛЕНИТЕ ОТ АЛАКАТЕЛ ЛУСЕНТ 1 154 СЛУЖИТЕЛИ)

МЪЖЕ **55%** ЖЕНИ **45%**



БРОЙ ПРОМОТИРАНИ **417**

ТЕКУЧЕСТВО **13.21%**





4.2. ПОДБОР, РАЗВИТИЕ И ЗАДЪРЖАНЕ

Всяка година компанията дава на своите служители възможности за реализация с цел да подкрепи развитието си в дългосрочен план.




Ежемесечно се провеждат около 200 селекционни процедури. Най-често подбират служители в отделите по продажби и обслужване на клиенти във връзка с откриването на нови магазини и разширяване на гамата от услуги, както и за подобряване на обслужването на клиентите.

Поради естеството на бизнеса и сложността на операциите, които изпълняваме, в

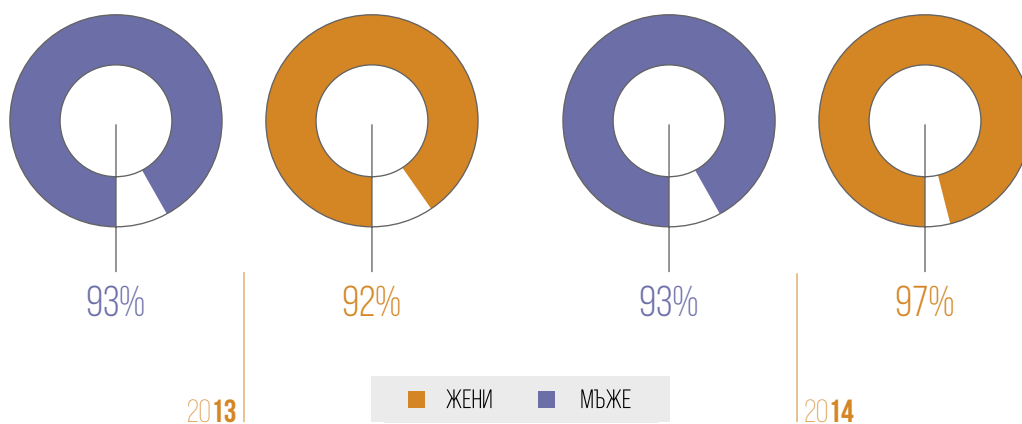
компанията има над 100 позиции за програмисти и софтуерни архитекти и над 700 инженерни позиции. Фокусът ни за техническите отдели е върху търсене на софтуерни програмисти и администратори в информационни технологии, квалифицирани специалисти за мобилната мрежа, за развитие и поддръжка на платформите за предоставяне на услуги, за поддръжка на техническата инфраструктура и оборудване, както и за екипите, ангажирани с предоставяне и инсталиране на нови услуги и отстраняване на повреди. **В резултат на извършените подбори през 2014 г. са назначени 1 052 нови служители.**

VIVACOM се нарежда сред най-големите работодатели в България. Екипът нарасна от 3 541 на 5 875, в т.ч. присъединилите се от 1 януари 2014 г. служители, които в продължение на 4 години бяха част от екипа на Алкател-Лусент България ЕООД в съответствие със сключен договор между двете компании за аутсорсинг и реинсорсинг на дейността по поддръж-

ка на мрежата. През последната година насочихме усилията си към реинтеграцията на тези служители обратно в нашата компания. С това целим повишаване на качеството на услугите по цялата верига на добавена стойност, оптимизация на бизнес процесите и постигане на конкурентно предимство.

		2013	2014
ОБЩО СЛУЖИТЕЛИ		3 541	5 875
СЛУЖИТЕЛИ НА НЕПЪЛНО РАБОТНО ВРЕМЕ		16	17
СЛУЖИТЕЛИ НА КОЛЕКТИВНИ ТРУДОВИ ДОГОВОРИ		40 %	61 %

СЛУЖИТЕЛИ НА ПОСТОЯНЕН ДОГОВОР ПО ПОЛ



СОЦИАЛНИ ПРИДОБИВКИ

ДОПЪЛНИТЕЛНО ЗДРАВНО
ОСИГУРЯВАНЕ ЗА СЛУЖИТЕЛИТЕ И
ЗА ТЕХНИТЕ СЕМЕЙСТВА

ВАУЧЕРИ ЗА ХРАНА,
МОБИЛЕН АПАРАТ ИЛИ ТАБЛЕТ
ПО ИЗБОР ЗАЕДНО С ВКЛЮЧЕНИ
МЕСЕЧНИ УСЛУГИ



ПРЕФЕРЕНЦИАЛНИ УСЛОВИЯ В НАД
100 ПАРТНЬОРСКИ КОМПАНИИ,
ПРЕДЛАГАЩИ ПРОДУКТИ И УСЛУГИ
В РАЗЛИЧНИ СФЕРИ КАТО ТУРИЗЪМ,
СПОРТ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ, ФИНАНСИ
И ЗАСТРАХОВАНЕ, МАГАЗИНИ ЗА
ОБЛЕКЛА, АКСЕСОАРИ И МНОГО
ДРУГИ.

ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННИ УСЛУГИ
НА ПРЕФЕРЕНЦИАЛНИ УСЛОВИЯ
- НАПРИМЕР ДОПЪЛНИТЕЛНИ
МОБИЛНИ КАРТИ, ИНТЕРНЕТ,
ТЕЛЕВИЗИЯ И ДРУГИ.

VIVA PEOPLE

В съвременното общество все по-голямо предизвикателство за активно работещите хора е постигането на баланс между професионално развитие и личен живот. Програмата VIVA People предлага на служителите на компанията различни инициативи, насочени към спортуване, здравословен начин на живот и хранене, активности и тематични срещи извън работно време и развлекателни дейности за семействата и децата им. Като част от програмата са сформирани

отбори от служители в различни спортове. Често отборите на компанията се включват в благотворителни спортни инициативи като разнообразните турнири, организирани от Holiday Heroes под мотото „Спортувай с мисия“. Компанията осигурява билети за различни театрални, музикални и друг вид културни прояви, чрез което дава възможност на служителите и семействата им да споделят положителни емоции през свободното си време.

КОРПОРАТИВНА КУЛТУРА

Вярваме, че корпоративната култура има голямо влияние върху ангажираността на служителите. Постоянното ѝ развиване прави VIVACOM добро място за работа и поле за изява за нашите служители. Компанията организира разнообразни активности за сплотяване на екипите и създаване на позитивна работна атмосфера като тематични срещи, ежегодното състезание за служител на годината според нашите ценности, Коледно парти, игри с атрактивни награди за служители, спортни турнири и други. Част от корпоративната култура е и „casual Friday” - „петък - ден за ежедневно облекло”.

Характерът на работата, взаимоотношенията с екипа и прекият ръководител са сред най-важните фактори за удовлетвореността на служителите. През 2014 г., за втора поредна година, сред служителите е проведена анкета по теми, свързани с техните ръководители. Резултатите показват, че над 75% от служителите се чувстват удовлетворени от работата със своя пряк ръководител. За отчетния период нямаме доказан случай на дискриминация.

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ

Кариерното развитие в компанията може да бъде както вертикално - заемане на по-висока позиция в йерархията (промотиране), така и хоризонтално - на позиция с различни отговорности на същото йерархично ниво. От 2011 г. тези процеси са регламентирани с политика в най-голямата организационна структура – Търговска дирекция, където има създадени и действащи

кариерни пътеки. В резултат, през 2014 г. 417 служители са промотирани на по-високи и отговорни позиции.

Освен кариерното развитие, в компанията съществуват специални програми за развитие и мотивиране на най-успешните служители на текущите им позиции. Програмите за Ключови служители са три:



— **КЛЮЧОВИ СЛУЖИТЕЛИ** – най-добрите експерти и преки ръководители, които управляват стратегическите проекти и са придобили критични знания за нашия бизнес. В тази програма участват 66 ключови служители, като към тях от 2014 г. се присъединяват 12 новоизбрани.



— **ТОП ТЪРГОВЦИ** – създадена е специално за търговците, които работят с най-големите и стратегически важни клиенти на компанията. През 2014 г. трима новоизбрани служители се присъединяват към клуба на най-успешните корпоративни търговци, с което те стават общо 24.



— **SALES EXPERTS** – най-мощната програма с 300 от най-успешните служители в магазинната мрежа на телекома.

Служителите, включени в тези програми, получават специален пакет от допълнителни възможности за обучение и развитие, атрактивни придобивки, финансов стимул, срещи с топ мениджмънта, както и признание за постигнатите резултати във вътрешния уебсайт на компанията.

ОЦЕНКАТА НА ПРЕДСТАВЯНЕТО Е ЕДИН ОТ НАЙ-ВАЖНИТЕ ПОХВАТИ ПРИ ПЛАНИРАНЕ НА РАЗВИТИЕТО НА СЛУЖИТЕЛИТЕ

Системата за възнаграждения на VIVACOM осигурява на служителите конкурентно и справедливо заплащане. То се определя от успешното представяне и индивидуалния принос на всеки служител, използваните умения и заеманата длъжност. В отделните дирекции се прилагат различни бонусни и комисионни схеми в зависимост от спецификата на дейността. В търговските дирек-

ции, както и в звената, заети с предоставянето на услуги и отстраняване на повреди, са разработени тримесечни бонусни схеми, адаптирани към поставените за всяка функция цели. Останалите служители, които подлежат на годишна атестация, получават бонус в зависимост от индивидуалната оценка за изпълнение на годишните цели и демонстрираните компетенции.

ВСИЧКИ СЛУЖИТЕЛИ НА КОМПАНИЯТА ПОДЛЕЖАТ НА ОЦЕНКА НА ПРЕДСТАВЯНЕТО:

1/3 ОТ

СЛУЖИТЕЛИТЕ
ПРЕМИНАВАТ
ГОДИШНА ОЦЕНКА



1 503 СЛУЖИТЕЛИ
СА ОЦЕНЕНИ НА БАЗА
МЕСЕЧНИ РЕЗУЛТАТИ

2 305 СЛУЖИТЕЛИ
СА ОЦЕНЕНИ НА
ТРИМЕСЕЧНА БАЗА

РЕЗУЛТАТЪТ ОТ ОЦЕНКИТЕ СЛУЖИ ЗА ПЕРЕРАЗГЛЕЖДАНЕ НА ВЪЗНАГРАЖДЕНИЯТА, ОПРЕДЕЛЯНЕ НА БОНУСИТЕ (ТРИМЕСЕЧНИ И ГОДИШНИ), КОМИСИОННИТЕ, ПОТРЕБНОСТИТЕ ОТ ОБУЧЕНИЕ И ПРОМЕНЕТЕ В ДЛЪЖНОСТ.

4.3. УПРАВЛЕНИЕ НА ЗНАНИЕТО

През 2014 г. VIVACOM инвестира в обученията близо 2 милиона лева, за да осигури на служителите си необходимите умения и знания, свързани с бизнес целите на компанията и дългосрочната визия за развитие. VIVACOM подкрепя развитието на добре подготвен ръководен състав, с открояващи се лидерски умения и стратегическо мислене, способни да развият бизнес нюх и да споделят знанията си в екипа. Компанията също така насърчава израстването на служители от екипа и задържането на служители с висок потенциал за развитие. По тази причина са разработени различни програми за обучение спрямо отделните целеви групи – входящи програми за нови служители, търговски програми, мениджърски програми, менторски програми и т.н.

Стремежът на компанията е да предоставя на своите служители специфични решения за развитие, насочени към конкретни бизнес потребности.

По този начин ефективността на обученията в компанията се повиши приблизително 2 пъти. Чрез комбиниране на най-добрите световни практики като e-learning, on-line обучения, webinar и специализирани спрямо различните потребности живи тренинги, бяха обучени много по-голям брой служители в сравнение с 2013 г. Голяма част от тях участваха в по-кратки форми на обучение, съобразени със спецификата на работата им. В сравнение с 2013 г., през 2014 г. във връзка с осъществения инсорсинг на служители, както и на увеличаване брой тренинг инициативи, постигнахме:

x3	3 пъти повече обучени хора, със съществено увеличение на броя часове в обучение (мениджъри и специалисти)
x2	2 пъти повече обучени жени - от 834 през 2013 г. до 1 600 през 2014 г. Брой часове в обучение – от 28 048 часа през 2013 г. до 45 672 часа през 2014 г.
x4	4 пъти повече обучени мъже - от 757 през 2013 г. до 2 813 през 2014 г. Брой часове в обучение – от 29 952 часа през 2013 г. до 66 968 часа през 2014 г.
x2	около два пъти повече обучени мениджъри - от 194 през 2013 до 357 през 2014 г. Брой часове в обучение – от 9 080 часа през 2013 г. до 17 448 часа през 2014 г.
x3	около три пъти повече обучени служители - от 1 397 през 2013 г. до 4 056 през 2014 г. Брой часове в обучение – 48 920 часа през 2013 г. до 95 192 часа през 2014 г.

Основно предизвикателство за нас е задържането и обогатяването на знанието. Както повечето компании, които разполагат с магазинна мрежа и големи звена за обслужване на клиенти, нивото на текучество на служители е

сравнително високо. Благодарение на програмите ни за задържане на служители, като например програмата "Sales expert", през последните 2 години успяхме да намалим с 20% нивото на текучество в магазинната мрежа.

4.4. СИЛЕН СТАРТ ЗА МЛАДИ СПЕЦИАЛИСТИ

СТАЖАНТСКИ ПРОГРАМИ

Лятната стажантска програма на VIVACOM е сред най-мащабните стажантски програми в България. През лятото на 2014 г. тя се проведе за 11-та поредна година. Бяха наети 120 стажанти във всички ключови дирекции за период от 3 или 4 месеца. Стажантите участват в обученията и имат възможността да работят по реални проек-

ти и задачи, като придобиват ценен практически опит в реална работна среда. През 2014 г. 34% от тях са наети на трудов договор в различни дирекции на компанията. Развиваме и дългосрочна стажантска кампания, която се прилага предимно в техническите отдели.

ПРЕДИМСТВА ЗА УЧАСТНИЦИТЕ:

ВЪЗМОЖНОСТ ЗА УСПЕШНИТЕ
МЛАДЕЖИ ДА СТАРТИРАТ В ЕДИН
ОТ НАЙ-ИНТЕРЕСНИТЕ БИЗНЕСИ –
ТЕЛЕКОМУНИКАЦИИТЕ

ОСИГУРЯВАНЕ НА
ДОПЪЛНИТЕЛНИ ОБУЧЕНИЯ

ВЪЗНАГРАЖДЕНИЕ ЗА
ПОЛОЖЕНИЯ ТРУД

ПРИДОБИВАНЕ НА ПРАКТИЧЕСКИ
ПРОФЕСИОНАЛНИ УМЕНИЯ

УЧАСТИЕ В РАЗЛИЧНИ ВЪТРЕШНИ
ИНИЦИАТИВИ НА КОМПАНИЯТА

ВЪЗМОЖНОСТ ЗА ОСТАВАНЕ
НА ПОСТОЯННА ПОЗИЦИЯ В
КОМПАНИЯТА



ТЕХНИЧЕСКА АКАДЕМИЯ

„Техническа академия“ стартира през 2010 г. в партньорство с Факултета по телекомуникации на Техническият университет – София. Програмата има за цел да затвърди теоретичните знания на студентите с практически курсове, които не са включени в редовния план на обучение. През 2014 г. 30 студенти от III-ти и IV-ти курс по специалности Телекомуникации, Ком-

пютърни системи и технологии и Електроника станаха част от програмата и работят съвместно с 16 експерти от VIVACOM по различни казуси. Темите на курсовете са технологични, свързани с управление на проекти, технически английски език, разработване на продукти и услуги, правна рамка и регулация на телекомуникациите, бизнес комуникации.

ПРЕДИМСТВА ЗА УЧАСТНИЦИТЕ:

ДОПЪЛНИТЕЛНИ ТОЧКИ ЗА ФОРМИРАНЕТО НА СЪСТЕЗАТЕЛНИЯ БАЛ ЗА МАГИСТРАТУРА ВЪВ ФАКУЛТЕТА ПО ТЕЛЕКОМУНИКАЦИИ

ПРИДОБИВАНЕ НА НОВИ ЗНАНИЯ И ПРАКТИЧЕСКИ ОПИТ ОТ УТВЪРДЕНИ СПЕЦИАЛИСТИ В ОБЛАСТТА

ПРИОРИТЕТ ПРИ ПОДБОР ЗА ЛЯТНАТА СТАЖАНТСКА ПРОГРАМА НА КОМПАНИЯТА

СЪТРУДНИЧЕСТВО С УЧЕБНИ ЗАВЕДЕНИЯ

Освен с Технически университет София, развиваме сътрудничество и със Софтуерен университет, Технически университет Габрово, Колеж по телекомуникации и пощи, Софийски университет „Климент Охридски“, Висше училище по застраховане и финанси, Стопанска академия „Димитър Ценов“ – Свищов, Висше транспортно училище „Тодор Каблешков“, Нов български университет. Освен участието ни в кариерни форуми в учебните заведения, договор-

ните ни взаимоотношения се изразяват и в други дейности, като например менторство и консултиране при разработване на казуси. Сътрудничеството с учебните заведения е възможност за сближаване на целите на нашата компания с образователните програми, по-засилена практическа подготовка на студентите и допълнителен инструмент за подбор на успешни и мотивирани млади специалисти.

4.5. СЪТРУДНИЧЕСТВО СЪС START UP ОБЩНОСТТА

VIVACOM поставя началото на своето партньорство със стартъп обществото в България в края на 2012 г. Целта на сътрудничеството е да стимулира генериране и реализиране на иновативни идеи и развиване на стартиращия бизнес в областта на новите технологии в България. Компанията подкрепя важните събития за предприемачество в страната и е партньор на много успешни стартиращи фирми в сферата на телекомуникациите.

През 2013 г. VIVACOM даде началото на своя конкурс #newbornideas, търсейки да

отличи нови идеи за мобилни приложения. Компанията предлага над 80 мобилни приложения в своята платформа VIVA Apps (най-големия хъб за Android приложения в България), като реализацията на 30 от тях е подпомогната от телекома.

През 2014 г. над 300 млади предприемачи се включиха в 2 издания на StartUP Weekend за мобилни приложения, по време на които участниците могат да представят своята идея, да я развият и да сформират екип за реализацията ѝ.

ПРЕДИМСТВА ЗА УЧАСТНИЦИТЕ:

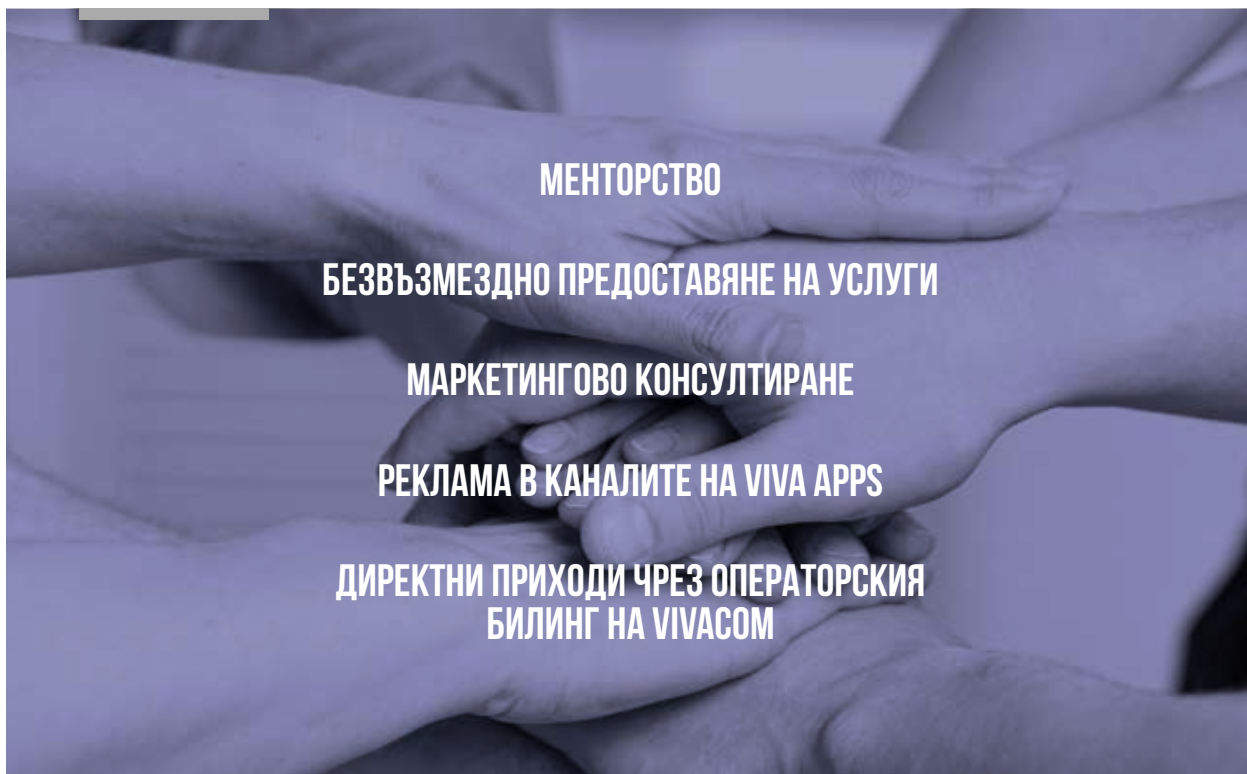
МЕНТОРСТВО

БЕЗВЪЗМЕЗДНО ПРЕДОСТАВЯНЕ НА УСЛУГИ

МАРКЕТИНГОВО КОНСУЛТИРАНЕ

РЕКЛАМА В КАНАЛИТЕ НА VIVA APPS

**ДИРЕКТНИ ПРИХОДИ ЧРЕЗ ОПЕРАТОРСКИЯ
БИЛИНГ НА VIVACOM**



4.6. VIVACOM ART HALL

VIVACOM е една от малкото компании, насочили вниманието си към инвестиции в културата и изкуството. Вярваме, че за да се развива успешно, обществото трябва да е изградено от личности с добро образование, практически умения и трайни духовни ценности.

VIVACOM Art Hall е най-големият и дългосрочен проект на VIVACOM в областта на културата. Залата се намира в историческата сграда на Телефонната палата в центъра на София. В края на 2011 г. компанията успя да трансформира едно търговско пространство в център за съвременно изкуство с цел да допринесе за развитието на културния живот в България. За кратко

време то се превърна в една от най-активните и разпознаваеми локации в столицата, където българската публика може да се запознае с млади български и чуждестранни таланти. VIVACOM Art Hall е с безплатен достъп за посетителите и се предоставя безвъзмездно на артистите и организаторите на събития.

Пространството е домакин на изложби и фестивали на българско и световно изкуство, дизайн, архитектура, мода, концерти, театър, конкурси и конференции. През 2014 г. 115 събития и 17 мащабни изложби посрещнаха близо 5 000 почитатели на съвременното изкуство и култура.

СРЕД НАЙ-ЕМБЛЕМАТИЧНИТЕ ИЗЛОЖБИ ПРЕЗ 2014 г.



Изложбата „Райна Кабаиванска – Божествената“. По случай 70 - годишнината на примата, изложбата показва сценични тоалети, създадени специално за някои от най-изключителните ѝ роли, и внушителни арт-фотографии, предоставени от Метрополитън опера, Ковънт гардън, Ла Скала, Римска опера, Театро Реал, Софийска опера и други големи оперни театри, в които е пяла.



Изложбата „135 години развитие на телекомуникациите в България“ представи поредица от снимки, информационни пана, телекомуникационни устройства и ТВ кът. Тя запозна посетителите с любопитни факти от историята на пощенските, телевизионните, телеграфните, телефонните и радио съобщенията.

ЦЕЛИ ЗА 2015 г.:

- Включване на нови канали за подбор - анализ, отчетена ефективност и прилагане на личностни тестове за всички промотирани мениджъри
- Формулиране на SMART цели минимум на 90% от всички служители
- Подобрени действащи бонусни схеми спрямо бизнес потребностите
- Нови придобивки за служители – психологическо консултиране, актуализиране на служебна мобилна тарифа, предоставяне на допълнителни ваучери
- Повишаване на броя на назначените служители /стажанти в резултат на сътрудничество с университетите
- Сключване на договор за сътрудничество с поне още едно учебно заведение

ИНОВАТИВНИ

Ценностите за **VIVACOM**



Създаваме нови възможности. Превръщаме технологиите в иновативни решения, които улесняват и обогатяват живота ни.

5. ИНОВАТИВНИ

Иновативността провокира различни разбирания и големи очаквания за нещо ново, неповторимо, модерно. Да си иновативен изисква да си готов за промяна, риско-

ве, неуспехи и все пак да вярваш, в това, което правиш. Заедно със своите партньори ние успяхме да развием:

IPTV - телевизия от ново поколение с мултимедийно съдържание

VIVA APPS – единствения български хъб за мобилни приложения със **100 000** активни потребители и **1 200** различни приложения

Високоскоростна интернет платформа в помощ на телемедицината

Нестандартни он-лайн рубрики за представяне на технологиите в блога **NIXANBAL.COM**



5.1. ИНОВАТИВНИ ПРОДУКТИ И УСЛУГИ

ТЕЛЕВИЗИЯ - КОГАТО И КЪДЕТО ИСКАТЕ

VIVACOM е иновативна компания и развива стратегия за постоянно обновяване на услугите си и създаване на нови решения, които да удовлетворяват непрестанно променящите се нужди на потребителите. През 2010 г. създава VIVACOM TV - своята най-млада услуга със стратегическо значение както за компанията, така и за пазара, като по този начин се превръща в единствения оператор в България, предлагащ всички телекомуникационни услуги на едно място. През 2012 г. компанията стартира и IPTV

– телевизия от ново поколение с мултимедийно съдържание. Услугата е достъпна чрез широколентовата кабелна мрежа на VIVACOM и предоставя много интерактивни функции, благодарение на които зрителят получава отлично качество на картина и звук и пълен достъп до телевизионно съдържание по всяко време. IPTV позволява възможно най-удобните функции, благодарение на които гледането на 160 канала носи истинско удоволствие:



ГЛЕДАНЕ НА ПРОПУСНАТИ ПРЕДАВАНИЯ, СЕРИАЛИ И/ИЛИ ФИЛМИ ОТ ПОСЛЕДНИТЕ 7 ДНИ

ПОСТАВЯНЕ НА ПАУЗА



ВРЪЩАНЕ НАЗАД ДО 2 ЧАСА

ГЛЕДАНЕ НА 2 ЕКРАНА ЕДНОВРЕМЕННО



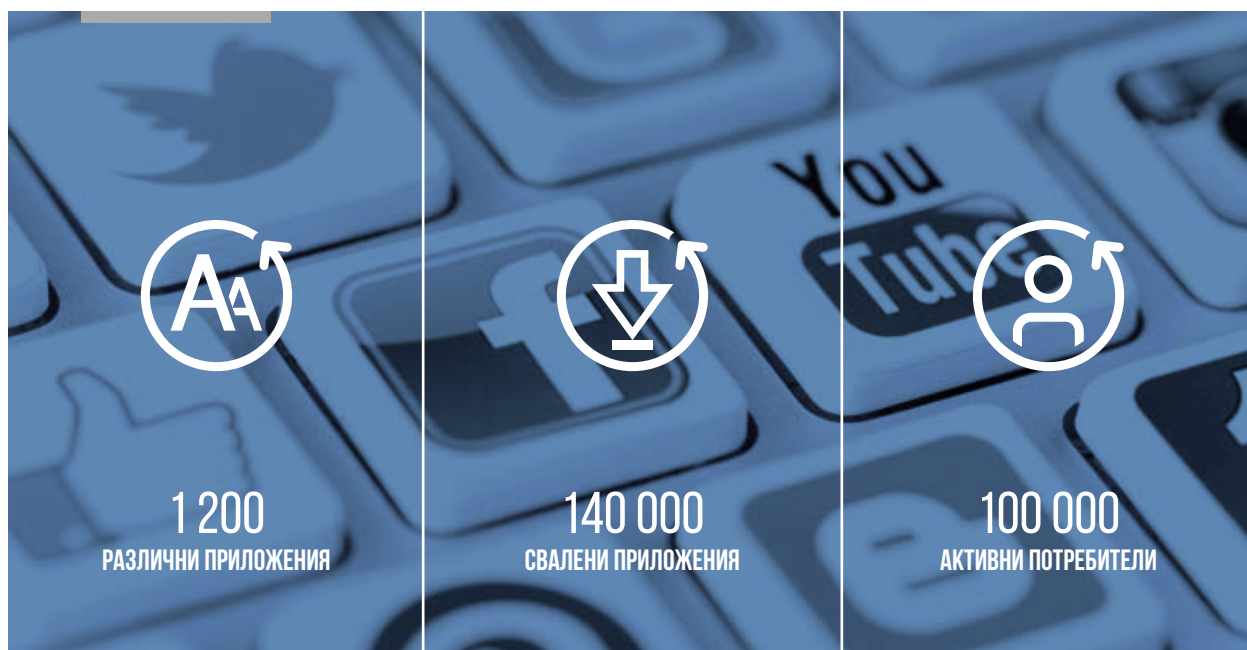
ЗАПИС НА СЪДЪРЖАНИЕ В МРЕЖАТА, ВИДЕОТЕКА С 6 000 ЗАГЛАВИЯ И ДОСТЪП ДО СЪДЪРЖАНИЕ ОТ YOUTUBE, VBOX И NOVA TV.

VIVA APPS – БЪЛГАРСКАТА ПЛАТФОРМА ЗА ПРИЛОЖЕНИЯ

През 2012 г. VIVACOM създава още един иновативен и уникален за българския пазар продукт – платформата за мобилни приложения VIVA Apps. Тя представлява хъб за безплатни приложения, препоръчани от VIVACOM и изготвени в партньорство с водещи български доставчици на съдържание. Приложенията са подредени по категории за лесно ориентиране. VIVA Apps непрекъснато обновява съдържанието си и пред-

лага едни от най-добрите и разнообразни Android приложения в България, разработени специално, за да задоволят широк кръг интереси: новини, спорт, лайфстайл, игри, пазаруване, радио, книги и други. Една от основните иновации за годината е възможността за заплащане на платени приложения през месечната фактура на VIVACOM, без да има нужда от регистрация и ползване на кредитна карта.

КЪМ КРАЯ НА 2014 Г. ПЛАТФОРМАТА ИМА:



ЦЕЛИ ЗА 2015 г.:

Обогатяване на съдържанието с 3 нови функционалности:

- VIVA Apps newsstand: разнообразие от списания on-line на едно място и на по-ниски цени
- VIVA Books: добавяне на нови книги в колекцията
- VIVA Online: възможност за клиента да си провери сметката за телефона, тарифния план, включени и изговорени минути и цялата информация за своето потребление

5.2. ИНОВАТИВНИ ПРОЕКТИ С КОРПОРАТИВНИ ДОСТАВЧИЦИ

VIVACOM работи с различни доставчици и сред тях търси иновативни и стабилни партньори, съвместно с които да създава и предоставя най-адаптираните услуги на своите клиенти. Такива партньори са Huawei и Ericsson - едни от най-големите доставчици на оборудване на компанията. Сред емблематичните и успешни проекти, разработени съвместно, е интерактивната телевизия IPTV.

Услугата е разработена за 11 месеца от техническите екипи на двете компании. Успехът ѝ и нейният бизнес модел я превръщат в пример за добра практика от световен мащаб. Доказателство за това са специалните посещения в България на представители на компании от Румъния, Сърбия, Русия, Швейцария и др., целящи да изучат опита на двете компании в реализирането на интерактивната телевизия.

ДИМИТЪР АЛЕКСИЕВ, АКАУНТ МЕНИДЖЪР HUAWEI:

„VIVACOM е нашият най-голям клиент в България. Техническите им експерти са на много високо ниво. Интересуват се от новостите в индустрията, изискват ги и това допринася не само за динамичното развитие на VIVACOM, но и за прогреса на партньорите им, каквито сме и ние. Добър пример за това е услугата IPTV, която разработихме заедно. Продуктът, който предоставихме на пазара, е уникален и е в топ 5 в Европа като качество на изпълнение, според нашия професионален опит.“

TELELINK е един от най-големите системни и мрежови интегратори в България и най-големият български доставчик на VIVACOM. Съвместната работа на двете компании стартира преди 10 години, в течение на които се изградиха стабилни партньорски взаимоотношения – заедно разработваме и изпълняваме иновативни решения за българските потребители. VIVACOM включва доставчика в цялостния процес по реализацията на всеки съвместен проект. Освен разработка на проекти, Telelink осигурява и одит и ревизии на мрежата, превантивен преглед на устройствата и предложения за подобрения.

Един от съвместните иновативни проекти на двете компании бе пилотният проект за телемедицинска връзка между болници. Телемостът се осъществи през 2013 г. по време на операция на пациентка с рак на гърдата, извършена в Първа АГ болница „Света София“. През цялото време екип специалисти от ВМА в София и университетската болница „Света Марина“ във Варна имаха

възможност да наблюдават и консултират операцията. Връзката се осъществи посредством използването на непрекъсваема високоскоростна интернет платформа, разработена от VIVACOM и Telelink. Проектът е знаково нововъведение в сектора, тъй като позволява извършването на консултация от водещи български специалисти, независимо в коя точка на България се намират.

**МАРИЯН КАРАДИМИТРОВ, МЕНИДЖЪР БИЗНЕС НАПРАВЛЕНИЕ
СИСТЕМНА ИНТЕГРАЦИЯ НА TELELINK:**



„Някога БТК беше непревземаема крепост с хора, които не гледаха в бъдещето. След приватизацията нещата се промениха, особено след обединяването на БТК и vivatel. Компанията заложи на млади хора, на експерти в навлизащите технологии. Може да се твърди, че VIVACOM прескочи няколко поколения технологии. Превърна се в технологичен лидер благодарение на огромните инвестиции, които прави в иновации.“

5.3. СЪТРУДНИЧЕСТВО С NIXANBAL

В света на технологиите успехът е въпрос както на прецизност, така и на новаторство. Именно на един по-нетрадиционен поглед към съвременните технологии се базира дългосрочното партньорство на VIVACOM с най-известния в България ресорен блогър Никола Балов. Интересният му подход към технологиите мотивира VIVACOM през 2014 г. да се обърне към него с предложение за общ проект. Така се раждат двете ежемесечни рубрики в nixanbal.com - **NEXTREND** и **OFFlimits**, спонсорирани от телекома.

NEXTREND цели да проучи нагласите на потребителите спрямо новите технологии. Авторът всеки месец задава нова тема с анкета, в която се включват средно по 3 000 участници. След всяко допитване, блогърът прави обобщение на споделеното потребителско мнение и анализира нагла-

сите по зададената тема. Въпросите винаги касаят актуална в момента технология или сфера, като например появата на носими технологии – смарт часовници и гривни; отношението на хората към брандовете; очакванията за развитието на смартфоните; големината на дисплея и други.

Другата съвместна рубрика – **OFFlimits** напълно отговаря на заглавието си, защото в нея Никола Балов излиза извън рамките на стандартното представяне на мобилни устройства и предлага на читателите си нетрадиционен поглед към света на технологиите. Такива са например епизодите с фламбиране на Sony Xperia Z3 като част от приготвянето на бургер; заснемането на видео с различни модели смартфони, прикрепени към летящ дрон; мобилните технологии през погледа на децата и други.

НИКОЛА БАЛОВ, БЛОГЪР:



“Съвместните проекти с VIVACOM ми дават възможност да реализирам идеи, които преди това не бих могъл да осъществя. Осигуряването на награди например, е стимул за участие на много читатели в анкетите на NexTrend. А реализирането на епизодите на OFFlimits изискват сериозен ресурс – сценарий, заснемане, монтиране. Оценявам това, че VIVACOM е партньор, който ми дава свободата да осъществявам шури идеи. Концепциите ги измислям сам, след което ги обсъждаме и доразвиваме заедно. Много е ценно, че те не се страхуват да застанат зад нестандартни предложения и разчупват донякъде скучния образ на телеком, който продава продукти и услуги.”

5.4. VIVA COGNITA ЗА ИНОВАЦИИ В ОБРАЗОВАНИЕТО

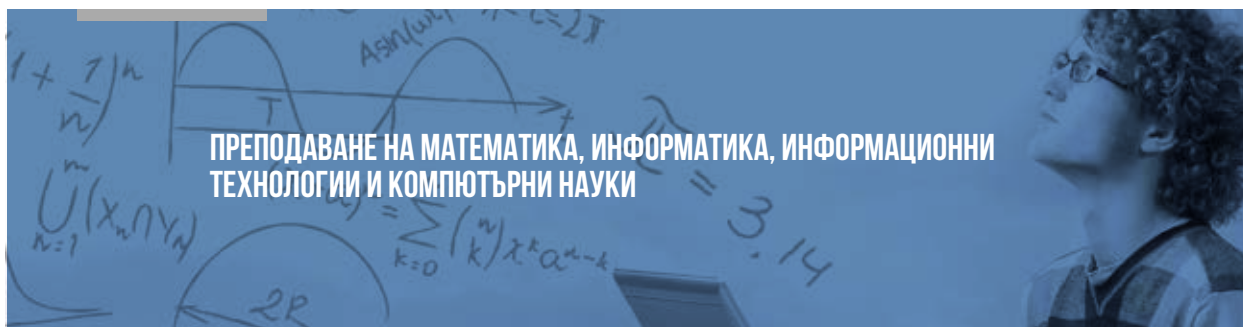
Образованието е основен фокус на корпоративната социална отговорност на компанията. С динамичното развитие на новите технологии системите за предаване на знания също имат нужда от иновации. Именно затова телекомуникационните компании могат да имат огромен принос за разработване на нови образователни системи и програми. През 2014 г. VIVACOM стартира най-мощния си проект в тази област – безплатната онлайн платформа за интерактивно преподаване на математика и информатика в училищата VIVA

Cognita. Целта ѝ е да стимулира интереса на учениците към точните науки и да подпомогне усвояването им с помощта на новите технологии. VIVA Cognita е удобен инструмент и за учителите, които чрез нея могат да използват иновативни методи за преподаване и да развиват извънкласните форми на обучение. Проектът е разработен в партньорство с Института по математика и информатика – БАН и Съюза на математиките в България. Платформата стартира официално през ноември 2014 г. и има 3 500 активни ползватели.

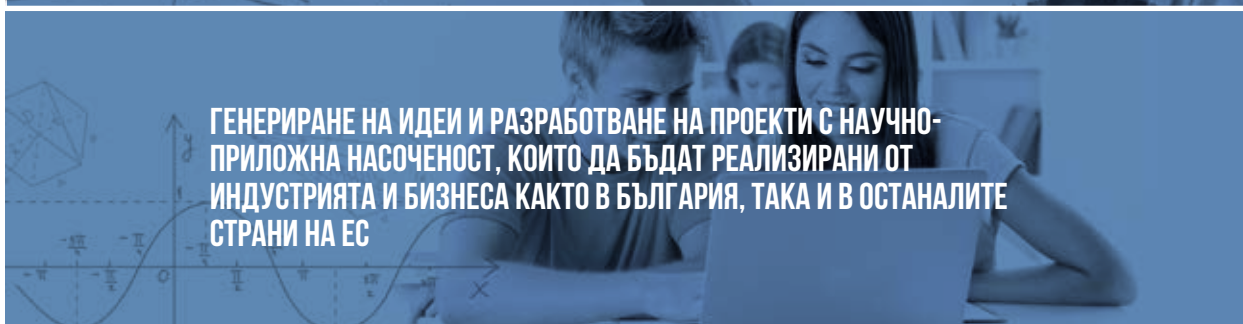
VIVACOGNITA+



VIVA COGNITA ПРЕДЛАГА:



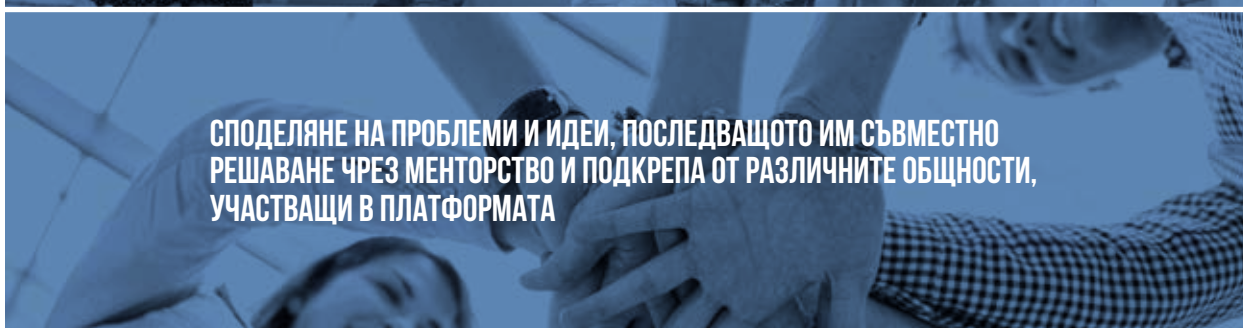
ПРЕПОДАВАНЕ НА МАТЕМАТИКА, ИНФОРМАТИКА, ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ И КОМПЮТЪРНИ НАУКИ



ГЕНЕРИРАНЕ НА ИДЕИ И РАЗРАБОТВАНЕ НА ПРОЕКТИ С НАУЧНО-ПРИЛОЖНА НАСОЧЕНОСТ, КОИТО ДА БЪДАТ РЕАЛИЗИРАНИ ОТ ИНДУСТРИЯТА И БИЗНЕСА КАКТО В БЪЛГАРИЯ, ТАКА И В ОСТАНАЛИТЕ СТРАНИ НА ЕС



ПРОВЕЖДАНЕ НА СЪБИТИЯ, КОНКУРСИ И СЪСТЕЗАНИЯ С ЦЕЛ УВЕЛИЧАВАНЕ НА БРОЯ ПОЛЗВАТЕЛИ НА ПЛАТФОРМАТА



СПОДЕЛЯНЕ НА ПРОБЛЕМИ И ИДЕИ, ПОСЛЕДВАЩОТО ИМ СЪВМЕСТНО РЕШАВАНЕ ЧРЕЗ МЕНТОРСТВО И ПОДКРЕПА ОТ РАЗЛИЧНИТЕ ОБЩНОСТИ, УЧАСТВАЩИ В ПЛАТФОРМАТА

ЦЕЛИ ЗА 2015 г.:

- Провеждане на 4 онлайн състезания
- Създаване на онлайн курс за ученици
- Създаване на онлайн курс за учители
- Провеждане на присъствени обучения за учители за работа с платформата
- Обогаляване на съдържанието със задачи за различни възрастови групи

5.5. СЪЗДАВАНЕТО НА ПРИЛОЖЕНИЕТО "ВЪПРОСНИК"

В началото на 2014 г. приложението „Въ-ПРОСНИК“ спечели първо място в конкурса NewBornIdeas: GoMobile сред 35 предложени приложения. То се развива под формата на състезателна игра. „Обичам България“ е общата тема, обединяваща всички въпроси, които приложението задава на потребителите.

VIVACOM финансира разработката на приложението, включи го в Android платформата си VIVA Apps и проведе маркетинг кампания за популяризирането му.

Благовест Димитров, създател на „Въ-ПРОСНИК“: „Когато видях, че единственият телеком в България, който помага активно в Startup екосистемата, организира кон-

курс за иновативно мобилно приложение, нямаше как да не попълня формуляра и да не участвам. А когато спечелих първият #newbornideas конкурс бях изключително щастлив, защото знаех, че за партньор ще имам най-добрия мобилен оператор в страната. VIVACOM дава път на младите и това ме грабна още от първата ми среща с тях. Заедно с екипа на VIVACOM успяхме да направим успешни маркетингови кампании за „Въпросник“, които да го превърнат в едно от предпочитаните образователни приложения в България. Определено насреща имах партньор, който пряко се интересуваше от развитието на проекта ми. Партньор, съставен от много професионалисти!“



ЧЕСТНИ

Ценностите за **VIVACOM**



Комуникираме ясно и открито. Споделяме своя опит и знания. Казваме това, което правим, и правим това, което казваме.

6. ЧЕСТНИ

Откритата комуникация с външните заинтересовани страни е признак на прозрачност и начин за поддържане на честни и равноправни взаимоотношения. Редовният диалог с тях е необходим с цел удовлетворяване на очакванията им относно дейностите на компанията и постигнатите резултати.

В над **90%** от проведените разговори с „Обслужване на клиенти“, потребителите получават пълна информация и съдействие без необходимост от последващи действия

Външна оценка на представянето и качеството на обслужването чрез проведени 4 вълни на изследването „Таен клиент“. Постигнат „много добър“ среден годишен резултат

Намаляване на времето за разрешаване на писмени клиентски жалби – средно 4 работни дни (при предвиден законов срок от 30 дни)

Регистрирано намаление на сигналите за клиентско недоволство с **15%** спрямо 2013 г.

Намаление на писмените жалби с **36%**

VIVACOM е първият оператор, който по собствена воля премахва условието за автоматично подновяване на срочните договори на абонатите

VIVACOM единствен намалява размера на неустойката при предсрочно прекратяване на договора по желание на клиента



6.1. ОТНОШЕНИЯ С ПОТРЕБИТЕЛИТЕ

VIVACOM осигурява над 4,7 милиона услуги и разполага с най-богатото портфолио на българския телеком пазар. Наша основна задача е да предоставим качествено обслужване на клиентите си, като им осигуряваме ясна и точна информация във възможно най-кратки срокове. Постоянната обратна връзка с тях е необходимост

и редовна практика, която ни помага да предвиждаме и отговаряме на потребителските очаквания.

Обслужването на клиентите на VIVACOM е поверено в ръцете на екип от 590 експерти, разпределени в 6 специализирани екипа.

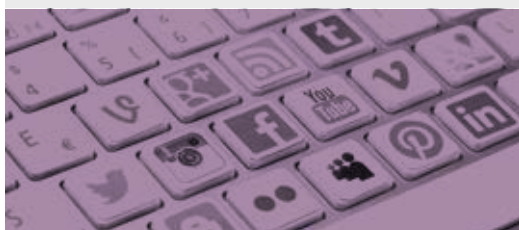
ВЯРВАМЕ, ЧЕ КЛИЕНТИТЕ НИ ТРЯБВА ДА РАЗПОЛАГАТ С БОГАТ ИЗБОР ОТ УДОБНИ, ЛЕСНИ И ДОСТЪПНИ 24 ЧАСА/ 7 ДНИ В СЕДМИЦАТА КАНАЛИ ЗА ВРЪЗКА С КОМПАНИЯТА:

КОЛ ЦЕНТЪР, РАЗПОЛОЖЕН В ДВЕ ЛОКАЦИИ, В СЛУЧАЙ, ЧЕ В ЕДНА ОТ ДВЕТЕ ВЪЗНИКНАТ ЗАТРУДНЕНИЯ




ON-LINE КАНАЛ ЗА САМООБСЛУЖВАНЕ - VIVAONLINE

WEB КАНАЛ ЗА ОТПРАВЯНЕ НА ЗАПИТВАНИЯ



ДОСТЪП ПРЕЗ СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ

**ПРЕЗ РАЗЛИЧНИТЕ КАНАЛИ ЗА ВРЪЗКА С ОБСЛУЖВАНЕ НА КЛИЕНТИ НА VIVACOM
АБОНАТИТЕ МОГАТ ДА ПОЛУЧАТ АКТУАЛНА ИНФОРМАЦИЯ ЗА:**

	ЗА ПОЛЗВАНИТЕ ОТ ТЯХ УСЛУГИ, СРОКОВЕ И УСЛОВИЯ ПО ДОГОВОРИТЕ ИМ
	АКТУАЛНИ ПРОМОЦИИ
	РАЗЯСНЕНИЕ НА СМЕТКИ
	ТЕХНИЧЕСКА ПОМОЩ ПРИ ЗАТРУДНЕНИЯ, СВЪРЗАНИ С ПОЛЗВАНЕ НА ПРЕДОСТАВЕНИ УСЛУГИ, СЪДЕЙСТВИЕ ПРИ ПРОМЯНА НА КЛИЕНТСКИ ДАННИ
	АКТИВИРАНЕ/ДЕАКТИВИРАНЕ НА РАЗЛИЧНИ ДОПЪЛНИТЕЛНИ УСЛУГИ
	СЛЕДЕНЕ НА ТЕКУЩОТО ПОТРЕБЛЕНИЕ И ИЗПОЛЗВАНЕТО НА ВКЛЮЧЕНИ УСЛУГИ

ПОСТИГАМЕ ОПЕРАТИВНА ЕФЕКТИВНОСТ, НАДХВЪРЛЯЩА СТАНДАРТИТЕ В СЕКТОРА:

ОСНОВНИ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ПРЕДСТАВЯНЕ НА ЦЕНТЪР ЗА ОБСЛУЖВАНЕ НА КЛИЕНТИ	ЦЕЛЕВИ НИВА	ПОСТИЖЕНИЯ 2014
ФАКТОР ЗА НИВО НА ОБСЛУЖВАНЕ	80% : 30 СЕК.	78% : 30 СЕК.
КОЕФИЦИЕНТ НА ПРОПУСНАТИ ПОВИКВАНИЯ	<10%	9%
СРЕДНО ВРЕМЕ ЗА ЧАКАНЕ В ОПАШКА	<30 СЕК.	20 СЕК.

БЕЗ КОМПРОМИС ОТГОВАРЯМЕ НА ОЧАКВАНИЯТА НА КЛИЕНТИТЕ СИ ЗА КАЧЕСТВЕНО, БЪРЗО И КОМПЕТЕНТНО ОБСЛУЖВАНЕ, КАТО ИНВЕСТИРАМЕ МНОГО ЕНТУСИАЗЪМ И РЕСУРСИ:

- В програми за непрекъснато обучение и развитие на служителите ни
- В осигуряването на пътеки за вътрешно кариерно израстване
- В създаване на работна среда и взаимоотношения, основани на уважение, споделяне на ценностите на компанията, взаимна грижа, намаляване на стреса и напрежението, елиминиране на дистанцията между йерархичните нива

1200 участници са преминали присъствени обучения в над 100 сесии по различни теми.

Над 300 проведени теста за измерване на компетентностите на сътрудниците ни. Постигната средно годишна успеваемост - над 88% от допустимите максимален брой точки по отделните тестове.

В над 90% от проведените разговори по най-честите причини за връзка с „Обслужване на клиенти“, потребителите получават цялата търсена информация и пълно.

- В навременен контрол, съчетан с богат инструментариум за измерване и отчитане на представянето на отделните екипи и мониторинг в реално време на обслужването на клиентите ни

Направен мониторинг на 3% от всички проведени разговори с клиенти през 2014 г. Постигната средно годишна оценка - 90% от възможния максимален брой точки.

Външна оценка на представянето и качеството на обслужването чрез проведени 4 вълни на изследването „Таен клиент“ - над 80% покритие на максималния брой допустими точки.

— В процеси и системи, осигуряващи проактивност, диагностика по време на разговор и бързина при отстраняване на технически проблеми

Около 70% от обажданията на клиентите ни, свързани с технически затруднения при ползване на интернет и телевизионни услуги, се решават още по време на разговор.

— В индивидуален подход при адресиране на клиентското недоволство и решаване на клиентски оплаквания

Най-бързото време за решаване на писмени клиентски жалби – средно 4 работни дни (при законов срок от 30 дни).

Регистрираното през различни канали клиентско недоволство е намаляло с 15% спрямо 2013г., а писмените жалби са намалели с 36%.

Едва 0,5% от клиентите, ползващи услуги от VIVACOM, са изразили недоволство през 2014 г., като само 17% от тях са имали основание.

ЦЕЛИ ЗА 2015 г.:

- Внедряване на система за управление на познанието (Knowledge management system)
- Внедряване на нов канал за връзка на клиентите с компанията – CHAT channel
- Оптимизиране на съдържанието на месечните сметки с цел по-голяма яснота и лекота при анализиране на информацията
- Подобряване на процеса по заявяване и получаване на електронни сметки по имейл
- Внедряване на допълнителни подобрения в платформата за on-line обслужване VIVAONLINE – опростяване на процеса на активация, реорганизиране на информацията по по-удобен и ясен за клиентите начин, въвеждане на възможности за on-line заплащане на сметки и активиране на допълнителни услуги

6.2. СЪТРУДНИЧЕСТВО С ИНСТИТУЦИИ И БРАНШОВИ ОРГАНИЗАЦИИ

През последните години новите технологии се развиват с динамика, която води до необходимост от постоянна връзка както с потребителите, така и с всички държавни институции, компаниите от сектора и браншовите организации.

VIVACOM е член на Българската асоциация на кабелните комуникационни оператори (БАККО) от 2011 г. и участва в различни инициативи на сдружението за повече прозрачност и адекватна регулация на българския телекомуникационен пазар, както и за борбата със сивия сектор в бранша.

ДИМИТЪР РАДЕВ, ПРЕДСЕДАТЕЛ НА БАККО:

Разнообразието на услугите, предлагани от телекома, и участието на високо квалифицирани експерти превръщат VIVACOM в лидер при формулирането на важните въпроси и катализатор на дискусиите в БАККО. Едно от големите ни постижения през изминалата година е договарянето на официална тарифа с Мюзикаутор за препредаване на музикални произведения в платените телевизионни платформи. Това е най-голямото по мащаб колективно споразумение в бранша, което урежда правата за използване на музикални произведения в платените ТВ платформи, и важна стъпка в посока прозрачност на пазара и честност и равнопоставеност на неговите играчи.“

БАККО (Българската асоциация на кабелните комуникационни оператори) е учредена в края на 2010 г. и е пряк наследник на двете първи организации в бранша - Асоциацията на българските кабелни оператори (АБКО) и “ТВ Клуб 2000”. Основна цел на организацията е да представлява интересите на телеком индустрията пред различните партньори – държавни институции и регулаторни органи, медии и други икономически сектори. 18 компании са пълноправни членове на БАККО.

ИЗПРЕВАРВАМЕ ТЕНДЕНЦИИТЕ В ПОЛЗА НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ

Удовлетворението на нашите клиенти е основен приоритет на компанията. Стремим се да надминем техните нужди и очаквания за да останем предпочитания оператор.

Въпреки всички постижения в обслужването на клиентите, понякога се случва да сгрешим и подведем потребител. Когато не успеем да се справим сами с некоректните практики, разчитаме на регулаторните органи и правим необходимите изводи.

Затова VIVACOM води постоянен диалог с регулаторните органи и в частност с Комисията за защита на потребителите с цел постигане на максимална полза за клиентите. Компанията не само спазва законово установените правила за рабо-

та с потребителите, но и самостоятелно и проактивно подобрява условията за ползване на услугите, които предлага. На 1 март 2011 г. VIVACOM първи сред операторите и по собствена воля премахва премахва условието за автоматично подновяване на срочните договори на абонатите. От тази дата след изтичането на срочния договор той автоматично се превръща в безсрочен, като така компанията спазва ангажимента си към потребителите и въвежда нови и адаптирани правила за промяна на клаузите на договорите. През 2014 г. VIVACOM отново първи намали размера на неустойката при предсрочно прекратяване на договор по желание на клиента. Промяната е резултат от съвместната работа между телекома и Комисията за защита на потребителите.

6.3. ИНФОРМИРАНЕ НА ОБЩЕСТВОТО – РАБОТА С МЕДИИ

Като компания, която предоставя ютилити услуги за голяма група потребители, VIVACOM постоянно е в ползрението на медиите. Честният и открит диалог с журналистите е от изключително голямо значение за публичния образ на телекома, както и за поддържането на доверие в потребителите и диалог с държавните институции.

VIVACOM проактивно информира медиите чрез изпращане на прес съобщения за своята дейност, които публикува и на общодостъпния корпоративен сайт www.vivacom.bg в секция „Новини“. Компанията провежда редовни срещи с медиите по важни поводи като представяне на цялостната политика за корпоративна социална отговорност на

VIVACOM, пускане на пазара на дългоочаквани мобилни устройства и други значими събития в сферата на телекомуникациите.

Освен основен източник на информация за дейността на компанията, VIVACOM се стреми да бъде партньор на медиите в разнообразни активности от обществен интерес. Такава е кампанията на Дарик радио „40 до 40“, която се провежда за първи път през 2013 г. и цели да отличи 40 млади българи до 40-годишна възраст със значими постижения в своята сфера на дейност. VIVACOM вижда големия потенциал на проекта и позитивното му отражение в обществото и става генерален спонсор на второто издание през 2014 г.

**КОНСТАНТИН ВЪЛКОВ — ПРОГРАМЕН ДИРЕКТОР НА ДАРИК РАДИО
ЗА СЪВМЕСТНОТО ПАРТНЬОРСТВО С VIVACOM:**



„Винаги съм търсил партньори, с които заедно да реализираме проектите, т.е. те да имат своето активно участие в тях – в концепцията, в реализирането, във всеки етап от процеса. Затова ги наричам партньори, а не спонсори. VIVACOM не е стандартният спонсор, който осигурява финансиране, слага си логото и приключва с ангажимента си. Те имат идеи, споделят ги, търсят мнението на другите и така се раждат наистина успешни и смислени проекти.

Работата ни с тях е дългогодишна и знам какво би им харесало, какво се вписва в цялостната им политика. Затова често има проекти, които предлагам конкретно на тях, и след първата среща вече знаем, че ще работим заедно.“

ОСНОВНИТЕ ПРИНЦИПИ НА РАБОТА С МЕДИИТЕ, КОИТО КОМПАНИЯТА НИ СПАЗВА, СА:

ОТКРИТ ДИАЛОГ

**РАВНОПРАВНО ТРЕТИРАНЕ НА ВСИЧКИ МЕДИИ И
ЖУРНАЛИСТИ**

РЕГУЛЯРНО ИЗПРАЩАНЕ НА ИНФОРМАЦИЯ

**БЪРЗО И КОРЕКТНО ОТГОВАРЯНЕ НА МЕДИЙНИ
ЗАПИТВАНЯ**

**СЪТРУДНИЧЕСТВО И СЪДЕЙСТВИЕ НА ЖУРНАЛИСТИТЕ В
ИЗПЪЛНЯВАНЕТО НА СЛУЖЕБНИТЕ ИМ ЗАДЪЛЖЕНИЯ —
ДА ИНФОРМИРАТ ОБЩЕСТВОТО**

ПАРТНЬОРСТВО



6.4. ОСНОВЕН ПРИНЦИП ПРИ ИЗБОР И РАБОТА С ДОСТАВЧИЦИ – ПРОЗРАЧНОСТ

Отговорното снабдяване е приоритет и част от политиката на VIVACOM за устойчиво развитие. То включва структурирани пре-дефинирани процеси, целящи обективност, равнопоставеност и прозрачност в партнирането с доставчиците, при представянето

на финансовите резултати на компанията и спазването на отговорността към обществото. Надеждното снабдяване изисква високо ниво на сътрудничество и ангажираност между различните дирекции на компанията и с нейните доставчици.

ЯСНИ ПРАВИЛА И ПРОЦЕДУРИ

Формулирани за всяка стъпка от процеса на снабдяване

КОНКРЕТНИ ЦЕЛИ И ОЦЕНКА НА РЕЗУЛТАТИТЕ

Поставени ясно и въз основа на извършените до момента транзакции

КОНФИДЕНЦИАЛНОСТ

Данните за всяка сделка на VIVACOM са поверителни. Данни за цени, отстъпки, начини на плащане не се разкриват пред вътрешни лица в БТК ЕАД преди приключване на тръжната процедура, и пред външни лица – при никакви обстоятелства

ИЗБОР НА ДОСТАВЧИЦИ

Един от принципите на отдел Снабдяване е прозрачността при избора на доставчици. Следвайки принципа за конкурентност, VIVACOM дава възможност на партньо-

рите си да предложат свои стоки и услуги в съревнование с поне 3 други надеждни доставчици. Правилото е приложимо за всички доставки над 10 000 лева.

КРИТЕРИИ ЗА ИЗБОР

ТЕХНИЧЕСКА СЪВМЕСТИМОСТ/КАЧЕСТВО



ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ПРОИЗВОДСТВО/ДОСТАВКА И ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ОБСЛУЖВАНЕ/ПОДДРЪЖКА

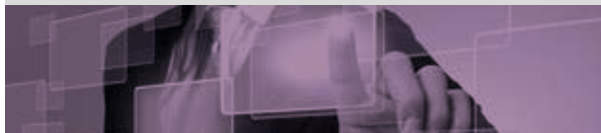


ЦЕНОВИ УСЛОВИЯ



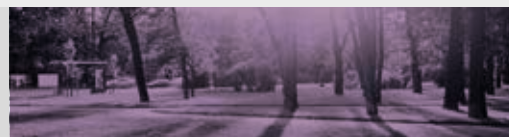
СЪОТВЕТСТВИЕ С ДЕЙСТВАЩОТО ЗАКОНОДАТЕЛСТВО

ФИНАНСОВА СТАБИЛНОСТ НА ДОСТАВЧИКА



ИНОВАЦИИ

ИЗИСКВАНИЯ, СВЪРЗАНИ СЪС ЗДРАВЕТО, ОКОЛНАТА СРЕДА И БЕЗОПАСНОСТТА



РАВНОПОСТАВЕНОСТ

Взаимоотношенията на VIVACOM с доставчиците се основават на взаимно уважение, стриктно спазване на корпоративната етика и почтеност. VIVACOM се отнася равностойно и безпристрастно към всички доставчици, прилагайки при избора им тръжни процедури с еднакви за всички участващи

негенерични изисквания. VIVACOM търси и изгражда дългосрочни отношения с доставчиците и непрекъснато следи представянето им и развитието на пазара, за да гарантира устойчивост и надеждност на доставките и доставчиците си.

ЕКСПЕРТИЗА НА СЛУЖИТЕЛИТЕ В ОТДЕЛ СНАБДЯВАНЕ

Работата в отдела е профилирана между три основни екипа, формирани според спецификата на доставките и тясната експертиза и опит на служителите: Процеси и проекти, Общ административно-търговски и Технически.

пертиза и опит на служителите: Процеси и проекти, Общ административно-търговски и Технически.



РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА ЗАДЪЛЖЕНИЯТА И ОТГОВОРНОСТИТЕ

Всеки член на екипа отговаря за определена област на покупки, за да се поддържа експертност и познание за пазара и спецификата на доставчиците.

РАЗДЕЛЕНИЕ НА ПРАВАТА

Екипът на дирекция „Снабдяване“ отговаря за оценка на цената, качеството и изискванията. Процедурите за получаване на стоки и изпълнение на плащанията са разпределени в други отдели на компанията.



ПРИНЦИП НА КОНТРОЛ "ЧЕТИРИ ОЧИ"

- един човек не може самостоятелно да избира доставчици
- един човек не може самостоятелно да издава поръчки за доставка или договори
- един човек не може самостоятелно да оценява представянето на доставчиците



УСЪВЪРШЕНСТВАНЕ НА ПРОЦЕСА НА СНАБДЯВАНЕ

- оптимизиране броя на рамковите споразумения
- увеличаване на стандартизирането на изискванията
- пълноценно оползотворяване на системата за фирмено планиране на ресурсите
- улесняване и актуализиране на съществуващите процедури
- гарантиране на прозрачност и високи етични норми
- приоритизация на доставките според приоритетите на проектите
- обмен на информация и работа в екип

РАЗВИТИЕ НА ПЕРСОНАЛА

- регулярен анализ на необходимостта от обучение
- оценка на представянето
- провеждане на обучения и обогатяване на експертните знания



6.5. ВЪТРЕШНО КОРПОРАТИВНИ ОТНОШЕНИЯ – ЕТИЧЕН КОДЕКС

През 2010 г. VIVACOM създаде и внедри Етичен кодекс, с който ясно декларира ангажимента си да работи честно и съобразно най-високите етични стандарти. Компанията е отговорна пред своите клиенти, акционери, колеги, доставчици, партньори, конкуренти и обществото като цяло.

Всеки служител е запознат и е приел кодекса и със своите действия и начин на

работа приема да защитава принципите, които VIVACOM отстоява.

Етичните норми важат за всички служители на VIVACOM и касаят поведението им на работното място, както и техния личен и социален живот. Тези принципи включват следните социални взаимоотношения:

ВЗАИМООТНОШЕНИЯ МЕЖДУ

- СЛУЖИТЕЛИ И КЛИЕНТИ, АКЦИОНЕРИ, ДОСТАВЧИЦИ И КОНКУРЕНТИ
- ОТДЕЛНИТЕ СЛУЖИТЕЛИ И МЕЖДУ СЛУЖИТЕЛ И ПРЯК РЪКОВОДИТЕЛ
- СЛУЖИТЕЛИ И КОМПАНИЯТА
- СЛУЖИТЕЛИ И НОРМАТИВНАТА УРЕДБА
- СЛУЖИТЕЛИ И ОБЩЕСТВОТО КАТО ЦЯЛО

КАМПАНИЯ ЗА ПОПУЛЯРИЗИРАНЕ НА КОДЕКСА:



ДИНАМИЧНИ

Ценностите за **VIVACOM**



Предвиждаме очакванията на клиентите си и се съобразяваме с тях. Постигаме бързи и качествени резултати в конкурентна среда.

7. ДИНАМИЧНИ

Телеком секторът е един от най-бързо развиващите се в световен мащаб. Динамичното развитие на технологиите открива много нови възможности за компаниите в сектора, но също така ги задължава да са винаги актуални, да не

изостават от общите тенденции и дори да ги предвиждат, за да бъдат конкурентноспособни. Ето защо динамиката е основен фактор за доброто позициониране на VIVACOM на пазара:

VIVACOM е оператор номер 1 по приходи през 2014 г.

VIVACOM е оператор номер 1 по предлагането на фиксиран интернет за 2014 г.

2 853 000 потребители на мобилни услуги и единствената компания с нарастващ дял на приходите в сегмента

Лидер в областта на фиксираната телефония

Доставчик номер 1 на IPTV

Предоставяне на отстъпки в над 1500 търговски обекта с лоялната програма VIVA Club



7.1. ПАЗАР – ПОЗИЦИОНИРАНЕ НА VIVACOM

Пазарът на телекомуникационни услуги в България се отличава със силно насищане, особено в сектора на мобилни услуги и фиксирания интернет. VIVACOM се позиционира като доставчик на конвергирани услуги и цялостни телекомуникационни решения за частни и бизнес клиенти, което означава, че потребителите могат да получат всички услуги от един единствен източник. Практиката за осигуряване на пакетни предложения е световна тенденция с голям потенциал, тъй като предлага максимално удобство и финансова полза за крайните потребители. Макар че в отделните пазарни ниши се конкурира с различен брой и вид доставчици, за 2014 г. VIVACOM се отличава като телеком оператор номер 1 по приходи.

В сферата на мобилните услуги компанията оперира редом с Mtel (част от Telecom Austria) и Telenor България (част от Telenor Group). За разлика от другите два оператора, VIVACOM е самостоятелен телеком, развиващ дейност само на българския пазар, и не принадлежи към международна структура. Компанията получава лиценз за предоставяне на мобилни гласови услуги през 2005 г. и така става третият мобилен оператор в страната. За изминалите 8 години до края на 2014 г. VIVACOM успява да преодолее исторически обособеното предимство на двата си конкурента, като достига 2 853 000 потребители на мобилни услуги и е единствената компания с нарастващ дял на приходите в този сегмент.

В областта на фиксирания телефония VIVACOM запазва лидерската си позиция,

като другите два оператора също предлагат услугата.

По отношение на други две фиксирани услуги предимно за домашно ползване – интернет и телевизия, пазарът е сложен и наситен с множество доставчици. Освен трите мобилни оператора, фиксиран интернет предлагат още десетки по-малки компании, които се характеризират с локална насоченост – имат твърди позиции в определени райони и често не целят разрастване. Въпреки

особеностите на пазара, за 2014 г. VIVACOM е телеком оператор номер 1 в предлагането на тази услуга.

Пазарът на телевизионни услуги има същите характеристики с изключение на факта, че от трите оператора Теленор България не предлага такава. Лидерът в този сегмент за 2014 г. е доставчик с национално покритие, който оперира единствено в сегмента сателитна телевизия –

Булсатком. В края на 2014 г. VIVACOM се позиционира между третото и второто място в предлагането на телевизия като цяло и заема първо място като доставчик на IPTV – най-модерната технология за предоставяне на телевизионно съдържание.

Данните от последните няколко години за България показват, че приходите от потребление на телеком услуги намаляват, а в същото време високотехнологичната индустрия изисква сериозни постоянни инвестиции с цел развитие в синхрон със световните постижения.

ЕДИН ОТ ОСНОВНИТЕ ДВИГАТЕЛИ ЗА ГЕНЕРИРАНЕ НА ПРИХОДИ В ТАЗИ СФЕРА Е КОМБИНИРАНЕТО НА МОБИЛНИ УСТРОЙСТВА С ТАРИФНИ ПЛАНОВЕ. ТОВА Е УТВЪРДЕНА ЕВРОПЕЙСКА И СВЕТОВНА ПРАКТИКА, КОЯТО КЛИЕНТИТЕ ОЦЕНЯВАТ ВИСОКО.

7.2. МАРКЕТИНГОВИ ПРОУЧВАНИЯ

Развитието на пазара на телекомуникационни услуги се определя в най-голяма степен от удовлетвореността на клиентите от услугите, които ползват.

За VIVACOM е важно да познава нагласите и очакванията на потребителите, за да може в максимална степен да предлага и

развива продукти и услуги, които да отговорят на нуждите и очакванията на настоящите и бъдещи клиенти. Затова компанията ни провежда многообразни качествени и количествени маркетингови проучвания, измерващи:

СТЕПЕНТА НА ИЗПОЛЗВАНЕ НА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИОННИ УСЛУГИ ОТ НАСЕЛЕНИЕТО НА СТРАНАТА И ПОЗИЦИОНИРАНЕ НА ОПЕРАТОРИ НА ПАЗАРА НА НИВО ПАЗАРНИ ДЯЛОВЕ

ИМИДЖ НА МАРКАТА VIVACOM, РАЗПОЗНАВАЕМОСТ НА КОРПОРАТИВНИЯ СЛОГАН “ВСИЧКО, КОЕТО НИ СВЪРЗВА” И РЕКЛАМНА ЕФЕКТИВНОСТ НА ОПЕРАТОРИТЕ

НИВО НА УДОВЛЕТВОРЕНОСТ ОТ ОПЕРАТОРИТЕ И НИВО НА УДОВЛЕТВОРЕНОСТ ОТ УСЛУГИТЕ НА VIVACOM

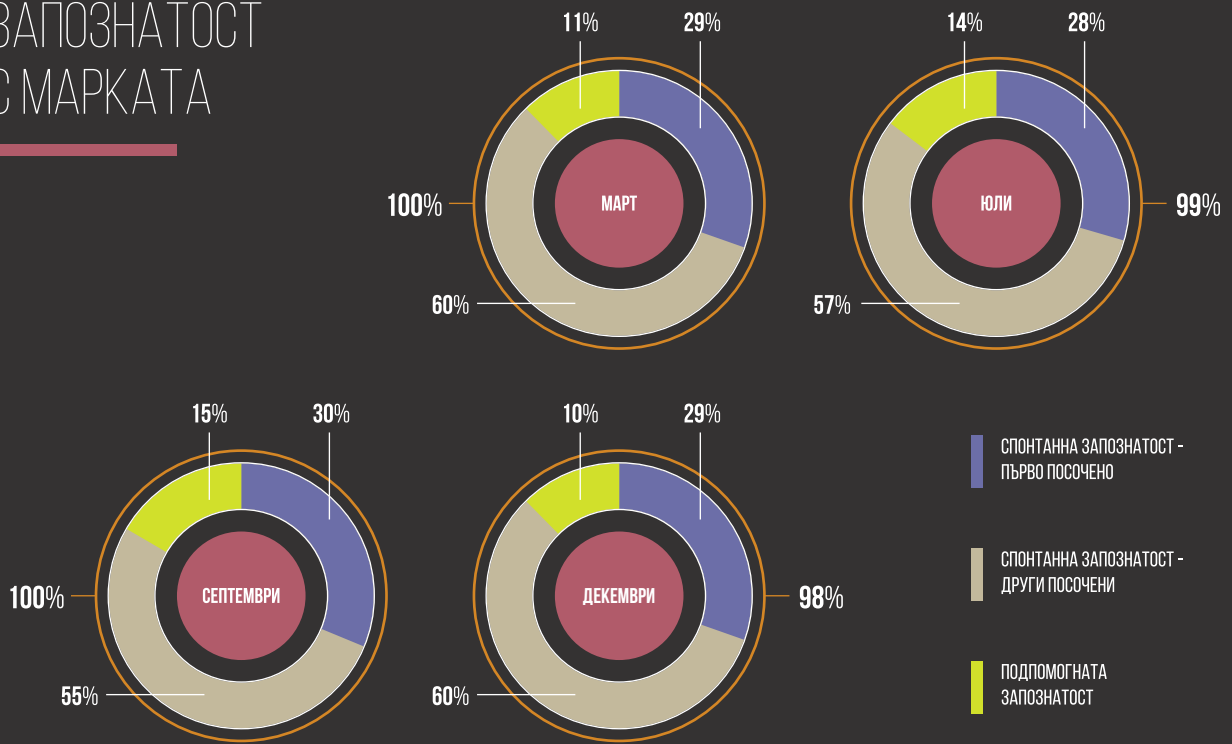
През 2014 г. VIVACOM проведе изследване за функционалност и полезност на корпоративния сайт www.vivacom.bg, който е един от основните източници на информация за клиентите. Резултатите от изследването бяха приложени със стартирането на нов корпоративен сайт

на VIVACOM с обновен и съвременен дизайн и функционалности. Резултатите от направените проучвания ни помагат да следим динамиката на пазара и да планираме цялостната си стратегия за развитие.

МЕТОДОЛОГИЯ:

- Тип изследване: количествено
- Извадка: представителна за българското население на възраст 15+
- Метод: интервю лице в лице
- Обемна извадка: 1 006 респонденти
- Период: март – декември 2014 г.

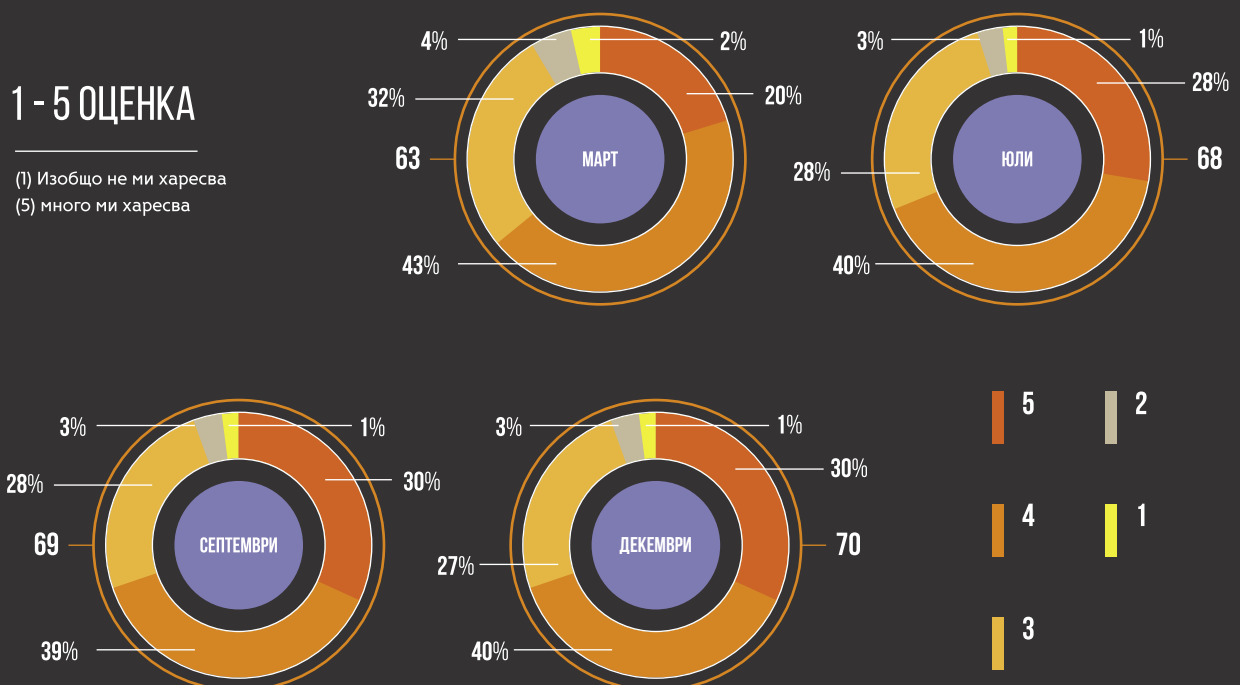
ЗАПОЗНАТОСТ С МАРКАТА



ОЦЕНКА НА КОРПОРАТИВЕН СЛОГАН "ВСИЧКО, КОЕТО НИ СВЪРЗВА"

1 - 5 ОЦЕНКА

(1) Изобщо не ми харесва
(5) много ми харесва



7.3. ДИНАМИЧНИ РЕШЕНИЯ ЗА КОРПОРАТИВНИ КЛИЕНТИ

БИЛЛА България е част от германската група REWE и разполага с 91 магазина в цялата страна. Наред с желанието да се предлага винаги добро качество на клиентите, нараства и нуждата от професионална и качествена телеком среда, която в реално време да предоставя възможност за достъп до обща информация, складова наличност, фирмени приложения и други.

Услугата IP VPN (IP Virtual Private Network – виртуална частна IP мрежа) осигурява на БИЛЛА България качествена, високоскоростна среда за пренос на данни между всички географски отдалечени магазини в страната. Това на практика представлява цялостно решение и осигурява директна LAN-to-LAN свързаност, гарантираща сигурност на предаваната информация и позволява прилагането на QoS (Quality of Service) с цел приоритизация на различните

видове трафик в зависимост от степента на неговата значимост.

Високата надеждност на предлаганите услуги се осигурява от собствен Център за управление на мрежата и услугите и собствен Център за съхранение и резервиране на данни в реално време (Disaster Recovery Center), съобразени с международните стандарти в телекомуникациите, както и от функциониращата собствена система за мониторинг и HelpDesk.

Благодарение на разнообразието от мобилни приложения и ефективни услуги за бизнеса, през 2014 г. телекомът внедри във всички автомобили на компанията цялостно решение за управление на фирмения автопарк - VIVAFleet. Услугата включва проследяващо устройство, мобилна свързаност за предаване на данни и web-базирана платформа за следене и контрол на автомобилите БИЛЛА.

РЕШЕНИЕТО ПРЕДОСТАВЯ НА КЛИЕНТА ПЪЛНА ИНФОРМАЦИЯ ЗА:

МАКСИМАЛНА, СРЕДНА И МОМЕНТНА СКОРОСТ



АЛАРМИ В РЕАЛНО ВРЕМЕ ПРИ НАРУШАВАНЕ
НА ПРЕДВАРИТЕЛНО ЗАДАДЕНИ ПРАВИЛА

ЛОКАЛИЗАЦИЯ В РЕАЛНО ВРЕМЕ И ВИЗУАЛИЗАЦИЯ
НА ИЗМИНАТИ МАРШРУТИ



ОТБЕЛЯЗВАНЕ НА ОБЕКТИТЕ НА БИЛЛА НА КАРТАТА

АДМИНИСТРАТИВЕН КОНТРОЛ НА ГОРИВОТО



ИВАН МИНДИЛИКОВ, ИТ МЕНИДЖЪР НА БИЛЛА БЪЛГАРИЯ:



„Един от големите плюсове в съвместната ни работа са стандартизираните процеси. От самото начало имаме мениджър ключови клиенти, на който можем да разчитаме по всяко време. При откриване на нов обект всичко винаги е готово 10 дни предварително, което е изключително важно в такъв момент. Разполагаме и с индивидуален за компанията ни инженер, който много добре познава системата на БИЛЛА. Създаването на услугата VIP Help Desk е голям скок в обслужването на корпоративните клиенти и работи много добре, ние сме доволни.“

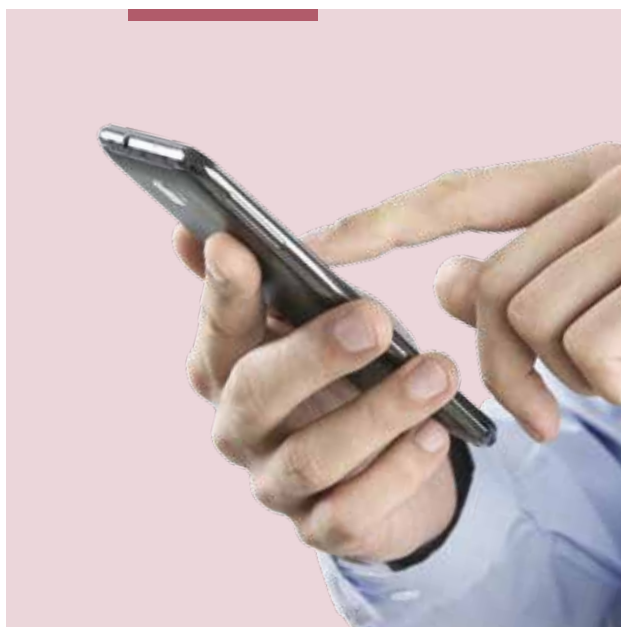
ASP ЕООД е правопреемник на „АСО-ПИРЕЛИ“ ЕООД, която стартира своята дейност през 1993 година. ASP е изцяло българска компания с дългогодишен опит в сферата на сигурността. Предлага пълния спектър от охранителни услуги.

ASP осъществява своята дейност на територията на цялата страна и активно развива своята мрежа от регионални клонове и офиси в градовете София, Варна, Бургас, Стара Загора, Плевен, Пловдив, Благоевград, Враца и Разлог. Използва фиксирани гласови услуги на VIVACOM от дълго време и поддържа универсалния номер 0700 11 112, който позволява на клиентите от цялата страна да се свържат безпроблемно с

дежурните екипи на ASP на цената на един градски разговор.

В края на 2014 г. ASP започват да използват мобилните услуги на телекома за пренос на глас и данни. Услугите за пренос на данни се използват и за GPS системите в автомобилите на ASP, както и за подаване на сигнали с паник бутон. VIVACOM обезпечават най-доброто 3G покритие у нас, както и предлагат 25% по-добро покритие в затворени пространства. Днес телекомът с гордост отчита най-качественото Indoor покритие в дълбочина, постигнато във всички големи градове и курорти, с висока средна пропускливост и сила на сигнала в съответствие с извършените тестове и показани резултати.

ЕНЧО ЕНЧЕВ, ЗАМЕСТИК-УПРАВИТЕЛ НА ASP ЕООД:



„Благодарение на иновативните процеси и услуги на VIVACOM мигрирахме от използването на радиопредаватели към GPRS трафик, което осигурява пълна сигурност на мрежата и преноса на данни. И двете компании са динамични, гледат напред и работят в полза на клиента. В близко бъдеще можем да работим за развиване на нови проекти както за функциониращия видео мониторинг център в Павлово, така и за иновативни COT услуги, които да бъдат част от SMART Home и бъдещия дом.“

7.4. СПРАВЯНЕ С ПРОБЛЕМА С КРАЖБАТА НА ИНФРАСТРУКТУРА

Кражбите на инфраструктура и горива са сред основните предизвикателства за доставчиците на телеком услуги в България. За VIVACOM това включва преди всичко кражбите на медни кабели, но също така и фидерни устройства, дизел, генератори, акумулаторни батерии, климатици, части от сайтове.

Има райони в страната, в които умишленото посегателство върху мрежата е често срещано и се повтаря периодично, което води до продължителни повреди и сериозни неудобства за потребителите ни. Най-честите кражби са на кабели от медната мрежа. Затова в районите, в които е технически възможно, VIVACOM обезпечават потребителите на домашен телефон чрез технологията „Оптимизация на аналоговата мрежа“. Чрез нея стационарните линии се пренасят в мрежата на мобилните гласови услуги. Така се елиминира риска от последващи кражби и прекъсване на услугите. Другата технология, чрез която VIVACOM се справя с кражбата на медни кабели, е изграждането на оптична мрежа. Процесът стартира през 2011 г., но той е дългосрочен и изисква сериозни технологични и финансови ресурси. По време на реализацията му трябва да бъде защитено правото на потре-

бителите да използват безпроблемно услугите в съществуващата и висококачествена инфраструктура на VIVACOM.

Явлението достига пика си през 2010 и 2011 г., когато средствата за възстановяване на щетите от кражби само в кабелната мрежа възлизат на около 5.5 милиона лева годишно. Оттогава компанията инвестира в

целенасочено справяне с проблема и през 2014 г. щетите спадат близо 3 пъти, като успоредно с това намалява и броят на посегателствата върху мобилната мрежа.

Едно от най-успешните решения на VIVACOM за справяне с кражбите на инфраструктура е партньорството с 3S COT (VIP Security) АД, което стартира в края на 2013 г. Фирмата извършва охранителна дейност по две основни

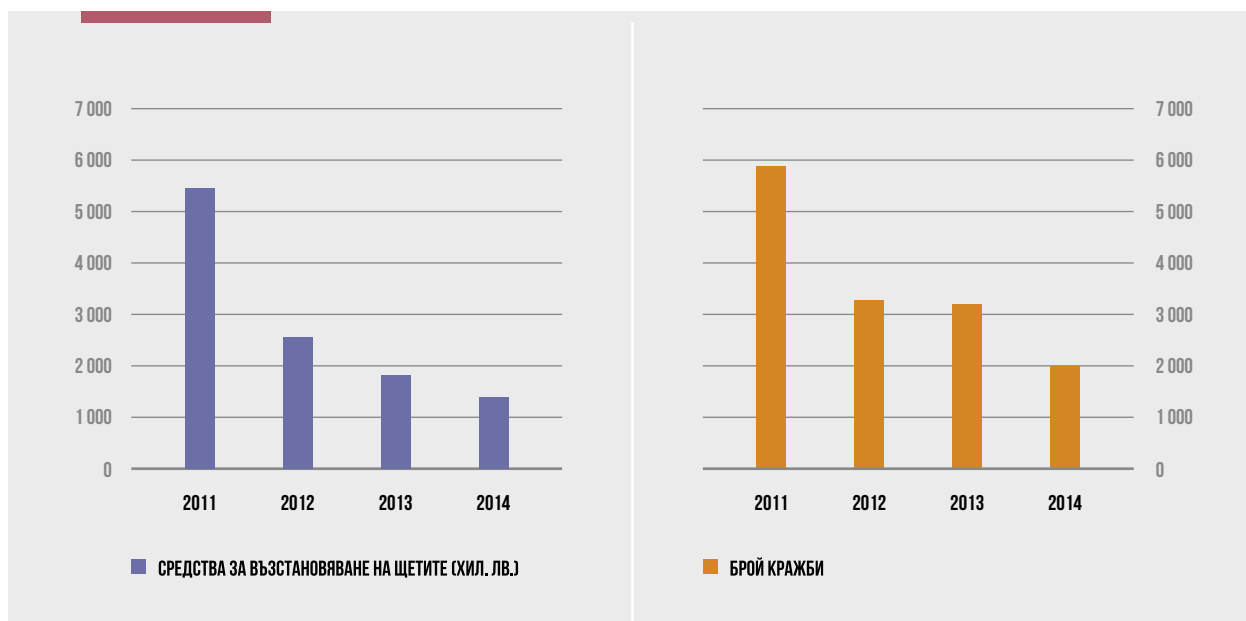
VIVACOM ИЗПОЛЗВА НЯКОЛКО ОСНОВНИ МЕТОДА ЗА СПРАВЯНЕ С КРАЖБИТЕ, КОИТО ЗАСЯГАТ ОСНОВНО ФИКСИРАНИТЕ УСЛУГИ. НА ПЪРВО МЯСТО ТОВА Е СЪТРУДНИЧЕСТВО С ДЪРЖАВНИТЕ ИНСТИТУЦИИ С ЦЕЛ ПРЕВЕНЦИЯ.

направления, първото от които е стандартна охрана на физически обекти - магазини, базови станции, технологични обекти. По-трудоемка, но с изключително голямо значение е надеждната охраната на кабелната мрежа. Благодарение на професионализма и общите усилия на двете компании за превенция на кражбите, за една година и половина разходите ни за възстановяване на откраднати материали са спаднали над 2 пъти.

— Използваните методи за превенция, довели до тези резултати, са изграждането на Система за охрана и контрол на достъпа (СОКД) на Кабелната канална мрежа (ККМ) (реализирани над 13 900 подхода на кабелни шахти в 7 населени места), изграждане на система за контрол и охрана на кабелни

линии „Mondis D+“ (включени 550 броя кабели в 8 области на страната), изграждане и включване под техническа охрана на базови станции, особено важни за мобилната мрежа, и други с повтарящи се проблеми (включени към момента 272 обекта).

КРАЖБИ В КАБЕЛНАТА МРЕЖА



ЦЕЛИ ЗА 2015 г.:

- Изграждане на нови 1 500 броя подхода от ККМ със СОКД 2;
- Добавяне на нови 260 кабелни трасета към системата за охрана „Mondis D+“;
- Включване под техническа охрана на нови 60 базови станции.

7.5. ЛОЯЛНА ПРОГРАМА VIVA CLUB

Изключително големият избор от продукти и услуги пред съвременния потребител и предлагането на различни търговски оферти буквално навсякъде около него го мотивира да бъде внимателен в своя избор. Специално за своите лоялни потребители VIVACOM създава и развива програма, която цели да им осигури максимални ползи

и преференции при пазаруване. VIVA Club предлага не само по-добри цени и условия в търговската мрежа на VIVACOM, но и отстъпки в над 1 500 обекта на партньори в разнообразни сфери – туризъм, финанси, грижа за здравето, стоки и услуги за дома и офиса, мода и други.

ОТГОВОРНИ

Ценностите за **VIVACOM**



Работим заедно и заставаме зад всяко свое действие и решение. Поемаме отговорност за крайния резултат.

8. ОТГОВОРНИ

Като компания, която предоставя над 4,7 милиона телекомуникационни услуги, за VIVACOM е от изключително голямо значение да се утвърди като отговорна

организация. За целта спазваме стриктно законодателството по отношение на всички аспекти от ежедневната ни работа:

Предоставяне на Универсалната услуга за достъп до фиксирана телефония на всички граждани и предоставяне на услугата на лица с намалена трудоспособност на преференциални цени

Внедрена Корпоративна политика за здраве и безопасност при работа от 2007 г.

Провеждане на годишни профилактични прегледи за всички служители

Участие на 311 служители в 39 доброволчески инициативи

Телекомуникационни услуги на стойност 52 000 лв., дарени за жителите на гр. Мизия

121 служители са преминали курс за оказване на първа долекарска помощ с БЧК

Осигурени стипендии на стойност 62 265 лв. за деца на починали служители през 2014 г.

3 000 безплатни wifi зони в страната към 2014 г.



8.1. РЕГУЛАЦИЯ И ОТНОШЕНИЕ С ДЪРЖАВНИ ИНСТИТУЦИИ

VIVACOM е инфраструктурна съобщителна компания, която предоставя конвергентни услуги на различни потребители – домашни и бизнес, държавна и общинска администрация. В България VIVACOM е историческият оператор и поради това има редица задължения, отговорности и регулаторни изисквания, които не се отнасят за никой друг оператор на пазара. VIVACOM е единственият телеком, ангажиран с предоставянето на универсална услуга – осигуряването на достъп до фиксирана телефония на всеки гражданин, както и на лица с намалена трудоспособност на преференциални цени.

Обслужването на милиони потребители ни ангажира, освен с гарантирането на качествени и разнообразни услуги, и с много

стриктни процедури относно опазването на личните им данни. VIVACOM е проверявана неколkokратно от Комисията за защита на личните данни, като резултатите показват, че процедурите и действията на компанията в тази сфера създават достатъчна сигурност за потребителите.

Част от ежедневната работа на телекома са взаимоотношенията с регулаторните органи – най-вече с Комисия за регулиране на съобщенията, Комисия за защита на потребителите, Комисията за защита на личните данни и Комисия за защита на конкуренцията. Основен принцип на VIVACOM е в открит диалог с регулаторите да намери най-доброто решение в интерес на потребителите и честната конкуренция.



8.2. БАЗОВИ СТАНЦИИ – ЕЛЕКТРОМАГНИТНИ ИЗЛЪЧВАНИЯ

Електромагнитните излъчвания са важна тема в телекомуникациите. Те оказват влияние на организмите и материалите, през които преминават, като покачват температурата им. Измерванията показват, че температурното покачване в човешкото тяло вследствие на електромагнитните вълни от мобилните телефони се равнява на 0.1 градуса по Целзий, което е безопасно ниска стойност.

Световната здравна организация сравнява над 25 000 публикации през последните 30 години във връзка със здравните рискове от електромагнитните вълни и заключава, че няма категорични доказателства за пряка връзка между вълните, излъчвани от базовите станции и мобилните телефони, и вреди върху човешкото тяло.

Базовите станции подлежат на издаване на разрешително за строеж от съответната община и приемане в експлоатация с държавна приемателна комисия и ДНСК (Дирекция за национален строителен контрол). Допълнително се прилага и двустепенен контрол, свързан със защитата на населението от електромагнитни излъчвания. Първият етап е преди получаване на разрешително за строеж. Прави се така нареченият предварителен санитарен контрол, който представлява изчисление на защитната зона и оценка дали в нея попадат населени обекти. При изчислението се взема предвид максималната мощ-

ност и натоварване на базовата станция, вида и насочеността на антените. Ако няма обекти в зоната, Министерството на здравеопазването одобрява проекта и одобрението е задължителна част от документите за получаване на разрешително за строеж. Следващият етап е измерване в реални условия, след пускането на базовата станция в експлоатация. Проверки се правят и пери-

одично или по сигнал от Регионална здравна инспекция. За измерването на електромагнитните полета от базови станции е важно да се отбележи, че полето, което се измерва, не е резултат само от работата на конкретната базова станция – то е сума от излъчванията на всички базови станции на всички мобилни оператори, както и на всички други източници на електромагнитни лъчения, радиостанции на таксите, поли-

лиция, радиия, телевизии и други в точката, в която се извършва измерването. Нормите за пределно допустими нива, дефинирани в Наредба 9, са 40 до 100 пъти по-строги от препоръчаните от Международния комитет по защита от нейонизиращи лъчения към Световната здравна организация (ICNIRP). Изграждането на базова станция отнема от 6 до 24 месеца, като отношение имат 15 институции. Оценка на електромагнитното поле на базовите станции се прави в началото и в края на процеса по изграждането им, тоест има двустепенен контрол.

**МЕЖДУНАРОДНАТА КОМИСИЯ
ЗА ЗАЩИТА ОТ НЕЙОНИЗИРАЩИ
ЛЪЧЕНИЯ (ICNIRP) ОПРЕДЕЛЯ
ПРЕДЕЛНО ДОПУСТИМИ
СТОЙНОСТИ НА ИЗЛЪЧВАНИЯТА,
КОИТО СА ВОДЕЩИ ЗА VIVACOM
ПРИ ПОСТРОЯВАНЕТО И
УПРАВЛЕНИЕТО НА БАЗОВИ
СТАНЦИИ.**

8.3. УПРАВЛЕНИЕ НА ЛИЧНИ ДАННИ

В качеството си на администратор на лични данни, VIVACOM прилага и строго съблюдава спазването на предвидените задължителни организационни и технически мерки за защита на личните данни на клиентите си. Това се осъществява в съответствие с разпоредбите на Закона за защита на личните данни и Наредба 1 от 30.01.2013 г. за

минимално ниво на технически и организационни мерки и допустимия вид защита на личните данни. По смисъла на последната, гарантираното от VIVACOM ниво на защита е „изключително високо“. За отчетния период VIVACOM няма влезли в сила санкционни решения на Комисията за защита на личните данни.



8.4. ЗДРАВЕ И БЕЗОПАСНИ УСЛОВИЯ НА ТРУД

Осигуряването на безопасни условия на труд и грижата за здравето са ясно декларирани ангажменти към служителите от страна на VIVACOM. Компанията прилага ефективни мерки, като по този начин осигурява на своите служители възможно най-добрите условия за работа. Още през 2007 г. е разработена и внедрена Корпоративна политика за здраве и безопасност при работа.

VIVACOM е сертифицирана по OHSAS 18001:2007 „Системи за управление на здравето и безопасността при работа“ през

август 2013 г. През 2014 г. сертификатът е защитен успешно пред външни одитори. През периода на докладване нямаме фатални инциденти, а инцидентите, довели до отсъствие от работа над 3 дни, са съответно 10 и 16 за 2013 г. и 2014 г.

За всички служители с идентифицирани рискове във връзка с безопасността на работното място са осигурени необходимите обучения, лични предпазни средства и специално работно облекло.

ПРЕЗ 2014 Г. ЛИЧНИ ПРЕДПАЗНИ СРЕДСТВА И СПЕЦИАЛНО РАБОТНО ОБЛЕКЛО СА ОСИГУРЕНИ ЗА НАД 2100 СЛУЖИТЕЛИ, А РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ ОРГАНИЗИРАНИТЕ И ПРОВЕДЕНИТЕ ОБУЧЕНИЯ ЗА ОСИГУРЯВАНЕ НА БЕЗОПАСНОСТ ПО ВРЕМЕ НА РАБОТА СА:

обучени **121** служители за оказване на първа долекарска помощ с БЧК

2 209 обучени служители за електробезопасност

118 обучени служители за работа на височина

713 обучени служители за осигуряване на здравословни и безопасни условия на труд

47 учебни евакуации, като **9** от тях са с практическо обучение на персонала по пожарогасене в реална обстановка

Повече от **5 000** служители са преминали профилактични медицински прегледи, проведени в **46** града в цялата страна

8.5. КОРПОРАТИВНА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ

VIVACOM работи по най-чувствителните теми, които вълнуват българското общество. Всяка година компанията полага грижи и инвестира в значими проекти в областта на образованието, професионалната реализация, спорта, благотворителността, изкуството и културата. През 2014 г. основен фокус на корпоративно-социалната дейност на телекома е развитието и подпо-

магането на образованието в България.

Всички значими програми и проекти на VIVACOM са обединени във VIVACOM Fund (www.vivacomfund.bg). Платформата е създадена още през 2009 г. и изразява загрижеността на компанията по отношение на важните за обществото ни теми и проблеми.

КРАСИМИРА ВЕЛИЧКОВА, ДИРЕКТОР БЪЛГАРСКИ ДАРИТЕЛСКИ ФОРУМ:



„ VIVACOM е член на Управителния съвет на Българския дарителски форум и взема активно участие в работата на форума. Съвместното ни партньорство спомага за намирането на най-добрите решения при разрешаване на проблеми на групи от хора в неравностойно положение. Това съвсем очаквано увеличава полезния ефект от дейността и ресурсите ни. VIVACOM е един от малкото дарители, насочили вниманието си към инвестиции в културата и изкуството. Ние смятаме, че наред със значението на образованието и развиването на способности и умения, културата и изкуството имат голяма роля за изграждането на личността, за положителна промяна в поведението на хората и обществото, както и за стимулиране на креативността и желанието за прогрес.“

ЗАЕДНО ЗА МИЗИЯ

Като един от най-големите работодатели в България VIVACOM има значителен принос към развитието на обществото благодарение на своите служители. През 2010 г. е създаден доброволческият клуб VIVACOM Cares, в който могат да членуват всички служители на компанията. Всеки месец те отделят внимание и време за каузи, които ги вълнуват: грижа за природата и околната среда, грижа за деца от домове за деца, лишени от родителска грижа, грижа за животните и други. За да бъде устойчив във времето, VIVACOM Cares, развива доброволческите си дейности в партньорство със Столична община, ДАЗД (Държавна агенция за закрила на детето), сдружение „Зелени Балкани“, Софийска зоологическа градина, фондация „Animal Rescue“ София и фондация „Помощ за благотворителността в България“.

Най-много доброволци се включиха в акциите, организирани от VIVACOM след наводнението в гр. Мизия. Над 60 добровол-

ци от цялата страна се мобилизираха всяка събота и неделя през месец август. Те помогнаха на пострадалите с почистване на къщите, изнасяне на разрушената покъщница и сортиране на строителни материали. Бе организирана и вътрешна дарителска

кампания за набиране на финансови средства и вещи от първа необходимост. Събраните дарения бяха удвоени и компанията дари общо 15 000 лева на фондация „Помощ за благотворителността в България“ в полза на засегнатите от наводнението.

В знак на съпричастност към пострадалите VIVACOM предостави и безвъзмездни теле-

лекомуникационни услуги на всички свои частни абонати в гр. Мизия на стойност 52 000 лева. В рамките на 3 месеца те ползваха безплатно мобилни и стационарни телефони, интернет и телевизия. Компанията осигури и безплатна подмяна на повреденото техническо оборудване за приемане на услугите.

ПРЕЗ 2014 Г. 311 СЛУЖИТЕЛИ УЧАСТВАХА В 39 ДОБРОВОЛЧЕСКИ ИНИЦИАТИВИ

СТИПЕНДИИ ЗА ДЕЦА НА ПОЧИНАЛИ СЛУЖИТЕЛИ

Служителите са най-ценният капитал на компанията. Затова тя помага не само на своите служители, но и на техните семейства в трудни моменти. Процедурата за дарения предвижда осигуряването на месечна издръжка от 400 лв. за всички деца

на починали служители до 25 - годишна възраст, което позволява на семействата известен финансов комфорт и възможност да осигурят добри условия за живот и учене. През 2014 г. са дарени 62 265 лв.

ОПЕРАЦИЯ „ЖЪЛТИ СТОТИНКИ“

Операция „Жълти стотинки“ е национална дарителска кампания, създадена от VIVACOM през 2011 г. Целта на инициативата е да набере средства за кауза, подкрепяна от компанията. Даренията се набират в магазините на VIVACOM и търговските обекти на нейните партньори. В основата на концепцията е заложена идеята за партньорство с компании и медии, което позволява максимално популяризиране на кампанията в цялата страна, набиране на достатъчно средства и активно включване както на партньорите, така и на гражданите. Набраните средства се удвояват от компанията.

В продължение на 3 години операция „Жълти стотинки“ бе посветена на изоставени бебета и малки деца, с цел създаване на Малки къщи – центрове за временно настаняване от семеен тип, които им осигуряват топла грижа и подслон, докато бъдат осиновени или настанени в приемни семейства. За този период инициативата дари общо 237 000 лева, които спомогнаха за създаването и поддържането на 2 Малки къщи в София и 46 деца да намерят своето семейство. Партньор на инициативата беше фондация „Надежда за малките“.

През 2014 г. кампанията беше посветена на децата без родители, които не са имали шанс да бъдат осиновени или отгледани в приемни семейства. Компанията посвети своята дарителска инициатива в подкрепа на защитените жилища „Дом Възможност“ на Фондация за социална промяна и включване. Жилищата осигуряват временен подслон на младежи, навършили 18 години и напуснали домовете за сираци. В тях те придобиват социални умения и подкрепа в намирането на работа и успешното им интегриране в обществото. През 2014 г. в страната има 5 жилища, в които живеят 27 младежи, като последното открито е в София.

Операция „Жълти стотинки“ успя отново да привлече 30 компании и да осигури дарение на обща стойност 105 000 лв. То ще помогне за откриването на второ жилище в София, което да подслони младежи, напуснали социалните институции. Освен с финансова помощ, кампанията помага изключително много с предлагане на платени стажове, обучения и работа. Благодарение на инициативата в края на годината трима от младежите започнаха работа в големи компании.





ИНТЕРНЕТ ЗА ВСИЧКИ

Днес животът на всички нас е неизменно свързан с новите технологии. За да улесни максимално достъпа до информация за всеки, през последните години VIVACOM наложи тенденцията за интернет достъп навсякъде и по всяко време и разви стратегия за повсеместно покритие с безжичен

интернет на обществените места. Към 2014 г. VIVACOM е превърнала над 3 000 места в цяла България в безплатни Wi-Fi зони в паркове и градини, гари, летища, магазини, автобусни линии, като 259 са изцяло предоставени от компанията, а останалите са изградени съвместно с бизнес партньори.

ИСТОРИЧЕСКА ПАМЕТ

Като български телеком VIVACOM подкрепя родолюбиви каузи и проекти в различни сфери на обществения живот: образование, култура, спорт, изкуство. През 2014 г. компанията става основен партньор на сдружение „Българска история“, създадено и развито от няколко родолюбиви и неуморни младежи. Телекомът ги подкрепя в редица техни инициативи. От партньорството се ражда първият професионален документален филм на сдружението – „Швейцарецът с българско сърце“, посветен на Луи Айер - прожектиран в 20 града и привлякъл 3 500 посетители. Друга съвместна инициатива е „Да обиколим българските училища“ - изнасяне на уроци по родолюбие. През 2014 г. младежите изнасят 38 урока пред 2 800 ученици в различни градове. VIVACOM подкрепи сдружението и в създаването на серия от 12 клипа „Легендите оживяват“, посветени на забравени родни кътчета и истории.



ЧЛЕНСТВА

- АМСНАМ** - Американска търговска камара
- КРИБ** - Конфедерация на работодателите и индустриалците в България
- БТПП** - Българска търговско-промишлена палата
- ИСС** - Международна търговска камара
- БДФ** - Български дарителски форум
- БАУХ** - Българска асоциация за управление на хора
- АСТЕЛ** - Асоциация Телекомуникации
- БАККО** - Българска асоциация на кабелните комуникационни оператори
- ETNO** - European Telecommunications Network Operators' Association
- БАИТ** - Българска асоциация по информационни технологии

СЕРТИФИЦИРАНЕ И СТАНДАРТИ

ISO 9001:2008 „Системи за управление на качеството“;

ISO 14001:2004 „Системи за управление по отношение на околната среда“;

BS OHSAS 18001:2007 „Системи за управление на здравето и безопасността при работа“ с обхват „Предоставяне на електронни съобщителни услуги, в това число фиксирана гласова услуга, мобилна гласова услуга по стандарт GSM и UMTS, телевизия, достъп до интернет, пренос и предаване на данни, предоставяне на преносна среда, колокиране и комплексни технически решения“;

ISO/IEC 27001:2013 „Системи за управление на сигурността на информацията“ с обхват Централно управление, Център за данни – Хайдушка поляна и Център за данни – Каспичан;

ISO/IEC 20000-1:2011 „Системи за управление на информационни услуги“ с обхват “Предоставяне на електронни съобщителни услуги и ИТ услуги в съответствие с каталог на услугите на бизнес клиенти”.

ТАБЛИЦА ЗА ОПИСАНИЕ ПРОФИЛА НА КОМПАНИЯТА ПО GRI В СЪОТВЕТСТВИЕ С "CORE" ОПЦИЯТА

ПОКАЗАТЕЛ	ОПИСАНИЕ	ГЛАВА	СТРАНИЦА	ПРОВЕРКА
СТРАТЕГИЯ И АНАЛИЗ				
G4-1	Обръщение на Главния изпълнителен директор		4-5	не
G4-3	Име на организацията	Нашата компания	10	не
G4-4	Продукти, услуги и бранд	Нашата компания, Ефективни	11, 29, 30, 31	не
G4-5	Централен офис	Нашата компания	10	не
G4-6	Държави, в които организацията оперира	Нашата компания	12	не
G4-7	Собственост	Нашата компания	13	не
G4-8	Пазари	Нашата Компания, Динамични	12, 85	не
G4-9	Обхват на организацията	Нашата Компания	12	не
G4-10	Човешки ресурси	Нашата компания, Вдъхновени, Индикатори по значими теми	12, 47, 107	не
G4-11	Служители на колективни трудови договори	Вдъхновени, Индикатори по значими теми	49, 107	не
G4-12	Описание на веригата на доставки	Нашата компания	16	не
G4-13	Описание на значими промени по време на периода на докладване	Вдъхновени	49	не
G4-14	Принцип на предпазливостта	Ефективни	35	не
G4-15	Харти, принципи или други инициативи, които организацията е приела или подкрепя	Честни, Отговорни	82, 103	не
G4-16	Членства	Отговорни	103	не
G4-17	Да се докладва по всички организационни структури, включени в консолидираните финансови отчети на организацията или еквивалентни документи, и дали има структури, включени в консолидираните финансови отчети на организацията или еквивалентни документи, които не са обхванати от доклада	За доклада, Нашата компания	8, 13	не
G4-18	Процес на определяне съдържанието на доклада и на границите на значимите аспекти	Нашата компания	18, 19	не

ТАБЛИЦА ЗА ОПИСАНИЕ ПРОФИЛА НА КОМПАНИЯТА ПО GRI В СЪОТВЕТСТВИЕ С "CORE" ОПЦИЯТА

ПОКАЗАТЕЛ	ОПИСАНИЕ	ГЛАВА	СТРАНИЦА	ПРОВЕРКА
СТРАТЕГИЯ И АНАЛИЗ				
64-19	Всички значими аспекти, определени в процеса на определяне на съдържанието на доклада	Нашата компания	20, 21, 22	не
64-20	Граници на всеки значим аспект, вътре в организацията	Нашата компания	21, 22	не
64-21	Граници на всеки значим аспект, извън организацията	Нашата компания	21, 22	не
64-22	Промени вследствие на актуализирана информация спрямо предишни отчети	За доклада	8	не
64-23	Значителни промени от предходни отчети по аспектите и границите им	За доклада	8	не
64-24	Списък на групи от заинтересовани страни, ангажирани от организацията	Нашата Компания	19	не
64-25	Ангажиране на заинтересовани страни - определяне и подбор	Нашата Компания	19	не
64-26	Подход към ангажирането на заинтересовани страни, включително честотата, по групи заинтересовани страни	Нашата компания	19, 23, 24	не
64-27	Ключови теми, повдигнати от заинтересованите страни, и предприети действия от страна на организацията	Нашата компания	23, 24	не
64-28	Период на докладване	За доклада	8	не
64-29	Дата на най-скорошен предишен доклад	За доклада	8	не
64-30	Периодичност на докладване	За доклада	8	не
64-31	Контакт за въпроси относно доклада или неговото съдържание.	За доклада	8	не
64-32	Опция на GRI, по която се докладва	За доклада	8	не
64-33	Проверка от трета страна	За доклада	8	не
64-34	Управленска структура на организацията	Нашата компания	12, 13	не
64-56	Ценности, принципи, стандарти и норми на поведение, като например кодекси за поведение	Нашата компания, Честни	14, 15, 82	не

ИНДИКАТОРИ ПО ЗНАЧИМИ ТЕМИ	МЕРНА ЕДИНИЦА	2013	2014
ИКОНОМИЧЕСКИ			
Общи приходи	хил. лв	811 879	805 912
Оперативни разходи	хил. лв	477 906	495 974
Банкови лихви	хил. лв	52 642	58 355
Дивиденди	хил. лв	0	0
Процент от бюджета, изразходван за местни доставчици в България	%	82%	75%
Разходи за заплати	хил. лв	59 732	87 584
Такси, данъци, осигуровки към държавата и общини	хил. лв	32 909	33 756
Дарения и инвестиции в обществото	хил. лв	1 170	1 723
ПОТРЕБЛЕНИЕ НА ЕЛЕКТРИЧЕСТВО			
Общо	кВч	95 357 696	94 268 200
Базови станции	кВч	21 281 357	24 195 794
Опорни и фиксирани мрежи	кВч	62 642 284	58 004 159
Магазини	кВч	6 529 331	6 999 366
Офиси (в т.ч. Корпоративни продажби)	кВч	4 904 725	5 068 880
ОТОПЛЕНИЕ			
Офиси	МВч	3 749	3 090
Магазини	МВч	237	177
ГОРИВА			
Дизел за отопление	литри	4 935	6 604
Дизел за производство на електроенергия	литри	370 682	280 515
Мазут	тонове	0	0
Природен газ	хил. литри	0	0
АВТОПАРК			
Дизелови автомобили	литри	404 187	1 777 079
Бензинови автомобили	литри	348 916	447 600

ИНДИКАТОРИ ПО ЗНАЧИМИ ТЕМИ	МЕРНА ЕДИНИЦА	2013	2014
ОТПАДЪЦИ			
Акумулатори	тонове	58	133
Кабели	тонове	1 329	2 090
Телеком оборудване	тонове	31	13
СЛУЖИТЕЛИ			
Брой служители (общо)	брой	3 541	5 878
Брой служители на непълно работно време (жени)	брой	10	9
Брой служители на непълно работно време (мъже)	брой	6	8
Брой служители на пълно работно време (жени)	брой	2 145	2 646
Брой служители на пълно работно време (мъже)	брой	1 380	3 215
Брой служители с безсрочен или постоянен договор (жени)	брой	2 001	2 466
Брой служители с безсрочен или постоянен договор (мъже)	брой	1 270	3 113
Брой служители с временен договор или договор с фиксиран период (жени)	брой	154	189
Брой служители с временен договор или договор с фиксиран период (мъже)	брой	116	110
Текучество на служителите	%	17.65	13.21
Брой фатални инциденти	брой	0	0
Брой инциденти, довели до отсъствие от работа повече от 3 дни	брой	10	16
Инциденти на дискриминация	брой	0	0
Процент на служителите, редовно получаващи оценки за своето представяне и професионално развитие (жени)	%	100	100
Служители на колективни трудови договори	%	40	61
Стажанти, останали на работа в компанията (% от общия брой стажанти)	%	37	34



www.vivacom.bg