

Albania Mobile Communications SH.A (AMC)

**Raporti i Përgjegjësisë Sociale të
Korporatës 2014**

Tabela e Përmbajtjes

2	Dy fjalë rreth raportit	1
3	Rreth AMC	1
3.1	Struktura e Aksionerëve të AMC.....	1
3.2	Struktura Organizative e AMC.....	2
3.3	Produktet dhe Shërbimet Kryesore.....	2
3.4	Paraqitje e Performancës së Biznesit të AMC.....	3
3.5	Performanca financiare e AMC.....	4
3.6	Zhvillimet/Ndryshimet e Rëndësishme të 2014.....	4
4	Strategjia dhe Manaxhimi i PK.....	5
4.1	Qasja për Manaxhimin e PK.....	5
4.1.1	Arritjet kryesore në vitin 2014	6
4.2	Struktura për Qeverisjen dhe Manaxhimin e PK.....	6
4.3	Raportimi kontrollues dhe i integruar i PK.....	9
4.4	Qeverisja e Korporatës.....	9
4.5	Sistemi për Manaxhimin e Pajtueshmërisë	12
4.6	Rezultatet e matshme dhe treguesit GRI	16
4.7	Angazhimi i Palëve të Interesit.....	17
4.7.1	Qasja e Angazhimit të Palëve të Interesit.....	17
4.7.2	Dialogu me Palët e Interesit.....	18
4.8	Anëtarësimet dhe Çmimet.....	21
4.9	Arritjet në 2014 dhe Objektivat për 2015.....	22
5	Tregu	23
5.1	Qasja Manaxheriale	23
5.1.1	Arritjet kryesore në 2014.....	24
5.2	Konkurrenca e Përgjegjshme	25
5.2.1	Veprimtaritë për një Treg të Përgjegjshëm.....	26
5.3	Shtrirja e Internetit Celular në Shqipëri	26
5.4	Penetrimi	27
5.4.1	Investimet kyçe.....	27
5.5	Sensibilizimi publik.....	27
5.5.1	Produktet dhe Shërbimet	28
5.5.2	Bashkëpunimi me Organizmat e Njohur	30
5.6	Marketingu i Përgjegjshëm.....	30
5.6.1	Praktikat për një Marketing të Përgjegjshëm.....	30
5.7	Transparenca në përcaktimin e Çmimeve	31
5.7.1	Etiketimi i Sigurisë tek Pajisjet.....	33
5.8	Prokurim i Përgjegjshëm dhe Manaxhim i Zinxhirit të Furnizimit.....	33
5.8.1	Politika e Prokurimit	34
5.8.2	Vlerësimi i Furnitorëve.....	35
5.9	Shërbimi ndaj Klientit dhe Kënaqësia.....	36
5.9.1	Manaxhimi i Ankesave	36
5.9.2	Anketimi i Klientëve.....	37
5.10	Siguria e të Dhënave dhe Privatësia	38
5.10.1	Zhvillimet në linjë me standartet e sigurisë së Deutsche Telekom	39

5.11	Manaxhimi i Sigurisë së Biznesit	39
5.12	Arritjet në 2014 dhe Objektivat për vitin 2015.....	40
6	Punonjësit.....	40
6.1	Qasja e Manaxhimit	40
6.1.1	Arritjet kryesore gjatë 2014.....	41
6.2	Punësimi.....	42
6.2.1	Fuqia Punëtore.....	42
6.2.2	Kuadri i Politikave për Punësimin e Drejtë.....	44
6.2.3	Mosdiskriminimi, Shanset e Barabarta dhe Diversiteti	44
6.3	Shëndeti dhe Siguria	46
6.3.1	Politika e Shëndetit dhe Sigurisë	46
6.3.2	Ecuria e Shëndetit dhe Sigurisë në vitin 2014	47
6.3.3	Ndërgjegjësimi & Parandalimi i problemeve të Shëndetit dhe Sigurisë	48
6.4	Zhvillimi i Punonjësit.....	50
6.4.1	Manaxhimi i Performancës	50
6.4.2	Zhvillimi i Performancës.....	51
6.4.3	Trajnimi i Punonjësit.....	51
6.5	Benefitet e Punonjësit.....	53
6.6	Komunikimet e Brendshme	54
6.7	Angazhimi dhe Kënaqësia e Punonjësit	55
6.7.1	Angazhimi i Punonjësit.....	55
6.7.2	Kënaqësia e Punonjësit.....	55
6.8	Arritjet e vitit 2014 dhe Objektivat për vitin 2015	56
7	Shoqëria	57
7.1	Qasja e Manaxhimit	57
7.1.1	Arritjet Kryesore të vitit 2014	58
7.2	Produktet, Shërbimet dhe Ofertat Sociale.....	58
7.2.1	Njerëzit me Nevoja të Veçanta, të Moshuarit dhe Grupet Shoqërore me Disavantazhe.....	58
7.2.2	Studentët	59
7.2.3	Linjat e Publike të Emergjencës, Shërbimet dhe Ofertat.....	59
7.3	Kontributi Shoqëror	59
7.3.1	Mbështetje e Mirëqënies dhe Zhvillimit të Fëmijëve	60
7.3.2	Mbështetja & Mundësimi i Aksesit të Njëjtë në Arsim & Informacion.....	60
7.3.3	Mbështetja e Grupeve Shoqërore me Disavantazhe dhe Njerëzve me Nevoja të Veçanta	61
7.3.4	Promovimi i Artit dhe Kulturës.....	62
7.3.5	Mbështetja për Mjedisin.....	62
7.4	Arritjet e vitit 2014 dhe Objektivat për vitin 2015	63
8	Mjedisi.....	64
8.1	Qasja e Manaxhimit	64
8.1.1	Politika Mjedisore	65
8.1.2	Manaxhimi i Mjedisit	66
8.1.3	Arritjet Kryesore në vitin 2014.....	68
8.2	Prioritetet në Trajtimin e Ndikimeve Mjedisore të Aktiviteteve të AMC-së	68
8.3	Telekomunikacion për Mjedisin.....	69
8.4	Manaxhimi i Përdorimit të Energjisë dhe Trajtimi i Ndryshimit Klimatik.....	70
8.4.1	Emetimet Direkte dhe Indirekte të Gazrave të Efektit Serë.....	71
8.5	Përmirësimi i Efiçensës Energjitike dhe reduktimi i Emetimeve.....	74
8.5.1	Konsumi i Energjisë	74

8.5.2	Monitorimi i Konsumit dhe Ruajtjes së Energjisë në Rrjetin AMC	75
8.5.3	Monitorimi i Konsumit dhe Ruajtjes së Energjisë në Godinat dhe Dyqanet AMC	76
8.5.4	Konsumi dhe Ruajtja e Energjisë në Transportin e AMC-së.....	76
8.6	Përdorimi i Burimeve dhe Manaxhimi i Mbetjeve	78
8.6.1	Manaxhimi i Mbetjeve të Rrezikshme	78
8.6.2	Manaxhimi i Mbetjeve Teknike	79
8.6.3	Manaxhimi i Mbetjeve të Letrës.....	80
8.7	Fusha Elektromagnetike.....	81
8.7.1	Duke Ndjekur Parimin e Parandalimit.....	81
8.7.2	Monitorimi i niveleve të Rrezatimit FEM.....	82
8.7.3	Informimi i Shoqërisë dhe i Punonjësve.....	83
8.8	Aspekte të tjera Mjedisore të Operacioneve të AMC-së	83
8.8.1	Konsumi i Ujit	83
8.8.2	Biodiversiteti	84
8.8.3	Impakti Viziv	84
8.8.4	Zhurma	85
8.9	Iniciativat Sensibilizuese Mjedisore	85
8.9.1	Iniciativat për Sensibilizimin e mëtejshëm të Punonjësve të AMC-së	85
8.9.2	Iniciativat për Rritjen e Ndërgjegjësimit të Publikut	85
8.10	Arritjet në 2014 dhe Objektivat për 2015	86
9	Shtojcat	88
9.1	Përmbledhje e Treguesve Kryesorë të Performancës.....	88
9.2	Indeksi GRI G3.1.....	90

2 Dy fjalë rreth raportit

Politika Editoriale

Raporti i vitit 2014 është Raporti i nëntë i AMC-së për Përgjegjësinë Sociale të Korporatës. Nëpërmjet këtyre raporteve, AMC i ka ofruar informacion të gjerë palëve të interesit dhe publikut rreth objektivave, arritjeve më të qenësishme të saj, si dhe aktiviteteve dhe projekteve të ndërmarra në fushën e Përgjegjësisë së Korporatës (PK) që nga viti 2006. Nga viti 2010, ky raport – së bashku me informacionin e përditësuar rregullisht për Përgjegjësinë e Korporatës – është i disponueshëm vetëm online në adresën e korporatës. Kompania ka vendosur të mos e printojë raportin për arsye ambientaliste të platformës së raportimit të AMC. Që nga viti 2010, raportet e PK të AMC janë përgatitur sipas udhëzimeve të vazhdueshmërisë së raportimit të Iniciativës së Raportimit Global (GRI).

Qëllimi i raportit, shtrirja dhe metodologjia

Ky raport ka përmbajtje dhe tregues të detajuar të zgjedhura për të matur performancën e tij përsa i përket parimeve, rekomandimeve dhe metodave të parashikuara në Udhëzimet e Raportimit të Mbështetjes (G3.1) dhe shtojcës për sektorin e telekomunikimeve (e zbatueshme për kompanitë në industrinë e telekomunikacionit) në versionin e saj pilot të vitit 2003. Për të përcaktuar elementët dhe informacionin e gjendur në udhëzimet përkatëse, ju lutemi referohuni Treguesit të Iniciativës së Raportimit Global (GRI) në seksionin 9.

Ky raport mbulon operacionet dhe aktivitetin në Shqipëri të AMC. Ai i referohet objektivave të deklaruara në Raportin e Përgjegjësisë së Korporatës të vitit 2013 dhe në disa raste ofrohet edhe një formulim i rishikuar i gjendjes në të kaluarën.

Ky raport mbulon periudhën nga 1 Janari deri më 31 Dhjetor 2014 (përveçse kur deklarohet ndryshe për pika specifike). Raporti përfshin gjithashtu edhe disa arritje të rëndësishme të fillim-vitit 2015, të cilat nuk kanë lidhje me të tjerat.

Një ekip i përbërë nga anëtarë brenda dhe jashtë kompanisë përgatiti elementet që duheshin përfshirë dhe marrë parasysh nga perspektiva e interesit të palëve të interesit si dhe ndërgjegjësimin për operacionet prioritare të kompanisë. Ekipi zhvilloi intervista me persona kyç, mblodhi informacion dhe të dhëna shifrore dhe plotësoi përmbajtjen e raportit.

Ky raport daton në Qershor 2015 dhe numri i vitit 2015 është planifikuar të publikohet në tremujorin e dytë të vitit 2016.

Kufizimet

Kompania ka bërë progres të konsiderueshëm në përgatitjen e raporteve të saj të PK gjatë viteve të kaluara. Megjithatë, ajo është e vetëdijshme që ekzistojnë disa kufizime në këtë raport, dhe synon që t'i zgjidhë ato në të ardhmen. Këto kufizime përfshijnë:

- Nevojën për një zgjerim të sistemit sasior dhe cilësor;
- Jo të gjithë treguesit e GRI janë mbuluar në këtë raport, por ata do të adresohen gjatë viteve të ardhshme;
- Aprovimi i elementëve sasiorë nuk është kryer nga një institucion i pavarur por nga vetë kompania; si dhe
- Fushat e fokusit dhe përkushtimit përfshijnë tregues dhe aspekte të tjera të përjasjes së kompanisë ndaj qëndrueshmërisë.

Mundësia për t'i përmirësuar këto tregues në të ardhmen është i konsiderueshëm për sa i përket përputhshmërisë, plotësisë dhe krahasueshmërisë së të dhënave.

Struktura e Raportit

Raporti i PK i vitit 2014 është projektuar si një raport progresi që ofron të dhëna krahasuese me raportin e vitit të kaluar dhe fokusohet në zhvillimet kryesore të periudhës së raportimit. Ky raport ka 5 seksione kryesore që vijojnë si më poshtë:

- Strategjia dhe Manaxhimi i PSK-së;
- Tregu;
- Punonjësit;
- Shoqëria; dhe
- Mjedisi.

Gjithashtu, anekset e seksioneve ofrojnë:

- Një përmbledhje të treguesve kryesorë të performancës, e cila ofron informacion rreth progresit në katër vitet e fundit; dhe
- Tabelën Treguese të GRI 3.1 me një përshkrim të treguesve GRI përkatës të performancës.

Të dhënat e raportit

Në mbledhjen dhe prezantimin e të dhënave, AMC është orientuar nga përkufizimet dhe parametrat e Protokolleve të Treguesve GRI. Të dhënat e përdorura në këtë raport përfshijnë sistemet e mëposhtme të të dhënave të ofruara nga kompania:

- Të dhëna financiare totale dhe për personelin, të dhëna totale për shërbimin ndaj klientit, të dhëna përmbledhëse mbi masat rregullatore; dhe
- Të dhënat për mjedisin janë llogaritur sipas metodave të pranuar ndërkombëtarisht, në bazë të informacionit të dhënë nga Divizionet e Operacioneve të AMC.

AMC përdor një sistem kompjuterik për mbledhjen e të dhënave, të quajtur IKOS, i cili përdoret nga të gjitha Kompanitë e Grupit Deutsche Telekom (DT) si një sistem kontrolli për PK dhe luan një rol të rëndësishëm kur bëhet fjalë për drejtimin e aktiviteteve të PK-së në Grupin DT. Sistemi i ofron kompanisë më shumë kapacitet për të kryer analiza më gjithëpërfshirëse të të dhënave të PK-së.

Niveli i Aplikimit të GRI

GRI ka konfirmuar se Raporti i PK së AMC për vitin 2014, u përgatit sipas Udhëzimeve GRI G3.1, në nivelin e aplikimit "B".

Kriteret e raportimit në secilin nivel reflektojnë shkallën e shtrirjes së zbatimit të pajtueshmërisë me Kuadrin e Raportimit sipas GRI, siç edhe ilustron në tabelën e mëposhtme.

Niveli i Aplikimit të Raportit	C	C+	B	B+	A	A+	
Raportimet Standarte	Raporto mbi: 1.1 2.1-2.10 3.1-3.8, 3.10-3.12 4.1-4.4, 4.1-4.15	Raporto për të gjitha kategoritë e listuara për Nivelin C plus: 1.2 3.9-3.13 4.5-4.15, 4.16-4.17	Raporto për të gjitha kategoritë e listuara për Nivelin C plus: 1.2 3.9-3.13 4.5-4.15, 4.16-4.17	Raporto për të gjitha kategoritë e listuara për Nivelin C plus: 1.2 3.9-3.13 4.5-4.15, 4.16-4.17	Raporto për të gjitha kategoritë e listuara për Nivelin C plus: 1.2 3.9-3.13 4.5-4.15, 4.16-4.17	Raporto për të gjitha kategoritë e listuara për Nivelin C plus: 1.2 3.9-3.13 4.5-4.15, 4.16-4.17	Raporto për të gjitha kategoritë e listuara për Nivelin C plus: 1.2 3.9-3.13 4.5-4.15, 4.16-4.17
Raportimet mbi Qazjen Menaxheriale	Nuk kërkohej.	Raportin mbi Qazjen Menaxheriale për çdo Kategoritë Tregesive	Raportin mbi Qazjen Menaxheriale për çdo Kategoritë Tregesive	Raportin mbi Qazjen Menaxheriale për çdo Kategoritë Tregesive	Informacion mbi Qazjen Menaxheriale për çdo Kategoritë Tregesive	Informacion mbi Qazjen Menaxheriale për çdo Kategoritë Tregesive	
Treguesit e Performancës të Suplementit të Sektorit	Raporto plotësuesit maksimumi për çdo 10 Tregues performancës, duke përfshirë të paktën një nga treguesit: social, ekonomik dhe mjedior**	Raporto plotësuesit maksimumi për çdo 20 Tregues performancës, të paktën një nga treguesit: ekonomik, mjedior, të drejtat e njeriut, punësimi, shoqëria, përgjegjësia për produktet***	Raporto plotësuesit maksimumi për çdo 20 Tregues performancës, të paktën një nga treguesit: ekonomik, mjedior, të drejtat e njeriut, punësimi, shoqëria, përgjegjësia për produktet***	Raporto plotësuesit maksimumi për çdo 20 Tregues performancës, të paktën një nga treguesit: ekonomik, mjedior, të drejtat e njeriut, punësimi, shoqëria, përgjegjësia për produktet***	Përgjigje për çdo tregues kryesor dhe suplementit për Sektorin * në lidhje me Parimin e materialitetit duke: a) raportuar mbi treguesin ose b) duke shpjeguar arsyen për nivelin jashtë	Përgjigje për çdo tregues kryesor dhe suplementit për Sektorin * në lidhje me Parimin e materialitetit duke: a) raportuar mbi treguesin ose b) duke shpjeguar arsyen për nivelin jashtë	

* Suplementi për Sektorin në versionin final.
 **Treguesit e Performancës mund të zgjidhen nga çdo Suplement të finalizuar Sektorit, por 7 nga 10 duhet të jenë nga Udhëzimet GRI origjinale.
 ***Treguesit e Performancës mund të zgjidhen nga çdo Suplement të finalizuar Sektorit por 14 nga 20 duhet të jenë nga Udhëzimet GRI origjinale.

Ky raport nuk është siguruar nga jashtë.

Opinione mbi këtë raport

AMC beson se informacioni në këtë raport është një paraqitje e saktë e operacioneve të saj të biznesit në lidhje me përgjegjësinë e saj të korporatës dhe do të përdoret si mekanizëm për ndërtimin e marrëdhënies sonë me palët e interesit. Opinione, sugjerimet dhe pyetjet tuaja janë të rëndësishme për ne. Ju lutem dërgojini ato nëpërmjet e-mailit në adresën: contact_us@amc.al ose nëpërmjet postës në adresën: AMC, Rr.“Gjergj Legisi”, Laprakë, Tiranë, Shqipëri.

Terminologjia

- Termi “ne”, “kompania”, “AMC” i referohet Albanian Mobile Communication Sh.A.
- Termi “Raport” dhe “Raporti i PK” i referohet Raportit aktual të AMC për Përgjegjësinë e Korporatës për vitin 2014; dhe
- Termi “PK” i referohet Përgjegjësisë së Korporatës dhe “PSK” i referohet Përgjegjësisë Sociale të Korporatës. Të dy termat përdoren si sinonime të njëri-tjetrit.

3 Rreth AMC

3.1 Struktura e Aksionerëve të AMC

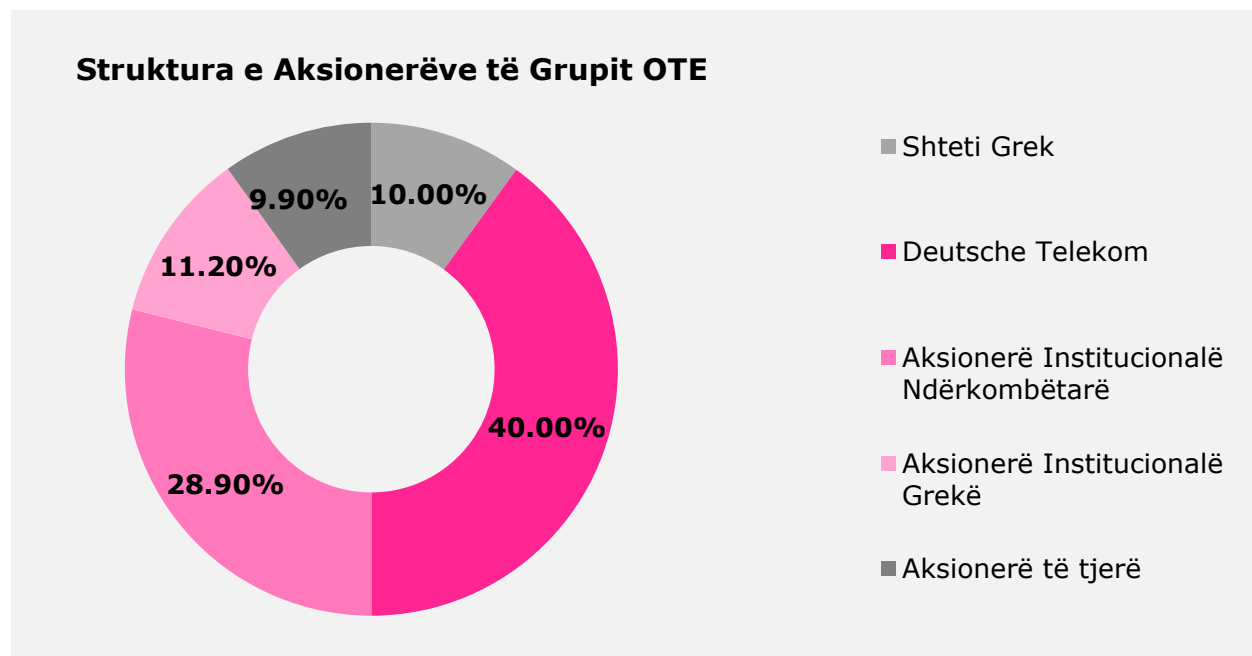
AMC është një nga kompanitë më të mëdha në Shqipëri. Ajo u themelua në vitin 1995 si kompania e parë e komunikimeve celulare në Shqipëri. Deri më 31 Dhjetor 2014, AMC numëron 2.06 milionë abonentë, të cilët përfaqësojnë një pjesë tregu prej 39%.

AMC është një kompani aksionere e regjistruar sipas ligjit shqiptar Nr. 7638, datë 14.12.1992 për "Tregtarët dhe Shoqëritë Tregtare" – i ndryshuar. Deri më sot, 99.76% e kompanisë zotërohet në mënyrë direkte apo indirekte nga OTE, i cili është një grup multinacional me prezencë të gjerë në Europën Juglindore (www.ote.gr). Struktura organizative e Grupit OTE është e disponueshme në faqen e internetit të OTE:

<https://www.ote.gr/web/guest/corporate/ir/business-overview/organizational-structure>.

Nga viti 2009, AMC është bërë pjesë e Grupit Deutsche Telekom. Duke qenë anëtare e një grupi lider që ushtron aktivitetin e tij nga Europa Lindore dhe Juglindore deri në Shtetet e Bashkuara. AMC ofron standarte teknologjike sipas normave dhe parametrave të BE-së, dhe në përputhje me legjislacionin Shqiptar, duke vendosur një theks të veçantë mbi shëndetin dhe mjedisin.

Struktura e aksionerëve të Grupit OTE jepet më poshtë:



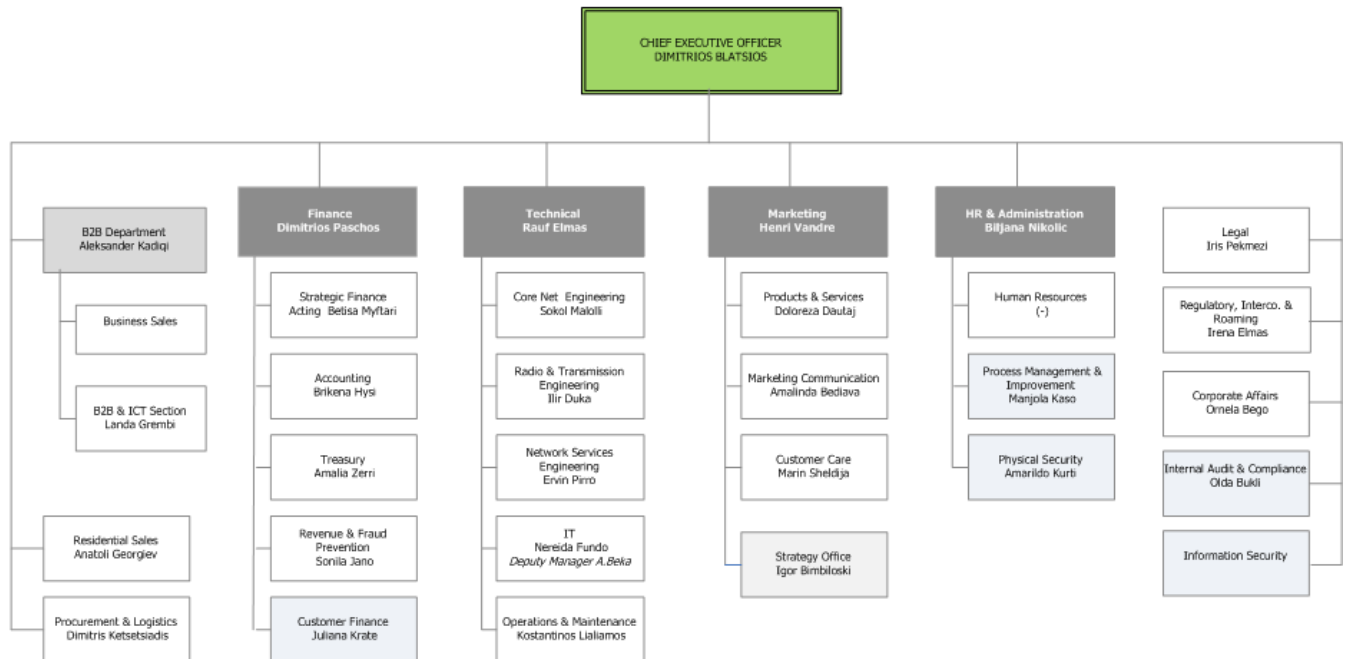
Grupi Deutsche Telekom është shprehimisht i angazhuar për përgjegjësinë e tij të korporatës dhe i bazon veprimet e tij mbi kritere ekonomike por edhe sociale dhe mjedisore.

AMC ka të punësuar 452 punonjës profesionistë, të cilët punojnë me pasion dhe përkushtim të lartë për të ofruar zgjidhjet më të mira për të gjithë abonentët. Punonjësve të kompanisë u ofrohen të njëjtat standarde si homologëve të tyre në Grupin Deutsche Telecom në Europë. Të ardhurat e kompanisë për vitin e mbyllur më 31 Dhjetor 2014 ishin €81.5 milionë Euro, dhe EBIDA ishte €29.8 milionë Euro.

Në vitin 2014, AMC nuk ka qënë objekt i subvencioneve financiare shtetëror, ndihmave shtetërore, lehtësimeve të veçanta nga tatimet apo pagesa të tjera financiare nga qeveria.

3.2 Struktura Organizative e AMC

Struktura organizative e AMC-së është projektuar të funksionojë në mënyrën më efektive dhe efektive të mundshme në mënyrë që të shërbejë abonentëve të vet sa më mirë të jetë e mundur. Struktura organizative tregohet më poshtë.



3.3 Produktet dhe Shërbimet Kryesore

AMC ofron një gamë të plotë produktesh dhe shërbimesh në telefoninë celulare, duke mbuluar nevojën në rritje për komunikim të bizneseve, institucioneve publike, familjeve dhe individëve. Produktet e mëposhtme janë projektuar ta bëjnë këtë më së miri:

- Shërbime celulare me kontratë dhe parapagesë;
- Internet (përfshirë internet 3G me një shpejtësi deri në 42 Mbps);
- Shërbime të tjera me vlerë të shtuar;
- Shërbime roaming;
- Linja fikse me parapagesë dhe kontratë në shtëpi apo zyrë; dhe

- Aparate dhe aksesore celulare si: Kufje, Bluetooth, karikues, kompjutera tablet, laptopë, etj.

Në vitin 2014 AMC prezantoi një sërë produktesh dhe shërbimesh të reja dhe përmirësoi shumë nga shërbimet ekzistuese. Disa nga shërbimet e prezantuara së fundmi janë si më poshtë:

- AMC Share: një shërbim që u ofron të gjithë abonentëve AMC mundësinë e transferimit apo kërkesës për të marrë nga telefoni të 60 minuta AMC drejt një "grupi" miqsh që e kanë aktivizuar këtë shërbim;
- Aplikacioni e-Di, i cili është një shërbim lokalizimi familjar, që u jep mundësinë njerëzve të kenë informacion të përditësuar rreth anëtarëve të familjes së tyre në çdo kohë, si për shembull zona sigurie për anëtarët e familjes, gjetja e tyre në kohë reale, dhe mbrojtja e telefonave të tyre inteligjent nga kërcënime të ndryshme;
- Aplikacioni Magisto i përdorur për të krijuar video profesionale vetëm në pak minuta;
- Aplikacioni Wunderlist i cili përdoret për të sinkronizuar dhe organizuar të dhënat dhe për t'i manaxhuar ato me më shumë efikasitet;
- Tablete me çmim të reduktuar si tableti Evernote, Asus, Samsung dhe shumë telefona inteligjent të lançuara së fundmi në treg; dhe
- Thirrjet zanore me cilësi HD, të ofruara falas.

3.4 Paraqitje e Performancës së Biznesit të AMC

Gjatë vitit në shqyrtim, AMC ka hedhur në treg shumë produkte dhe shërbime të reja duke sjellë kështu zgjidhje më shumë efikase për të plotësuar kërkesat gjithnjë në rritje të mbi 2 milion abonentëve të vet, të cilët përdorin gjërësisht rrjetin për shërbimet zanore dhe të të dhënave.

Numri i abonentëve AMC në vitin 2014 u zvogëlua me afërsisht 8%, që është e njëjta normë e reduktimit të tregut Shqiptar në të njëjtën periudhë.

Paraqitje e Performancës së Biznesit të AMC në 31 Dhjetor 2014	
Baza e Abonentëve	rreth 2.06 milion
Abonentë që përdorin Internet	rreth 0.28 milion
Abonentë me Kontratë	rreth 0.11 milion
Abonentë me Parapagesë	rreth 1.95 milion
Pjesët e Tregut	39%
Produktet e reja/të përmirësuara të ofruara	27
Shërbimet e reja/të përmirësuara të ofruara	13
Stacionet Bazë	516
Mbulimi i Popullsisë	99.80%
Mbulimi i Territorit	92.50%

Numri i Punonjësve

452

Fuqia punëtore e kompanisë është optimizuar në 452 punonjës, për të përfshirë një spektër të gjerë profesionistësh nga fusha dhe ekspertiza të ndryshme.

3.5 Performanca financiare e AMC

Pavarësisht presionit të vazhdueshëm rregullator dhe konkurrencës intensive, kompania ruajti pozitën e saj të fortë në tregun e telefonisë celulare, duke pasur një EBIDTA të qëndrueshme dhe një gjenerim të fortë të të ardhurave. Vrulli komercial i arritur gjatë vitit të kaluar, i cili vazhdoi i kombinuar me një strukturë të optimizuar të kostos dhe investimeve të fitimit në fusha kyçe, çoi në rritjen domethënëse të aftësisë konkurruese të AMC.

Performanca financiare për vitin 2014 jepet në tabelën e mëposhtme:

Performanca Financiare e AMC	
Në milionë €	Viti 2014
Totali i të Ardhurave	81.5
EBITDA Pro forma	29.8
si % e Totalit të të Ardhurave	36.56%

3.6 Zhvillimet/Ndryshimet e Rëndësishme të 2014

Ndryshimet më të qenësishme të vitit të shqyrtuar në lidhje me strukturën organizative dhe elementët e manaxhimit janë si më poshtë:

- Në Mars 2014, u zëvendësua Drejtori i Shitjeve për Kategorinë Individë;
- Në Qershor 2014, u zëvendësua Drejtori i Shitjeve për Kategorinë B2B;
- Në Korrik 2014, Asambleja e Përgjithshme e Aksionerëve ri-emëroi Anëtarët e Këshillit Mbikqyrës;

4 Strategjia dhe Manaxhimi i PK

4.1 Qasja për Manaxhimin e PK

AMC, siç edhe reflektohet në operacionet e përditshme, pajtohet me një strategji të mirë-vendosur të PK, të dokumentuar edhe në raportin e Përgjegjshmërisë së Korporatës. Si pjesë e Grupit Deutsche Telekom, kompania ka vendosur dhe zbatuar parime të qëndrueshme, masa dhe synime dhe instrumente të mirë testuara që sjellin një ndikim shumë të mirë për kompaninë, por gjithashtu por komunitetet ku ushtron aktivitetin e vet. Strategjia e PK e Grupit Deutsche Telekom përcakton udhëzimet e detyrueshme për të gjitha kompanitë e grupit.

Bazuar në këtë strategji, Drejtori Ekzekutiv i AMC-së është drejtuesi më i lartë ekzekutiv i ngarkuar me implementimin e praktikave PK. Drejtori Ekzekutiv përçon drejtimin strategjik PK tek Departamenti i Çështjeve të Korporatës, i cili është përgjegjës për botimet dhe programet e Përgjegjshmërisë së Korporatës së AMC-së. Ky departament i raporton Drejtorit Ekzekutiv, punon ngushtësisht me të gjitha Departamentet e tjera brenda Kompanisë, dhe merr pjesë në takimet e mabjtura në Rrjetet e PK së Manaxherëve të OTE dhe DT.

Parimet e qëndrueshmërisë janë përcaktuar në Kodin e Etikës së Kompanisë, Politikën e PK, Politikën e Furnitorëve dhe dokumenta të tjerë që qeverisin marrëdhëniet me palët e brendshme dhe të jashtme të interesit. Është e rëndësishme të komunikohen këto vlera thelbësore tek të gjithë punonjësit në formën e parimeve udhëzuese të detyrueshme dhe kodeve të sjelljes në mënyrë për të garantuar një kulturë të bazuar në vlerë korporate. Përveç kësaj, kompania komunikon me palët e jashtme dhe të brendshme të interesit, në mënyrë që të marrë përsipër përgjegjësitë e veta për ndikimin e aktiviteteve të kompanisë sonë.

Gjatë vitit janë përdorur disa raste për të përshkallëzuar përkushtimin e PK-së deri në nivel punonjësish. Këto shembuj përfshijnë fushata komunikimi rreth riciklimit të aparateve celulare, mesazhet dërguar punonjësve për kursimin e energjisë së përdorur me kompjuterat dhe ndriçimin, si dhe përfshirja e punonjësve në veprimtari të grumbullimit dhe largimit të mbetjeve të zyrave.

Kuadri i Përgjegjësisë Sociale të Korporatës këto katër vitet e fundit është fokusuar në çështje më materiale, përkatësisht vendi në treg, punonjësit, mjedisi dhe shoqëria. Implementimi i strategjisë PK kryhet përmes angazhimit të shpeshtë me palët e interesit të kompanisë, opinioni i të cilëve diskutohet gjithashtu në takime në Nivel Grupi, dhe kur është e rëndësishme, reflektohet në programet dhe iniciativat e PK.

Kompania kryen rregullisht studime dhe anketa për të përcaktuar fushat ku duhet të fokusohet KP. Në këto anketa, individët u pyetën se si e perceptojnë ata aktivitetet e PK. Gjetjet e këtyre studimeve dhe informacioni i marrë nga mënyra të tjera angazhimi me palët e interesit, njanë të rëndësishme për të përcaktuar mënyrën sesi kompania angazhohet në aktivitetet e PK.

Tre fushat Thelbësore të veprimit të Përgjegjësisë së Korporatës janë:

1. jeta dhe puna të lidhura së bashku,
2. akses për të gjithë, dhe
3. një shoqëri me emetim të ulët karboni

AMC e përkufizon Përgjegjësinë e Korporatës si “një angazhim të kompanisë për të kontribuar në një zhvillim të qëndrueshëm global, duke marrë në konsideratë objektiva ekonomike, ekologjike dhe sociale në proceset tona të vendim-marrjes, duke punuar dhe komunikuar me palët e interesit të brendshme dhe të jashtme, si dhe duke përmirësuar në të njëjtën kohë konkurrueshmërinë e kompanisë”.

Tregu	Punonjësit	Shoqëria	Mjedisi
<ul style="list-style-type: none"> • Konkurrencë e Përgjegjshme • Shtrirja e internetit në brez të gjerë dhe celular • Prokurim i Përgjegjshëm • Ndërgjegjësim i publikut për teknologjinë • Kënaqësi dhe shërbim ndaj klientit • Siguri dhe privatësi të të dhënave 	<ul style="list-style-type: none"> • Shëndeti & Siguria • Punësim i drejtë • Zhvillimi i punonjësve • Benefitet e punonjësve • Komunikimi i Brendshëm • Kënaqësia e Punonjësve 	<ul style="list-style-type: none"> • Produktet dhe Shërbimet Sociale • Kontributet Sociale • Vullnetarizmi i Punonjësve 	<ul style="list-style-type: none"> • Efiçensë në energji • Transporti rrugor • Gazet e efektit serë • Uji • Materialet dhe Mbetjet • Fusha Elektro Magnetike (EMF) • Impakti Viziv • Zhurma • Sensibilizimi publik
Jeta dhe puna lidhur së bashku		Akses për të gjithë	Shoqëri me emetim të ulët karboni

4.1.1 Arritjet kryesore në vitin 2014

Arritjet kryesore në vitin 2014, janë si më poshtë:

- Zhvillimi i mëtejshëm i Strategjisë së AMC për PK-në;
- Unifikimi i kuadrit të PK të AMC me atë të Deutsche Telekom; dhe
- Në vitin 2014 AMC iu nënshtrua sërish një auditit për Sistemin e saj të Manaxhimit Mjedisor, Sistemin për Shëndetin & Sigurinë në Punë dhe Sistemin për Manaxhimin e Cilësisë nga një institucion i pavarur i akredituar. Konstatimet treguan që sistemet janë në përputhje me standardet ISO, respektivisht ISO 14001:2004, ISO 18001:2007 dhe ISO 9001.

4.2 Struktura për Qeverisjen dhe Manaxhimin e PK

Kompania është kujdesur që struktura e saj e qeverisjes të lidhë Përgjegjësinë e Korporatës ngushtë me manaxhimin strategjik dhe veprimtari të tjera për implementimin operacional të AMC-së. Për këtë arsye janë përcaktuar role të qarta për të gjitha njësitë që trajtojnë aktivitetet e PK. Strukturat kryesore, rolet e tyre dhe mënyrat sesi renditen me njëra tjetrën dhe strategjinë në tërësi të kompanisë, jepen shkurtimisht më poshtë:

Bordi Drejtues mban përgjegjësi të përgjithshme për PK-në. Ai është përgjegjës për supervizionin e çështjeve që kanë të bëjnë me Përgjegjësinë e Korporatës të AMC. Drejtori Ekzekutiv i raporton Bordit Drejtues gjithashtu, për t'u siguruar se strategjia e PK së AMC është në një linjë me aktivitetet e Grupit OTE dhe Grupit Deutsche Telecom. Strategjia PK dhe iniciativat kryesore diskutohen në mënyrë të përvitshme.

Drejtori Ekzekutiv ka një rol më të fuqishëm në Çështjet e Korporatës dhe jep udhëzime dhe orientime për zhvillimin e strategjisë së përgjithshme për Përgjegjësinë e Korporatës, duke e unifikuar atë me strategjinë e përgjithshme të kompanisë.

Zyra për Çështjet e Korporatës është përgjegjëse për zhvillimin dhe implementimin e strategjisë së kompanisë për PK-në. Manaxheri i Zyrës për Çështjet e Korporatës raporton tek Drejtori Ekzekutiv dhe bashkëpunon me këtë të fundit për çështje dhe iniciativa që kanë të bëjnë me PK-në. Zyra për Çështjet e Korporatës në AMC ka në strukturën e saj Njësine për Përgjegjësinë e Korporatës dhe Sponsorizimet e Korporatës. Zyra e Çështjeve të Korporatës bashkëpunon me Manaxherët e PK të Grupit OTE dhe Deutsche Telekom dhe strukturat e tjera përkatëse në këto organizata për të ndarë së bashku eksperiencën, praktikën dhe qëllimet për sa i përket përfaqësues së axhendës për PK-në. Manaxherët e PK-së në Deutsche Telekom mbledhen rregullisht për diskutime ndërkombëtare në takime direkte ose konferenca online. Në këto takime, ata shkëmbejnë përvojat e tyre mbi aktivitetet aktuale dhe konstatojnë statusin e ekzekutimit të strategjisë PK dhe TKP-ve diku tjetër.

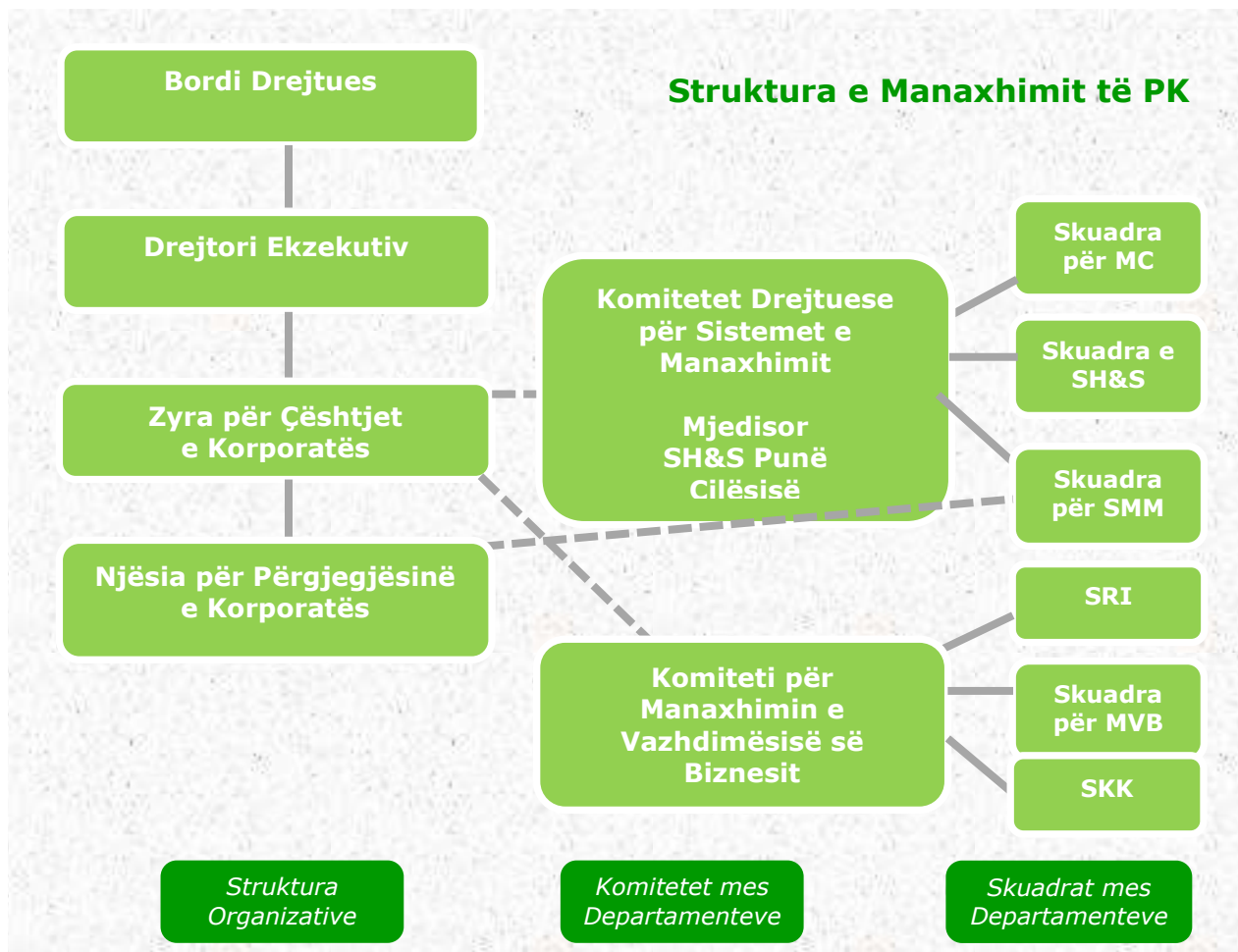
Në këtë aspekt u zhvillua një takim në vitin 2014, ku të gjitha kompanitë e Grupit DT patën mundësinë të ndanin veprimtaritë e tyre për PK-në dhe të diskutonin për çështje specifike të PK ku DT ka përqendruar përpjekjet e tij.

Manaxherët punojnë së bashku në ekipe për të dizenuar dhe implementuar projekte për të gjithë Grupin. Anëtarët e rrjetit të manaxhimit të PK, duke qenë pjesë e këtyre takimeve, ata informojnë njëri-tjetrin për praktikën më të mira dhe zhvillimet më të fundit.

Njësia për Përgjegjësinë e Korporatës punon për zhvillimin e strategjisë së PK, koordinon dhe manaxhon aktivitetet për PK në të gjithë kompaninë, mbledh dhe përpunon të dhënat e PK, monitoron dhe implementon masat dhe objektivat e PK, dhe komunikon brenda dhe jashtë kompanisë performancën në lidhje me PK-në. Kjo njësi koordinon gjithashtu veprimtaritë e PK të kompanisë me Grupin OTE dhe Grupin Deutsche Telekom. Funkcionet e Departamentit të Përgjegjësisë së Korporatës përfshijnë, midis të tjerash, implementimin dhe manaxhimin e komunikimeve të rregullta me ekspertët e jashtëm dhe palët e interesit. Të gjithë anëtarët e Ekipit të Përgjegjësisë së Korporatës kanë dhënë një kontribut të rëndësishëm në sensibilizimin dhe mobilizimin e punonjësve për të përmirësuar në mënyrë të dukshme Përgjegjësinë Sociale të Korporatës, arritjen e objektivave dhe krijimin e një kulture të përbashkët PK.

Strukturat e PK brenda Departamenteve ekzistojnë për manaxhimin e krizave që kanë të bëjnë me PK-në. Këto janë sisteme manaxhimi të përshtatshme që janë zhvilluar për të trajtuar çështje që kanë të bëjnë me cilësinë, shëndetin dhe sigurinë, dhe mjedisin. Këto sisteme formojnë Sistemin e Integruar të Manaxhimit, i cili mbikëqyret nga Komitetet Drejtuese të Sistemeve të Manaxhimit. Detaje më të hollësishme jepen në seksionin për MJEDISIN/Manaxhimi i Mjedisit. Për të siguruar aplikimin e politikave dhe çështjeve të ndryshme dhe për të koordinuar funksionet operationale mes shumë strukturave brenda kompanisë, janë krijuar skuadra të ndryshme mes departamenteve, përfshirë:

- a. Skuadra për Manaxhimin e Mjedisit (SMM), e cila është përgjegjëse për aspektet operacionale të angazhimit të ndërmarrë nga kompania për mjedisin;
- b. Skuadra e Shëndetit dhe Sigurisë (Sh&S), e cila është përgjegjëse për aspekte operacionale të angazhimit të ndërmarrë nga kompania për shëndetin dhe sigurinë;
- c. Skuadra për Manaxhimin e Vazhdimësisë së Biznesit (BCM) është përgjegjëse për planifikimin dhe implementimin e planeve të Vazhdimësisë Operacionale, me qëllim mbrojtjen e kompanisë nga ngjarje të papritura. Në Zyrën për Çështjet e Korporatës është punësuar një specialiste për Manaxhimin e Vazhdimësisë së Biznesit për t'u marrë vetëm me çështje të kësaj fushe;
- d. Skuadra për Manaxhimin e Krizave (SMK, e cila është përgjegjëse për marrjen e vendimeve dhe manaxhimin e veprimeve në rast se ndodh një incident i genësishëm;
- e. Skuadra për Reagimin ndaj Incidenteve (SRI), e cila është përgjegjëse për të reaguar dhe për të përballuar situatat e emergjencës në ambientet e kompanisë kur ndodhin për herë të parë; dhe
- f. Skuadra për Komunikimin e Krizave (SKK), e cila është përgjegjëse për publikun, median dhe komunikimin e brendshëm në rast se ndodh një krizë.



4.3 Raportimi kontrollues dhe i integruar i PK

Për çdo kompani që merr seriozisht raportimin dhe PK, është e rëndësishme të maten dhe kontrollohen treguesit në mënyrë që të mundësojnë progresin e qartë dhe transparent të raportimit tek punonjësit, aksionerët dhe të gjitha palët e jashtme të interesit.

Si shumë prej kompanive brenda Grupit Deutsche Telekom, AMC ka përdorur një sistem të kompjuterizuar për mbledhjen e të dhënave (të quajtur IKOS) për të kontrolluar dhe raportuar të dhënat e PK. Ky sistem i ofron kompanisë më shumë mundësi për të kryer analiza gjithëpërfshirëse të të dhënave PK, dhe për t'i përdorur ato si standard krahasimi me kompanitë e tjera, pjesë të Grupit DT. Kontrollat dhe proceset deri më tani lidhen me konsumin e energjisë, emetimin e dioksidit të karbonit (CO₂), konsumin e ujit, aktivitetet vullnetare, etj. Këto të dhëna futen në sistem të paktën çdo tremujor, dhe ndihmojnë kompaninë dhe punonjësit e saj për t'u marrë gjërësisht me statusin e vet PK kundrejt objektivave të ndërmarra.

Ky sistem manaxhohet nga DT në një shërbim të sigurtë cloud.

AMC gjithashtu përdor TKP-të për Konsumin e Energjisë dhe Emetimet e Dioksidit të Karbonit CO₂ si tregues të rëndësishëm të performancës në raportet e saj të brendshme. Këto TKP përfshihen në dy raporte të drejtuara Bordit Manaxhues. Një herë në tre muaj, informacioni domethënës PK përfshihet në Raportin e Manaxhimit të BNJ të Grupit DT duke përdorur këto dy TKP.

4.4 Qeverisja e Korporatës

Qeverisja e Korporatës është kuadri ligjor dhe faktik për qeverisjen e kompanisë. Ajo përfshin një numër parimesh dhe përgjegjësish të shpërndara në entet e korporatës duke përfshirë asamblenë e aksionerëve, Këshillin Mbikqyrës dhe Bordin Drejtues në lidhje me manaxhimin dhe mbikqyrjen e kompanisë. Përveç kërkesave ligjore të vendosura nga Qeveria Shqiptare, Autoriteti Mbikqyrës për Telekomunikacionet dhe institucione të tjera ligjore, kompania synon të mbajë performancën e vet dhe interesat e të gjithë aksionerëve. AMC pajtohet me të gjitha rregullat kombëtare të mirënjohura të sjelljes së korporatës, për të përfshirë parimet e qeverisjes të përcaktuara nga Kodi i Qeverisjes së Korporatës (Kodi) për kompanitë aksionere në Shqipëri. Teksti për këtë kod mund të merret në <http://www.qkr.gov.al/nrc/documents/Codeang.pdf>, dhe legjislacionin tjetër ndërkombëtar për qeverisjen e korporatës.

AMC ka përshtatur vullnetarisht rregulloret e brendshme të saj për t'u pajtuar me praktikatat dhe standartet e mirënjohura ndërkombëtare lidhur me operacionet e saj. Të gjitha dispozitat dhe praktikatat e rëndësishme në këtë aspekt janë përfshirë në Rrregulloren e Operacioneve të Brendshme, Kodin e Sjelljes së Kompanisë (Kodin e Sjelljes së Grupit OTE) dhe Politika të tjera të miratuara nga entet kompetente të korporatës. Struktura bazë e qeverisjes konsiston në:

Asambleja e Përgjithshme e Aksionerëve

Bordi më i lartë drejtues i AMC, përgjegjës për marrjen e vendimeve për çështje të rëndësishme të korporatës (në zbatim të Ligjit nr. 9901, datë 14.4.2008 për "Tregtarët dhe Shoqëritë Tregtare"), është "Asambleja e Përgjithshme e Aksionerëve".

Këshilli Mbikqyrës

Këshilli Mbikëqyrës ka përgjegjësinë që të sigurojë përputhshmërinë e veprimtarive dhe operacioneve të kompanisë me të gjitha ligjet dhe rregulloret. Ai shqyrton dhe monitoron çdo situatë aktuale apo të mundshme të konfliktit të interesit dhe është në përputhje me ligjin. Këshilli njoftohet nga Bordi Drejtues për të gjitha konfliktet aktuale apo të mundshme të interesit apo interesat materiale që mund të kenë me Kompaninë. Ai lajmërohet nga Bordi Drejtues për çdo rast konflikti interesi apo konflikti material aktual apo të mundshëm që mund të kenë me Kompaninë. Gjithashtu, Bordi Mbikëqyrës mbikëqyr veprimtarinë e Bordit Drejtues. Ky bord përbëhet nga tre anëtarë, të cilët emërohen në takimin e Asamblesë së Aksionerëve për një mandat tre vjeçar. Bordi Mbikëqyrës mblidhet të paktën një herë në çdo tre muaj. Përbërja e Këshillit Mbikëqyrës ilustron si më poshtë:

Emri	Pozicioni	Anëtar Ekzekutiv	Anëtar Jo-ekzekutiv
Konstandinos Liamidis	Kryetar		<input checked="" type="checkbox"/>
Georgios Tsonis	Zv/Kryetar		<input checked="" type="checkbox"/>
Pavlos Vichos	Anëtar		<input checked="" type="checkbox"/>
<i>Këshilli Mbikëqyrës më 31.12.2014.</i>			

- Z. Konstandinos Liamidis është Përgjegjës për Operacionet Ndërkombëtare të Grupit OTE që nga Shkurti i vitit 2011. Z. Liamidis u bë pjesë e kompanisë COSMOTE si Zv/Drejtor i Divizionit Komercial në kohën e krijimit të saj në vitin 1996. Në fillim të vitit 2000, ai u emërua Drejtor i Shitjeve për Rrjetin me Pakicë. Ndërsa në Maj të vitit 2003, Z. Liamidis u emërua Drejtor i Përgjithshëm Komercial. Ai është Këshilltar i Drejtorit Ekzekutiv të COSMOTE që nga Nëntori i vitit 2007. Z. Liamidis e nisi karrierën e tij në OTE dhe më vonë u emërua ekzekutiv në Departamentin Komercial të Organizatës, ndërkohë që është Kryetar i Këshillit Mbikëqyrës të AMC që nga viti 2006.
- Z. Georgios Tsonis u emërua Drejtor i Përgjithshëm Teknik i COSMOTE në Nëntor të vitit 2005. Në vitin 2000, ai u bë pjesë e kompanisë COSMOTE si Zv/Drejtor Komutimi, dhe në vitin 2001, u emërua Drejtor për Komutimin dhe Manaxhimin e Rrjetit. Ai është Zv/Kryetar i Këshillit Mbikëqyrës të AMC që nga viti 2001.
- Z. Pavlos Vichos është anëtar i Këshillit Mbikëqyrës të AMC që nga viti 2011.

Bordi Drejtues

Siç përshkruhet në statutin e Kompanisë, Bordi Drejtues është përgjegjës dhe përcakton politikën dhe strategjinë e përgjithshme të kompanisë si dhe mbikëqyrjen e manaxhimit operacional të aktivitetit në tërësi. Bordi Drejtues përbëhet nga pesë anëtarë të emëruar nga Bordi Mbikëqyrës me një mandat tre vjeçar. Secili prej tyre mund të riemërohet. Takimet e Bordit Drejtues zhvillohen të paktën një herë në tre muaj. Pagat dhe kompensimet e tjera të anëtarëve të Bordit Drejtues përcaktohen me vendim të Asamblesë së Përgjithshme. Përbërja e Bordit Drejtues të AMC ilustron si më poshtë

Emri	Pozicioni	Anëtar ekzekutiv	Anëtar jo-ekzekutiv
Zacharias Piperidis	Kryetar		✓
Eyriviadis Sarsentis	Zv/Kryetar		✓
Dimitrios Blatsios	Drejtor Ekzekutiv /Anëtar	✓	
Irini Nikolaidi	Anëtare		✓
Georgios Athanasopolous	Anëtar		✓
<i>Bordi Drejtues më 31.12.2014.</i>			

- Z. Zacharias Piperidis është Drejtor Operacional i Grupit OTE. Ai është gjithashtu Drejtor i Përgjithshëm Komercial i kompanisë COSMOTE që nga Nëntori i vitit 2007. Z. Piperidis ka një eksperiencë të gjatë në sektorin e telekomunikimit, në të cilin ka shërbyer për më shumë se 18 vjet. Ai është gjithashtu edhe kryetar i Bordit Drejtues të AMC që nga viti 2010.
- Z. Eyriviadis Sarsentis ka punuar për Grupin OTE gjatë 10 viteve të fundit, duke shërbyer si Drejtor Strategjie dhe RN dhe së fundmi si Drejtor M&A në Grupin OTE. Më parë, Z. Sarsentis ka punuar për 15 vite në bankën e investimeve në Greqi dhe jashtë saj. Z. Sarsentis është diplomuar për Ekonomi nga LSE dhe MBA nga City University.
- Z. Dimitris Blatsios është Drejtori Ekzekutiv i AMC që nga viti 2010. Përpara se të bëhej pjesë e AMC, Z. Blatsios ka qenë Drejtor Komercial i GLOBUL, kompani bijë e COSMOTE në Bullgari që nga Marsi i vitit 2009, dhe Drejtor i Përgjithshëm i GERMANOS Telecom Rumani që nga Tetori i vitit 2006. Përpara kësaj, Z. Blatsios ka qenë Drejtor i Divizionit Ndërkombëtar për Segmentin me Pakicë të Grupit të Kompanive GERMANOS (Poloni, Bullgari, Rumani, Ukrainë, Maqedoni dhe Qipro).
- Znj. Irini Nikolaidi i ka shërbyer Cosmote-së që nga krijimi i saj në vitin 1996 në rolin e Këshilltares Ligjore dhe Drejtores së Përgjithshme për Çështjet e Konkurrencës, Ligjore & Rregullatore. Që nga viti 2011, Znj. Nikolaidi është gjithashtu edhe Këshilltare Ligjore dhe Drejtore Ekzekutive për Çështjet Ligjore & Rregullatore të Grupit OTE, e cila përfshin Drejtorinë e Përgjithshme të Çështjeve Ligjore të OTE dhe Drejtorinë e Përgjithshme të Çështjeve Rregullatore të OTE, dhe ajo kryen gjithashtu edhe detyrën e Drejtores së Përgjithshme të Çështjeve Ligjore të OTE. Përpara se të bëhej pjesë e kompanisë COSMOTE, Znj. Nikolaidi ka shërbyer në OTE si eksperte telekomunikacioni. Ajo është anëtare e Bordit Drejtues të AMC që nga viti 2001.
- Z. George Athanasopoulos është Drejtor Informacioni në Grupin OTE. Që nga muaji Tetor i vitit 2007, ai është gjithashtu edhe Drejtor i Përgjithshëm për Operacionet & Sistemet TI në kompaninë COSMOTE. Z. Athanasopoulos u bë pjesë e Grupit OTE në vitin 2002 si Drejtor Ekzekutiv për Manaxhimin e Informacionit për Investimet e Grupit OTE, ndërkohë

që ka pozicionin e Drejtorit Ekzekutiv për Asistencën Operacionale në OTE Globe që nga Shtatori i vitit 2006. Ai është anëtar i Bordit Drejtues të AMC që nga viti 2008.

Drejtori Ekzekutiv merr përsipër përgjegjësinë kryesore për manaxhimin e operacioneve. Ai ndihmohet dhe mbështetet në këtë aktivitet nga Zyra e Auditit dhe Pajtueshmërisë.

Pagesa e të gjithë anëtarëve të Bordit Drejtues aprovet nga Asambleja e Përgjithshme e Aksionerëve. Pagesa e Drejtorit Ekzekutiv, përfshirë procedurat e shpërblimit që kanë lidhje me performancën, mbulohen me kontrata punësimi të cilat miratohen nga Asambleja e Përgjithshme e Aksionerëve.

Përsa i përket çështjeve të PK-së, Drejtori Ekzekutiv kërkon informacion nga Bordi Drejtues si pjesë e shqyrtimit të përvitshëm të objektivave strategjike. Aktualisht, vlerësimi i Drejtorit Ekzekutiv, si edhe performanca e Bordit nuk përfshin kritere specifike lidhur me Përgjegjësinë e Korporatës.

Punonjësit mund të sjellin në vëmendjen e Bordit Drejtues çështje nëpërmjet dialogut të stafit të lartë manaxherial me përfaqësuesit e punonjësve.

4.5 Sistemi për Manaxhimin e Pajtueshmërisë

Zyra e Pajtueshmërisë

Sistemi për Manaxhimin e Pajtueshmërisë (SMP) implementohet për të siguruar pajtueshmëri për të gjithë personelin dhe stafin manaxherial me legjislacionin në fuqi, Kodin e Sjelljes dhe politikat e brendshme, me qëllim shmangien e rreziqeve dhe pasojave të tjera ligjore për kompaninë.

Elementet kyçe të Sistemit për Manaxhimin e Pajtueshmërisë janë parandalimi i sjelljeve të papërshtatshme dhe mbrojtja e reputacionit të kompanive dhe personelit të tyre, nëpërmjet trajnimit të punonjësve, komunikimit të vazhdueshëm, konstatimit të rreziqeve dhe shkeljes së pajtueshmërisë, dhe reagimit të strukturuar ndaj tyre.

Sistemi i Manaxhimit të Pajtueshmërisë (SMP) i AMC u rishikua dhe vlerësua nga auditorët e jashtëm të pavarur. Auditit mbuloi procedurat/kontrollet si dhe kontrollet kundër korrupsionit të implementuara në Zyrën e Pajtueshmërisë si edhe kontrollet anti-korrupsion të implementuara në njësitë e tjera (Auditit i Brendshëm, Burimet Njerëzore, Shitjet dhe Prokurimi) dhe konfirmoi efikasitetin e SMP-së së kompanive (Certifikimi i Sistemit të Manaxhimit të Pajtueshmërisë 2013).

Në vitin 2014, një ushtrim i Vlerësimit të Përkohshëm të Riskut (Risk Pulse) u krye për të vlerësuar njësitë e biznesit e përfshira dhe të identifikojë rreziqet më kritike, si ato të përshkruara në Regjistrin e Riskut të Korporatës, në mënyrë që të degëzojë optimizimin dhe procedurat e lehtësimi. Përveç kësaj, struktura e SMK mori pjesë në projektin për krijimin dhe vendosjen e një metodologjie të vetme për manaxhimin e riskut të korporatës për Grupin DT.

Një program trajnimi për anti-korrupsionin u organizua në Maj 2014, me pjesëmarrjen e punonjësve të kompanisë duke filluar nga manaxhimi i mesëm. Programi i trajnimit anti-korrupsion mbuloi sferat për shmangien e korrupsionit dhe konfliktet e tjera të interesit, pranimin dhe dhënien e benefiteve dhe Politikën Anti-Trust. Detaje lidhur me përqindjen e pjesëmarrjes jepen në Tabelën e mëposhtme:

Programi i trajnimit për anti-korrupsionin			
Metoda e trajnimit	Numri i punonjësve të targetuar	Numri i pjesëmarrësve	Përqindja e pjesëmarrjes (%)
Mësim në distancë (e-learning)	104	100	94.15%
Orë trajnimi	119	113	94.96%
Totali	223	213	95.52%

Në vitin 2014, Përgjegjësja për Zyrën e Pajtueshmërisë trajtoi 81 pyetje nëpërmjet platformës së konsultimit "Më pyet". Pyetjet lidheshin kryesisht me politikën e pajtueshmërisë për dhënien dhe pranimin e dhuratave, eventet e korporatës dhe politikën e sponsorizimeve.

Sigurimi i Sistemit për Manaxhimin e Pajtueshmërisë

Pajtueshmëria nënkupton një angazhim të fortë ndaj parimeve të integritetit, transparencës, drejtësisë, profesionalizmit, shpirtit të skuadrës, dhe respektimit të rregullave dhe parimeve, të cilat janë themelore për të drejtuar funksionet e kompanisë.

Gjatë vitit në shqyrtim, u krye dhe Vlerësimi i Riskut të Pajtueshmërisë për të identifikuar dhe vlerësuar rreziqet lidhur me pajtueshmërinë që kanë ndikim për kompaninë. Punonjës të ndryshëm, me role të rëndësishme brenda kompanisë u përfshinë në këtë ushtrim me qëllim vlerësimine rreziqeve dhe propozimin e masave përkatëse për adresimin e tyre. Vlerësimi i Riskut lidhur me Pajtueshmërinë, përfshi Planin e Masave për vitin 2015, u finalizua në Shtator 2014 dhe u aprovua nga Komiteti i Auditit dhe Pajtueshmërisë së Grupit OTE.

Implementim i SMP-së monitorohet nga Komiteti për Pajtueshmërinë i COSMOTE, i cili përbëhet nga:

- Drejtori i Përgjithshëm i Departamentit të Pajtueshmërisë & Auditit të Brendshëm në COSMOTE;
- Drejtori i Përgjithshëm për Çështjet e Konkurrencës, Ligjore dhe Rregullatore në COSMOTE;
- Drejtori i Përgjithshëm i Burimeve Njerëzore në COSMOTE;
- Drejtori i Përgjithshëm i Departamentit të Sigurisë së Informacionit në COSMOTE; dhe
- Në vitin 2014, AMC nuk pati asnjë ankesë për çështjet e pajtueshmërisë.

Me qëllim mundësimin e një "raportimi" lidhur me shkeljet e politikave, rregulloreve dhe legjislacionin në fuqi, AMC ka miratuar Politikën e Raportimit të Shkeljeve dhe kanalet përkatëse të aplikimit. Punonjësit dhe/apo palët e treta mund të raportojnë anonimisht në

Zyrën e Pajtueshmërisë për një shkelje apo të shprehin një shqetësim apo ankesë lidhur me ndonjë shkelje të mundshme të Politikave të Kompanisë apo legjislacionit (psh. korrupsion, abuzim, vjedhje, pastrim parash, çështje lidhur me pasqyrat financiare, Politikat dhe Procedurat, diskriminimin, marrëdhëniet me punonjësit dhe çdo sjellje tjetër të papërshtatshme që mund të dëmtojë reputacionin e kompanisë, apo përpjekje për të fshehur të mësipërmet).

Zyra përgjegjëse për planifikimin dhe adoptimin e SMP-së, raporton direkt në Bordin Drejtues të Kompanisë. Implementimi i SMP-së monitorohet nga Komiteti për Pajtueshmërinë, Rreziqet e Sipërmarrjes & Qeverisjen e Korporatës. Qëllimi kryesor i Komitetit është të mbështesë dhe monitorojë implementimin e sistemeve për Manaxhimin e Pajtueshmërisë dhe Manaxhimin të Riskut dhe çështjeve të tjera për shqyrtim të Qeverisjes së Korporatës.

Në kuadër të implementimit të Sistemit të Manaxhimin të Pajtueshmërisë, janë në fuqi Politikat dhe Kodet e mëposhtme:

- Kodi i Sjelljes;
- Kodi i Sjelljes për mbrojtjen e të Drejtës së Individit për Privatësi në trajtimin e të Dhënave Personale brenda Grupit OTE;
- Kodi i Etikës për Drejtorët e Divizionit Financiar;
- Politika e Raportimit të Shkeljeve;
- Politika për Shmangien e Ngacmimeve Seksuale në Grupin OTE;
- Politika për Pranimin dhe Dhënien e Benefiteve;
- Politika për Donacionet dhe Sponsorizimet;
- Politika e Eventeve;
- Politika për Mashtrimet;
- Politika mbi Dhënien e Informacioneve të Brendshme;
- Politika për Shmangien e Korrupsionit dhe Konfliktëve të tjera të Interesit;
- Politika për Marrëdhëniet e Punonjësve brenda Grupit OTE;
- Politika për Ligjin Anti-trust;

Kanalet e komunikimit të ankesave në AMC janë si më poshtë:

- Nëpërmjet postës @ Albanian Mobile Communications sh.a.
Zyra e Pajtueshmërisë
Rr. "Gjergj Legisi", Laprakë, Tiranë, Shqipëri
- Nëpërmjet e-mailit @ amccomplianceoffice@amc.al
- Nëpërmjet telefonit @ +35542275321 (nga e Hëna në të Premten: 09.00 deri 17.00)
- Nëpërmjet Formularit Elektronik për Raportimin e Shkeljeve.

Çertifikimi i Manaxhimin të Pajtueshmërisë

Auditorë të pavarur çertifikuan sistemin për manaxhimin e pajtueshmërisë të Deutsche Telekom në disa kompani, përfshirë AMC, në vitin 2013 në përputhje me standardin 980 të auditimit të Institute der Wirtschaftsprüfung (IDW). Ky certifikim është provë që sistemet e manaxhimin të pajtueshmërisë të përdorura nga AMC janë efikase kur bëhet fjalë për identifikimin e risqeve që kanë të bëjnë me korrupsionin dhe parandalimin e shkeljeve.

AMC respekton rregulloren e Grupit DT. Në një linjë me strukturën ndërkombëtare të Grupit DT, çështjet strategjike diskutohen me një ekip këshillues dhe kështu përcaktohet një përqasje e përbashkët pajtueshmërie. Kjo Skuadër përcakton tendencat e llojit, duke qenë se ofron një shtysë për projektimin dhe implementimin e strukturave të balancuara të pajtueshmërisë të Grupit Deutsche Telekom (Grupi DT).

Me rastin e Ditëve Ndërkombëtare të Pajtushmërisë, anëtarët e Zyrës së pajtushmërisë së AMC, së bashku me anëtarë të 26 kompanive të tjera të Grupit DT, morën pjesë në një event në Magyar Telekom në Budapest me 2 dhe 3 Prill, 2014. Nën sloganin, "Pajtushmëria sot dhe nesër," ata diskutuan strategjitë dhe tendencat e Pajtushmërisë si dhe përjasje të reja ndaj bashkëpunimit.

Parandalimi dhe lufta kundër korrupsionit

Vlerësimi i Riskut të Pajtushmërisë përbën themelin e Sistemit të Manaxhimit të Pajtushmërisë së Grupit DT. Vlerësimi ndihmon kompaninë të identifikojë dhe vlerësojë rreziqet e pajtushmërisë dhe të zhvillojë masat e duhura të parandalimit. Deutsche Telekom ka krijuar një proces me bazë programesh dhe aplikacionesh që duhet zbatuar çdo vit përgjatë Grupit. Përgjegjësitë për procesin janë caktuar dhe kriteret e përcaktuara të vlerësimit janë dokumentuar.

Në vitin 2014, kompania mori pjesë në një analizë për vlerësimin e riskut që u zhvillua për 108 kompani, brenda Grupit DT. Vlerësimi e ndihmon Grupin DT dhe kompaninë të identifikojnë dhe vlerësojnë rreziqet e pajtushmërisë dhe të zhvillojnë masat e duhura parandaluese. Këtu përfshihet përcaktimi i kërcënimeve specifike që paraqet çdo risk ndaj kompanisë dhe identifikimi i asaj çka është bërë tashmë për ta zbutur këtë risk. Nëse është e nevojshme, zhvillohen edhe masa shtesë për të reduktuar rreziqet në një nivel të manaxhueshëm, siç përcaktohet në strategjinë e riskut. Ky vlerësim kryhet çdo dy vjet.

Për promovimin e praktikave anti-korrupsion dhe shmangien e rreziqeve me një gamë të gjërë furnitorësh, AMC ka miratuar Kontrollin e Integritetit ndërsa merr në konsideratë fillimin e bashkëpunimit me furnitorë të rinj. Kontrolli i Integritetit kryhet duke marrë në konsideratë si praktikant anti-korrupsion ashtu dhe politikant dhe procedurat e kompanisë. Në konsideratë për bashkëpunim merren vetëm furnitorët që kanë praktika të shëndosha biznesi.

Me 9 Dhjetor 2014 dhe me rastin e Ditës Ndërkombëtare Anti-Korrupsion, u organizua një fushatë komunikimi me të gjitha kompanitë e Grupit OTE. Fushata përfshinte një mesazh të nënshkruar nga Kryetari dhe Drejtori Ekzekutiv i Grupit OTE, një mesazh që u dërgua me e-mail të gjithë punonjësve të Grupit. Mesazhi i Kryetarit dhe Drejtorit Ekzekutiv nënvizonte se në Grupin OTE "ne implementojnë Parimet Kompakte Globale të Kombeve të Bashkuara mbi të drejtat e njeriut, standartet e punës, mjedisin dhe anti-korrupsionin".

Në kuadër të implementimit të Kodit të Etikës për Përgjegjësit e Lartë Financiarë dhe anëtarët e Bordit Drejtues, Përgjegjësit e Lartë Financiarë nënshkruan dhe dorëzuan në Zyrën e Pajtushmërisë në AMC dhe Zyrën e Pajtushmërisë të Grupit OTE, deklarata zyrtare në të cilat deklarorin se janë informuar për dispozitat e Kodit të Etikës për Përgjegjësit e Lartë Financiarë dhe se pajtohen me dispozitat e tij, me qëllim një sjellje biznesi të ndershme dhe etike.

Deklarata e Përvitshme e Pajtushmërisë dhe Deklarata e Konfliktit të Interesit u nënshkrua nga anëtarët e Bordit Drejtues të AMC si edhe nga stafi manaxherial. Deklarata e Konfliktit të Interesit është në vijë me kërkesat e politikës për Shmangien e Korrupsionit dhe Konfliktet e tjera të Interesit.

Investigim bazuar në kritere të qarta

AMC ka specifikuar kritere të qarta për hetimin e rasteve të dyshuara për korrupsion. Kompania i nis hetimet vetëm nëse një shkelje e rregulloreve ligjore apo të brendshme raportohet me një shkallë të mjaftueshme detajimi. Zyra e Auditit të Brendshëm dhe

Pajtueshmërisë heton çfarëdolloj sinjalizimi që plotëson këto kërkesa. Çdo shkelje e zbuluar gjatë investigimit sanksionohet siç duhet dhe çdo pikë e dobët e identifikuar në sistemin e brendshëm të kontrollit gjatë hetimit, analizohet dhe ndreqet sistematikisht.

Në vitin 2014 nuk është regjistruar asnjë rast korrupsioni. Bazuar në politikën e AMC-së, në vitin 2014 kompania nuk financoi asnjë parti politike dhe as mori ndihma financiare nga autoritetet publike.

Gjatë vitit 2014, Zyra e Auditit të Brendshëm në AMC nuk mori asnjë "sinjalizim/ankesë"

Auditi i Brendshëm

Auditi i Brendshëm është një veprimtari që ofron garanci dhe konsulencë të pavarur dhe objektive, e projektuar për të shtuar vlerë dhe për të përmirësuar operacionet e një kompanie. Ajo mbështet një organizatë që të përmbushë objektivat e saj, duke aplikuar një përjasje sistematike dhe të disiplinuar për të vlerësuar dhe përmirësuar efikasitetin e proceseve për manaxhimin e riskut, kontrollin dhe qeverisjen.

Auditi i Brendshëm në AMC operon në bazë të Statutit të Auditit të Brendshëm të aprovuar nga Bordi Drejtues. Statuti i Auditit është në përputhje me Standardet Ndërkombëtare për Praktikën Profesionale të Auditimit të Brendshëm", i cili është kuadri udhëheqës i shpallur nga "Instituti i Auditorëve të Brendshëm" (IIA). IAA është një shoqatë profesionale ndërkombëtare, e cila vepron si një organizëm global për t'i pajisur profesionistët e auditit të brendshëm në mbarë botën, me një udhëheqje të besueshme. Gjithashtu, parimet e Kodit të Etikës të Kompanisë drejtojnë kërkesat minimale për drejtimin dhe sjelljen, si edhe pritshmëritë nga auditorët, gjatë kryerjes së detyrës së tyre.

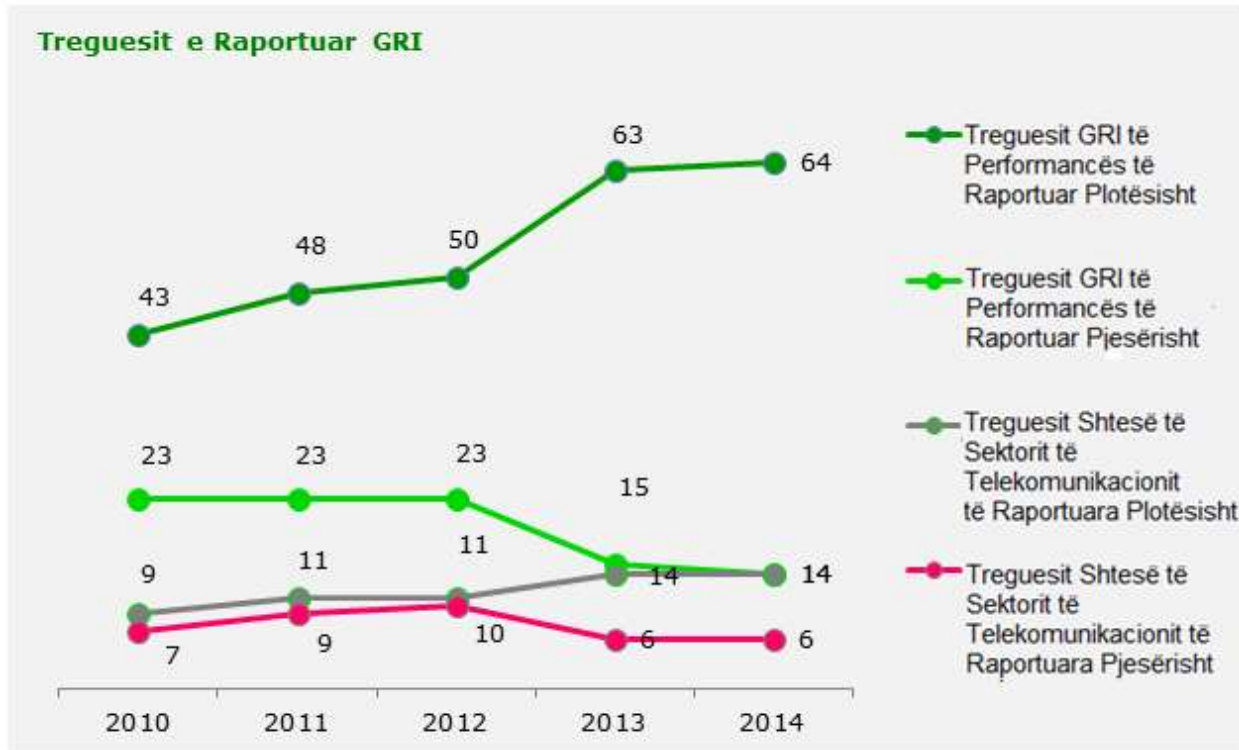
Gjatë vitit 2014, Auditi i Brendshëm ka kontribuar në përforcimin e kontrollit të mjedisit përmes 8 projekteve të Auditit, 26 iniciativa manaxheriale, një vlerësim të Sistemeve të Kontrolleve të Brendshme të Grupit DT si dhe projekte të tjera *sipas rastit*. Ekipi i Auditit të Brendshëm merr pjesë në një projekt auditit të përbashkët në DT, që ka rëndësi të madhe në shkëmbimin e mëtejshëm e njohurisë si dhe rrit bashkëpunimin e kompanive të Grupit në implementimin e SMP së Grupit DT.

Komiteti i Auditit

Qëllimi kryesor i Komitetit të Auditit është të ndihmojë Bordin Drejtues, gjatë ushtrimit të rolit të tyre mbikëqyrës dhe përmbushjen e detyrimeve të tyre kundrejt aksionerëve, investitorëve dhe të tjerëve, sidomos në lidhje me integritetin e pasqyrave financiare, mjaftueshmërinë e procedurave dhe sistemeve të kontrollit të brendshëm, vlerësimin e pavarësisë së auditorëve të jashtëm të kompanisë, si edhe supervizimin e Auditit të Brendshëm.

4.6 Rezultatet e matshme dhe treguesit GRI

Progresi i raportimit të PK duke iu referuar kërkesave të Iniciativës Globale të Raportimit jepet në grafikun e mëposhtëm.



4.7 Angazhimi i Palëve të Interesit

AMC identifikon palët e saj kryesore të interesit si aktorët me impakt apo influencë të drejtpërdrejtë mbi suksesin e qëndrueshëm të kompanisë. Palët e interesit kategorizohen në 9 grupe: klientët, punonjësit, aksionerët, publiku, autoritetet rregullore, partnerët e zinxhirit të vlerave, komunitetet lokale, media dhe organizatat jo-fitimprurëse. Kompania angazhohet rregullisht me përfaqësuesit e këtyre palëve të interesit, i mban ata të informuar dhe merr në konsideratë shqetësimin e tyre.

4.7.1 Qasja e Angazhimit të Palëve të Interesit

Ndërveprimi mes AMC dhe palëve të saj të interesit për çështje që kanë lidhje me PK koordinohet nëpërmjet Zyrës për Çështjet e Korporatës dhe përfshin pjesëmarrjen e të gjithë kompanisë. Të qenurit në dijeni për këndvështrimet dhe interesat e palëve të saj të interesit është shumë i rëndësishëm për AMC.

AMC përdor mjete komunikimi gjithëpërfshirëse me palët e interesit, përfshirë këtë raport. Mënyra të tjera komunikimi me palët e interesit përfshijnë shtypin e shkruar dhe atë elektronik, bisedat në telefon, anketimet, eventet informuese/sesione pune, konferencat, aktivitetet në rrugë dhe promocionet, direkt në dyqanet e AMC.

AMC vlerëson opinionin e palëve të jashtme dhe të brendshme të interesit në zhvillimin e strategjisë dhe iniciativave të saj të PK, si dhe përmirësimin e vazhdueshëm të raportimit të saj të PK. Intervista për strategjinë dhe aktivitetet për PK-në kryhen sistematikisht për këtë gjë.

4.7.2 Dialogu me Palët e Interesit

Në tabelën e mëposhtme ofrohet një përmbledhje e dialogut të AMC me Palët e Interesit, temat kryesore të ngritura për diskutim, dhe mënyrën se si kompania i është përgjigjur atyre.

Grupi i Palëve të Interesit	Metoda e Angazhimit	Frekuenca	Çështjet e Ngritura	Reagimi
Klientët				
	<ul style="list-style-type: none"> Aktivitetet e Marrëdhënieve me Klientin Qendra e Shërbimit të Klientit Anketa e Kënaqësisë së Klientëve Studime monitoruese Qendrat e thirrjes Media sociale Rrjeti i shitjeve Siti në Internet i Kompanisë 	<ul style="list-style-type: none"> Në vazhdimësi Në vazhdimësi Çdo vit & në vazhdimësi Çdo tremujor Në vazhdimësi Në vazhdimësi Në vazhdimësi Në vazhdimësi 	<ul style="list-style-type: none"> Quality of Service Përdorimi i celularëve FEM Asistenca Teknike & Çështjet komerciale Marketingu i Përgjegjshëm (e.g. të drejtat e konsumatorëve) Përdorimi i teknologjive të Reja Privatësia dhe Siguria e të Dhënave Shërbimi për Klientin & Trajtimi i Ankesave 	Tregu Mjedisi / Fushat elektromagnetike
Aksionerët				
	<ul style="list-style-type: none"> Takime me aksionerët Raportet financiare Miratimi dhe përdorimi i politikave dhe parimeve Raporti i PK Takim i Ekzekutivëve Takime Private 	<ul style="list-style-type: none"> Dy herë në vit Çdo tre muaj Periodike Çdo vit Në vazhdimësi Në 	<ul style="list-style-type: none"> Strategjia dhe Rezultatet e Grupit 	Të gjitha seksionet

		vazhdimësi		
	• Bashkëpunim i Përditshëm	• Në vazhdimësi		
Punonjësit				
	• Anketa për Kënaqësisë e Punonjësve	• Çdo vit	• Shëndeti & Siguria	
	• Trajnimet	• Në vazhdimësi	• Zhvillimi i Karrierës së Punonjësit	
	• Shqyrtimi & Vlerësimi i Performancës	• Çdo vit	• Pjesëmarrja e Punonjësve në Operacionet e Kompanisë	
	• Publikimet Informative	• Në vazhdimësi	• Barazia	
	• Eventet për Punonjësit	• Në vazhdimësi	• Puna e ndershme	Strategjia dhe Manaxhimi i PSK
	• Takimet me Punonjësit	• Në vazhdimësi		Punonjësit
	• Veprimtaritë Vullnetare	• Në vazhdimësi		
	• Faqja internetit & intranetit të Kompanisë	• Në vazhdimësi		
	• Anketa për PK	• Çdo vit		
	• Anketa Pulse	• Dy herë në vit		
	• E-mail	• Në vazhdimësi		
Autoritetet/ Shteti				
	• Konsultime mbi kuadrin rregullator	• Në vazhdimësi	Plotësim i Kërkesave Rregullatore	Tregu Konkurrenca e Përgjegjshme;
	• Komunikim me shkrim apo verbal me organizmat rregullatore dhe të sektorit publik	• Në vazhdimësi	• Qeverisja	Tregu / Rregullimi & Konkurrenca;
	• Takime & Raporte Pune	• Në vazhdimësi	• Kontribut në kuadrin ligjor	Tregu/ Marketing i Përgjegjshëm;
	• Projekte bashkëpunimi	• Në vazhdimësi	Bashkëpunim në Projektet e PK	Tregu / Privatësia & Siguria e të Dhënave
	• Dialog me përfaqësues të autoriteteve lokale dhe kombëtare	• Në vazhdimësi	• Çështjet filantropike	Mjedisi / Biodiversiteti

	<ul style="list-style-type: none"> • Pjesëmarrje në shoqata dhe unione 	<ul style="list-style-type: none"> • Në vazhdimësi 	<ul style="list-style-type: none"> • Zhvillimi ekonomik dhe Teknologjik 	
Media				
	<ul style="list-style-type: none"> • Evente me Median • Njoftime të Korporatës • Konferenca shtypi • Publikime Informuese • Komunikime dhe Takime sistematike me përfaqësues të Medias • Faqja në internet e kompanisë 	<ul style="list-style-type: none"> • Çdo vit • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi 	<ul style="list-style-type: none"> • Vlerësohet përgjigja në kohë • Çështje komerciale • Çështje teknologjike • Çështje ambientaliste 	Të gjitha seksionet
Publiku				
	<ul style="list-style-type: none"> • Anketa • Bamirësi për Komunitetin • Faqja në internet e kompanisë 	<ul style="list-style-type: none"> • Çdo tre muaj • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi 	<ul style="list-style-type: none"> • Ndhma në raste katastrofash • FEM • Impakti në Mjedis • Përmirësimi i jetës së komuniteteve të ndryshme 	Shoqëria Mjedisi
OJF				
	<ul style="list-style-type: none"> • Aplikime • Takime me OJF 	<ul style="list-style-type: none"> • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi 	<ul style="list-style-type: none"> • Përmirësimi i jetës së komuniteteve të ndryshme Bashkëpunimi në Projektet e PK • Kontributi Social • Takimeve & në formë elektronike • Edukimi Publikut për Sigurinë në Internet 	Strategjia & Manaxhimi i PSK Shoqëria Mjedisi

Partnerët e Zinxhirit të Vlerave (Furnitorët & Distributorët)

<ul style="list-style-type: none"> • Konferenca • Procedura e prokurimit & Manaxherët e Llogarive Kyçe • Takime • Anketa për Kënaqësinë e Klientëve • Njoftime dhe Deklarata për Shtyp të Korporatës • Vlerësimi i Furnitorëve • Pjesëmarrja në sindikata sipas sektorit 	<ul style="list-style-type: none"> • Periodike & në vazhdimësi • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi • Çdo vit • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi 	<ul style="list-style-type: none"> • Transparenca & qeverisja • Zhvillimi Ekonomik • Përmirësimi i jetës së komuniteteve të ndryshme • Përmirësimi i hendekut dixhital • Zgjidhje për Defektet dhe Ankesat • Futja e Kritereve të PK • Kriteret e Tenderit & Konkurrenca • Politika e Tregut 	<p>Rreth Raportit</p> <p>Tregu/ Qasja Manaxheriale</p> <p>Tregu/ Prokurim i Përgjegjshëm dhe Manaxhimi i zinxhirit të Furnizimit</p> <p>Tregu/ Politika e Prokurimit</p>
Komunitetet Lokale			
<ul style="list-style-type: none"> • Dialog me përfaqësuesit lokalë • Vizitat 	<ul style="list-style-type: none"> • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi 	<ul style="list-style-type: none"> • Përmirësimi i nevojave Shoqërore • Mbështetje për sipërmarrjet e biznesit lokal • FEM 	

4.8 Anëtarësimet dhe Çmimet

Kompania aderon në organizata dhe organizma të ndryshëm, dhe përmes kësaj, ajo promovon çështje të zhvillimit të tregut dhe Përgjegjësisë së Korporatës.

AMC është anëtare aktive e organizatave të mëposhtme:



- Dhoma e Tregtisë dhe Industrisë Tiranë;
- Dhoma Amerikane e Tregtisë dhe Industrisë;
- Shoqata e Investitorëve të Huaj në Shqipëri;
- Shoqata Helenike e Biznesit në Shqipëri;
- Shoqata Gjermane e Industrisë dhe Tregtisë; dhe
- Rrjeti Shqiptar për PSK që nga viti 2013;

Gjatë vitit 2014, AMC nuk mori ndonjë çmim lidhur me performancën e saj të Përgjegjësive së Korporatës.

4.9 Arritjet në 2014 dhe Objektivat për 2015

Rezultatet e arritura në lidhje me objektivat e strategjisë dhe manaxhimit të PK në 2014, siç janë publikuar në Raportin e PK të 2013 dhe objektivat për vitin 2015 jepen më poshtë:

Objektivat për 2014	Progresi në 2014	Seksioni në Raport	Objektivat për 2015
Çertifikimi i operacioneve tona sipas standardit ISO 14001 për Manaxhimin Mjedisor.		4.2	Çertifikimi i operacioneve tona sipas standardit ISO 14001 për Manaxhimin Mjedisor.
Çertifikimi i operacioneve tona sipas OHSAS 18001 për Manaxhimin e Shëndetit dhe Sigurisë në Punë.		4.2	Çertifikimi i operacioneve tona sipas OHSAS 18001 për Manaxhimin e Shëndetit dhe Sigurisë në Punë.
Zgjerimi i sistemit të mbledhjes dhe kontrollit të të dhënave, në lidhje me Raportin tonë të Përgjegjësive së Korporatës.		4.4, 4.7	Zgjerimi i sistemit të mbledhjes dhe kontrollit të të dhënave, në lidhje me Raportin tonë të Përgjegjësive së Korporatës.
Rritja e referencës ndaj Treguesve GRI (të Iniciativës Globale të Raportimit) në Raport.		4.7	Rritja e referencës ndaj Treguesve GRI (të Iniciativës Globale të Raportimit) në Raport.
Rritja e sensibilizimit në lidhje me çështjet e Përgjegjësive Sociale të Korporatës; integrimi i përgjegjësive së korporatës në		4.2	

mënyrën e operimit.			
Përdorimi i zgjidhjeve të reja teknologjike dhe ekologjike.		8.6.1	Shtrirja e përdorimit të zgjidhjeve të reja teknologjike dhe ekologjike.
Integrimi i të gjitha aktiviteteve për Manaxhimin e PK në një sistem të vetëm për të përfshirë Cilësinë, Mjedisin, Shëndetin dhe Sigurinë në Punë dhe MVB (BCM).		4.2, 4.3	

5 Tregu

5.1 Qasja Manaxheriale

AMC ka si prioritet kryesor transparencën dhe etikën ndërkohë që përforcon në të njëjtën kohë operacionet e përgjegjshme në treg. Kompania operon sipas Sistemit të saj të çertifikuar për manaxhimin e Cilësisë ISO 9001, me synimin për të ofruar shërbime të një cilësie të lartë tek abonentët e vet.

Të frymëzuar nga VIZIONI, VLERAT DHE PARIMET e kompanisë, AMC synon që të përmirësojë filozofinë e saj të suksesshme me në qendër klientin, pozitën konkurruese dhe përdorimin e shërbimeve të përparuara nga ana teknologjike. Kompania synon për Ekselencë në Biznes dhe për ta arritur këtë, ajo angazhohet të:

- Të përmirësojë operacionet duke tejkaluar pritshmëritë e klientëve, aksionerëve, partnerëve si dhe stafit dhe shoqërisë; dhe
- Të zbatojë me përpikmëri kërkesat e Sistemit për Manaxhimin e Cilësisë dhe të përmirësojë efikasitetin e sistemit të saj të pajtueshmërisë.

Kompania mbledh çështje që kanë interes të veçantë për palët e saj të interesit dhe i adreson ato duke ndryshuar politikat dhe procedurat dhe duke i dhënë mundësinë njerëzve që ta bëjnë kompaninë dhe mjedisin ku ajo vepron më të sigurtë dhe më të përgjegjshëm.

AMC kërkon për standartet më të larta dhe përmirësim të vazhdueshëm në aktivitetin e saj përgjatë gjithë zinxhirit të furnizimit. Kompania ofron produkte dhe shërbime të

përgjegjshme, të cilat marrin në konsideratë sigurinë e klientit, privatësinë e të dhënave, dhe i komunikon ato në mënyrë transparente.

Të gjitha praktikrat e tregut kryhen në përputhje me ligjet dhe rregulloret ekzistuese duke promovuar efikasitetin, zhvillimin ekonomik dhe inovacionin, të cilin kompania e konsideron si përbërësin kryesor për të mbështetur sistemin e tregut të lirë. Kompania punon vazhdimisht mbi proceset dhe mënyrat/mjetet/aplikacionet për të siguruar të dhënat e klientëve që mbahen nga kompania.

Përgjegjësia për strategjinë dhe veprimtaritë e manaxhimit të tregut është në nivel të lartë manaxherial në AMC, nën mbikëqyrjen e Bordit Drejtues, Drejtorit Ekzekutiv dhe komiteteve përkatëse manaxheriale. Ata përgatisin Planet e Biznesit, të cilat përfshijnë vlerësimet e risqeve dhe mundësive të tregut, ato rregullatore dhe komerciale.

Në kuadrin e prokurimit të përgjegjshëm, AMC kryen çdo vit procesin "Vlerësimin e Performancës së Furnitorit", i cili përfshin vlerësimin e cilësive dhe shërbimeve të ofruara të furnitorëve dhe partnerëve të vet më të rëndësishëm, dhe përkushtimin e tyre kundrejt mbrojtjes së mjedisit, shëndetit dhe sigurisë, si dhe përgjegjshmërisë së korporatës. Ky proces çon në standarte më të larta të produkteve dhe shërbimeve, dhe motivon furnitorët të përmirësojnë performancën e tyre dhe iniciativat e tyre të qeverisjes së korporatës.

Procesi i vlerësimit, i kryer në 2014, mbuloi 17 furnitorë të Grupit OTE dhe 22 furnitorë lokal. Furnitorët plotësuan dhe dorëzuan një pyetsor vetë-vlerësimi të qëndrueshmërisë. Përveç këtyre, ato u vlerësuan në mënyrë të brendshme nga departamentet përkatëse që kërkojnë/marrin produktet dhe shërbimet e caktuara. Ky proces u koordinua nga Grupi OTE; rezultatet e vlerësimit janë përfshirë në rezultatet e Grupit dhe u njoftohen të gjitha kompanive të Grupit. Rezultatet, dhe çdo masë pasuese për ndreqjen e tyre, diskutohen më tej nga Manaxhimi i Lartë.

Përgjegjësia për strategjinë dhe veprimtaritë e manaxhimit të tregut është në nivel të lartë manaxherial në AMC, nën mbikëqyrjen e Bordit Drejtues, Drejtorit Ekzekutiv dhe komiteteve përkatëse manaxheriale. Ata përgatisin Planet e Biznesit, të cilat përfshijnë vlerësimet e risqeve dhe mundësive të tregut, ato rregullatore dhe komerciale.

Kompania ofron produkte dhe shërbime të përgjegjshme, të cilat marrin në konsideratë sigurinë e klientëve dhe komunikohen në një mënyrë të thjeshtë dhe transparente. AMC përkrah përdorimin e sigurt të Internetit dhe ka përdorur një sërë instrumentesh për realizimin e kësaj.

E gjithë praktika në treg kryhet në përputhje me ligjet dhe rregulloret ekzistuese për promovimin e efikasitetit, zhvillimit ekonomik dhe inovacionit, të cilat kompania i konsideron si përbërës elementarë për të mbështetur sistemin e tregut të lirë. Kompania punon vazhdimisht për proceset dhe mjetet për të siguruar të dhënat privatë të klientëve.

Kompania shqyrton gjithashtu rreziqet që mund të lindin nga zinxhiri i saj i furnizimit dhe ka bërë përpjekje të mira për t'i trajtuar ato.

5.1.1 Arritjet kryesore në 2014

- Zhvillimi i mëtejshëm i produkteve dhe shërbimeve të përgjegjshme (p.sh. përdorimi i shërbimit "Business Cloud", shërbime të manaxhimit të flotës së korporatës; Dropbox, Security-Lookout);

- U publikuan katër broshura për sensibilizimin e publikut;
- 90% e të gjitha ankesave dorëzuar tek qendra e asistencës u zgjidhën në më pak se 2 ditë, dhe 88.5% e të gjitha ankesave të tjera u zgjidhën në më pak se 3 ditë;
- Pajtueshmëria me Kodin e Sjelljes së Furnitorit u përfshi në kushtet e kontratës me furnitorët;
- Vlerësimi i 37 furnitorëve kryesorë (17 furnitorë të Grupit OTE dhe 22 furnitorë lokal); dhe
- Auditimi dhe çertifikimi me sukses për pajtueshmërinë me kërkesat e Standartit ISO 9001: 2008.

5.2 Konkurrenca e Përgjegjshme

AMC pranon se konkurrenca e hapur është një element i rëndësishëm i sistemit të tregut të lirë sepse nxit efikasitetin, zhvillimin ekonomik dhe inovacionin. Për këtë arsye, kompania i kushton rëndësi të veçantë zbatimit të legjislacionit kombëtar dhe rregullator në tregun e telekomunikacioneve në Shqipëri.

AMC mbështet marrëdhëniet e ndershme tregtare me partnerët e biznesit dhe konkurrentët dhe nuk përhap informacione të rreme rreth produkteve dhe shërbimeve të konkurrentëve dhe nuk përpiqet të ndërmarrë hapa të tjera të pandershme për të përfituar avantazhe konkurruese. Kompania është shprehimisht kundër përdorimit të spiunazhit industrial si një mjet për të siguruar informacione rreth konkurrentëve të saj.

Baza ligjore për rregullimin e konkurrencës në Shqipëri përshkruhet kryesisht në Ligjin nr. 9121, datë 28.07.2003 mbi "Konkurrencën", i cili synon të mbrojë konkurrencën e lirë dhe efikase, siç amendohet rregullisht dhe pasurohet me akte nënligjore dhe rregullore shtesë nga autoritetet përkatëse.

AMC është një kompani aksionere e regjistruar në bazë të Ligjit Nr. 9901, datë 14 Prill 2008 për "Tregtarët dhe Kompanitë Tregtare". Tregu rregullohet gjithashtu nga Ligjet kombëtare, Dekretet Presidenciale, Vendimet e Ministrave si edhe Vendimet nga autoritetet e pavarura administrative. Për të siguruar pajtueshmëri me këto, zyrat ligjore të kompanisë dhe departamentet përkatëse brenda kompanisë përditësohen shpesh mbi ndryshimet e të tilla rregulloreve. Rregullore specifike janë miratuar në lidhje me çështje të veçanta si: numeracioni, liçensimi, tarifat, aksesin e hapur në qark lokal, interkoneksionin, linjat me qira, shërbimin universal dhe çështjet e privatësisë, etj. Ndërkohë, ligji kryesor që rregullon veprimtaritë e kompanisë është ligji Nr. 9918, datë 19.05.2008 për "Komunikimet Elektronike në Republikën e Shqipërisë".

AKEP vendos një sërë detyrimesh rregullatore, të cilat kanë shpesh një impakt të konsiderueshëm në biznesin e kompanisë, si përcaktimi i çmimeve që duhet të vendosen nga kompania. AKEP e konsideron AMC si një organizëm me fuqi të ndjeshme në treg (OFNT) në Shqipëri. Tregu Shqiptar, në veçanti ka një asimetri në kostot e terminimit dhe rregullisht vendos masa rregullatore jo vetëm në tregun më shumicë por edhe atë me pakicë, të cilat mund të jenë të rënda, sidomos në lidhje me tarifat e AMC për disa produkte dhe shërbime.

AMC vazhdon të rrisë transparencën e shërbimeve, çmimeve dhe shërbimin dhe kushtet kontraktore që u ofron klientëve të vet dhe partnerëve komercialë. Në këtë aspekt, kompania publikon informacion dhe e dokumenton atë në faqen e vet të internetit. Shembujt janë si më poshtë:

- Formulari i aplikimit në dyqanet e Partnerëve;
- Oferta Referencë e Interkoneksionit;
- Kushtet e përgjithshme të kontratës së abonimit;
- Marrëveshjet e nivelit të shërbimit;
- Treguesi i cilësisë së shërbimit celular;
- Treguesi i cilësisë së shërbimit fiks;
- Tarifat e terminimit të SMS-ve, dhe
- Vendimi i tarifave të terminimit të SMS-ve.

AMC e ka zhvilluar tregun e saj për të ofruar shërbime telekomunikacioni të një cilësie të lartë për komunitetin e biznesit, individët, qeverinë dhe entet publike, etj. Ajo nxit konkurrencën e drejtë, e cila ka një impakt të qenësishëm në zhvillimin e industrisë dhe vetë vendit. Në vitin 2014, kundrejt kompanisë nuk është kryer asnjë hetim dhe nuk është vendosur asnjë gjobë për sjelle jo-etike apo anti-konkurrese.

Çdo vit, për të analizuar fuqinë e AMC dhe të markës së saj, si në terma absolutë ashtu edhe në krahasim me rivalët e saj, kryhet një anketim cilësor dhe sasior. Çdo tre muaj, një anketim sasior kryhet në një kampion përfaqësuesish të popullsisë shqiptare për të matur perceptimin e tyre për imazhin e operatorëve celularë, duke përfshirë AMC.

5.2.1 Veprimtaritë për një Treg të Përgjegjshëm

AMC ofron produkte dhe shërbime që promovojnë rritjen, zhvillimin dhe bashkëpunimin për të ndërtuar një treg të ndershëm në Shqipëri, si dhe kontribuon gjërësisht duke marrë pjesë dhe promovuar iniciativat që kontribuojnë në zhvillimin e një tregu komunikimi më të mirë dhe një mjedis më të përgjegjshëm në përgjithësi. Këto iniciativa përfshijnë:

- Nënshkroi vullnetarisht Kodin Kombëtar të Sjelljes për "Përdorimin e Sigurt dhe të Përgjegjshëm të Rrjeteve të Komunikimeve Elektronike". Ky dokument synon të arrijë mbrojtjen e publikut dhe të fëmijëve sidomos nga rreziqet që lidhen me Aksesin në Internet, në përputhje me nivelin e mbrojtjes në Vendet e tjera Europiane;
- Në Shkurt 2014, kompania mori pjesë në konferencën e organizuar nga Ministri për Teknologjinë e Informacionit ku diskutoi masat për të rritur sigurinë në rrjetet e telekomunikacionit dhe shmangien e ekspozimit të fëmijëve ndaj materialeve të papërshtatshme në Internet;
- Është pjesë e koalicionit të Drejtorëve Ekzekutivë për ta bërë Internetin një Vend më të sigurt për Fëmijët dhe të Rinjtë. AMC mori pjesë si anëtare e Grupit të Deutsche Telekom në këtë iniciativë vullnetare të përbashkët për Navigim të Sigurt të Fëmijëve dhe të Rinjve në Internet. Kompanitë që kanë nënshkruar koalicionin janë zotuar të ndërmarrin masa pozitive në 5 fusha: mjete të thjeshta për përdoruesit për të raportuar përmbajtje dhe kontakte të dëmshme, parametra privatësie të përshtatshme sipas moshës, një përdorim më të gjerë të klasifikimit të mirëmbajtjes, disponueshmëri më të gjerë dhe përdorim të kontrolleve prindërore, heqjen e efikase të materialeve për abuzimin e fëmijëve; dhe
- Si anëtare e Rrjetit Shqiptar për PSK, AMC merr pjesë vazhdimisht në takime dhe evente dhe kontribuon në projekte si dhe promovon Përgjegjësinë e Korporatës në Shqipëri.

5.3 Shtrirja e Internetit Celular në Shqipëri

Disponueshmëria e shërbimit të internetit në brez të gjerë në Shqipëri për shërbimet e rrjetit fiks dhe celular së bashku është rritur shumë gjatë viteve të fundit. Megjithatë, norma e penetrimit është sërish e ulët krahasuar me mesataren e BE-së. Në fund të vitit 2014 numri i abonentëve me akses në internet në brez të gjerë fiks dhe operatorëve celularë ishte rreth 1.43 milion, dhe tregon një rritje prej 16% krahasuar me vitin e mëparshëm.

5.4 Penetrimi

Numri i shërbimeve 3G të ofruara nga operatorët celularë u rrit ndjeshëm në vitin 2014. Ndërkohë, numri aktiv i abonentëve celular u zvogëlua me 7.6% krahasuar me vitin 2013, dhe në fund të vitit 2014 numri total i abonentëve celular ishte 4.9 milion. Norma e penetrimit të përdoruesve aktiv ishte 119%, ndërsa totali i normës së penetrimit të përdoruesve ishte 172%, që është më e lartë se mesatarja në vendet e BE-së.

Në vitin 2014 numri i abonentëve AMC ishte 1.9 milion, ndërkohë që numri i abonentëve që përdorin internetin ishte 0.23 milion. Numri i abonentëve AMC që përdorin internet në brez të gjerë ishte afërsisht 0.23 milion, prej të cilëve 61,600 (92% më shumë se në vitin 2013) kanë akses në shërbimin e Internetit me brez të gjerë përmes modemit dhe USB-ve.

5.4.1 Investimet kyçe

Investimet e kryera nga AMC bazohen në vlerësimet e kompanive të tregut, klientëve dhe nevojave të komunitetit, dhe ndërmerren kryesisht nga Divizionet Komerciale dhe Teknike. Investimet kanë qënë në fushat e mëposhtme:

Përditësimi i Rrjetit

- Kompania vazhdoi të zgjerojë rrjetin 3G. Numri i nyjeve të rrjetit 3G (NodeBs) arriti në 325, duke ofruar kështu mbulim me rrjet 3G për 95.5% të popullsisë dhe 86.2% mbulim të territorit; dhe
- Niveli nyjeve NodeBs të rrjetit 3G HSPA+ prej 21 dhe 42 Mbs arriti në 64%, që tregon një përmirësim të përgjithshëm.

Për më tepër, kompania:

- Vuri në punë një Kontrollues të dytë të Rrjetit Radio (RNC);
- Shtriu Rrjetin bazë për të mbështetur zhvillimin e rrjetit 3G;
- Modernizoi Rrjetin BSS; të gjitha stacionet BSC2i u hoqën nga rrjeti. Trafiku u shty nga MSCi-të e trashëguara tek MSS/MGW-të e reja. Brenda kuadrit të të konvertimit të rrjetit në all-IP, u implementuan routera Multiprotocol Label Switching (MPLS) në dy vendndodhjet kryesore (Laprakë dhe Kashar);
- Platforma e trashëguar me Parapagesë u përditësua në një teknologji të re ku të gjithë klientët me parapagesë migruan në sistem;
- Nyja e Politikës dhe Rregullave të Tarifimit (PCRF) u integrua në infrastrukturën e kompanisë. Nga pikëpamja teknike, platforma është gati për të mbështetur katër raste përdorimi, të planifikuara të jenë komercialisht aktiv në fillim të vitit 2015.

5.5 Sensibilizimi publik

AMC ofron produkte dhe shërbime të sigurta dhe me cilësi të lartë. Kompania respekton kërkesat përkatëse kombëtare dhe ndërkombëtare lidhur me përdorimin e produkteve të komunikimit dhe shitjen e kufjeve. Kompania shkon përtej këtyre kërkesave me komunikimin e informacionit të dobishëm dhe praktik për përdoruesit e telefonisë celulare. Gjatë vitit në shqyrtim, kompania:

- Përdori kanalet e saj të medias sociale për të sensibilizuar mijëra abonentë lidhur me rrezikun me të cilin ata përballen ndërsa navigojnë në internet. Disa tema interesi mbi përdorimin e sigurtë dhe të përgjegjshëm të telefonisë dhe Internetit u publikuan në faqen e internetit të kompanisë; dhe
- Organizoi trajnime dhe sesione informuese për të informuar punonjësit e vet për një vend pune dixhital dhe përvojë online më të sigurtë. Punonjësit u informuan mbi masat teknike dhe organizative të sigurisë për të mbrojtur të dhënat, si dhe morën pjesë në një pyetsor të brendshëm sensibilizimi lidhur me mbrojtjen e të dhënave. Informacioni dhe kuadri ligjor i sigurisë së internetit dhe përdorimit të përgjegjshëm të Internetit është gjithashtu i disponueshëm në intranetin e kompanisë.
- AMC ka shpërndarë broshura informuese, duke përfshirë:
 - **"Jeta me telefonin tonë celular"** ofron informacion të dobishëm për etiketën që duhet të përdorim me telefonat celularë, si të shmangim vjedhjen e telefonave, etj;
 - **"Si funksionon telefonia celulare"** ofron informacion për të kuptuar telefoninë celulare dhe për t'iu përgjigjur shqetësimeve të publikut për çështje të tilla si Fushat Elektromagnetike dhe standardet e sigurisë; dhe
 - **"Telefonia celulare dhe prindërit"** ofron informacion të dobishëm për prindërit se si të këshillojnë fëmijët e tyre mbi përdorimin e sigurt të shërbimeve të telefonisë celulare.

Këto broshura janë gjithashtu të disponueshme në versionin elektronik në faqen zyrtare të Kompanisë në internet.

5.5.1 Produktet dhe Shërbimet

Telekonferenca

AMC ofron shërbimin e telekonferencës për abonentët e saj biznes, të cilët i kanë përdorur gjerësisht mundësitë që ofron ai. Ky shërbim do të zgjerohet më tej në vitet në vazhdim dhe do t'ju ofrojë ndërmarrjeve mundësinë për të zhvilluar një telekonferencë të menjëhershme praktikisht kudo që ndodhen, nëpërmjet telefonave inteligjentë, tabletave apo laptopve.

Shërbimi për Manaxhimin e Automjeteve

Shërbimi i AMC për Manaxhimin e Automjeteve bazohet në monitorimin e vendndodhjes së makinave nëpërmjet përdorimit të një sistemi satelitor GPS, duke transmetuar informacion nëpërmjet rrjetit 2G/3G të AMC në qendrën e kontrollit të klientëve dhe monitorimin e informacionit në një hartë dixhitale.

Qëllimi është optimizimi i rrugëve të automjetit dhe reduktimin përkatës të konsumit të karburantit dhe lëshimin e dioksidit të karbonit.

Përdorimi i përgjegjshëm i produkteve dhe shërbimeve nga të miturit

Përdorimi i telefonave celularë është i disponueshëm për përdorim edhe nga të miturit, gjë e cila kërkon një mbikëqyrje të vazhdueshme nga prindërit. Këta të fundit duhet të

informohen siç duhet rreth funksioneve të telefonit celular, dhe të jenë në gjendje të vendosin siç duhet se çfarë duhet t'i lejojnë të përdorin fëmijët e tyre.

Në përgjigje të kësaj, AMC ka implementuar një sërë Procedurash dhe Politikash, të cilat përfshijnë:

- Kompania nuk promovon shërbimet e Chat-it për të rriturit.
- Shërbimet e kompanisë (p.sh. SMS Flirt) nuk lejojnë akses nëse mosha e deklaruar është nën 18 vjeç;
- Bashkëpunim me institucione të besueshme si Qendra për të Drejtat e Fëmijëve në Shqipëri dhe UNICEF; dhe
- Rritje të ndërgjegjësimit mes shpërndarjes së publikimeve të ndryshme që kanë si objektiv fëmijët.

Kompania ka zhvilluar një shërbim për prindërit me qëllim ofrimin e një opsioni për të administruar thirrjet e tyre drejt numrave të shërbimeve me vlerë të shtuar. Më specifikisht, ne ofrojmë pa pagesë shërbimin e bllokimit të thirrjeve (disa seri të 0900 të destinuara për të rriturit). Një abonent mund të kërkojë bllokimin e një serie specifike numrash, thjesht duke telefonuar Qendrën e AMC për Kujdesin ndaj Klientit.

AMC lançoi një aplikacion të quajtur "E di", i cili mundëson kontrollin e vendndodhjes dhe aplikacioneve e përdorura nga fëmijët që përdorin telefonin e prindërve të tyre. Shërbimi implementohet përmes partneritetit me DT dhe ofrohet për telefonat inteligjent iOS & Android.

Këshilla nga Stafi i Shitjeve

Përfaqësuesit e Shitjeve të AMC i këshillojnë klientët mbi rrezikun e aksesit të pakontrolluar të internetit nga fëmijët. Ata shpjegojnë vazhdimisht kur klientët vizitojnë dyqanet e kompanisë disa nga hapat e thjeshta për të aktivizuar konfigurimet e Opsionit të Sigurisë së programit të kërkimit.

Aparatë celulare të Veçantë

AMC ofron një aparat celular të krijuar posaçërisht për t'u përdorur nga të moshuarit.

E-aplikacionet

Kompania ka punuar intesivisht për t'i ofruar të gjithë abonentëve dhe përdoruesve celular në Shqipëri dhe zgjidhje inteligjente. Disa nga e-aplikacionet kryesore të përdorura gjërësisht dhe të ofruara nga kompania janë:

- *Explore Albania*; Ky aplikacion në celular na ofron mundësinë të eksplorojmë dhe të informohemi rreth kategorive të ndryshme, psh. destinacionet turistike, vendet argëtuese, udhëtimet, gastronominë, si dhe qytetet dhe hotelet e vendit;
- *Music Streaming-Deezer*; është një platformë për të dëgjuar muzikë sipas kërkesës me miliona këngë dhe melodi të disponueshme;
- *Social Video-Magisto*; u jep mundësinë abonentëve të modifikojnë dhe prodhojnë vetë videot e tyre;
- *Cloud-Evernote Wunderlist*; ofrohet me një abonim një-vjeçar falas për çdo aktivizim të ri me kompaninë. Përveç magazinimit të të dhënave në "cloud", një shërbim ofrohet me karakteristika shtesë që synojnë abonentët SME/SoHo për të përmirësuar performancën e tyre;
- *Dropbox*; ndihmon në magazinimin, ruajtjen dhe sinkronizimin e skedarëve dhe i ndarjen e tyre me të tjerë; dhe
- *Security-Lookout*; përdoret për të mbrojtur aparatet celulare nga kërcënime të sigurisë.

5.5.2 Bashkëpunimi me Organizmat e Njohur

Që nga viti 2010, AMC ka bashkëpunuar me Qendrën e Ndhmës për Fëmijët për të mbështetur fëmijët dhe për t'i ndihmuar ata të adresojnë çështje të ndryshme. Kompania ka përdorur teknologjinë e saj, në mënyrë që të gjithë abonentët të kenë akses në Qendrën e Këshillimit për Fëmijët "Alo 116" (numri i linjës së këshillimit) për të raportuar abuzimin me fëmijët. Kjo qendër ofron asistencë psikologjike profesionale, informacion dhe rekomandime për shërbimin përkatës sipas specifikave të çdo rasti. Shërbimi ofrohet falas 24 orë në ditë, 7 ditë në javë dhe përfshin edhe prindërit, mësuesit, edukatorët apo individët që shfaqin interes për çështje që kanë të bëjnë me fëmijët. Qendra ka katër vjet që funksionon dhe ka pasur rezultate mjaft të mira në këshillimin dhe shmangien e konflikteve lidhur me abuzimin e fëmijëve.

ALO 116 komunikon me fëmijët në një periudhë shumë të vështirë të jetës së tyre. Ne punojmë për të mbrojtur mirëqenien e fëmijës, nëpërmjet këshillimit me telefon, rekomandimeve dhe mbrojtjes pro-aktive të të drejtave të fëmijëve. Në vitin 2014, nëpërmjet ALO 116 u morën 25,486 thirrje drejtuar shërbimeve të këshillimit.

AMC merr pjesë, nëpërmjet Deutsche Telekom, në ndërhyrjen vullnetare "Koalicioni i Drejtorëve Ekzekutivë për ta bërë Internetin një vend më të mirë për fëmijët" për Navigimin e Sigurt të Fëmijëve dhe të Rinjve dhe Koalicioni i ICT për Përdorimin e Sigurt të Pajisjeve Elektronike dhe Shërbimet Online nga Fëmijët dhe të Rinjtë në BE.

Sëbashku me operatorë të tjerë të biznesit, kompania ka kontribuar në hartimin e Kodit të Sjelljes për "Përdorimin e Sigurt dhe të Përgjegjshëm të Rrjeteve të Komunikimeve Elektronike". Ky kod synon të mbrojë publikun dhe fëmijët sidomos nga rreziqe që kanë lidhje me aksesin në Internet. AMC gjithashtu është një nga palët që ka nënshkruar këtë Kod.

5.6 Marketingu i Përgjegjshëm

AMC vepron në përputhje me të gjitha ligjet dhe rregulloret në fuqi në lidhje me marketingun, dhe materialet e marketingut shqyrtohen me kujdes përpara se të nxirren.

Aktivitetet e Marketingut dhe të Komunikimit në kompani manaxhohen nga strukturat e mëposhtme:

- **Zyra për Çështjet e Korporatës** manaxhon politikën dhe komunikimet publike të AMC. Kjo përfshin përgjegjësinë për marrëdhëniet shtetërore në çdo nivel, përgjegjësinë e korporatës, sponsorizimet e korporatës, median dhe marrëdhëniet me publikun;
- **Departamenti i Marketingut** është përgjegjës për promovimin, markën në përgjithësi, sponsorizimet, drejtimin promovues dhe reklamues të AMC, si edhe ruajtjen e marrëdhënieve të mira me studiuesit e tregut dhe mbjelljen e një marketingu ekselent nëpër kompani; dhe
- **Departamenti i Produkteve dhe Shërbimeve** është përgjegjës për novacionin, produktet dhe tarifat nëpër kompani.

5.6.1 Praktikrat për një Marketing të Përgjegjshëm

Të gjitha tekstet dhe subjektet, duke përfshirë sloganet dhe shenjat synojnë që të jenë mos-diskriminuese dhe respektuese në ton dhe kuptim. Për të pasur nën kontroll mesazhin e transmetuar, Departamenti i Marketingut ekzaminon gjithçka përpara hedhjes së tyre në treg.

Të gjitha komunikimet synojnë të jenë të qarta, të lehta për t'u kuptuar nga grupet e targetuara. Përveç kësaj, personeli i shitjeve në dyqanet AMC i ndihmon gjithashtu klientët për të kuptuar programet dhe ofertat, si dhe bën sugjerimet përkatëse duke i drejtuar tek materialet e disponueshme.

Operimi në një sektor dinamik përfshin ndërveprimin e vazhdueshëm me klientët nëpërmjet mjeteve të ndryshme, përfshirë dërgimin e mesazheve tekst (SMS). Kompania përdor mjete të përshtatshme për sistemet e të dhënave me qëllim që abonentët të ushtrorjnë të drejtën e tyre për të mos e marrë një komunikim të tillë. Kjo mund të bëhet nëpërmjet një kërkesë të dërguar në zyrat apo dyqanet e AMC, ose thjesht duke telefonuar në qendrën e kujdesit për klientët.

Në vitin 2014, nuk u raportua asnjë rast për moszbatimin e legjislacionit përkatës.

5.7 Transparenca në përcaktimin e Çmimeve

Kompania komunikon në mënyrë të qartë, të thjeshtë dhe transparente në mënyrë që produktet dhe shërbimet e saj, dhe çmimet e tyre, të kuptohen mirë nga klientët. Kompania sigurohet që ato të jenë në përputhje me kërkesat ligjore dhe standartet e larta të vendosura nga vetë kompania. Kompania synon që mjetet e përdorura për të bërë të disponueshëm informacionin, të pajtohen me kërkesat ligjore, dhe i publikon ato në faqen e vet të internetit, linjat e shërbimit të klientëve, broshurat dhe fletëpalosjet informuese, në shtyp dhe nëpërmjet mënyrave të tjera të komunikimit. AMC ofron fatura me tarifim të detajuar për klientët që dëshirojnë t'a kenë këtë informacion, i cili është i disponueshëm si për faturat e printuara ashtu edhe për ato elektronike. Gjithashtu, janë të disponueshëm edhe mekanizma të ndryshëm të kontrollit të kostos për klientët, që ata të mund të kontrollojnë faturat e tyre telefonike.

Dy prej shërbimeve që përdoren me shpesh në lidhje me kontrollin e kostos, të ofruara nga kompania janë:

- Faturat Elektronike, të cilat ofrojnë një shërbim të manaxhimit online të faturës përmes internetit për të kontrolluar dhe monitoruar shpenzimet mujore për abonentët me kontratë; dhe
- Kontrolli i Balancës, thirrja e fundit dhe periudha e skadencës për abonentët me parapagesë mund të kontrollohen përmes Përgjigjes Zanore Interaktive dhe Shërbimit të të Dhënave Suplementare të Pastrukturuara (Interactive Voice Response and Unstructured Supplementary Service Data (IVR/USSD). Konsumi aktual mujor mund të kontrollohet përmes SMS/USSD për abonentët me kontratë.

Gjatë viteve të fundit, kompania i ka reduktuar çmimet e saj. Sipas AKEP (Autoritetit të Komunikimeve Elektronike dhe Postare), çmimet e komunikimeve celulare dhe konsumi i komunikimit celular për përdorues në Shqipëri sot, janë shumë më të ulëta se mesatarja në vendet e BE-së.

Përveç përmirësimit të konsiderueshëm në cilësinë e shërbimeve, AMC u është përgjigjur kërkesave të klientëve për çmime më të ulëta. Disa shembuj të këtyre rasteve të implementuara nga kompania në vitin 2014 janë:

- Paketat me parapagesë "Vitamina" të cilat ofrojnë mijëra minuta në muaj për 800 lek;
- AMC Relaks ofron 60 minuta kombëtare/ndërkombëtare, 3,000 minuta drejt të gjithë numrave AMC, 3,000 SMS brenda rrjetit AMC, dhe Internet 3G pa limit për 1,200 Lek/muaj;
- Kompania u ofroi konsumatorëve me kontratë zbritje të mëtejshme në tarifat mujore, përdorim falas, si dhe pikë bonus për trafikun e gjeneruar. Ky bonus përdoret ose për të marrë zbritje të mëtejshme në faturat e tyre ose zbritje në aparate dhe aksesore të rinj; dhe
- AMC Traveller që u mundëson të gjithë abonentëve komunikimin jashtë vendit në shumë destinacione të preferuara me të njëjtat tarifa si të ishin brenda vendit, dhe duke u faturuar me një tarifë lidhjeje prej 100 Leke.

Çështjet e përcaktimit të çmimeve dhe tarifimit iu komunikohen sistematikisht klientëve në mënyrë transparente, me qëllim që këta të fundit të kenë një përmbledhje të qartë. Klientët tanë mund të kontrollojnë dhe/apo të informohen rreth tarifave nëpërmjet metodave të mëposhtme:

- Duke telefonuar qendrën e AMC për kujdesin ndaj klientit;
- Duke pyetur personelin në dyqanet e kompanisë;
- Duke dërguar një SMS në qendrat automatike të informacionit (kontrolli i kreditit); Ky shërbim informon abonentët për shpenzimet e tyre, minutat e thirrjeve, SMS-të, MMS-të dhe Megabytes (MB) që iu kanë mbetur deri në fund të periudhës së disponueshme të faturimit;
- Nëpërmjet Menusë AMC Easy "#100#", si një mjet aksesori alternativ;
- Duke dërguar një letër në sektorin e faturimit të AMC në Laprakë; dhe
- Duke dërguar një e-mail në billing@amc.al;

Shërbime të tjera të kontrollit të kostos përfshijnë:

- Përdoruesit e kompjuterave personalë me akses Interneti Celular përmes një modemi USB mund të informohen në lidhje me përdorimin nga ana e tyre e të dhënave deri në atë moment dhe të vendosin limite maksimale të përdorimit. Klientët mund të shikojnë edhe historikun e përdorimit të të dhënave të tyre;
- Shërbimi "Kontrollo Koston" (Cost Control): Pajis automatikisht abonentët me SMS falas, kur ata kanë konsumuar 80% të minutave falas të përfshira në programin e tyre (kohë bisedore, mesazhe ose MB falas);
- Shërbimi "Kontrollo përdorimin falas të mbetur": Informon abonentët nëpërmjet SMS-ve falas, kurdo që ata e kërkojnë, në lidhje me kohën falas të mbetur në programin e tyre;
- Paketa me MB shtesë për të shtuar përdorimin e Internetit, kur lind nevoja;
- Shërbime Roaming: Zgjerim i rrjetit roaming, çmime të reduktuara, dhe program për kufizimin e përdorimit të të dhënave, dhe
- Shërbimet e Informacionit Multimedia: Bllokimi i aksesit në Numrat e Shërbimeve të Informacionit Multimedia nga abonentët është eficient, meqenëse në disa kategori të këtyre numrave, abonenti mund të zgjedhë të bllokojë aksesin për destinacione dhe drejtime specifike (për Shërbimet SMS Premium).

Gjatë vitit 2014, kompania nuk mori asnjë gjobë dhe nuk janë konstatuar raste mos-zbatueshmërie me ligjin dhe rregulloret përsa i përket ofrimit dhe përdorimit të produkteve dhe shërbimeve.

5.7.1 Etiketimi i Sigurisë tek Pajisjet

Të gjitha pajisjet që shoqërojnë produktet dhe shërbimet, e ofruara nga AMC janë të certifikuar dhe kanë shenjat dhe përshkrimet e detyrueshme të kërkuara nga legjislacioni vendas. AMC nuk tregëton apo nuk shet produkte apo shërbime që janë objekt i ndalimit në tregje ose që grupe interesi të rëndësishme ose publiku i ka kërkuar të ndalohen. Në vitin 2014, nuk janë konstatuar raste mos-zbatueshmërie të kësaj natyre.

AMC i kushton rëndësi të madhe prokurimit të produkteve që janë të sigurta dhe plotësojnë kërkesat e legjislacionit vendas dhe janë në përputhje me standartet ndërkombëtare në sektorin e telefonisë celulare. Materialet e pajisjeve elektronike dhe elektrike që shiten në dyqanet e AMC-së përmbajnë të gjitha etiketimet e duhura (p.sh.: Komuniteti European) dhe janë konform të gjitha rregulloreve mbi pajisjet elektrike dhe elektronike. AMC i pyet furnitorët e saj mbi të dhënat në lidhje me treguesit e Normës Specifike të Absorbimit (SAR) për pajisjet që janë disponueshme për klientët.

5.8 Prokurim i Përgjegjshëm dhe Manaxhim i Zinxhirit të Furnizimit

Strategjia e prokurimit të AMC-së synon të përmirësojë në mënyrë të vazhdueshme efektivitetin e zinxhirit të saj të vlerave duke aderuar në parimet e prokurimit të përgjegjshëm. Procesi i prokurimit në AMC është shumë dinamik, me pjesmarrjen e një numri të konsiderueshëm furnitorësh që ofrojnë një gamë të gjerë mallrash dhe shërbimesh, dhe është një pjesë e rëndësishme e ofrimit të produktit final tek klientët. Ata të gjithë kanë ndikimin e tyre në mënyrën se si operon kompania dhe kompania ka ndikimin e saj në mënyrën e tyre të operimit. Për këtë arsye, parimet e PK inkorporohen në Politikën e Prokurimit të Kompanisë, për të ofruar orientim për furnitorët e kompanisë. Kjo politikë është gjithashtu në linjë me Kodin e Sjelljes së Grupit DT.

Faktet e PK në Kodin e Sjelljes

Ne e konsiderojmë kulturën e korporatës në bazë Grupi të karakterizuar nga ndershmëria, etika dhe përgjegjësia personale, si një faktor kyç për suksesin. Kodi i Sjelljes është themeluar për të forcuar këtë kulturë në Grup dhe t'u japë punonjësve tanë një udhëzues të qartë. Kodi specifikon sjelljen që kërkohet në aktivitetet e përditshme të punës dhe zbatohet për të gjithë punonjësit e Grupit Telekom në të gjithë botën. Kodi lidh pajtueshmërinë me ligjet dhe rregulloret me kërkesat tona për sjelljen etike dhe vlerat dhe bindjet e parashtruara në Parimet tona Udhëzuese.

Ne përditësojmë rregullisht Kodin, në mënyrë që të jetë në linjë me kërkesat e reja. Kompania gjithashtu merr në konsideratë legjislacionin në ndryshim dhe vendosim kërkesat e përgjithshme të sjelljes në terma konkret me ndihmën e politikave specifike. Kjo do të thotë se gjithësecili në Grupin Telekom merr udhëzime të qarta për sjelljen e tyre ndërsa trajtojnë klientët, konkurentët, furnitorët dhe oalë të tjera të interesit. Ky Kod thekson në mënyrë të veçantë trajtimin e përgjegjshëm të informacionit, shmangien e konfliktit të interesit dhe sjelljen shembullore nga ana e manaxherëve tanë.

5.8.1 Politika e Prokurimit

Kompania ka hartuar Kodin e saj të Sjelljes për Furnitorët, i cili përfshin gjithashtu parimet për standartet sociale dhe mjedisore dhe gjithashtu qeverisjen e korporatës, që përmban të gjitha termat dhe rregulloret për kryerjen e prokurimit në AMC, dhe minimumin e standarteve të PK që kompania pret të zbatohen nga furnitorët e vet. Objektivat kryesorë të kësaj politike janë:

- Optimizimi i vlerës së shtuar përsa i përket kostos, cilësisë dhe kohës;
- Sigurimi i Transparencës;
- Zbatimi i "Politikës Globale të Prokurimit" të Deutsche Telekom.

Në kërkesat e tenderit mund të shtohen edhe kërkesa specifike Anti-Korrupsion dhe të Përgjegjësisë së Korporatës nga departamenti iniciues. Ato janë të detyrueshme gjithashtu për të gjithë furnitorët e kompanisë dhe përfshihen në kontratat me të gjithë furnitorët. Përveç kësaj, të gjithë furnitorëve ofertues u kërkohet që në depozitim të propozimeve të tyre, të deklarojnë që ata bien dakort shprehimisht të zbatojnë Kodin e Sjelljes të Kompanisë, i cili formalizon vullnetin e AMC për të qënë e ndjeshme nga ana sociale dhe ndaj mjedisit. Kodi i Sjelljes për Furnitorët është i publikuar në faqen e internetit të kompanisë.

Kontrata, që ofertuesit e suksesshëm ftohen të nënshkruajnë, përfshin klauzola specifike në lidhje me anti-korrupsionin dhe konfidencialitetin. AMC po shqyrton përfshirjen në kontratë të klauzolave shtesë, lidhur me çështje të performancës së përgjegjshmërisë së korporatës.

Çështje të PK të përfshira në Politikën e Prokurimit	
Puna	Punësim i zgjedhur lirisht Shmangia e Punës së të Miturve Orët e Punës Kushtet & Pagesa Trajtimi Human Mosdiskriminimi Liria e Anëtarësimit
Shëndeti dhe Siguria	Siguria në Punë Mjedisi i Punës Puna e Vështirë Fizike Politika e Shëndetit & Sigurisë në Punë nga Furnitorët
Environment	Parandalimi i Ndotjes dhe Reduktimi i Burimeve Substanca të Rrezikshme, Ujërat e zeza dhe Emetime të Mbetjeve të Ngurta Politika e Mjedisit nga Furnitorët
Ethics	Korrupsioni, Zhvatja, ose Përvetësimi Zbulimi i Informacionit

Mosdhënia e Avantazheve të Papërshtatshme Mbrojtja e Pronësisë Intelektuale

Politika e Prokurimit e kompanisë nuk bën dallim mes furnitorëve vendas dhe atyre jo-vendas. Sidoqoftë, praktika e zakonshme tregon se për punët që mund të realizohen me furnizime vendase, nën të njëjtat kushte të cilësisë dhe çmim, ato preferohen të merren në konsideratë.

Kompania ka ruajtur standartet e larta përsa i përket pagesave në kohën e duhur kundrejt furnitorëve të saj, siç përcaktohet në kontratat e nënshkruara me secilin prej tyre. Koha mesatare e pagesës nga kompania për furnitorët, për vitin 2014, ishte 90 ditë.

5.8.2 Vlerësimi i Furnitorëve

Furnitorët aktivë të AMC vlerësohen çdo vit. Ky proces performohet në nivel të Grupit OTE për të gjitha kompanitë e Grupit OTE, që nga viti 2010, dhe koordinohet nga Departamenti i Përmirësimit të Proçeseve dhe Koordinimit të Manaxhimit të Proçeseve Ndërkombëtare, Grupi OTE.

Vlerësimi i furnitorëve dhe partnerëve më të rëndësishëm lidhur me cilësinë e mallrave dhe shërbimeve të dorëzuara, dhe përkushtimi i tyre ndaj mbrojtjes së mjedisit, shëndetit dhe sigurisë dhe përgjegjshmërisë së korporatës. Ky proces çon në standarte më të larta produktesh dhe shërbimesh dhe motivon furnitorët të përmirësojnë performancën e tyre dhe iniciativat e tyre të qeverisjes së korporatës.

Furnitorët që vlerësohen përzgjidhen kryesisht në bazë të urdhër-pagesave të lëshuara brenda një periudhe 12 mujore. Në vitin 2014 furnitorët e vlerësuar u përzgjodhën në bazë të totalit të urdhër-pagesave/faturave të lëshuara në periudhën 1/10/2012 - 30/9/2013.

Pra, u vlerësuan të gjithë furnitorët që kishin marrë porosi mbi shumën 2 milionë € dhe të gjithë furnitorët e komoditeteve të rëndësishme (të përcaktuara nga Grupi OTE, d.m.th. produktet/shërbimet që mund të kenë një impakt të fuqishëm mbi produktet dhe shërbimet e ofruara klientëve) me porosi mbi shumën 500,000 €. Për më tepër, u vlerësuan të gjithë furnitorët, produktet/shërbimet e të cilëve lidheshin me sistemet e manaxhimit të çertifikuara të OTE dhe COSMOTE (d.m.th. sistemet e manaxhimit të çertifikuara sipas ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 etj.), së bashku me disa furnitorë, të cilët nuk e përmbushnin kriterin e përzgjedhjes, dhe që u identifikuan nga Drejtuesit e Grupit OTE.

Procesi i vlerësimit, i kryer në 2014, mbuloi 17 furnitorë të Grupit OTE dhe 22 furnitorë lokal. Furnitorët plotësuan dhe dorëzuan një pyetsor vetë-vlerësimi të qëndrueshmërisë. Përveç këtyre, ato u vlerësuan në mënyrë të brendshme nga departamentet përkatëse që kërkojnë/marrin produktet dhe shërbimet e caktuara. Ky proces u koordinua nga Grupi OTE; rezultatet e vlerësimit janë përfshirë në rezultatet e Grupit dhe u njoftohen të gjitha kompanive të Grupit. Rezultatet, dhe çdo masë pasuese për ndreqjen e tyre, diskutohen më tej nga Manaxhimi i Lartë.

Pesë kriteret e përdorura për vlerësimin e tyre janë:

- Vlerësimi i Kompanisë;
- Përmbledhja për Produktin ose Shërbimin (ose për të Dy);
- Performanca;
- Manaxhimi i Marrëdhënieve me Furnitorët; dhe

- Sistemet e Manaxhimit të Cilësisë/Përgjegjësia e Korporatës.

5.9 Shërbimi ndaj Klientit dhe Kënaqësia

Klientët janë grupi më i rëndësishëm i interesit, dhe kompania bën të gjitha përpjekjet për të kuptuar nevojat e tyre dhe për të ofruar produkte të një cilësie të lartë dhe të besueshme për të kënaqur dhe përmbushur të gjitha pritjet e tyre. Kompania promovon dhe bën përpjekje maksimale për të lidhur në mënyrë të balancuar jetën dhe punën. Ky është një prej qëllimeve të strategjisë PK së AMC, duke patur kompaninë që drejton zhvillimin për të bërë Shqipërinë çdo ditë e më të dixhitalizuar.

Kompania aplikacione të lehta përdorimi për abonentët e saj në mënyrë që ata të prezantojnë të gjitha kërkesat e tyre dhe opinionet e tyre, të cilat i përpunon në kohën më të shkurtër të mundshme. Përveç kësaj, Kompania monitoron vazhdimisht cilësinë e shërbimit të saj dhe opinionin e klientëve të saj në lidhje me shërbimin që ata marrin.

5.9.1 Manaxhimi i Ankesave

AMC punon vazhdimisht për përmirësimin e produkteve dhe shërbimeve të saj duke investuar në rrjete moderne, produkte dhe shërbime inovative, si dhe duke konsultuar ofertat. Shërbimi i kujdesit ndaj klientëve të AMC gjithashtu garanton një shkallë të lartë disponueshmërie dhe bën të gjitha përpjekjet për të mbajtur premtimet e saj dhe afatet e vendosura.

Qëllimi i kompanisë është që të mos ketë asnjë klient të pakënaqur. Për të arritur këtë kompania shqyrton me seriozitet çdo ankesë dhe kërkesë që vjen nga klientët. Klientët mund të depozitojnë një ankesë nëpërmjet rrugëve të mëposhtme:

- Duke dërguar një shkresë në zyrat e AMC-së;
- Duke dërguar një e-mail në: complaints@amc.al;
- Duke telefonuar në numrat e Qendrës së Kujdesit ndaj Klientit 139, 144 ose 165;
- Në qendrën e asistencës në AMC, përmes një kërkesë me shkrim; dhe
- Duke kontaktuar personalisht në pikat e shitjes së kompanisë.

Formulari i pretendimeve dhe kërkesave është gjithashtu i disponueshëm dhe mund të shkarkohet nga faqja zyrtare e internetit të kompanisë.

AMC i shqyrton rregullisht ankesat që vijnë nga klientët e saj, dhe u jep prioritet absolut. Koha e përgjigjes në lidhje me aktivitete të mëtejshme të nevojshme për zgjidhjen e ankesës është dy ditë. Në rast vonesash, klienti informohet mbi arsyet e vonesës and më pas për zgjidhjen e ankesës së tij. Trajtimi i ankesave realizohet përmes analizës VOC (zëri i klientit), gjë që e drejton rrjedhën sipas perspektivës së eksperiencës së klientit.

Në vitin 2014, AMC mori 830 ankesa me shkrim, 2,019 ankesa me email, dhe 4,235 ankesa nëpërmjet thirrjeve telefonike, nga klientët e saj. 88.8% e këtyre ankesave u trajtuan menjëherë brenda 2.3 ditësh, duke sjellë një përmirësim thelbësor krahasuar me vitin e kaluar. Në vitin 2014, ankesat u trajtuan menjëherë brenda 4.2 ditësh mesatarisht.

Tipi i ankesave	Numri	Ankesat e zgjidhura në një kohë të shkurtër (5 ditë)	Mesatarja e ditëve për zgjidhjen e tyre	Çështjet e ngritura në këto ankesa
Ankesat e marra me e-mail	2,019	87.9%	2.7	Tarifimet për shërbimin Roaming, për Data traveller, për shërbimin me parapagesë, shërbimi CUG, proporcioni i ndryshimit të planit tarifor.
Ankesat e marra me shkrim	830	90.0%	2.9	Tarifimet për thirrjet zanore, kombëtare & ndërkombëtare. Vonesa në zbatimin e ofertave për klientët biznes.
Ankesat e marra nëpërmjet telefonit	4,235	90.0%	1.5	Vonesa në aktivizimin e ofertave/shërbimeve, mbulimit me rrjet.
Totali i ankesave	7,084	88.8%	2.3	

5.9.2 Anketimi i Klientëve

AMC vlerëson sistematikisht të gjithë informacionin e marrë nga klientët, në mënyrë që të zhvillojë produkte dhe shërbime që plotësojnë pritjet e tyre. Për të vlerësuar kënaqësinë e klientëve, kompania kryen çdo vit një numër anketimesh, ku më kryesoret janë:

- Analiza Ndërkombëtare për Kontaktimin me Klientët (ICCA), e cila është një anketë me pyetje nga jashtë që kryhet çdo ditë dhe ka për objekt vlerësimin e eksperiencës së klientëve me qendrat e kujdesit ndaj klientit.
- Analiza për përgjigjet e pakënaqshme nëpërmjet një procesi të detajuar vlerësimi; dhe
- Anketat publike, intervistat nëpërmjet telefonit, seancat e dedikuara me klientët.

Mënyra më e zakonshme për të kryer një anketim mbi kënaqësinë e klientit është nëpërmjet SMS-ve, e cila është një praktikë shumë e përhapur në Grupin DT dhe përdoret nga AMC që nga viti 2012. Anketa manaxhohet nga Response Tek, një kompani kanadeze e mirënjohur. Qëllimi i kësaj ankete është matja e kënaqësisë së klientëve nga tre pika kontakti kryesore me AMC (qendra e kujdesit ndaj klientit, vetë-shërbimi 142, dyqanet).

Çdo ditë, një numër abonentësh të përzgjedhur rastësisht marrin një SMS, ku pyeten për opinionin e tyre në lidhje cilësinë e shërbimit në një nga pikat e kontaktit të përmendura më lart. Abonentët përgjigjen falas nëpërmjet një SMS-je, duke përdorur një sistem vlerësimi nga 1 në 5 (ku 1 është më i ulëti, dhe 5 më i larti).

5.10 Siguria e të Dhënave dhe Privatësia

Ndërsa shoqëria bëhet gjithnjë e më lidhur në rrjetin, njerëzit duan që të kenë më shumë besim në punën dixhitale dhe shërbimet e saj. AMC ka vënë në zbatim politika, rregulla dhe mekanizma për të ruajtur të dhënat e klientëve dhe i siguron klientët e saj, partnerët e shitjeve, punonjësit dhe aksionerët në lidhje me sigurinë e shërbimeve dhe produkteve që ajo ofron. Ata duhet të jenë sigurt se të gjitha të dhënat dhe informacioni i besuar kompanisë përpunohet vetëm për qëllimin për të cilin është mbledhur dhe është i mbrojtur ndaj keqpërdorimeve.

AMC ka në zbatim Politikën e Përgjithshme të Sigurisë (GSP), që është pjesë e Projektit të Harmonizimit të Politikave të Sigurisë së Grupit Deutsche Telekom. Implementimi i kësaj politike do të udhëheqë implementimin e politikave të tjera mbi Sigurinë e Informacionit që janë krijuar dhe implementuar në AMC.

Qëllimi i këtij Projekti të Harmonizimit të Politikave të Sigurisë të Grupit DT dhe të kompanisë është pajtueshmëria e Sigurisë dhe Privatësisë së të Dhënave me kërkesat e ISO 27001 dhe 27002. Ky Sistem për Manaxhimin e Sigurisë së Informacionit është një përfaqëse sistematike për manaxhimin e informacionit sensitiv të kompanisë, në mënyrë që ai të mbetet i sigurtë. Ky sistem përfshin njerëz, procese dhe sisteme TI duke vënë në zbatim një proces manaxhimi të riskut. Ky është standarti më i mirënjohur në ofrimin e kërkesave për një sistem të manaxhimit të sigurisë së informacionit (ISMS).

Parimet e Mbrojtjes së të Dhënave në Deutsche Telekom

Besimi:

Besimi juaj në ne është parimi i parë dhe na udhëheq të vazhdojmë të marrim masa përmirësimi për mbrojtjen e të dhënave tuaja personale.

Transparenca:

Ne ju informojmë nëpërmjet portalit tonë dhe me kërkesën tuaj, se çfarë informacioni është përdorur dhe për çfarë arsyeje.

Përgjegjësia:

Ne marrim përgjegjësinë të mbrojmë të dhënat tuaja personale dhe sqarojmë pyetjet dhe çëshjtet e hapura menjëherë.

Shmangia:

Ne shmangim mbledhjen e informacionit për qëllime të ndryshme nga ato që shërbejnë për përmbushjen e qëllimit të kontratës. Ne e përdorim informacionin për qëllime të tjera siç është konsulenca për produktin personal vetëm me pëlqimin tuaj të shprehur qartë.

AMC e merr këtë çështje shumë seriozisht dhe u kërkon punonjësve të saj të bëjnë të njëjtën gjë, nën moton:

“Siguria në AMC është pjesë e biznesit, sepse ne e kuptojmë dhe kujdesemi për të”.

Sistemet kryesore të manaxhimit të sigurisë në kompani janë si më poshtë:

- AMC aktualisht implementon Standartin Europian të Sigurisë ISO 2700: 2005, ETSI dhe 3GPP. Këta janë sistemet e manaxhimit të sigurisë (ISMS) më gjithëpërfshirës të

përdorur sot. Ata konsistojnë në politika dhe procedura që përmbajnë të gjitha kontrollet ligjore, fizike dhe teknike të përfshira në proceset e manaxhimit të riskut të informacionit në një organizatë.

- Aplikacionet janë në përputhje me kërkesat e Standarteve të Sigurisë së të Dhënave (DSS) (ISO 27001/2: 2005) dhe realizohen nëpërmjet: Firewall-eve të Aplikacioneve të Internetit (WAF-eve), Sistemeve të Kodeve të Sigurisë dhe Sistemeve Anti-Virus.
- Infrastruktura e rrjetit 3G është implementuar në bazë të Standartit të Sigurisë ISO 27001/2.
- Transferimi i të dhënave në pajisjet e rrjetit AMC përdor sinjal me link radio të enkriptuar; dhe
- "Testet për shkelje" janë të shpeshta.

AMC ofron këshilla dhe informacion për të gjithë abonentët dhe publikun lidhur me sigurinë në rrjet duke publikuar informacion në faqen e internetit. Ky informacion përfshin:

- Emaili dhe siguria;
- Siguria për fëmijët;
- Si të navigojmë të sigurtë në rrjet?
- Çfarë mund të bëni për të mbrojtur kompjuterin tuaj personal?
- Çfarë mund të bëni për të mbajtur të sigurtë telefonin tuaj celular? dhe
- Pyetjet më të rëndësishme për magazinimin e të dhënave tuaja.

5.10.1 Zhvillimet në linjë me standartet e sigurisë së Deutsche Telekom

Kompania ka ndërmarrë iniciativat e mëposhtme në linjë me standartet e sigurisë së Deutsche Telekom:

Portali i Sigurisë

Portali i Sigurisë është një aplikacion në internet që u krijua dhe manaxhohet nga Zyra e Sigurisë së Informacionit. Ky portal u krijua për të publikuar të gjithë informacionin e lidhur me Zyrën e Sigurisë së Informacionit, Zyrën e Sigurisë Fizike dhe MVB-në (Manaxhimin e Vazhdimësisë së Biznesit).

Sistemi i Manaxhimit të Aksesit

Sistemi i Manaxhimit të Aksesit është një mjet i dedikuar që u krijua nga Zyra e Teknologjisë së Informacionit dhe Zyra e Sigurisë së Informacionit. Si pjesë e implementimit të Politikës së Kontrollit të Aksesit, ky sistem përdoret nga Burimet Njerëzore, Zyra e Sigurisë së Informacionit dhe të gjithë administratorët e sistemit të AMC-së në mënyrë që të manaxhojnë aksesin e përdoruesve në sistemet Bazë dhe ato të IT-së.

Projekti Honeynet

Ky projekt lidhet me instalimin e disa pajisjeve të sigurisë në rrjetin e AMC-së (honeynet) për të luftuar aksesin e paautorizuar në sisteme dhe në politikat e AMC-së u inkorporuan standartet e sigurisë së DT.

5.11 Manaxhimi i Sigurisë së Biznesit





AMC ka vendosur një Sistem të Manaxhimit të Vazhdimësisë së Biznesit (SMVB) për të vepruar në përputhje me standartet e ISO 22301. Në vitin 2014 pati një progres të

dukshëm në marrjen e masave që të gjithë punonjësit të kishim përceptimin e duhur të roleve dhe përgjegjësi të tyre lidhur me programin e Vazhdimësisë së Biznesit.

Auditimi BCMS për pajtueshmërinë me Standartin ISO22301 nga British Standards Institution do të kryhet në vitin 2015.

5.12 Arritjet në 2014 dhe Objektivat për vitin 2015

Rezultatet e arritura në lidhje me objektivat e tregut gjatë vitit 2014, të publikuara në 2013 Raporti PK dhe objektivat për vitin 2015 jepen më poshtë:

Objektivat e 2014	Progresi në 2014	Seksioni në Raport	Objektivat për 2015
Publikimi dhe shpërndarja e dy tipeve të broshurave informative për Telefoninë Celulare dhe Fushën Elektromagnetike		5.7	Printimi dhe shpërndarja e dy tipeve të broshurave informative për Telefoninë Celulare dhe Fushën Elektromagnetike.
Vazhdimi i programit tonë informativ mbi përdorimin e sigurt të telefonave celularë. Publikimi i një broshure/fletëpalosje		5.7	
Trajtimi i 83% të ankesave lidhur me shërbimin ndaj klientit në më pak se 5 ditë.		5.7	Trajtimi i 85% të ankesave lidhur me shërbimin ndaj klientit në më pak se 5 ditë.
Kryerja e anketimi me klientët ose me publikun në lidhje me çështje të PK.		5.2, 5.4	Kryerja e anketimi me klientët ose me publikun në lidhje me çështje të PK.
			Çertifikimi i sistemit BCM me sukses nga një auditor i pavarur lidhur me pajtueshmërinë me standartin ISO22301 nga British Standards Institution.

6 Punonjësit

6.1 Qasja e Manaxhimit

AMC është një nga kompanitë më të mëdha në Shqipëri. Punonjësit janë themeli i inovacionit dhe zhvillimit të AMC, si dhe ata që ofrojnë shërbim për abonentët dhe vënë në zbatim praktikat novatore. Punonjësit presin një mjedis të shëndetshëm dhe të sigurtë pune, promovim të drejtë, karriera premtuese, dhe më e rëndësishmja, respekti dhe vlerësimi i vlerave të tyre. Në këtë dritë, AMC ofron një mjedis pune të sigurtë, stabil dhe të harmonishëm për të plotësuar nevojat e punonjësve, si dhe zhvillim karriere dhe kujdes për punonjësit për të përmirësuar jetët e tyre. Kompania u ofron punonjësve të saj trajnime dhe udhëzime të fokusuar, për të marrë dhe mbajtur të gjithë ekspertizën e nevojshme që duhet për sigurimin e cilësisë së shërbimit.

AMC është e vetëdijshme se kur njerëzit janë të angazhuar, ata janë më të aftë të performojnë më mirë dhe të kenë një kënaqësi më të madhe në punë. AMC ka zhvilluar shumë aktivitete ku të angazhohen punonjësit, duke përfshirë ato aktivite ku ata mund të marrin pjesë vullnetarisht. Gjatë vitit 2014, u zhvilluan mbi 3,000 orë trajnime ku u investua për të zhvilluar forcën punëtore të kompanisë dhe sigurinë.

Kuadri i Politikave të Punësimit bazohet në parimet e respektit të plotë për të drejtat e njeriut, punësimin e drejtë, mosdiskriminimin, trajtimin e barabartë për gratë dhe burrat, dhe parandalimin e punës së të miturve apo punën e detyruar.

Kuadri bazë për politikën e Marrëdhënieve Punonjësve të AMC përfshin respektimin e të drejtave të njeriut praktikisht e punësimin të drejtë, mosdiskriminimin, trajtimin e barabartë për gratë dhe burrat, dhe parandalimin e punës së të miturve apo punën e detyruar. Përqasja dhe parimi drejtues i kompanisë për njerëzit e saj dhe parimi udhëzues është: "Vendi më i mirë për të punuar dhe për tu rritur".

Departamenti i BNJ të kompanisë sigurohet që të punësohen profesionistë të kualifikuar për të plotësuar vendet e punës në kohën e duhur dhe me koston e duhur. Departamenti i Burimeve Njerëzore mbështetet në një model të mirë-strukturuar ku rolet dhe kompetencat janë të mirë-përcaktuara. Struktura përfshin: Njësinë e Trajnimeve të Burimeve Njerëzore, Njësinë e Rekrutimit të Burimeve Njerëzore, Njësinë e Shëndetit dhe Njësinë e Angazhimit të Punonjësve, Shërbimet e Përbashkëta të BNJ me struktura të tjera për manaxhimin e shërbimeve të BNJ. Manaxheri i burimeve njerëzore raporton direkt tek Drejtori Ekzekutiv i kompanisë dhe është pjesë e bordit të manaxherëve të AMC.

6.1.1 Arritjet kryesore gjatë 2014

Në lidhje me manaxhimin e stafit, për kompaninë u regjistruan aktivitetet e mëposhtme kryesore të vitit 2014:

- U krye me sukses auditimi përsa i përket pajtueshmërisë me OHSAS 18001;
- U shënuar një vit tjetër pa aksidente fatale gjatë orëve të punës;
- Përqindja e grave në pozicione të manaxhimit të mesëm arriti në 49%, dhe 52% në manaxhimin e lartë dhe të mesëm;
- Përqindja e pjesëmarrjes së punonjësve në anketimin për vlerësimin e kënaqësisë në punë arriti në 92% dhe nga punonjësit që plotësuan pyetësin, 93% ishin të kënaqur me kompaninë; dhe
- 60% e manaxhimit të lartë që raporton direkt tek Drejtori Ekzekutiv janë gra.

6.2 Punësimi

6.2.1 Fuqia Punëtore

Zhvillimi teknologjik ndihmon në optimizimin e përdorimit dhe kostove të personelit, rrit konkurueshmërinë dhe performancën. Në të njëjtën kohë kompania vazhdimisht prezanton pajtimin në punë në fuqinë e vet punëtore, të cilët punojnë për të zhvilluar dhe zgjeruar përdorimin e teknologjisë së komunikimit për klientët dhe për shoqërinë. Me këto zhvillime, kompania numëron 452 punonjës me datë 31 Dhjetor 2014.

Diversiteti i Fuqisë Punëtore në AMC në vitin 2014		
Tipi i punësimit	Numri	%
Me kohë të plotë	452	100%
Me kohë të pjesshme	0	0%
Të përhershëm (me kontratë pa afat)	452	100%
Gjinia		
Mashkull	181	40%
Femër	271	60%
Mosha		
Nën 30	112	25%
30-50	326	72%
Mbi 50	14	3%
Rajoni		
Jo-vendas	8	1.8%
Shqiptar	444	98.2%
Pozicioni		
Drejtorë (Drejtor Ekzekutiv, Drejtor Divizioni)	5	1.1%
Mashkull	4	80%
Femër	1	20%
Manaxherë të Nivelit të Lartë (Departamente/Zyra)	21	4.6%
Mashkull	10	47.6%
Femër	11	52.4%
Manaxherë të Nivelit të Mesëm (Përgjegjës Sektor/Njësie)	73	16.2%
Mashkull	37	50.7%
Femër	36	49.3%

AMC shfrytëzon përvojat dhe prejardhjet e ndryshme të punonjësve të saj për të kuptuar më mirë nevoajt e abonentëve, të motivojë inovacionin dhe të rrisë angazhimin e punonjësve. Kultura e kompanisë krijon një atmosferë të tillë ku çdokush ndjehet i mirëpritur, i vlerësuar, i respektuar dhe i aftësuar.

Në 2014 nuk pati ndryshime strukturale të rëndësishme, madje dhe ndryshimet më të vogla iu njoftuan punonjësve në një stad të hershëm. Sidoqoftë, në çdo rast, ndiqen kërkesat ligjore. Periudha minimale e njoftimit në këtë rast është 30 ditë. Ndryshimet në fuqinë punëtore të kompanisë janë ilustruar më poshtë:

Ndryshimet në Fuqinë Punëtore të Kompanisë		
Përshkrimi	Të Rekrutuar	
	No	%
Gjinia		
Mashkull	21	65.6%
Femër	11	34.4%
Mosha	No	%
Nën 30	19	59.4%
30 -50	13	40.6%
Mbi 50	0	0%

Ne përdorim teknologjinë tonë për të mundësuar punonjësit të punojnë së bashku kudo ndodhen në Shqipëri dhe me partnerët dhe ortakët tanë. Dëgjimi i njerëzve tanë dhe inkurajimi i tyre për të ndarë idetë na ndihmon të zhvillohemi dhe përmirësohemi si kompani.

Kompania ofron të njëjtat mundësi rekrutimi dhe zhvillimi të karrierës si për punonjësit vendas ashtu edhe ata të huaj. Megjithatë, për disa pozicione që kërkojnë njohuri të mirë të gjuhës shqipe dhe preferenca e mjedisit vendas është për shtetasit shqiptarë. 69% të manaxhimit të lartë dhe 100% të manaxhimit të mesëm janë Shqiptarë.

AMC ofron mundësi të shkëlqyeshme punësimi për të rinjtë. 30% e punonjësve të saj janë të moshës 18-30 vjeç, dhe 60% e të rinjve të punësuar nga kompania për vitin 2014, janë të kësaj kategorie.

AMC ofron mundësi të mira punësimi për studentët dhe programme internshipi për ta me qëllim që ata të fitojnë experience reale pune dhe të trajtohen në vendin e punës duke fituar aftësi të vlefshme që do t'i ndihmojnë ata të performojnë më mirë në punë apo gjatë studimeve të tyre. Studentëve iu jepet mundësia të zbatojnë njohurinë e tyre në një mjedis real pune, për të fituar përvojë pune, të trajtohen (në punë) dhe të zhvillojnë aftësi që do t'i ndihmojnë të performojnë më mirë në të ardhmen.

Në vitin 2014, AMC mori pjesë në një numër eventesh me fokus tek karriera, të cilat u organizuan qoftë nga universitetet dhe/ose institucione të tejtra të rëndësishme që mbështesin të rinjtë në planifikimin e karrierës dhe profesionit (evente karriere) që

gjithashtu u jep atyre një mundësi për të gjetur një punë të re. Disa nga eventet më kryesore ishin:

- Asistenca në themelimin dhe hapjen e zyrës së punës në Tiranë, të manaxhuar nga Ministria Shqiptare e Çështjeve të Punës.

6.2.2 Kuadri i Politikave për Punësimin e Drejtë

AMC zbaton praktika punësimi të drejta dhe jo-diskriminuese. Kuadri i Politikës së Punësimi përbëhet si më poshtë:

- Kodin e Punës dhe kuadrin rregullator përkatës, që ndalon përdorimin e punësimin e të miturve dhe punën e detyruar;
- Kodin e Sjelljes dhe Punonjësit të kompanisë për Politikën e Marrëdhënieve të Punësimi që njohin shprehimisht të drejtën themelore të lirisë së organizimit kolektiv dhe të drejtën për t'u angazhuar në negociata kolektive, brenda kuadrit të legjislacionit vendas, dhe shprehimisht ndalon ngacmimin dhe diskriminimin e paligjshëm, në bazë të moshës, gjinisë, besimit fetar, prirjeve, prejardhjes ose orientimit seksual;
- Manuali i punonjësit i AMC-së, i cili thekson parimet dhe jep udhëzime për sjelljen e punonjësve të kompanisë; dhe
- Marrëveshja Globale e Kombeve të Bashkuara, e cila u nënshkrua nga kompania.

AMC operon në përputhje me Kodin e Sjelljes për Mbrojtjen e të Drejtave të Individit për Privatësi në trajtimin e të Dhënave Personale brenda Grupit OTE. Ai është përpiluar për të qenë në përputhje edhe me kuadrin ligjor vendas në fuqi.

AMC e mban dokumentacionin personal të punonjësve vetëm për aq kohë sa kjo është e nevojshme për punësimin e tyre dhe për përcaktimin e pagesës, dhe e bën këtë në pajtim me dispozitat e legjislacionit për privatësinë e të dhënave. Në këtë aspekt, kompania nuk ka qenë objekt procedimesh ligjore apo hetimesh.

Përveç faktit se AMC njeh të drejtën themelore të lirisë së organizimit kolektiv dhe të drejtën për t'u angazhuar në negociata kolektive, brenda kuadrit ligjor dhe rregullator vendas, aktualisht nuk ka patur marrëveshje për negociata kolektive në lidhje me asnjë kontratë.

6.2.3 Mosdiskriminimi, Shanset e Barabarta dhe Diversiteti

Kodi i Sjelljes së kompanisë përfshin rregullat bazë, parime dhe vlera të tilla si barazia, respekti për diversitetin, integriteti, etika, transparenca dhe përgjegjshmëria personale, të cilat adoptohen nga kompania në të gjitha operacionet e saj. Gjithashtu përfshin çështje si mos-diskriminimi mbi bazën e gjinisë, moshës, fesë, prirjeve, origjinës apo orientimit seksual.

Parimi kryesor lidhur me çështje të tilla si rekrutimi, pagat, rritja dhe zhvillimi i punonjësve karakterizohet nga meritokracia, transparenca dhe mos-diskriminimi.

Të gjithë punonjësit mund të raportojnë apo kërkojnë këshillim mbi çështjet e diskriminimit në dy kanalet e komunikimit të vënë në dispozicion nga kompania. Këto janë:

- "Më Pyet", që ofron informacion mbi Kodin e Sjelljes, Politikat e Punonjësimit dhe rregulloret të tjera; ose
- "Më trego", që është një kanal konfidencial për informim ku punonjësimit mund të raportojnë ankesa rreth shkeljeve të ligjit dhe rregulloreve të kompanisë, të cilat më pas adresohen nga kompania.

Në vitin 2014, u kryen 65 anketime përmes procesit "Më Pyet", dhe asnjë prej tyre nuk kishte lidhje me çështje të diskriminimit. Gjatë procesit "Më Trego" nuk u parashtrua asnjë ankesë.

Paga Jo-diskriminuese

Nuk ka diskriminim mbi bazë gjinie, origjine apo diskriminim i ndonjë lloji tjetër në lidhje me përcaktimin e pagave në AMC. Siç thuhet në Manualin e Punonjësimit dhe Kodin e Sjelljes së kompanisë, në AMC zbatohet pagesë e drejtë dhe e barabartë si për burrat ashtu edhe për gratë. Pagesa përcaktohet në bazë të pozicionit të punës, kualifikimit, performancës individuale, konkurrueshmërisë së tregut, eksperiencës, viteve të punësimit brenda kompanisë apo industrisë dhe kërkesave ligjore në vend.

Në vitin 2014, paga më e ulët në kompani ishte 105% më e lartë se paga minimale e përcaktuar me ligj.

Leja e Lindjes

Kompania aplikon lejen e lindjes për lindje fëmije dhe lejen prindërore për përkujdesje ndaj fëmijës, për të gjithë punonjësimit e saj. Leja prindërore konsiderohet dhe paguhet si kohë pune dhe u ofrohet nënave dhe baballarëve të punësuar, menjëherë pas përfundimit të lejes së lindjes. Rregullat e përgjithshme që zbatohen janë si më poshtë:

- Një orë punë më pak në ditë për dy vjet; ose
- Marrje e një viti të plotë leje prindërore;

Edhe burrat gëzojnë të drejtën për të marrë lejen prindërore të përmendur më lart, me kusht që bashkëshortet e tyre të mos e kenë marrë këtë leje nga punëdhënësi i tyre. Për më tepër, burrat mund të marrin deri në 4 muaj leje prindërore për t'u përkujdesur për fëmijët e tyre në gjashtë muajt e parë të jetës së fëmijës.

Diversiteti Gjinator

Diversiteti gjinator respektohet në të gjitha nivelet e kompanisë, përfshirë edhe pozicionet e manaxhimit të lartë dhe atij të mesëm. Ky diversitet u mbajt edhe gjatë vitit 2014, ku 60% fuqisë punëtore përbëhet nga gra, dhe 52% e manaxhimit (të lartë dhe të mesëm), dhe 20% e Bordit Drejtues përbëhet nga gra, dhe numri i grave që raportojnë direkt tek Drejtori Ekzekutiv ishte 42%.

Diversiteti i Kombësisë

Mbi 9% e punonjësve të AMC janë Shqiptarë. Manaxhimi i lartë është i përbërë nga profesionistë me kombësi të ndryshme: Shqiptarë, Grekë, Gjermanë dhe Maqedonas.

Një prezantim i shtetasve Shqiptarë dhe të huaj në struktura të ndryshme të kompanisë jepet më poshtë:

Strukturat e AMC	Viti 2011	Viti 2012	Viti 2013	Viti 2014
-------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

	Vendas	Vendas	Vendas	Të Huaj	Vendas	Vendas	Vendas	Të Huaj
Bordi Mbikëqyrës	0	3	0	3	0	3	0	3
Bordi Drejtues	0	5	0	5	0	5	0	5
Manaxhimi i Lartë	16	9	18	16	18	7	13	8
Komitetet Ndërdepartamentale	5	7	5	5	8	7	8	7

Punonjësit e AMC gëzojnë të drejtën dhe mundësinë e këshillimit kokë më kokë me personelin e Departamentit të Burimeve Njerëzore në lidhje me çështjet e diskriminimit. Në vitin 2014, nuk u raportua asnjë rast diskriminimi.

6.3 Shëndeti dhe Siguria

Garantimi i shëndetit dhe sigurisë për punonjësit, partnerët dhe klientët e saj është një prioritet parësor për AMC. Çështjet e Shëndetit dhe Sigurisë konsiderohen kritike për të ardhmen e suksesshme dhe të vazhdueshme të kompanisë dhe kanë një ndikim të drejtëpërdrejtë mbi çështje të tilla si kënaqësia e punonjësit, mirëqenia, cilësia e punës dhe kultura e korporatës. Në këtë pikë, AMC vepron në mënyrë proaktive dhe shkon përtej kërkesave të legjislacionit Shqiptar, dhe vullnetarisht adopton dhe pajtohet me standartet e mirënjohura ndërkombëtare.

Që nga viti 2012, AMC ka implementuar një sistem manaxhimi të Shëndetit dhe Sigurisë, që është i bazuar në standartet ndërkombëtare OHSAS 18001 në lidhje me shëndetin dhe sigurinë në punë. Ky sistem dhe Politika e Shëndetit dhe Sigurisë pajtohet me ligjet kombëtare dhe rregulloret Shqiptare, por gjithashtu i jep formë një kulture parandaluese lidhur me shëndetin dhe sigurinë në punë, për të inkurajuar, trajnuar dhe mbështetur përfshirjen e punonjësve në përmirësimin e shëndetit dhe sigurisë.

6.3.1 Politika e Shëndetit dhe Sigurisë

Politika e AMC për Shëndetin dhe Sigurinë (SH&S) është e përfshirë në politikën e kompanisë për Shëndetin, Sigurinë dhe Mjedisin (SHSM) dhe është e bazuar në legjislacionin vendas dhe vlerësimin të riskut që bëhet nga grupet SH&S të kompanisë.

Përgjegjës për implementimin e Politikës SH&S të kompanisë është komiteti SH&S i kompanisë, që përbëhet nga punonjës përfaqësues të zgjedhur me votim të përgjithshëm nga kompania. Ata takohen çdo tremujor me përfaqësues të Manaxhimit, në nivel Manaxhial të Lartë, për të diskutuar të gjitha çështjet e lidhura me SH&S dhe procedurat përkatëse. Të gjithë punonjësit kanë akses tek politika e Shëndetit dhe Sigurisë dhe dokumentat e lidhur me to.

Çështjet e shëndetit vlerësohen gjithashtu edhe nga punonjësit përmes Anketimit të Punonjësve, që bëhet çdo dy vjet dhe fokusohet në faktorët e shëndetit dhe sigurisë, siç janë mirëqenia mendore/fizike dhe ekuilibri punë/jetë private. Rezultatet dhe konstatimet e anketimit përdoren si bazë për veprime korrigjuese brenda kompanisë.

Politikat e kompanisë për SH&S bazohen në parimet dhe sistemet e mëposhtme:

- Pajtueshmëria me të gjitha kërkesat e legjislacionit vendas;
- Çertifikimi i të gjitha operacioneve sipas kërkesave të OHSAS 18001;
- Përditësimi i Vlerësimeve të Riskut në Punë, të paktën çdo tre vjet dhe përditësime të tjera, kur kushtet ndryshojnë me implikacione risku të konsiderueshme, ose kur prezantohen aktivitete ose shërbime të reja;
- Pasja e një sistemi gjithëpërfshirës të Komitetit dhe Skuadrës së Shëndetit dhe Sigurisë, duke përfshirë punonjësit nga baza dhe nga manaxhimi për të zhvilluar konsultime;
- Trajnime sistematike të punonjësve të kompanisë për parimet dhe praktikatat e Shëndetit dhe Sigurisë në Punë (SH&SP), me trajnime të specializuara shtesë në lidhje me punë me rreziqe potenciale përsa i përket instalimeve;
- Sistem gjithëpërfshirës i Raportimit të Aksidenteve-Incidenteve, që mirëmbahet nga Skuadra e Shëndetit dhe Sigurisë në Punë, që mbulon hetimin e eventeve, rekomandimet dhe raportimin statutor;
- Simulime të rregullta për sigurinë dhe evakuimin e godinës;
- Ofrimi i workshop-eve, buletinëve informativë dhe artikujt e Intranetit në lidhje me çështje të rëndësishme të shëndetit dhe sigurisë, gjatë gjithë vitit; dhe
- Kontrollime mjekësore të programuara për të gjithë punonjësit në gjithë vendin çdo vit, me qëllim krijimin e dosjeve individuale të shëndetit për çdo punonjës dhe parandalimin e problemeve shëndetësore potenciale.

6.3.2 Ecuria e Shëndetit dhe Sigurisë në vitin 2014

Në vitin 2014, kompania i ka vënë një theks të veçantë në çështjen e parandalimit të problemeve të Shëndetit dhe Sigurisë nëpërmjet trajnimeve dhe inspektimeve, të cilat kryhen rregullisht nga kompania dhe ente të licensuara të pavarura. Tabela e mëposhtme tregon performancën e SH&S në Punë për vitin 2014.

Performanca e Shëndetit dhe Sigurisë	2012	2013	2014
Fatalitetet			
Fatalitetet në Punonjës	0	0	0
Fatalitetet në Kontraktorë	0	0	0
Aksidentet e lidhura me Punën (Punonjësit)	0	0	0
Numri i Punonjësve me plagosje	0	0	0
Burra	0	0	0
Gra	0	0	0
Totali	0	0	0
Përqindja e Plagosjeve¹	0	0	0
Burra	0	0	0
Gra	0	0	0
Totali	0	0	0
Përqindja e Sëmundjeve Profesionale²	0	0	0

Burra	0	0	0
Gra	0	0	0
Totali	0	0	0
Përqindja e Ditëve të Humbura³	0	0	0
Burra	0	0	0
Gra	0	0	0
Totali			
Përqindja e Personave të Munguar⁴	0	0	0

Shënim:

1 Përqindja e Plagosjeve = (Numri total i plagosjeve / Numri total i orëve të punës së kryer) x 200,000. Faktori 200,000 është përftuar nga 50 javë pune me 40 orë për 100 punonjës. Të dhënat nuk përfshijnë plagosje të vogla (të nivelit të ndihmës së shpejtë).

2 Përqindja e Sëmundjeve Profesionale = (Numri total i rasteve të sëmundjeve profesionale / Numri total i orëve të punës së kryer) x 200,000. Faktori 200,000 është përftuar nga 50 javë pune me 40 orë për 100 punonjës.

3 Përqindja e Ditëve të Humbura = (Numri total i ditëve të humbura / Numri total i orëve të punës së kryer) x 200,000. Faktori 200,000 është përftuar nga 50 javë pune me 40 orë për 100 punonjës. Ditët e humbura për OTE përlogariten si ditë kalendarike, ndërsa ditët e humbura përlogariten si ditë pune të programuara. Numërimi i ditëve të humbura fillon në ditën e plagosjes apo në ditën pasardhëse, në varësi të kohës së ditës kur ka ndodhur plagosja.

4 Përqindja e Personave të Munguar = (Numri total i ditëve të humbura nga personat e munguar / Numri total i ditëve të punës së kryer nga fuqia punëtore) x 25,000. Faktori 25,000 është përftuar nga 50 javë pune për 5 ditë për 100 punonjës.

6.3.3 Ndërgjegjësimi & Parandalimi i problemeve të Shëndetit dhe Sigurisë

Në vitin 2014, kompania vazhdoi masat parandaluese për Shëndetin dhe Sigurinë. Hartimi i planit vjetor për trajnimet e SH&S është i bazuar në vlerësimin e përgjithshëm të veprimeve të vitit të kaluar, siç janë rezultati i inspektimit të kryer nga stafi mjekësor dhe teknik, të dhënat e rregjistruara për aksidentet në punë, dhe suksesi i programeve të trajnimit. Gjatë vitit 2014, u morën masat e mëposhtme:

Ekzaminime Mjekësore që përfshinë Ekzaminime Fizike, Teste të Promovimit të Shëndetit, dhe Ekzaminime Klinike

Prej shumë vitesh tashmë kompania aplikon një program të "Ekzaminimit Mjekësor". Sipas këtij programi, ofrohet ekzaminimi mjekësor vjetor për të gjithë punonjësit e kompanisë dhe ekzaminime mjekësore shtesë për punonjësit, puna e të cilëve klasifikohet si e vështirë.

Trajnimi për Ndhmën e Shpejtë

Sipas programit të "Trajnimit për Ndhmën e Shpejtë" trajnimi ofrohet për të gjithë punonjësit e angazhuar në punë të klasifikuara si të vështira (puna në lartësi, puna me elektricitetin, magazina, etj) dhe për të gjithë punonjësit që janë pjesë e Strukturës së Reagimit ndaj Emergjencave, (Kontrollorët e Emergjencave, Skuadra e Reagimit ndaj Emergjencave). Kjo përfshin trajtimin me ndihmën e shpejtë të plagosjeve të vogla në lëkurë nga prerja me letër, gërvishtjeve, alergjive të lëkurës, matjen e tensionit të gjakut

kryesisht tek individët e rinj dhe gratë shtatëzëna që "vuajnë" nga tensioni i ulët i gjakut, etj.

Ndihmesa fizike në rast problemesh shëndetësore

Të gjitha godinat e kompanisë si ato të zyrave qendrore ashtu edhe ato të dyqaneve në pronesi të saj janë të pajisura me Kuti të Ndhmës së Shpejtë, në total janë 27. Po ashtu, si pjesë e Departamentit të Burimeve Njerëzore është punësuar edhe një Mjek Kompanie, për të ndihmuar punonjësit në rast problemesh shëndetësore.

Studimet mbi Rreziqet në Punë

Çdo vit kryhet Vlerësimi i Riskut në Punë nga Skuadra SH&S, vlerësim ky që ndiqet nga një metodologji standarte sipas kërkesave të OHSAS 18001:2007.

Fushatat e brendshme të informimit

Fushatat e informimit u organizuan përmes intranetit të kompanisë, postës elektronike të brendshme, artikujve dhe broshurave informative në lidhje me parandalimin e Hepatitit B dhe këshillimit (me rastin e Ditës Botërore të Hepatitit), Duhanpirjen dhe Shëndetin (me rastin e Ditës Botërore të Zemrës), Cigareve Elektronike (seancë ndërgjegjësimi për cigaret elektronike), Udhëzimet mbi Kafshimet e Gjarprit (seancë ndërgjegjësimi për të gjithë punonjësit që punojnë terren), Çështjet Ergonomike dhe Pozicioni i Padëmshëm i Trupit, etj.

Programe trajnimi për sigurinë e punës në lartësi

Kanë për qëllim dhënien e aftësive dhe njohurive të duhura për kryerjen e punës në lartësi. Trajnimi i të gjithë punonjësve të rinj që punojnë në lartësi dhe trajnime vjetore "rifreskuese" për punonjësit ekzistues që punojnë në lartësi. Ky trajnim përfshin edukimin e plotë dhe aplikime praktike për teknikat e sigurisë gjatë punës në lartësi, plus trajnime për përdorimin e pajisjeve të specializuara. Në të njëjtën kohë, një pjesë e konsiderueshme e trajnimeve bëhet me qëllim që punonjësit të kuptojnë riskun/potencialin e aksidenteve dhe nevojën për masa sigurie. Trajnimi mbulon të gjitha fushat e nevojshme për kushte të sigurt pune mbi shtylla të larta përfshirë demonstrimin e Pajisjeve Personale Mbrojtëse (PPM) të nevojshme, trajnimin teorik për punën në lartësi, ushtrimet praktike për punën në lartësi dhe procedurat e shpëtimit.

Inspektimet e Sigurisë në Vendin e Punës

Në ambjentet e kompanisë zhvillohen inspektime të rregullta (zakonisht çdo muaj por dhe çdo tremujor). Trajnimi mbi Sigurnë dhe Shëndetin organizohet në mënyrë të rregullt për punonjësit me punë veçanërisht të rrezikshme dhe me bazë vjetore për shumë punonjës të tjerë.

Në vitin 2014, kompania zhvilloi këto programe trajnimi për shëndetin dhe sigurinë:

Trajnimet për Shëndetin & Sigurinë	Numri i Punonjësve	Orë pune
Cështje të Shëndetit & Sigurisë në programin fillestar	36 (2 orë)	72
Simulime për Emergjencë	438 (1 orë)	438

Trajnim i Gatishmërisë për Emergjencë & Mbrojtje nga Zjarri – Drejtorët e Reagimit ndaj Incidenteve	4 (1 orë)	4
Ngjitja në kulla & puna në lartësi	11 (16 orë)	176
Puna me pajisje & instalime elektrike	19 (8 orë)	152
Trajnim për Ndhimën e Shpejtë	57 (7 orë)	399
Siguria në dyqane	73 (1 orë)	73
Seanca të ndërgjegjësimit për shëndetin & sigurinë në punë -	30 (1 orë)	30
Totali	649	1,344

6.4 Zhvillimi i Punonjësit

Qëllimi i kompanisë është të krijojë një vend pune të sigurt, të drejtë dhe të krijojë lehtësira për zhvillimin personal dhe profesional të punonjësve të saj. Përqasja dhe parimi udhëzues i kompanisë për punonjësit e saj është: “Vendi më i mirë për të punuar dhe për t’u rritur”. Kompania mbështet zhvillimin e aftësive, përvojës dhe talenteve dhe synon të krijojë sistemet e duhura që punonjësit e saj të mund të rriten profesionalisht. Zhvillimi i punonjësit përfshin aktivitetet kryesore të mëposhtme:

- Manaxhimin e performancës, si bazë transparence dhe meritokracie dhe zhvillimin e performancës për rritjen e mundësive për karrierë brenda kompanisë;
- Programe mësimi, fitimi aftësish dhe trajnimi për grupe punonjësish ose për individë, dhe
- Mundësi për të lëvizur mes vendeve/shteteve brenda Grupit DT, për shkëmbim të njohurive dhe praktikave më të mira.

6.4.1 Manaxhimi i Performancës

Kompania përdor një Sistem Vlerësimi të Performancës të mirëpërcaktuar, që jepet në Udhëzimet e Vlerësimit të Performancës dhe është i disponueshëm për të gjithë punonjësit përmes intranet të kompanisë. Performanca e çdo punonjësi vlerësohet çdo vit nga Eprori direkt i tyre bazuar mbi objektiva të paracaktuara. Përmes këtij sistemi, mundësohet identifikimi i pikave të forta dhe i atyre që kanë nevojë për përmirësim. Të gjithë manaxherët e sapo-emëruar marrin pjesë përpara procesit të vlerësimit vjetor të performancës në një trajnim të posaçëm lidhur me procesin e vlerësimit të performancës vjetore, një trajnim specifik sesi të vlerësojnë performancën e tyre dhe të krijojnë një plan individual zhvillimi mbështetur në nevojat e tyre. Gjatë vitit 2014, në total morën pjesë 129 manaxherë të rinj në këtë program trajnimi.

Sistemi i Vlerësimit të Performancës në AMC adaptohet me vizionin, misionin, vlerat, kulturën e performancës së lartë dhe nevojat specifike të kompanisë dhe punonjësve të

saj. Ai është dizenuar me një theksim të veçantë në forcimin e përsosmërisë në përvojën e klientit (Ekselencia në Përvojën e Klientit) dhe harmonizohet me Parimet Udhëzuese të AMC dhe Kodin e saj të Sjelljes (Customer Experience Excellence). Gjithashtu mbështetet në parametrat e objektivave specifike dhe të matshme, kompetencave profesionale dhe kritereve të performancës, të cilat rishikohen sa më shpesh të jetë e nevojshme për të reflektuar standartet aktuale në sektorin e telekomunikimeve dhe përvojën e nevojshme korresponduese.

Në vitin 2014, u vlerësuan të gjithë punonjësit e kompanisë, manaxherët e nivelit të mesëm and të lartë u trajnuan për përdorimin e Sistemit të Vlerësimit të Performancës përpara se të kryhej procesi i vlerësimit.

Për më tepër, drejtuesit pjesë e Manaxhimit të AMC (në linjë me Grupin DT) gjithashtu morën pjesë në procesin e Performancës dhe atë të Rishikimit të Mundshëm, i cili, përveç vlerësimit performancës së drejtuesve, përcakton edhe shkallën e gatishmërisë për të ndërmarrë angazhime më kërkuese në të ardhmen.

6.4.2 Zhvillimi i Performancës

AMC vë theks të veçantë në mbështetjen dhe inkurajimin e punonjësve të saj që të dallohen dhe të zhvillohen, si nga ana personale ashtu edhe nga ana profesionale, në një mjedis pune që është gjithmonë kërkues dhe në ndryshim të vazhdueshëm. Për të arritur këtë, janë përdorur shume mekanizma të Burimeve Njerëzore.

Për të vlerësuar dhe për t'u siguruar se përmbajtja e rolit dhe e profilit të çdo punonjësi kuptohet plotësisht, kompania përdor Modelin e Familjeve të Punës (MFP). Modeli i Familjeve të Punës e bën eficient rekrutimin e brendshëm dhe drejtimin e karrierës. Të gjitha rolet në MFP analizohen dhe përshkruhen, duke marrë në konsideratë kuadrin e funksionaliteve të zakonshëm.

Vëmendje e veçantë i kushtohet edhe përmirësimit të Udhëzuesit për Zhvillimin e Punonjësit, një mekanizëm i mirë-strukturuar që është dizenuar për të mbështetur rolin e manaxherëve si tutorë (pikat e dobëta dhe të forta të punonjësit, objektivat për zhvillim, plani i veprimit për zhvillim, masat dhe burimet).

Procesi i rekrutimit për kandidatët e brendshëm dhe të jashtëm bazohet në kriterin e transparencës dhe meritokracisë. Rekrutimi i brendshëm përfshin njoftimin e brendshëm, intervistimin dhe procesin e përzgjedhjes, kur shikohet e nevojshme, edhe testimin.

6.4.3 Trajnimi i Punonjësit

Trainimi është thelbësor për zhvillimin e punonjësit dhe kënaqësinë e tij dhe konkurrencën e punonjësve të kompanisë. Programet e trajnimit të AMC ofrojnë përfitime të shumëfishta për punonjësit e kompanisë. Ato planifikohen me kujdes dhe implementohen siç duhet.

Në vitin 2014, kompania zhvilloi shumë programe trajnimi të cilat jepen më poshtë.

Tematikat e Trajnimit

Kompania ka dizenuar me kujdes dhe ka implementuar trajnimet e saj. Tematikat kryesore të trajnimeve janë:

- **Vlerësimet e Performancës;** programi i trajnimit u përpilua dhe u implementua si mbështetje për politikën e re të vlerësimit të performancës (VP) dhe ka në fokus proceset e manaxhimit.
- **Këshillimi i Këshilluesve;** ky program trajnimi u dizenuar për drejtorët e kompanisë, të cilët u trajnuan për:
 - Zhvillimin e një stili këshillimi që mund t’u mësohet të tjerëve.
 - Mbështetjen e zhvendosjes pozitive në aftësitë e skuadrës së tyre dhe besim në kërkesën dhe marrjen e angazhimeve.
 - Rritjen e konsiderueshme të përqindjes së reagimit pozitiv që merr skuadra e tyre për rritje të efektivitetit në lidhshmëri.
 - Rishikimin e Platformës së Këshillimit për të aksesuar, këshilluar dhe monitoruar përmirësimin e vazhdueshëm në strategjinë e marrjes së angazhimit.
 - Praktikimin e stilit të Këshillimit në takime individuale.
- **Trajnim për Manaxhim Projektësh;** është dizenuar për punonjësit që marrin pjesë në projekte komplekse për t’i ndihmuar ata të gjejnë zgjidhje më të zgjuara, në kohën e duhur dhe brenda buxhetit.
- **Trajnim për Manaxhim të Përfaqësuesve të Shitjeve;** është dizenuar për personelin e shitjeve, për të rritur aftësitë e përgjegjësve dhe manaxherëve të shitjeve, në mënyrë që ata të rrisin performancën e skuadrës së tyre.
- **Trajnim për Aftësi Negociimi;** zhvillon taktikat në një shumëllojshmëri situatash negociimi dhe është dizenuar për personelin e prokurimit dhe shitjeve.
- **Trajnim për Aftësi Prezantimi;** synon të zhvillojë vetëbesimin dhe aftësinë për të bërë prezantime të mira, dhe për të qëndruar përpara një publiku dhe për të folur mirë, që nga ana tjetër janë edhe aftësi të dobishme për vetë-zhvillim dhe në situata shoqërore.
- **Trajnim për ACCA & IFRS;** ky trajnim është përshtatur për punonjësit që punojnë në financë dhe kontabilitet.
- **Trajnimet për CISCO;** ky trajnim është dizenuar për inxhinierët që kryejnë shërbime në stacione për produktet Cisco; dhe
- **Trajnimet për SAP;** këto trajnime iu ofruan shumë punonjësve që punojnë në departamente të ndryshme, të cilët përdorin SAP në operacionet e tyre. Qëllimi i trajnimeve ishte për të nxitur zotësi dhe aftësi më të mëdha në kompani përmes shfrytëzimit të zgjidhjeve SAP.

Gjatë vitit 2014, një vëmendje e veçantë iu kushtua trajnimit dhe zhvillimit të forcës punëtore të shitjeve të kompanisë. Shifrat e mëposhtme i referohen vetëm trajnimit të punonjësve të shitjeve, duke përjashtuar trajnimet e mësipërme ku mund të kenë marrë pjesë përfaqësuesit e shitjeve.

Një total prej 1,714 orësh trajnimi iu kushtua ekskluzivisht (170) Punonjësve të Shitjeve. Të gjithë morën pjesë në module trajnimi mbi aplikacionet dhe programet që ata përdorin çdo ditë, ofertat e reja, produktet dhe shërbimet e lançuara gjatë vitit, dhe trajtimit me sukses të aktiviteteve promovionale.

Në veçanti, u theksuan tematikat e mëposhtme:

- Si të marrësh më të mirën nga Deezer, Evernote – produkte të zhvilluara në bashkëpunim me partnerë ndërkombëtar.
- Si të përdorim programet e përditësuar EPOS, SAP, SMPOS në operacionet e përditshme.
- Prezantimi i produktit Vitamina – një paketë e AMC-së dedikuar të rinjve.

Gjithashtu, një numër i konsiderueshëm orësh trajnimi iu kushtua dhe partnerëve të AMC-së. Disa nga shembujt e këtyre trajnimeve përfshijnë:

- Ekipi i shitjeve përmirësoi aftësitë profesionale të fuqisë punëtore që punon për rrjetin tonë të distributorëve;
- Ekipi i shitjeve u tregoi procesin e hyrjes së të dhënave partnerëve tanë, të cilët janë përgjegjës për këtë proces për llogari të AMC; dhe
- Kompania njoftoi agjencitë promovionale rreth mënyrës më të mirë për të reklamuar më së miri ofertat e AMC.

Dy nga partnerët ndërkombëtar (Cognity, Printec) ofruan module mësimi mbi produktet që kompania bleu nga këto partnerë.

6.5 Benefitet e Punonjësit

Përveç pagës dhe benefiteve të tjera të përcaktuara me ligj, çdo vit AMC u ofron punonjësve të saj benefite shtesë, për t'i mbështetur ata në nevojat e tyre të përditshme dhe të familjeve të tyre, dhe në balancën mes jetës profesionale dhe asaj personale. Kategoritë kryesore të benefiteve janë si mëposhtë:

Benefitet e Punonjësve

Shëndeti dhe Sigurimet

- Programe të sigurimit të jetës për të gjithë punonjësit
- Ekzaminime mjeksore të përvitshme
- Fizioterapisti në kompani (dy herë në javë)
- Vizita mjeksore ORL dhe Audiogramë falas
- Shërbime mirëqënie
- Benefite palestre

Produkte dhe Shërbime

- Aparatet celularë të kompanisë u vihen në dispozicion të gjithë punonjësve me tarifa preferenciale dhe me një sasi kohe bisedore falas, në varësi të pozicionit;
- Tarifa preferenciale me kontratë dhe me parapagesë për familjarët e punonjësve; dhe
- Çmime të reduktuara për kufje dhe aksesore të blerë në dyqanet e kompanisë.

Benefitet në punë

- Kompensim i pjesshëm i kostos së drekës, që shërbehet nga një kompani e cila bën furnizimin e ushqimit;
- Orar fleksibël i paraqitjes në punë; dhe
- Shpërblim vjetërsie në punë – ditë shtesë të përfshira në lejen vjetore për ata që punojnë në kompani prej 10 ose më shumë vitesh.

Benefite të tjera

- Pjesëmarrja në skuadrën e AMC dhe kampionate dhe aktivitete të brendshme, me qëllim balancimin e jetës profesionale dhe asaj personale të punonjësit (kampionati i volejbollit 6x6, kampionati i bowling, kampionati i ping pong-ut, etj.);
- Shërbim autobuzi për transportimin e personelit, për në punë, zyrat e kompanisë në Laprakë dhe Kashar, dhe nga puna për në shtëpi;
- Aksesit në aktivitete të ndryshme social-kulturore, përmes biletave të shpërndara me shorte; dhe
- Bashkëpunimi me shumë kompani për të siguruar trajtimin preferencial të punonjësve dhe zbritjet e veçanta ofruar atyre për produkte dhe shërbime.

Familja

- Kamp veror për fëmijët e punonjësve
- Dhuratë Krishtlindjesh për të gjithë fëmijët e punonjësve deri në moshën 12 vjeç;
- Një kupon special i fundvitit për të blerë produkte në dyqane të ndryshme;
- Ditë leje shtesë, në rast nevojash të veçanta; dhe
- Politikë fleksibël për largimin nga vendi i punës, në rast nevojash të veçanta.

Në parim, AMC jep të njëjtat benefite për të gjithë punonjësit, me ndryshime të vogla mes stafit manaxherial dhe atij jo-manaxherial.

6.6 Komunikimet e Brendshme

Komunikimi i brendshëm efektiv është thelbësor për të arritur performancë të mirë për kompaninë. AMC mban një komunikim transparent, të vazhdueshëm dhe interaktiv me punonjësit e saj, duke përdorur kanale të ndryshme komunikimi dhe duke u ofruar atyre mundësi për të marrë pjesë në aspekte të ndryshme të aktiviteteve të kompanisë.

Në vitin 2014, për të informuar punonjësit e saj, kompania:

- Përdori intranetin e saj të bërë postime dhe publikime të ndryshme;
- Dërgoi komunikime elektronike (email) për çështje të kompanisë dhe çështje të tjera; disa prej më të rëndësishmeve ishin komunikimet për Ditën e Privatësisë së të Dhënave, Ditën e Parimeve Udhëzuese, Kodin e Sjelljes, Ditën Botërore të Internetit të Sigurt, rifreskimin e imazhit të markës;
- Promovoi pesë fushata ndërgjegjësimi të ndryshme përmes Intranetit, duke përfshirë përdorimin e banderolave, konfigurimet tematike të elementëve të faqes kryesore të portalit të kompanisë dhe përmbajtjen e lidhur me fushatën, si dhe përmes posterave, fletëpalosjeve, broshurave dhe materialeve të tjera promovionale;
- Rezultatet e detajuara të Anektave Puls, iu komunikuan të gjithë punonjësve;
- U organizuan dy evente të brendshme të kompanisë;
- Gjithashtu u organizua një aktivitet i brendshëm vullnetarizimi. Numri i punonjësve të AMC që morën pjesë në këtë event ishte 35 dhe për këtë aktivitet u shpenzuan 80 orë; dhe

- Një thirrje për "Bota Jonë ti" për të vlerësuar idetë mbi iniciativat për të mbështetur mjedisin apo njerëzit në nevojë.

Të gjithë punonjësit tanë kanë akses në dokumentat e lidhur me aspekte të të drejtave të njeriut që janë të rëndësishme për operacionet e tyre. Dokumentat mund të aksesohen lehtësisht përmes Intranetit të kompanisë. Këto dokumente përfshijnë Manualin e Punonjësit, Kodin e Sjelljes së Furnitorëve, politika dhe udhëzime specifike për pozicione specifike dhe Kodin e Punës.

Politikat dhe procedurat e kompanisë të lidhura me anti-korrupsionin janë të disponueshme për të gjithë punonjësit, përmes publikimit në Intranet.

6.7 Angazhimi dhe Kënaqësia e Punonjësit

6.7.1 Angazhimi i Punonjësit

Në mjedisin e sotëm të biznesit që ndryshon me shpejtësi, bëhet gjithmonë e më e vështirë të motivosh punonjësit dhe të sigurosh rritjen dhe produktivitetin. AMC e konsideron angazhimin e punonjësve thelbësor për lidhjen e punonjësve me suksesin e kompanisë, duke u dhënë atyre ndjesinë e përkatësisë ndaj kompanisë dhe suksesit të saj, dhe duke krijuar një kulturë që mbështet dhe ndërton një markë punëdhënësi të fuqishme. Kjo mund të arrihet duke informuar vazhdimisht punonjësit rreth ndryshimeve strategjike, teknologjike dhe organizative dhe duke kërkuar mirëkuptimin dhe pjesmarrjen aktive të punonjësve.

AMC inkurajon punonjësit e saj të komunikojnë hapur. Përmes kanaleve të ndryshme, që ata mund të zgjedhin, siç janë takimet dhe prezantimet, workshop-et, memot e brendshme dhe anketimet e kënaqësisë të ngrejshme shqetësimet e tyre. Gjithashtu, punonjësit kanë në dispozicion adresa emaili specifike për të komunikuar. Të gjitha këto kanë për synim të krijojnë dhe mbajnë një mjedis pune të karakterizuar nga një kulturë komunikimi të hapur dhe dialogu.

6.7.2 Kënaqësia e Punonjësit

AMC i kushton vëmendje të veçantë opinionin e punonjësve. Ajo shpesh i mbledh, i analizon dhe i monitoron ato. Mekanizmi kryesor i përdorur nga kompania për të marrë opinionet e tyre është Anketimi për Kënaqësinë e Punonjësit që zhvillohet çdo dy vjet, dhe Anketa Puls që zhvillohet çdo vit. Anketimet janë një mekanizëm i besueshëm, ndër metodat e tjera të mbledhjes së informacionit, për ndryshime e përmirësime të mundshme dhe plane veprimesh. Rezultatet e anketimeve të punonjësve komunikohen përmes Intranetit të kompanisë dhe diskutohen në takime që mbahen në nivel organizativ njësie.

Anketa Puls

Një prej treguesve më të rëndësishëm që tregon kënaqësinë e punonjësit ndaj kompanisë, janë opinionet e mbledhura përmes Anketës Puls, që organizohet rregullisht në nivel të Grupit DT. AMC është një nga kompanitë e Grupit DT me nivelin më të lartë të pjesëmarrjes. 92% të punonjësve të AMC morën pjesë në këtë anketim dhe kënaqësia e tyre qe sërish e lartë. Këto rezultate tregojnë që tendenca në rritje e rezultateve të vitit të



kaluar vazhdon. Përqindja e kënaqësisë së punonjësit në anketimin e muajit Nëntor 2014 ishte 93%.



Një komponent tjetër që lidhet me ndërgjegjësimin e punonjësve të AMC përsa i përket të qenit pjesë e një grupi ndërkombëtar të madh është rritur në masë të konsiderueshme në 88%. Bashkëpunimi mes kolegësh përmes funksioneve të ndryshme, ndërmjet departamenteve dhe kompanive është një zhvillim tjetër pozitiv me 85% që tregon përpjekjet e tyre për bashkëpunim. Opinioni i punonjësve i dhënë në anketë shqyrtohet gjithmonë nga manaxhimi i lartë, me qëllim identifikimin dhe ndikimin në zonat që kanë nevojë për përmirësim.

Të Dhënat e Anketës Puls 2014	
Çështjet	Rezultatet
Përqindja e Pjesëmarrjes së Punonjësve	92%
Përqindja e Kënaqësisë së Punonjësve	93%
Ndërgjegjësimi për Markën e Punëdhënësit	95%
Ndërgjegjësimi për Grupin DT	88%
Bashkëpunimi me të Tjerët	85%

6.8 Arritjet e vitit 2014 dhe Objektivat për vitin 2015

Rezultatet e arritura përsa i përket objektivave për vitin 2014, publikuar në Raportin PK të vitit 2013 dhe objektivat e vëna për vitin 2015 jepen më poshtë:

Objektivat e 2014	Ecuria në 2014	Pjesa në Raport	Objektivat për 2015
Zhvillimi i një ankete për kënaqësinë e punonjësit		6.7.2	Zhvillimi i një ankete për kënaqësinë e punonjësit
Vazhdimi i zhvillimit të kulturës së vullnetarizmit të punonjësit. Organizimi i 4 veprimeve të vullnetarizmit.		6.6, 7.4	Vazhdimi i zhvillimit të kulturës së vullnetarizmit të punonjësit. Organizimi i 3 veprimeve të vullnetarizmit.

Trajnim zhvillimi për 15% të punonjësve		7.4	Trajnim zhvillimi për 15% të punonjësve
Prezantimi i aktiviteteve të reja me fokus shpirtin e skuadrës, në formën e benefiteve të punonjësit për socilaizim dhe argëtim.		6.6	Printimi dhe shpërndarja e fletëpalosjeve / broshurave mbi mbrojtjen dhe sigurinë e nxënësve të shkollave.

7 Shoqëria

7.1 Qasja e Manaxhimit

AMC e konsideron veten një anëtare aktive të shoqërisë që kontribuon në mirëqënien e saj në mënyra të ndryshme. Aktivitetet sociale të kompanisë zhvillohen në përputhje me strategjinë e saj PK dhe janë të bazuara mbi dy shtylla kryesore:

- a) **Vullnetarizmi i kompanisë**; mbështetja e punonjësve të kompanisë në aktivitetet e tyre vullnetare në komunitet; dhe
- b) **Partneritetet** me organizata të ndryshme për:
 - i. Mbështetjen e Mirëqënies dhe Zhvillimit të Fëmijëve
 - ii. Mbështetjen e Grupeve Shoqërore me Disavantazhe dhe Njerëzve me Nevoja të Veçanta
 - iii. Ofrimi i Aksesit të Njëjtë në Arsim dhe Informacion
 - iv. Lehtësimin e Pasojave të Katastrofave.

AMC përpiqet ta bëjë teknologjinë të disponueshme për ato grupe të shoqërisë pa akses në të. Një kujdes të veçantë i kushtojmë identifikimit dhe ndihmës së grupeve të kufizuara dhe në mënyrë më specifike atyre me nevoja të veçanta, duke ofruar teknologjinë e vet për të përmbushur nevojat e tyre.

Kompania merr pjesë në shumë iniciativa dhe bashkëpunon me shumë organizata, me synim përmirësimin e sa më shumë jetëve në komunitetin ku ushtron aktivitetin e vet. Në

të njëjtën kohë, me qëllim përmirësimin e manaxhimit të përgjegjshmërisë së korporatës, kompania përfshin sistematikisht mekanizma të brendshme dhe procese të kontributit social.

Mekanizmat kryesore të manaxhimit në zhvillimin e aktiviteteve për dhënien e kontributit social janë si më poshtë:

- Aktivitetet e kontributit social dizajnohen dhe implementohen nga Zyra e Çështjeve të Korporatës nën drejtimin dhe mbështetjen e Drejtorit Ekzekutiv.
- Të gjitha sponsorizimet dhe donacionet e aprovuara nga Drejtori Ekzekutiv i kompanisë shqyrtohen fillimisht nga Zyra e Pajtuëshmërisë së AMC për të verifikuar pajtuëshmërinë e tyre me rregulloret e kompanisë;
- Reagimi nga grupet e interesit në lidhje me kontributin shoqëror mblidhet nga Zyra e Çështjeve të Korporatës, gjë që prodhon edhe bazat për propozime të reja, iniciativa të reja ose ndryshime në programin aktual të PK. Kjo Zyrë është përgjegjëse edhe për mbledhjen e të gjitha të dhënave në lidhje me matjen e impaktit në shoqëri të programeve; dhe
- Suksesi i aktiviteteve të angazhimit shoqëror vlerësohet duke përdorur Treguesit Kryesorë të Performancës.

Kompania bashkëpunon ngushtë me kompanitë e tjera të Grupit DT për të shkëmbyer eksperiencat dhe praktikat më të mira përtej vendeve.

7.1.1 Arritjet Kryesore të vitit 2014

Arritjet kryesore në vitin 2014, përfshijnë aktivitetet e mëposhtme:

- Organizimin e një fushate komunikimi "Bota jonë ti" për të ftuar njerëzit të prezantojnë ide të reja, Gjashtë projekte u përzgjedhën nga 100 njerëz; dhe
- Organizimi i një fushate ndërgjegjësimi për të pastruar vijën bregdetare.

7.2 Produktet, Shërbimet dhe Ofertat Sociale

AMC kërkon mënyra për të kontribuar në përmirësimin e jetës së grupeve sociale me disavantazhe, njerëzëve me aftësi të kufizuara, dhe më tepër, përmes përdorimit të teknologjive të reja. Ofrimi i produkteve dhe shërbimeve të veçanta për këto grupe interesi, dhe mbështetja e veprimeve dhe programeve që sjellin një kontribut, përmes përdorimit të produkteve dhe shërbimeve të telekomunikacionit.

7.2.1 Njerëzit me Nevoja të Veçanta, të Moshuarit dhe Grupet Shoqërore me Disavantazhe

AMC bën përpjekje të konsiderueshme për të garantuar që njerëzit me nevoja të veçanta të kenë akses në teknologji dhe shërbimet e komunikimit celular, duke u dhënë atyre mundësinë të gëzojnë benefitet që sjellin këto shërbime. Kompania e bën këtë përmes teknologjisë, shërbimeve dhe zbritjeve në çmime:

Telefona Celularë të Veçanta

AMC ofron aparate celulare të dizenuara posaçërisht për të moshuarit dhe personat me problem shikimi, me çmime shumë të ulta. Këta telefonë u janë dhënë të moshuarve përmes dyqaneve në zotërim të AMC-së.

Plane Tarifore të Veçanta

Kompania ofron zbritje prej 66% në tarifën e pajtimit mujor për anëtarët e Shoqatës Shqiptare të të Verbërve.

Mesazhet Zanore

Ky shërbim u ofron njerëzve me probleme shikimi aftësinë për të manaxhuar mesazhet e tyre me lehtësi. Përmes teknologjisë së identifikimit zanor, përdoruesit janë në gjendje të dëgjojnë dhe t'i përgjigjen e-maileve të tyre, duke dhënë komanda zanore (falas), si dhe dëgjimin me altoparlant të emaileve në postën e tyre. Në të njëjtën kohë, ata mund të përcjellin tek të tjerë, ose të fshijnë mesazhet.

7.2.2 Studentët

Kompania vazhdon t'u ofrojë studentëve akses të lehtë në mjete të ndryshme komunikimi për zhvillimin e tyre, nga të cilët më kryesorët janë:

- Shpenzime komunikimi të reduktuara për studentët, me oferta speciale dhe dhurata unike. Studentët mund të zgjedhin mes ofertave të programeve tarifore What's Up, Cost Control dhe atyre për Internetin në Celular;
- Lidhje broadband me çmime shumë të leverdisshme dhe me zbritje. Shumë prej tyre kanë përfituar nga ofertat dhe zbritjet e ofruara nga kompania; dhe
- Dhurimi i kompjuterave dhe pajisjeve të tjera të teknologjisë për shkollat dhe organizatat jofitimprurëse.

7.2.3 Linjat e Publike të Emergjencës, Shërbimet dhe Ofertat

Në vitin 2014, AMC vazhdoi të ofrojë thirrje pa pagesë për të gjithë abonentët e saj në raste emergjencash përmes përdorimit të numrave të shkurtër publikë të emergjencave

Shërbimi i donacionit përmes numrave të shkurtër

Me qëllim mbështetjen e institucioneve dhe organizatave jofitimprurëse, AMC ofron kode 5-shifrore të aktivizuara ekskluzivisht për kontribute bamirësie. Përdoruesit fundorë dërgojnë SMS me një tekst dhe tarifohen për donacionin e tyre nga llogaria bankare e tyre. Në fund të periudhës, paratë transferohen tek institucioni përfitues.

7.3 Kontributi Shoqëror

AMC vazhdoi të promovojë dhe të angazhohet në aktivitete të kontributit shoqëror në përputhje me nevojat e komuniteteve ku ajo operon. Kompania gjithashtu ka mbështetur dhe bashkëpunuar me shumë organizata me përvojë në mbështetje të fëmijëve dhe njerëzve në nevojë. Përmes këtyre aktiviteteve, kompania synon të përmbushë përgjegjësitë e saj sociale si "qytetarë të mire" që kontribuon me zgjidhje të shumta në dobi të komuniteteve dhe të vendit. Zonat strategjike ku AMC fokusoi kontributin e saj social ishin:

- Mirëqënia dhe Zhvillimi i Fëmijëve;
- Aksesit të Njëjtë në Arsim dhe Informacion;
- Mundësi të Barabarta për Grupet me Disadvantazhe; dhe
- Lehtësimi i Pasojave të Katastrofave Natyrore.

Në vitin 2014, AMC prezantoi një fushatë komunikimi "Bota jonë ti" për të ftuar njerëzit të prezantojnë ide mbi projekte sociale të cilat më pas do të financoheshin nga AMC. Kushdo mund të dërgonte një aplikim të thjeshtë në mënyrë elektronike vetëm në pak minuta. Fushata u organizua përmes mjeteve të ndryshme të komunikimit, medias së shkruar dhe asaj elektronike. Rreth 100 aplikime erdhën nga e gjithë Shqipëria, të cilat ishin kryesisht të fokusuar në zgjerimin e hapësirave të gjelbërta dhe përfshirjen sociale të grupeve në disavantazh. Prej tyre, u përzgjedhën 15 projekt idetë më të mira për një vlerësim final para një grupi ekspertësh mjedisor, të shoqërisë civile dhe përfaqësuesve të AMC-së, të cilët përzgjedhën fituesit. Çdo pjesmarrës në ceremoni, bëri një prezantim të projektit përpara jurisë dhe konkurrentëve. Të gjitha idetë u publikuan në faqen zyrtare të internetit të AMC, ku të gjithë të mund të votonin për projektin e tyre të preferuar. Gjashtë projektet në vijim u përzgjedhën për zbatim nga AMC:

- Ndërtimi i një "Një lagje, një park multifunksional" i cili synon të shndërrojë një hapësirë të dëmtuar në një park për komunitetin;
- Ndërtimi i një fushe sportive për shkollën e mesme "Muharrem Çollaku" në Pogradec;
- Ndërtimi i një sheshi sportiv dhe një zone të gjelbër në Lushnjë;
- Ndërtimi i një Këndi Lojrash për Fëmijë në një fermë eko-sociale në Shkodër, e cila përfshinte gjithashtu njerëzit me nevoja të veçanta;
- Zhvillimi i një edukimi mjedisor për adoleshentët dhe riciklimi të mbetjeve në Bathore, Kamëz; dhe
- Rehabilitimi i dymijë metrave katror kopësht për nxënësit e shkollës "Vasil Sota" në Fier dhe banorët e komunitetit përreth.

7.3.1 Mbështetje e Mirëqënies dhe Zhvillimit të Fëmijëve

SMS of Love

Nga SMS-të e dërguara gjatë festimeve të Vitit të Ri 2014, si pjesë e Projektit SMS e Dashurisë, AMC i dhuroi një pajisje ekokardiografie Spitalit Pediatrik të Tiranës. Makinaria e re do të shërbejë për vlerësimin e shëndetit të përgjithshëm të zemrës së fëmijëve që nga lindja e deri në moshën 15 vjeç. Njësia e Ekokardiografisë është përgjegjëse për manaxhimin e 3,000 vizitave të pacientëve në vit, përfshirë fëmijët nën trajtim nga vendet fqinje.

7.3.2 Mbështetja & Mundësimi i Aksesit të Njëjtë në Arsim & Informacion

Mbështetja e Institucioneve Publike me Pajisje të TI

AMC dhuroi gjashtëdhjetë pajisje elektronike me parametra moderne për disa institucione arsimore dhe shëndetësore në vend. Kjo iniciativë u zhvillua në kuadrin e projekteve në vazhdim që AMC ka ndërmarrë gjatë viteve për të ndihmuar zhvillimin teknologjik dhe integrimin e këtyre institucioneve. Më specifikisht, kompania dhuroi:

- Dhjetë kompjutera të rinj me parametra të lartë teknologjik dhe dhjetë makineri faksi dhe aparate telefonik celular për "Universitetin Agrikulturore të Tiranës";
- Gjashtë kompjutera dhe tetë makineri faksi dhe aparate celulare për "Muzeun Kombëtar";

- Dhjetë kompjutera për "Qendrën Spitalore Universitare "Nënë Tereza", Tiranë; dhe
- Gjashtë kompjutera për Shkollën "28 Nëntori" në Laprakë për të ndihmuar në përmirësimin e kushteve mësimore.

Programi i Bursave të Shkollës Agrare Amerikane të Selanikut

Një student i shqiptar iu dha një bursë studimi një-vjeçare në Shkollën Agrare Amerikane të Selanikut në Greqi.

Programi i Bursave të Universitetit të Akademisë së Biznesit

Dy bursa u dhanë për dy studentë, që studiojnë Universitetin e Akademisë së Biznesit në Tiranë, për të marrë pjesë në programin Fastip.

Programi i Bursave të Universiteteve Publike Shqiptare

AMC ofroi 20 bursa për studentët e universiteteve, që studiojnë në Universitetet Publike Shqiptare, me kusht ruajtjen e rezultateve të larta akademike.

Programi i Praktikës së Punës

AMC bashkëpunon me universitetet dhe mbështet studentët para diplomimit duke mundësuar që ata të bëjnë praktikën e punës në AMC. Studentët punojnë në departamente të ndryshme, që lidhen e fushën e studimit të tyre, për 3-4 javë. Në vitin 2014, 20 studentë kryen praktikën e tyre të punës në AMC.

Konferencat dhe Forumet

AMC mbështeti forumin e parë në Shqipëri të quajtur "Smart City", i cili u zhvillua në Durrës. Forumi kishte për synim të mblidhte dhe të shkëmbente ide, përvojë dhe praktikën më të mirë ndërkombëtare, që do të shkrihet me vizionin e qyteteve inteligjente për një zhvillim bashkëkohor.

AMC gjithashtu mbështeti komunitetin e ndërmarrësve të rinj të quajtur "Startup Grind", për organizimin e aktiviteteve të përmuajshme mes të rinjve me ide novatore dhe investitorëve, themelues të kompanive më të suksesshme në Shqipëri. Këto aktivitete u organizuan në formën e forumeve për të ndarë me komunitetin "Startup Grind" përvojat e tyre dhe për të diskutuar mënyrën e duhur për të ndërtuar një biznes në Shqipëri.

Shërbimet Shëndetësore

Në përpjekje për të kontribuar në përmirësimin e shërbimeve shëndetësore të grupeve sociale në nevojë, AMC në bashkëpunim me Ministrinë e Shëndetësisë, siguroi për tre klinika shëndetësore publike në zona të thella të Veriut të Shqipërisë pajisjet mjeksore të nevojshme si dhe një infrastrukturë TI për të mbajtur një bazë të dhënash plotësisht funksionale dhe të detajuar të pacientëve të tyre, duke iu dhënë atyre mundësinë të lidhen në kohë reale me spitale më të specializuara në rajon, në raste emergjencash.

7.3.3 Mbështetja e Grupeve Shoqërore me Disavantazhe dhe Njerëzve me Nevojë të Veçanta

Turneu i Fundvitit

Duke vënë re se shërbimet e telefonisë celulare reduktojnë ndjenjën e izolimit që të moshuarit ndiejnë, AMC në Ditën e Vitit të Ri, u ofroi rezidentëve të Qendrës së të Moshuarve në Tiranë dhe njerëzve që vizitojnë shpesh Qendrën Ditore të të Moshuarve në Tiranë aparate celulare falas së bashku me kartat SIM dhe kohë bisedore falas për të shijuar benefitet e telekomunikacionit.

Mbështetja e Institucioneve të Veçanta

AMC mbështeti iniciativën e Fondacionit të Sindromës Down Shqipëri, e para organizatë që kujdeset për fëmijët me Sindromën Down në Shqipëri. Kompania dhuroi të gjithë infrastrukturën TIK – dhe ekspertizën e nevojshme teknike – për qendrën e sapo-themeluar të Fondacionit. Është falë këtij kontributi që punonjësit e specializuar të kësaj qendre mund të konsultojnë zhvillimet më të fundit në botë dhe të kryejnë aktivitetet e tyre të përditshme në mënyrë që ti sjellin sa më shumë dobi pacientëve të rinj. Përveç kësaj, AMC mbuloi shpenzimet për trajtimet terapeutike të nevojave për fëmijët e mirëpritur nga Qendra për një periudhë 6-mujore. Kjo ishte pjesë e fushatës on-line të ndërgjegjësimit "#AMCDSA", dhe të cilës iu bashkuan qindra mijëra përdorues të rrjeteve sociale duke shoqëruar postimet e tyre me këtë hashtag.

Përveç kësaj, AMC mbështeti të njëjtën organizatë për të organizuar ecjen sensibilizuese "Buddy Walk Tirana" me temën "Eja të kesh një shok për kokë përkrah teje". Ecja filloi tek Materniteti "Mbretëresha Geraldinë" dhe përfundoi tek Parku Rinia. Aktivitetet sensibilizuese vazhduan më tej me një koncert, barbeque dhe argëtime për fëmijë.

7.3.4 Promovimi i Artit dhe Kulturës

Tetori Gjerman

AMC mbështeti edicionin e shtatë të "Tetorit Gjerman" në Tiranë, që përfshinte koncerte të muzikës rock dhe asaj klasike, teatër, poezi dhe lexime letërsie, ekspozita, etj

Koncerte

AMC mbështeti eventin "Shqipëri-Kosovë, 15 vite më vonë...", një event i organizuar pesëmbëdhjetë vjet pas Eksodit.

7.3.5 Mbështetja për Mjedisin

Konkursi i Fotos në Ditën e Tokës

AMC zhvilloi një fushatë sensibilizuese duke adresuar mbi 450,000 përdorues në rrjetin social Facebook. Kjo fushatë u fokusua në konkursin e titulluar "Dita e Tokës 2014" me foto nga mjedisi dhe natyra Shqiptare. Qëllimi kryesor ishte të rriste sensibilizimin publik në mbrojtje të mjedisit. Konkursi u organizua në faqen zyrtare të AMC-së në Facebook, ku gjatë 5 ditëve u dërguan nga faqja e Miqve të AMC-së në Facebook, shumë foto të bëra në Shqipëri. Në këtë konkurs u përzgjedhën mbi 200 foto nga natyra Shqiptare dhe në "Ditën e Tokës 2014" u përzgjedhën 10 fotot fituese të cilat morën pëlqimet më të shumta duke votuar në profilin zyrtar në Facebook. Fituesve iu dhanë çmime, si paketat AMC Green. Fotot fituese të cilat morën "pëlqimet" më të shumta ishin për peisazhe të ndryshme të Shqipërisë.

Konkursi i Ideve të Gjelbra

Në 2014, AMC mbështeti Partnerët në Shqipëri në organizimin e konkursit rajonal të quajtur Filantropia e Gjelbër, që synonte të angazhonte komunitetet lokale dhe palët e interesuara në reduktimin e efekteve negative në mjedis.

Konkursi që i hapur për të gjitha organizmat e shoqërisë civile, sipërmarrjet sociale dhe ato të biznesit që identifikojnë, përzgjedhin dhe pastaj implementojnë idetë për një mjedis më të gjelbër. Një prej ideve të projektit fitues ishte "Pamje e Gjelbër, Kala m'Kala" i cili synonte në promovimin e turizmit përmes turesh çiklistike në qytetin e Shkodrës, dhe që u financua nga AMC.



Fushatë sensibilizuese për pastrimin e vijës bregdetare të vendit

Green Line dhe AMC lançuan një fushatë sensibilizuese gjatë vijës bregdetare të vendit. Dy javët e fushatës që u quajtën "Green Tour" kishte për synim jo vetëm ndërgjegjësimin, por edhe të vizituarit dhe rritjen e njohurisë për situatën aktuale të ndotjes përgjatë zonave bregdetare.

Për promovimin e fushatës "Green Tour" u zhvilluan shumë tavolina të rrumbullakëta me autoritetet lokale, në mënyrë që të kishte mbështetje dhe të kryhej një plan i koordinuar për pastrimin e plazheve. Mijëra vullnetarë morën pjesë në aktivitetet pastruese në Maj të 2014, përgjatë të gjithë vijës bregdetare Shqiptare. Kësaj iniciative iu bashkuan si vullnetarë edhe 35 punonjës të AMC-së.

7.4 Arritjet e vitit 2014 dhe Objektivat për vitin 2015

Rezultatet e arritura në lidhje me objektivat sociale të vitit 2014, siç edhe janë publikuar në Raportin PK të vitit 2013 dhe objektivat për vitin 2015, jepen më poshtë:

Objektivat e 2014	Progresi në 2014	Seksioni në Raport	Objektivat për 2015
Dhënia e bursave për 10 studentë të Universiteteve Shqiptare		7.3.2	Mbështetja ose rehabilitimi i një qendre shëndetësore
Ofrimi i praktikës së punës për të paktën 20 studentë që studiojnë në Universitetet Shqiptare		7.3.1	Ofrimi i praktikës së punës për të paktën 20 studentë që studiojnë në Universitetet Shqiptare
Kryerja e një fushate ndërgjegjësimi për të mbështetur fëmijët në nevojë dhe për të mbledhur fonde për organizatat që u ofrojnë mbështetje fëmijëve.		7.3.2	Kryerja e një konkursi për projekte /ide novatore
Mbështetja financiare e ideve të gjelbra novatore në Çmimet e Gjelbra		7.3.5	Mbështetja financiare e ideve të gjelbra novatore në Çmimet e Gjelbra dhe

	Konkurset e Gjelbra
	Ofrimi i aksesit në internet për nxënësit në të paktën 3 shkolla të zonave të thella
	Organizimi i një fushate sensibilizuese në mbështetje të fëmijëve në nevojë

8 Mjedisi

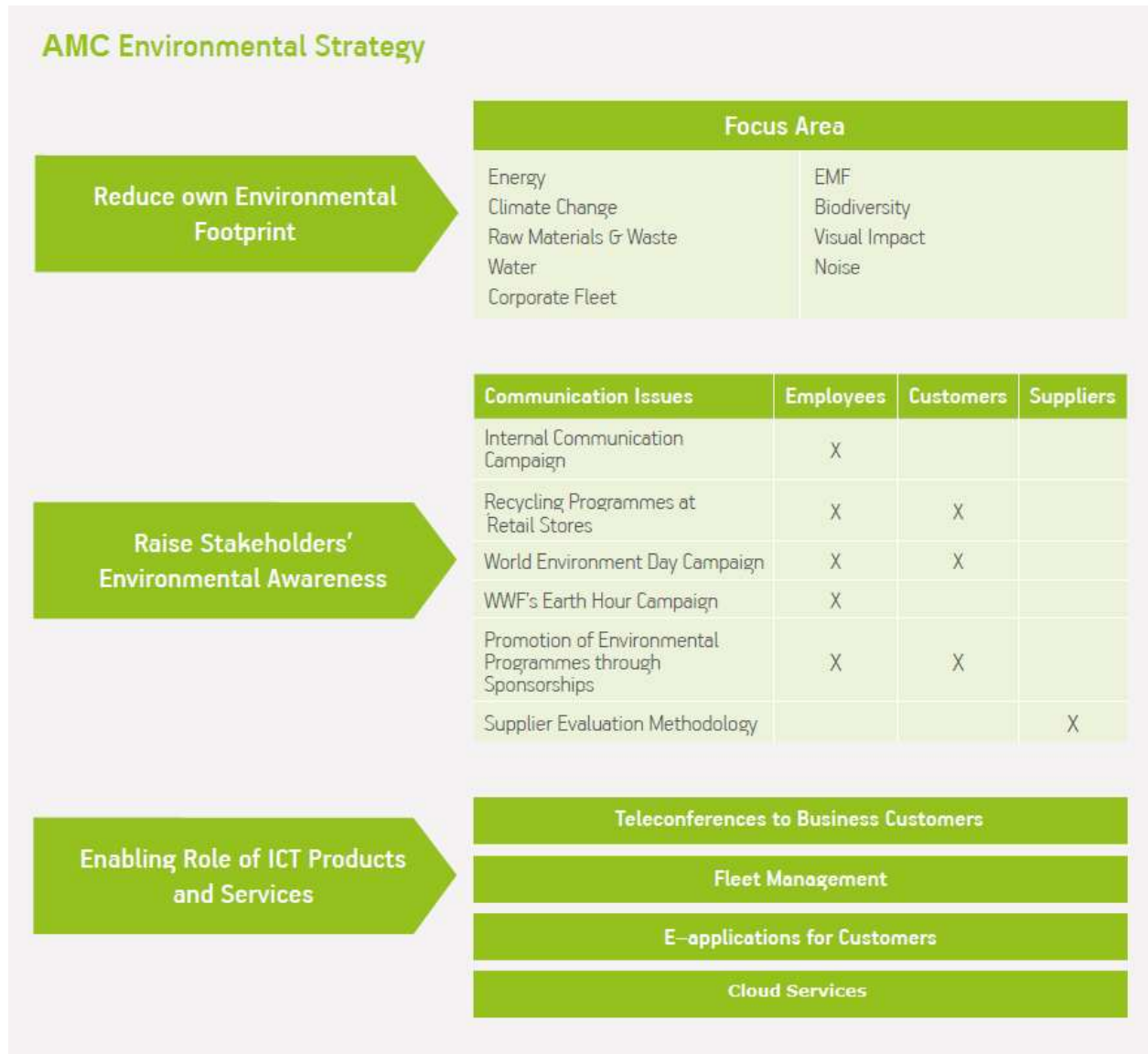
8.1 Qasja e Manaxhimit

AMC është e vetëdijshme se edhe pse kompanitë që ofrojnë shërbime telekomunikacioni përgjithësisht konsiderohen si subjekte që nuk kanë impakt të lartë mjedisor në krahasim me shumë industri të tjera, ato që kanë një rol drejtues duhet të konsiderojnë gjurmën e tyre mjedisore në të gjitha aktivitetet e tyre operacionale dhe t'i kombinojnë ato me rritje të vazhdueshme financiare. Përveç përpjekjeve të kompanisë drejt përmirësimit të gjurmës së tyre mjedisore, Teknologjitë e Informacionit dhe Komunikimeve ofrojnë mundësi të shumta për kompani dhe sektorë të tjerë për një përdorim më të mirë të mjedisit dhe burimeve të energjisë.

Veprimet specifike të ndërmarra nga AMC synojnë të reduktojnë ndikimet në mjedis dhe të ofrojnë zgjidhje teknologjike (produkte dhe shërbime) të fokusuara tek individit, kompanitë dhe sektorët që jo vetëm përmirësojnë produktivitetin por paralelisht mësojnë ndikimin mjedisor dhe rrisin ndërgjegjësimin për më shumë përgjegjshmëri ndaj mbrojtjes së mjedisit.

Për AMC, dhe kompanitë e tjera, është hartuar një politikë mjedisore e integruar dhe një skemë manaxhimi. Ajo gjithashtu përfshin Sistemet e Manaxhimit Mjedisor (EMS), e çertifikuar nga një institucion i akredituar i pavarur sipas standartit ISO 14001:2004.

Përmes këtij sistemi EMS, AMC analizon të gjitha aktivitetet, produktet dhe shërbimet referuar kërkesave të zbatueshme legislative dhe ndikimin e tyre dhe ndikimin e tyre në mjedis, si dhe të përmirësojnë vazhdimisht performancën e tyre mjedisore duke vendosur objektiva, duke përcaktuar nivelin e Treguesve Kryesorë të Përformancës (KPI-të) dhe duke ndërmarrë veprime kost-efektive.



Që nga viti 2011, AMC ka krijuar dhe përdorur markën ambjentaliste "AMC Green". AMC Green është streha përfshirëse e të gjitha aktiviteteve ambjentaliste të kompanisë dhe është në të njëjtën linjë me strategjinë afatgjatë të AMC për mbështetjen e mjedisit dhe inkorporimit të saj në aktivitetet e përditëshme të kompanisë. Koncepti AMC Green lidhet me përdorimin eficient të resurseve, duke reduktuar pajisjet e telekomunikacionit, duke optimizuar pajisjet për përdorim sa më të ulët të energjisë dhe shërbimeve të telekomunikacionit në një mënyrë miqësore me mjedisin.

8.1.1 Politika Mjedisore

AMC është e përkushtuar të mbrojë mjedisin siç edhe deklarohet në politikën për Cilësinë, Shëndetin, Sigurinë dhe Mjedisin. Kjo politikë vendos prioritetin më të lartë manaxherial në aktivitetet e lidhura me ruajtjen e mjedisit. Kjo politikë rishikohet çdo vit dhe merr në konsideratë sfidat mjedisore aktuale dhe ato potenciale.

Politika mjedisore është një set parimesh që konturon misionin e kompanisë për të manaxhuar efektet në mjedis të njerëzve, aktivitetëve dhe operacioneve të saj, dhe ndihmon në vënien në zbatim të angazhimeve të saj mjedisore. Kohët e fundit, ajo është përfshirë në politikën e integruar të manaxhimit, që detajohet më poshtë:

Politika e AMC-së për Cilësinë, Shëndetin, Sigurinë dhe Mjedisin

Ne, në AMC, të frymëzuar nga VIZIONI, MISIONI dhe PRIORITETET tona STRATEGJIKE, përpiqemi gjithmonë të përmirësojmë filozofinë e suksesshme të orientimit ndaj klientit, të ruajmë pozicionin konkurrues në treg si dhe të ofrojmë vazhdimisht produkte dhe shërbime të avancuara teknologjiksht. Si një kompani e përgjegjshme, ne kemi për qëllim të përcjellim vlera tek të gjitha palët që punojnë me ne, dhe besojmë se cilësia, siguria e shëndeti, dhe mjedisi përbëjnë çështje të rrënjosura thellë në kulturën e kompanisë sonë. Në këtë kontekst, ne synojmë që sjellja e manaxhimit të lartë kompanisë tonë të shërbejë si një model për t'u ndjekur.

Duke synuar Ekselencën e Biznesit, ne jemi të vendosur të:

- Përmirësojmë në mënyrë të vazhdueshme operacionet dhe performancën e kompanisë duke vendosur, monitoruar dhe rishikuar objektivat e vendosura me qëllim arritjen e tyre dhe ku është e mundur, tejkalimin e pritshmërive të të gjitha palëve që punojnë me ne.
- Veprojmë me largpamësi dhe në përputhje me kërkesat e parashikuara nga legjislacioni në fuqi, madje edhe i tejkalojmë ato, aty ku mundemi.
- Kërkojmë nga personeli, kontraktorët dhe furnitorët tanë, të marrin pjesë në mënyrë aktive në arritjen e objektivave tona, në lidhje me cilësinë e operacioneve, shëndetin dhe sigurinë në punë, dhe mbrojtjen e mjedisit, duke zbatuar të gjitha programet dhe rregulloret e vendosura.
- Përpiqemi të ndërmarrim qasje novatore për operacionet, produktet dhe shërbimet tona, duke adoptuar qasje parandaluese për të reduktuar impaktin tonë dhe ndotjen në mjedis, dhe duke shmangur plagosjet e mundshme dhe problemet shëndetësore të personelit tonë, partnerëve dhe publikut në përgjithësi.
- Informojmë publikun, personelin dhe të gjitha palët e interesit lidhur me çështjet e cilësisë, mjedisore, si edhe ato lidhur me sigurinë dhe shëndetin në punë.
- Në mënyrë vullnetare, ne synojmë të mbrojmë publikun nëpërmjet parimeve dhe rekomandimeve të pranura në Politikën EMF (Fusha Elektromagnetike), duke përfshirë transparencën, informimin, pjesëmarrjen dhe promovimin e shkencës, dhe
- Zbatojmë plotësisht kërkesat e Sistemit të Manaxhimit të Integruar që kemi implementuar dhe në mënyrë të vazhdueshme të përmirësojmë efikasitetin e tij.

Dimitrios Blatsios,

Drejtori Ekzekutiv

8.1.2 Manaxhimi i Mjedisit

Aspektet e manaxhimit mjedisor mbikëqyren nga Drejtori Ekzekutiv. Për t'a ndihmuar atë është ngritur një Komitet Drejtues në kuadrin e Sistemit të Manaxhimit të Integruar (Cilësia, Shëndeti dhe Siguria, dhe Mjedisi).

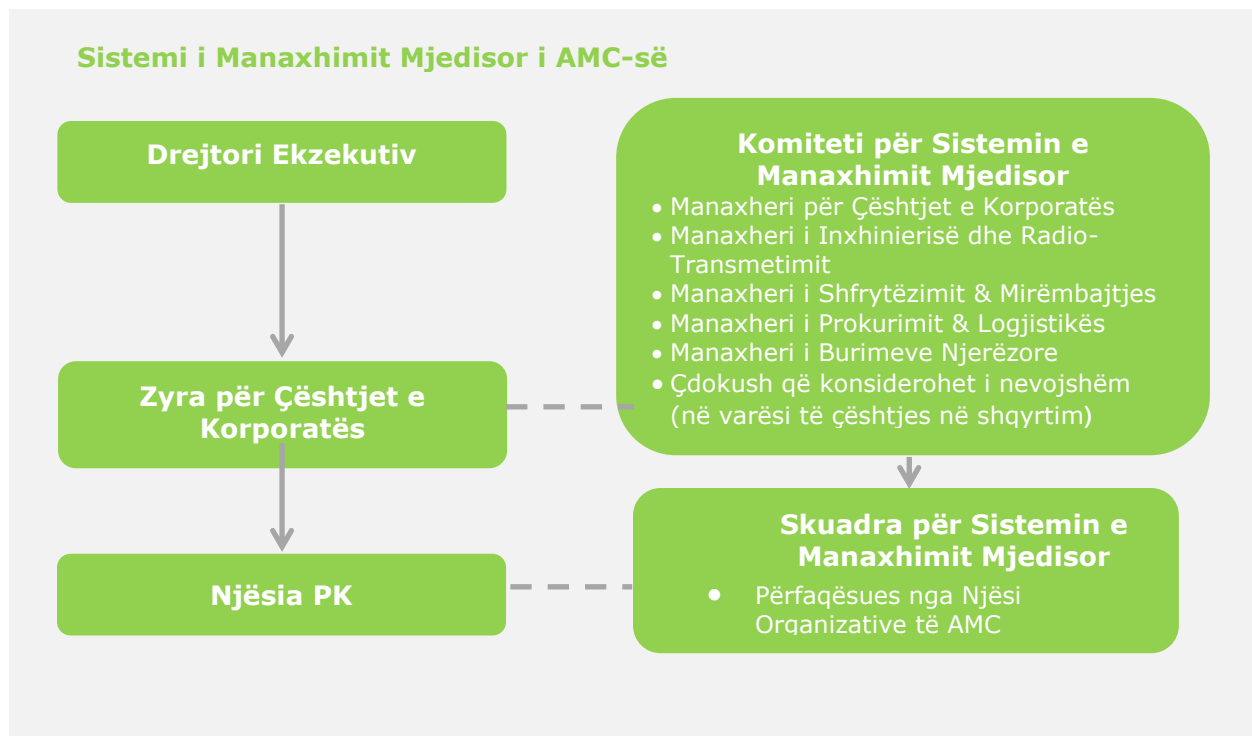
Në Komitetin Drejtues për Sistemet e Integruara bëjnë pjesë manaxherë nga departamente, operacionet e të cilave kanë efekt më të madh në mjedis, dhe një Skuadër Manaxhimi

Mjedisor, që përbëhet nga ekspertë kyçë që merren me çështjet e mjedisit. Që të dy, edhe Komiteti Drejtues për Sistemet e Integruara dhe Skuadra e Manaxhimit Mjedisor janë të angazhuar fuqishëm në implementimin e programeve mjedisore dhe koordinojnë punën e punonjësve të tjerë (jo anëtarë skuadre) për arritjen e synimeve dhe objektivave të vëna paraprakisht

Manaxheri për Çështjet e Korporatës në AMC është emëruar si Kryetari i Komitetit Mjedisor, dhe manaxherët e departamenteve të tjera kanë rolin e anëtarëve të Komitetit Mjedisor. Komiteti mbështetet nga Skuadra e Manaxhimit të Mjedisit me anëtarë nga njësitë organizative përkatëse të AMC

Përgjegjësitë e Komitetit, në lidhje me EMS, përfshijnë, ndër të tjera, aprovimin e dokumentacionit për EMS, përfshirë Treguesit Kryesorë të Performancës dhe objektivat e vëna, si dhe programet mjedisore për arritjen e këtyre objektivave/synimeve, rezultatet e auditit për EMS, rezultatet e performancës së EMS, opinionit/ankesat e klientëve dhe punonjësve, rishikimet periodike dhe veprimet për ndjekjen e ecurisë nisur nga rishikimet paraardhëse të EMS nga manaxhimi dhe përmirësime që konsiderohen të nevojshme për rritjen e efektivitetit të tij.

Për më tepër, anëtarët e Skuadrës së Manaxhimit të Mjedisit, monitorojnë vazhdimisht implementimin e programeve mjedisore, identifikojnë aspektet mjedisore të aktiviteteve, dhe propozojnë verpimet korigjuese për përmirësim, dhe analizojnë të dhënat e nevojshme për të përcaktuar performancën mjedisore të kompanisë.



8.13 Arritjet Kryesore në vitin 2014

Pikat më të rëndësishme të arritjeve kryesore lidhur me performancën mjedisore për 2014 janë si më poshtë :

- Kalimi me sukses në 2014 i auditimit të jashtëm për çertifikimin ISO 14001:2004;
- Pjesmarrja në strategjinë e Grupit DT për ndryshimin e klimës, të miratuar nga Bordi Manaxhues i DT në 2013. Vendimi i miratuar vendos një objektiv për Grupin DT në lidhje me reduktimin e emetimeve të CO2 me 20% deri në 2020. Pavarësisht të zgjerimit domethënës të rrjetit të Grupit OTE dhe COSMOTE (Modernizimi i Rrjetit, implementimi i teknologjisë së Re LTE, etj.), vendos si një objektiv kryesor, kalimin drejt një rrjeti më efikas në lidhje me energjinë duke çuar në reduktimin e emetimit të CO2. Për këtë qëllim, dhe me synim kontributin në arritjen e objektivit të miratuar të DT, janë planifikuar veprime specifike të cilat implementohen në baza të përvitshme; dhe
- Përpjekjet për të siguruar se aktivitetet e AMC-së janë në pajtueshmëri të plotë me legjislacionin mjedisor dhe minimizojnë çdo gjobë/penalizim shoqëruar si dhe sanksionet jo-monetare të vendosura. Për vitin 2014 AMC nuk ka patur asnjë gjobë/penalizim apo sanksion jo-monetar (lidhur me mjedisin).

8.2 Prioritetet në Trajtimin e Ndikimeve Mjedisore të Aktiviteve të AMC-së

Çertifikimi ISO 14001:2004, bazuar në sistemin e manaxhimit mjedisor të AMC-së ofron një instrument të duhur për të identifikuar dhe kontrolluar ndikimin mjedisor të kompanisë dhe përmirësimin e vazhdueshëm të performancës së saj mjedisore. Ai mbulon të gjitha fushat e nevojshme si trajnimin, manaxhimin e regjistrimeve, inspektimet, objektivat dhe politikën.

Si pjesë të procesit të planifikimit kompania ka ekzaminuar të gjithë aspektet mjedisore që kanë një ndikim negativ në mjedis dhe ka përcaktuar aspektet që janë më domethënëse dhe ato që janë më pak të rëndësishme bazuar në kriteret e njohura dhe që konsiderohen si të rëndësishme në sektorin e telekomunikimeve. Mbi këto baza, kompania ka hartuar programe që konsistojnë në një plan veprimi, role dhe përgjegjësi, afate kohore për t'i adresuar ato dhe objektiva për të trajtuar aspektet e identifikuara mjedisore.

Gjatë vitit të fundit, AMC rivlerësoi ndikimin e aktiviteteve të veta duke shqyrtuar ndikimin mjedisor në tre skenare të ndryshme: në situata normale, jo-normale dhe emergjente. Në këtë ushtrim, AMC ftoi përfaqësues nga abonentët e saj dhe komuniteti për të marrë pjesë si në sigurimin e transparencës dhe rritjen e ndërgjegjësimit mjedisor mes palëve kryesore të interesit.

Kompania është përkushtuar të trajtojë aspektet e mëposhtme, mbështetur në rëndësinë që ato kanë në aktivitetin dhe operacionet e saj. Performanca e programeve të implementuara mjedisore tregon më tej arritjet e AMC-së në ruajtjen e mjedisit. Në vitin 2014, AMC prezantoi dy programe mjedisore për të monitoruar konsumin e burimeve natyrore, që do të thotë karburanti dhe uji, në mënyrë që të jetë në gjendje të vendosë objektiva INTELIGJENTE për vitet në vazhdim.

Aktiviteti	Aspektet Mjedisore	Përfshirja në SMM	Reagimi
------------	--------------------	-------------------	---------

	Energjia	Po	8.5.2
Rrjeti Celuar	Mbetjet Teknike	Po	8.6.2
	FEM	Jo	8.7
Asistenca e Operacioneve të Telekomunikacionit	Energjia	Po	8.5.1
	Mbetje të Rrezikshme	Po	8.6.1
Zyrat, Dyqanet, Magazinat	Energjia	Po	8.5, 8.5.3
	Mbetjet e Zyrave (Letra)	Po	8.6.3
	Largimi i Mbetjeve	Po	8.6.3
	Uji	Jo	8.8.1
	Riciklimi Celular	Jo	
Automjetet	Energjia	Jo	8.5.2, 8.5.4

8.3 Telekomunikacion për Mjedisin

Teknologjia e Informacionit dhe Komunikimeve (TIK) ka ndryshuar në mënyrë të ndjeshme shoqërinë tonë gjatë viteve të fundit. Tashmë është fakt se avantazhet e TIK kanë ndryshuar konceptet themelore globale të lidhjeve komunikuese, komunitetit dhe kapacitetit për të mësuar. Edhe pse efektet e saj në jetën tonë të përditshme janë shumë të dukshme, ato kanë edhe disa efekte negative në mjedis ose pa dyshim që mund të kenë një performancë më të mirë mjedisore dhe të lejojnë rritjen për shumë sektorë të ekonomisë.

Raportet e Unionit Ndërkombëtar të Telekomunikacioneve (ITU) tregojnë se burimet në kryqëzimin mes TIK dhe fushave të ndryshimit klimatik kanë mbuluar gjërësisht potencialin e TIK në reduktimin e emetimeve Gazrave të Efektit Serë (GHG) dhe në arritjen e efikasitetit energjitik, rolin e tyre në paralajmërimin e hershëm dhe manaxhimin e rreziqeve ndaj kotastrofave, dhe dukshëm kontributin e tyre në adaptimin brenda mjedisit lehtësisht të cënueshëm. Këto analiza sugjerojnë se, ndërsa emetimi i gjeneruar nga sektori TIK përbën rreth 2% dhe 3% të emetimit global, efektet pozitive në lehtësimin e ndryshimit klimatik, monitorimi dhe përshtatja mbartin një potencial më të madh.

Revolucioni i TIK po nxit akoma më shumë ide novatore nga ato që mund të imagjinoheshin më parë, duke çuar në një potencial më të madh për të ndërprerë emetimet e Gazrave të Efektit Serë, dhe në një gjurmë më të vogël TIK. Një studim "SMARTer 2020" i kryer nga Iniciativa Globale e-Sustainability (GeSI) vlerësoi se:

- Gjurma mjedisore e sektorit TIK projektohet për të arritur në 1.27 Gt CO₂ p.sh., deri në 2020;
- Potenciali i pakësimit që mundësohet përmes përdorimit të aplikacioneve TIK në sektorë të ndryshëm të ekonomisë është 7 herë më i lartë (9.1 Gt CO₂ eq);
- Shfrytëzimi i këtij potenciali mund të arrijë deri në US \$1.9 trilion kursime për konsumatorët dhe bizneset; dhe
- Si rezultat, do të krijoheshin 29.5 milion vende pune në të gjithë botën.

Të kuptuarit e potencialit që mundësohet nga produktet dhe shërbimet TIK bëhet thelbësor. Ndërsa objektivi për të mbajtur temperaturën globale rritet nën 2°C krahasuar me nivelet para-industriale, kërkon që të bëhen përpjekje shtesë, dhe janë miratuar reduktime prej 80-95% deri në 2050 nga vendet e zhvilluara. Bashkimi Europian (BE) ka vendosur si objektivin e vet reduktimin e emetimeve të gazrave serë GHG me 20% në 2020, me synimin për të shkuar drejt një reduktimi të mëtejshëm prej 30%, si pjesë e një përpjekje të miratuar globale. Nga Tetori 2014, Këshilli Europian nënshkroi një objektiv detyrues të BE-së për një reduktim vendas prej të paktën 40% në emetime të garave serë deri në 2030 krahasuar me vitin 1990.

Reagimet e sektorit TIK ndaj ndryshimit klimatik përfshijnë veprime që kanë për synim reduktimin e efekteve (p.sh., duke reduktuar emetimet në sektor, dhe duke ushqyer efikasitetin energjetic në sektorë të tjerë), duke monitoruar tendencat klimatike (p.sh. përmes marrjes, përpunimit, prezantimit dhe përhapjes së të dhënave nga TIK) dhe përshtatjes ndaj ndikimeve të saj (p.sh. duke ndihmuar në reduktimin e cenueshmërisë të sektorëve të ndryshëm, duke forcuar punën në rrjet, vendim marrjen dhe aksesin në burime për të sjellë përshtatje).

AMC ka qënë mjaft aktive duke marrë pjesë dhe duke ndërmarrë iniciativa të ndryshme për mbrojtjen e mjedisit. Detajet e këtyre aktiviteteve jepen në nën-kapitujt e mëposhtëm – Manaxhimi i Përdorimit të Energjisë dhe Trajtimi i Ndryshimit Klimatik, Përmirësimi i Efikasitetit të Energjisë dhe Reduktimi i Emetimeve, Përdorimi i Burimeve dhe Manaxhimi i Mbetjeve, Fusha Elektromagnetike, Aspekte të tjera Mjedisore të Operacioneve të AMC-së, Iniciativat e Sensibilizimit Mjedisor.

8.4 Manaxhimi i Përdorimit të Energjisë dhe Trajtimi i Ndryshimit Klimatik

Pjesa më e madhe e nevojës për energji të kompanisë vjen nga vënia në funksion e infrastrukturës së rrjetit. Në interes të klientit, kompania vazhdimisht po rrit performancën e rrjetit të saj, e cila megjithatë, shoqërohet me nevoja më të mëdha për energji. Sidoqoftë, kompania ka në zbatim programe mjedisore që lehtësojnë ndikimin negativ të operacioneve të saj në mjedis.

Kontributi i AMC-së në minimizimin e problemeve mjedisore që shoqërohen me përdorimin e energjisë, kryhet përmes përqasjeve të mëposhtme:

- Monitorim i përdorimit të konsumit të energjisë, veçanërisht në sistemin e rrjetit;
- Reduktim i konsumit të energjisë dhe përmirësim i përdorimit për të patur më pak emetime;
- Ndërgjegjësim i mëtejshëm i punonjësve për të reduktuar konsumin e energjisë brenda dhe jashtë zyrës; dhe

- Përdorim i teknologjisë duke zhvilluar produkte dhe shërbime që kontribuojnë në konsum të reduktuar të energjisë në sektorë të tjerë.

8.4.1 Emetimet Direkte dhe Indirekte të Gazrave të Efektit Serë

AMC pranon rëndësinë e ndikimeve të Ndryshimit Klimatik. Rreziqet parësore me të cilat përballet AMC nga ndryshimi klimatik përfshijnë kategoritë e mëposhtme:

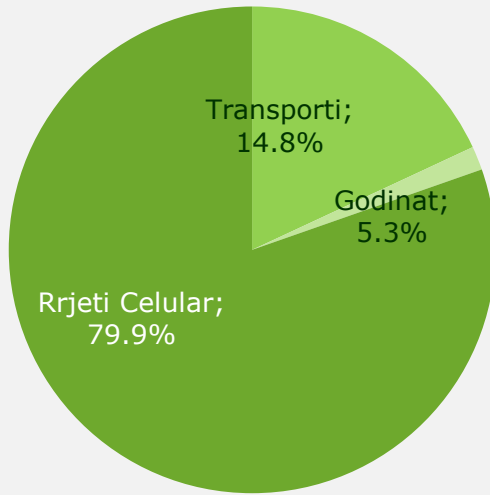
- **Rrezikun rregulator** lidhur me rritjen e kostos së energjisë që vjen si pasojë e çdo rregulloreje të re mbi ndryshimin klimatik në nivel kombëtar dhe global. Këto rritje të kostos do të ndikojnë pothuajse të gjitha nivelet e operacioneve të AMC-së, duke përfshirë kostot e aktiviteteve në godina dhe kostot e zinxhirit të furnizimit.
- **Risikun Fizik, Operacional dhe Financiar** ndaj infrastrukturës së telekomunikimeve të kompanisë që vjen si pasojë e ngjarjeve të motit ekstrem shoqëruar me ndryshimin klimatik. Dëmtimi i infrastrukturës sonë mund të ketë dhe implikime financiare (për shembull, nevoja për mënyra shtesë ftohjeje dhe konsum të energjisë, ose ndërprerje të rrjetit si pasojë e përmbytjeve, zjarreve në pyje, etj.).
- **Risikun e Reputacionit** implikimet financiare të të cilit lidhen me një humbje të mundshme të pjesës së tregut si pasojë e reagimit të konsumatorit ndaj kompanive me politika të papërshtatshme lidhur me ndryshimin klimatik.

AMC është e përkushtuar të kuptojë dhe të manaxhojë me përgjegjshmëri ndikimet e ndryshimit klimatik në aktivitetin e saj tregtar, duke marrë në konsideratë:

- Vlerësimin e rreziqeve të ndryshimit klimatik dhe mundësitë në shumë nivele të AMC-së, duke përfshirë Komitetin dhe Skuadrën për Manaxhimin Mjedisor në vlerësimin vjetor të gjurmës së karbonit.
- Ngritja e MVB dhe planeve të emergjencës ndërsa trajtohen evente që mund të ndikohen nga ndryshimi klimatik, si p.sh., kushte të motit ekstrem.
- Ndërtimi në vazhdim i iniciativave brenda implementimit të Sistemit të Manaxhimit Mjedisor, ku "impaktet" shqyrtohen për të vlerësuar domethënien ("rëndësinë").

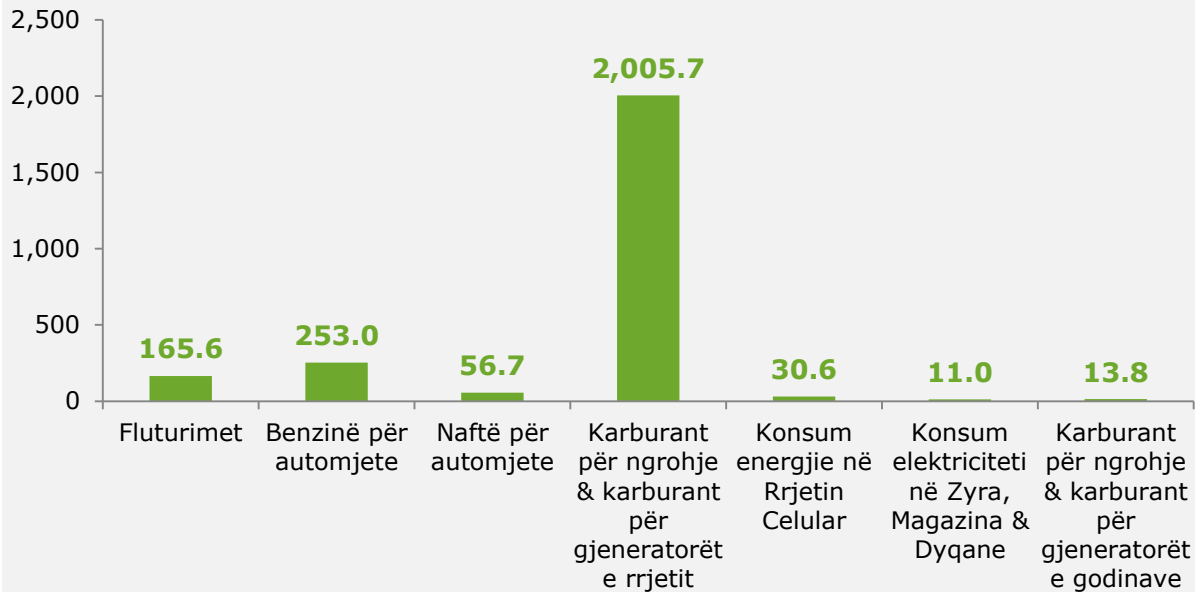
AMC ka llogaritur emetimet e Gazrave të Efektit Serë (GHG) nga operacionet e veta bazuar në metodat e përkruara në Protokollin GHG të zhvilluar nga Këshilli Botëror i Biznesit për Zhvillim të Qëndrueshëm (WBCSD) dhe Instituti i Burimeve Botërore (WRI). Emetimet e AMC-së (direkte ose indirekte) të CO₂ në total për vitin 2014, të cilat lidhen me konsumin e energjisë elektrike për zyrat, rrjetin dhe transportin, arritën në 2,536 ton. Burimet e emetimeve të CO₂ për vitin 2014, janë dhënë në vijim sipas sektorit dhe aktivitetit përkatës. Kjo shifër i korrespondon një reduktimi prej 10.7% krahasuar me vitin e mëparshëm. Reduktimi i emetimeve të gazrave të efektit serë i atribuohet rrjetit celular të kompanisë, si rezultat i përmirësimit të lidhjes me rrjetin elektrik dhe rritjes së numrit të stacioneve bazë që ndahen me operatorë të tjerë, dhe transportit, si rezultat i reduktimit të flotës së kompanisë, përkatësisht me 8.9% për rrjetin celular dhe me 27.5% për flotën e automjeteve të kompanisë.

Emetimet Direkte dhe Indirekte GHG të AMC -së për 2014



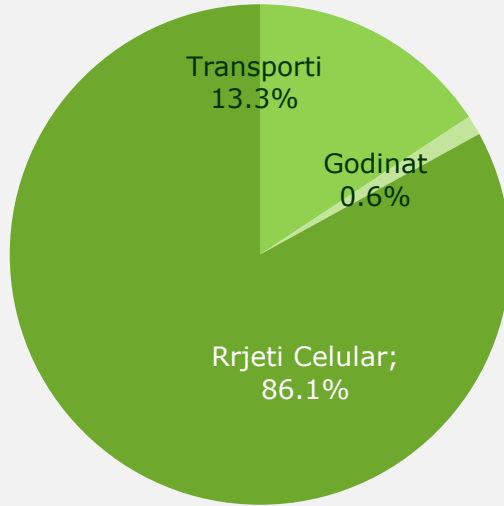
- Rrjeti Celuar përfshin BTS & BCS
- Godinat përfshijnë Zyrat, Magazinat, Qendrat e të Dhënave dhe Dyqanet
- Transporti përfshin automjetet e kompanisë dhe fluturime për Biznes

Emetimet Direkte & Indirekte GHG të AMC në 2014 (sipas burimit)

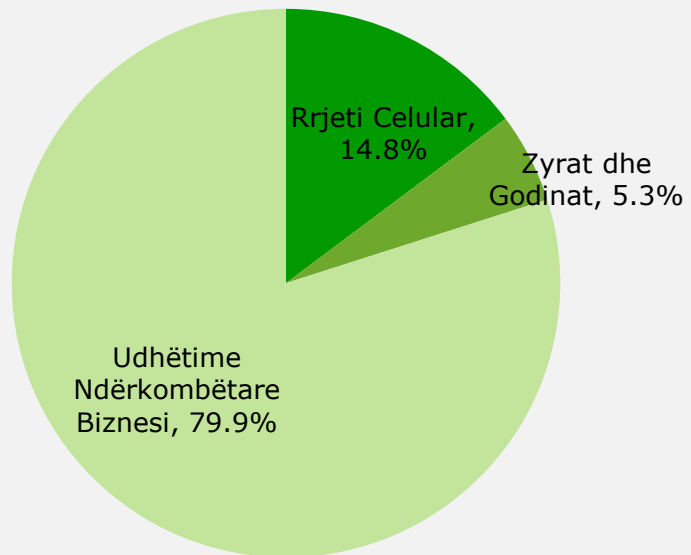


Emetimet Direkte GHG (që mbulojnë emetimet e flotës së automjeteve, gjeneratorët e përdorur për të furnizuar me elektricitet rrjetin dhe gjeneratorët që përdoren për të furnizuar me elektricitet godinat dhe për ngrohje) kanë rezultuar në 2.330 ton emetime CO₂ dhe emetimet Indirekte GHG (që mbulojnë emetimet e konsumit të energjisë, dhe fluturime) ishin afërsisht 206.6 CO₂. Emetimet e Co₂ për "Udhëtimet Ajrore të Biznesit" në vitin 2014 ishin 165 ton CO₂, me një distancë udhëtimi prej 462,404 km.

Emetime Direkte GHG të AMC në 2014



Emetimet Indirekte GHG të AMC në 2014



8.5 Përmirësimi i Efiçensës Energjitime dhe reduktimi i Emetimeve

8.5.1 Konsumi i Energjisë

Në vitin 2014, konsumi total i energjisë së AMC-së ishte 28.2 GWh (TJ 101.3), i cili është vetëm 0.7% më pak se konsumi i vitit të kaluar. Përsa i përket burimit primar të energjisë së përdorur, ky konsum është i barabartë me 19.5 GWh konsum direkt energjie (ose 70 TJ), që vijnë të gjitha nga burime të rinovueshme energjie, dhe 8.1 GWh konsum indirekt energjie (ose 29.1 TJ).

AMC monitoron konsumin e energjisë në zyrat dhe magazinat e saj. Godinat dhe ndërtesat furnizohen me elektricitet të ofruar nga një kompani publike, dhe me karburant që përdoret për gjeneratorët të cilët aktivizohen vetëm kur ka mungesë ose luhatje të energjisë elektrike.

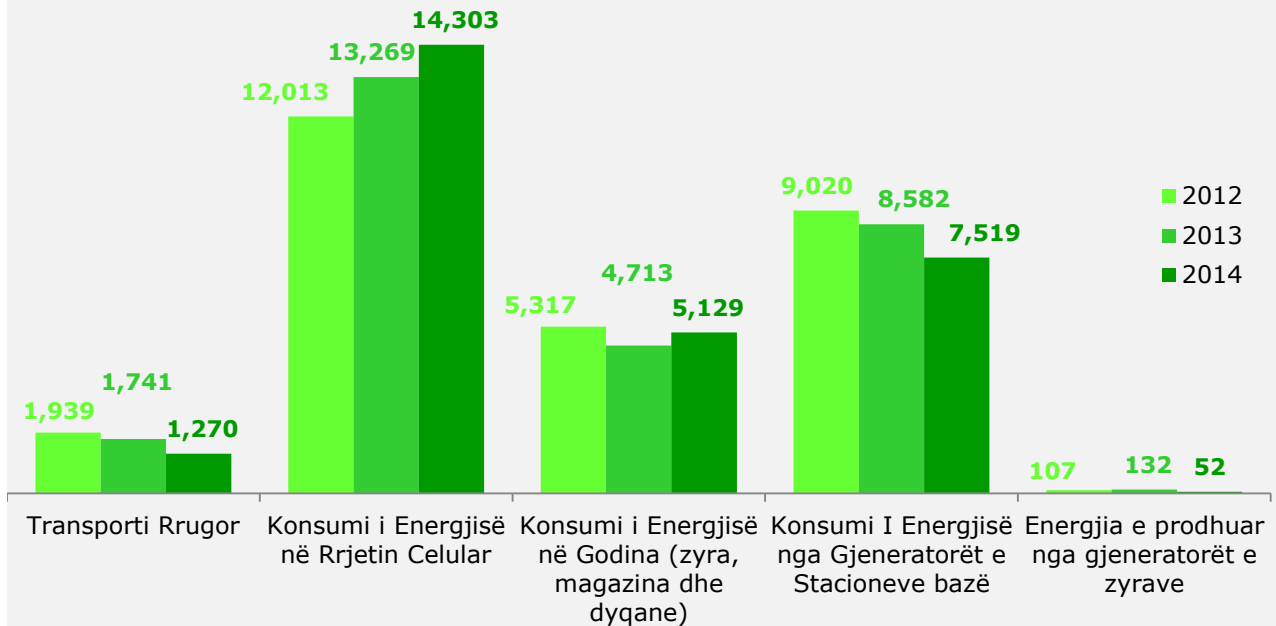
Aktualisht, konsumi i energjisë matet si i tërë duke përfshirë zyrat, qendrat e të dhënave dhe magazinat në Laprakë dhe Kashar, si dhe dyqani AMC në Laprakë. Në vitin 2013, konsumi energjetik i AMC për këtë rrjet ishte 5,129 MWh, që është 20% më shumë se në vitin e mëparshëm. Në këtë reduktim kanë ndikuar monitorimi, manaxhimi më i mirë i burimeve të disponueshme dhe fushatat e brendshme të ndërgjegjësimit.

Në vitin 2014, konsumi i karburanteve që u përdor për gjeneratorët që furnizojnë me energji rrjetin elektrik të godinave dhe ndërtesave ishte 5.2 ton, duke treguar një reduktim prej 60% krahasuar me 2013. Gjatë vitit 2014, ka patur ndërprerje më të pakta të furnizimit me energji nga kompania publike, të cilat shkaktojnë aktivizimin automatik të gjeneratorëve.

Në vitin 2014, konsumi i energjisë në Rrjetin AMC ishte 14,303 MWh, që në tërësi është 7.8% më i lartë se vitin e kaluar dhe 6.6 % më i lartë për stacion. Kjo rritje i atribuohet kryesisht zgjerimit të mbulimit me rrjet 3G, pajisjet mbështetëse të cilave kërkojnë më shumë energji, si dhe instalimi i stacioneve të reja bazë për të rritur mbulimin e përgjithshëm të territorit.

Në rastet kur nuk ka furnizim me elektricitet nga furnitori publik dhe në rastet e ndërprerjeve, Rrjeti i AMC-së mbështetet nga gjeneratorë ose alternativa të tjera energjie. Numri i stacioneve bazë të transmetimit (BTS) që furnizohen 24 orë pa ndërprerje nga gjeneratorët në vitin 2014 mbeti i njëjtë si në 2013, dhe numri i stacioneve që punojnë me gjeneratorë në gjendje gatishmërie është rritur. Konsumi i karburantit të përdorur nga gjeneratorët e kompanisë për të furnizuar rrjetin e AMC-së gjatë 2014, ka qënë 752.2 ton, që do të thotë 11% më pak se vitin e kaluar, për shkak të rrallimit të ndërprerjes së furnizimit me energji.

Konsumi i Energjisë së AMC (në MWh)



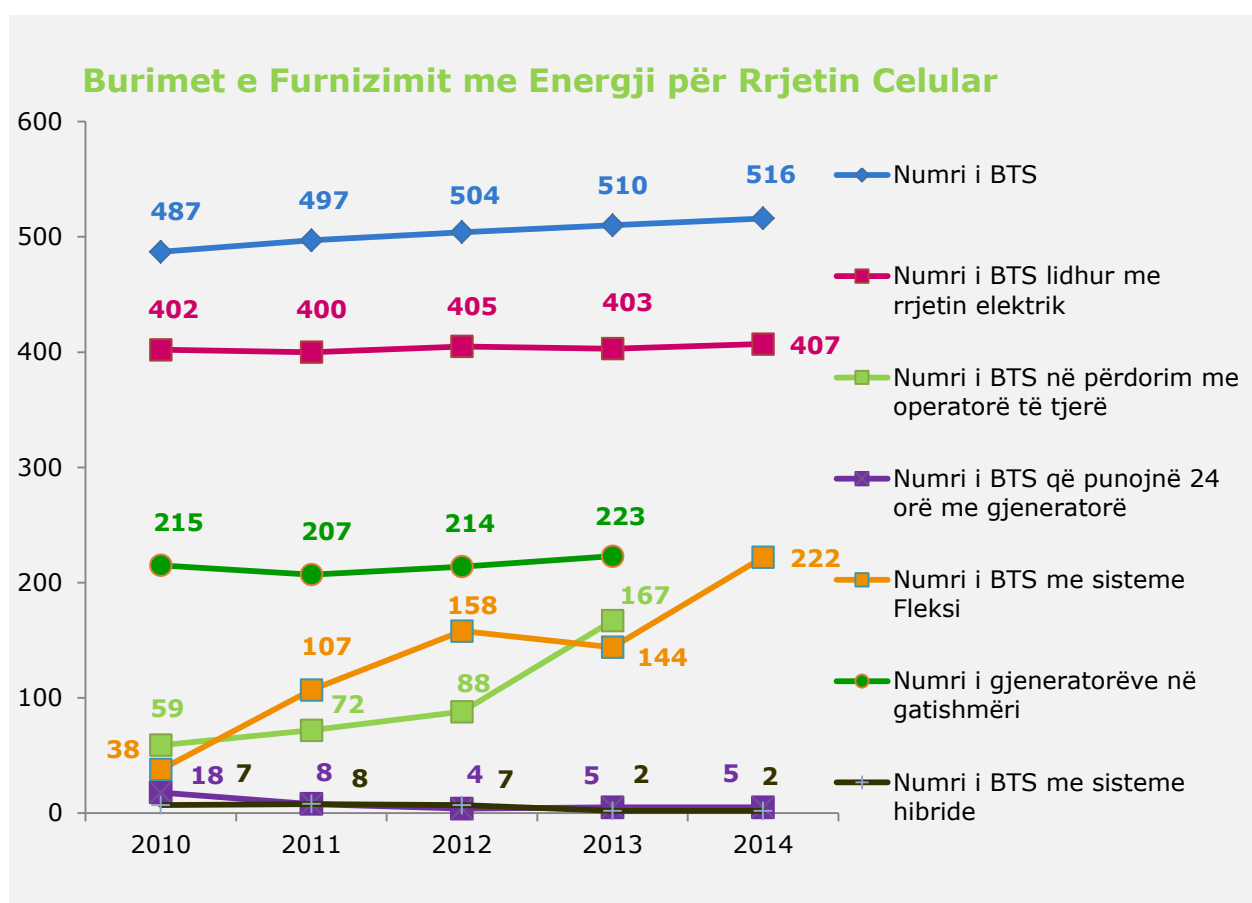
8.5.2 Monitorimi i Konsumit dhe Ruajtjes së Energjisë në Rrjetin AMC

- AMC vazhdimisht ka përmirësuar rrjetin e saj të teknologjisë në aspekte të ndryshme, në mënyrë që të sigurojë komunikim optimal dhe të shpejtë për të gjithë abonentët. Për këtë qëllim, kompania ka rritur numrin e stacioneve bazë për të mbuluar edhe zonat më të largëta në Shqipëri. AMC ofron shërbime të shkëlqyera për njerëzit që banojnë në ato zona, dhe përditëson rrjetin e saj për të ofruar shpejtësinë maksimale të internetit përmes teknologjisë 3G. AMC u ofroi abonentëve të saj internet me shpejtësi 42 Mbs.

Rrjeti 3G kërkon instalimin e pajisjeve dhe aparaturave të reja, megjithatë kjo gjë ka çuar në rritjen e konsumit të energjisë me 50% më shumë. Përveç kësaj, janë instaluar dhe 6 stacione të reja transmetimi. Për të kaluar këtë problem dhe për të reduktuar konsumin e energjisë, kompania bëri përpjekje të konsiderueshme për të patur arritjet e mëposhtme:

- Ka pajisur Stacione të tjera Bazë Transmetimi me gjeneratorë në gatishmëri; dhe
- Ka ndarë stacione të reja bazë me operatorë të tjerë, duke rritur numrin e BTS-ve që ndahen me operatorë të tjerë.

AMC është e përkushtuar për të ndërtuar një rrjet celular të një cilësie të lartë, ndërsa optimizon aktivitetet e saj drejt reduktimit të gjurmës në mjedis. Mbulimi me rrjet i territorit është 92.50%, ndërsa mbulimi i popullsisë është afërsisht 100%. Grafiku i mëposhtëm tregon burimet e furnizimit me energji të Rrjetit AMC si dhe ndryshimet e arritura në optimizimin e burimeve të energjisë.



8.5.3 Monitorimi i Konsumit dhe Ruajtjes së Energjisë në Godinat dhe Dyqanet AMC

Konsumi i energjisë në ndërtesat dhe dyqanet e AMC përbën 14% të konsumit total të energjisë së kompanisë. Siç e kemi theksuar dhe më parë, në rrjetin elektrik të godinave përfshihen zyrat e AMC-së, magazinat dhe qendrat e të dhënave të instaluar në godinat në Laprakë dhe Kashar.

Masat dhe aktivitetet që kanë një ndikim domethënës në konsumin dhe ruajtjen e burimeve të energjisë, janë si më poshtë:

- AMC ka vazhduar të përmirësojë kapacitetet e qendrave të saj të të dhënave për t'iu përgjigjur kërkesës për përpunim të dhënash që kërkohen nga abonentët dhe rrjeti i përditësuar;
- Fushata të vazhdueshme ndërgjegjësimi të punonjësve të saj lidhur me pasojat e konsumit të energjisë ndaj mjedisit dhe metodat dhe mënyrat e ruajtjes së energjisë ndërsa ndodhen në zyrë, si p.sh., duke fikur dritat dhe kompjuterat kur nuk përdoren;
- Kompletimi dhe rimodelimi i dyqaneve të AMC-së dhe distributorëve;
- Përmirësim shtesë i energjisë në godinat e kompanisë në Laprakë dhe Kashar;

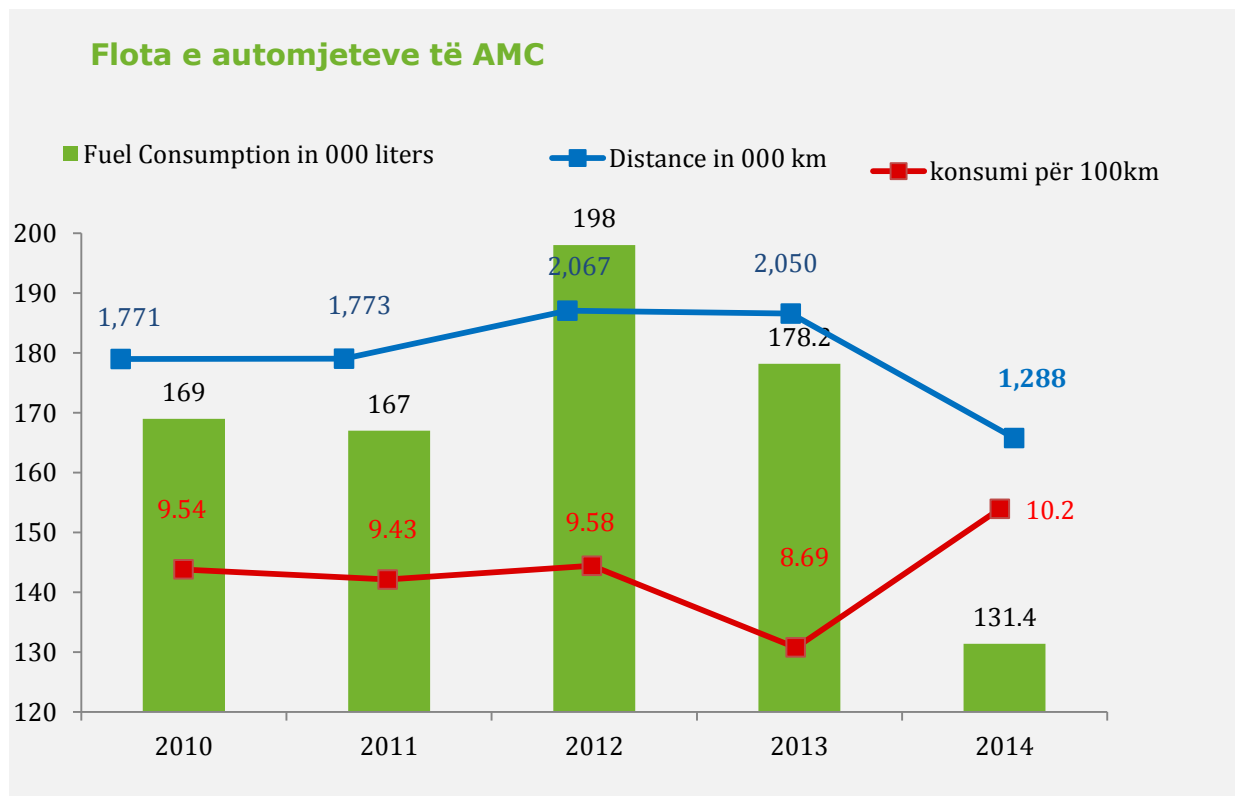
8.5.4 Konsumi dhe Ruajtja e Energjisë në Transportin e AMC-së

Mirëmbajtja dhe zhvillimi i rrjetit të telekomunikacionit dhe shërndarjes së produkteve të AMC-së në pikat e shitjes dhe përhapja e shërbimeve të klientit në të gjithë vendin janë treguesit kryesorë të aktivitetit të transportit të AMC-së dhe forma më e përdorur e transportit për kompaninë është përmes transportit rrugor. Kompania ka në zotërim dhe përdor një flotë automjesh për këtë qëllim. Transporti ajror përdoret vetëm kur udhëtohet drejt shteteve të tjera, ndërsa transporti hekurudhor apo forma të tjera transporti nuk janë të përshtatshme për Shqipërinë.

Transporti ditor i punonjësve të kompanisë drejt dhe nga Zyrat qendrore të kompanisë kryhet me autobus përmes një furnitori të licensuar privat të kontraktuar nga AMC. Përveç kësaj, kompania përdor edhe autobusin e saj për transportin e punonjësve që punojnë me turne në zyrat e AMC-së. Mesatarisht, 200 punonjës përdorin transportin e kompanisë çdo ditë.

Gjatë vitit 2014, AMC ka patur në punë një flotë prej 34 automjesh (të gjitha me benzinë), dhe një flotë prej 24 mjesh (2 me naftë, dhe 22 me benzinë). Konsumi i karburantit të automjeteve në total ka qënë 131,406 (21,473 litra naftë dhe 109,933 litra benzinë), që është 26.4% më pak se në 2014, gjë që atribuoi në reduktimin e shërbimit të automjeteve të flotës.

Distanca e përshkruar nga automjetet e kompanisë në vitin 2014 ishte 1.29 milion kilometra, që tregon një zbritje prej 37.2% krahasuar me 2014. Konsumi mesatar i automjeteve të kompanisë ishte 10.2 lt/100 km, që është 19% më shumë se në vitin e kaluar, që vjen si rezultat i reduktimit të flotës së shërbimit, të cilat kanë motorë më të vegjël krahasuar me automjetet e flotës së kompanisë, të cilat kanë një motor më të madh.



Për të reduktuar ndikimin mjedisor që lidhet me transportin, kompania ndërmori masat e mëposhtme:

- Reduktoi flotën e shërbimit; dhe
- Racionalizoi përdorimin e makinave përmes një platforme të përbashkët për të ndarë automjetet mes punonjësve të kompanisë (stafit jo-manaxherial). Kjo platformë është vënë në funksion përmes Intranetit dhe zbatohet për të gjithë punonjësit, me përjashtim të stafit të shitjeve, të cilët si pasojë e specifikës së punës së tyre përdorin çdo ditë makinat e kompanisë.

Udhëtimet e biznesit përbëjnë një aktivitet të rëndësishëm në transportin e AMC-së. Me qëllim reduktimit të ndikimit mjedisor dhe emetimit të CO₂ lidhur me to, në zyrat AMC-së përdoren pajisjet dhe mjediset e telekonferencave. Pajisje për konferenca audio janë të pranishme pothuajse në të gjitha zyrat dhe përdoren nga të gjithë punonjësit e kompanisë. Pajisjet për konferenca video gjenden në dy ambiente në zyrat kryesore të kompanisë në Laprakë.

Përveç kësaj, kompania përpiqet që të zgjidhë përmes telefonatave sa më shumë çështje (probleme teknike, udhëzime telefonike, probleme me lidhjet, etj.) që të jetë e mundur, duke shmangur kështu emetime të CO₂ që do të gjeneroheshin nga aktivitetet e transportit.

Kompania për rastet e udhëtimit drejt shteteve të tjera të punonjësve të saj, përdor shërbimet e udhëtimit ajrore, dhe shërbimet e transportit urban ose me tren për udhëtime në qytete të tjera. Në vitin 2014, distanca e përshkruar nga punonjësit e kompanisë me aeroplan, autobus dhe tren ishte 462,404 km (457,984 km me aeroplan, 1,600 km me autobus, dhe 2,820 km me tren).

8.6 Përdorimi i Burimeve dhe Manaxhimi i Mbetjeve

Për të reduktuar mbetjet, kompania përdor parimin "Redukto – Ripërdor – Riciklo". Në këtë kontekst, parimet kryesore të politikës së AMC-së lidhur me përdorimin e burimeve dhe manaxhimin e mbetjeve, janë:

- Monitorimi i materialeve të përdorura dhe mbetjet e gjeneruara;
- Reduktimi i përdorimit të letrave në zyrë;
- Riciklimi i letrës;
- Ripërdorimi i materialeve qoftë brenda kompanisë ose përmes bashkëpunimit me subjekte të licensuara për manaxhimin e mbetjeve;
- Trajtimi i veçantë i mbetjeve që ndotin mjedisin (p.sh., pajisjet elektronike, bateritë me plumb dhe materialet që përmbajnë substanca të dëmshme për mjedisin, si p.sh., vajrat lubrifikues); dhe
- Rritje e sensibilizimit publik për të shtuar pjesëmarrjen në praktikën e riciklimit.

Duhet theksuar se meqënëse AMC nuk fabrikon apo prodhon asnjë produkt por ofron shërbime telekomunikacioni për pasojë dhe përdorimi i materialeve është i kufizuar.

8.6.1 Manaxhimi i Mbetjeve të Rrezikshme

Bateritë

Për të ofruar në mënyrë të vazhdueshme shërbime telekomunikacioni për abonentët e vet, kompania ka instaluar në shumë stacione bateri, të cilat aktivizohen kur ka probleme me

furnizimin me energji. Në kohën kur mbaron cikli i jetës së këtyre baterive, ato duhen zëvendësuar. Ne në AMC e konsiderojmë të një rëndësie të veçantë manaxhimin e mbetjeve të akumulatorëve.

Akumulatorët e ruajtur provizorisht në magazinë, pasi çinstalohen, testohen në mënyrë që të vendoset nëse janë në gjendje pune. Akumulatorëve të klasifikuar si me defekt nga inxhinieri përgjegjës iu vendoset një etiketë dhe magazinohen sipas procedurës së magazinimit të kompanisë dhe bëhen gati për t'u nxjerrë jashtë përdorimit.

AMC ka nënshkruar një kontratë me një kompani të licencuar për riciklimin e baterive, e cila do të marrë dhe do të riciklojë akumulatorët që janë gati për t'u nxjerrë jashtë përdorimit. Në vitin 2014, kompania hoqi nga shërbimi një sasi totale prej 26 ton akumulatorësh dhe ricikloi të gjitha bateritë e nxjerra jashtë përdorimi.

Vajrat lubrifikues

Lubrifikantët përdoren në gjeneratorë në Stacione dhe rrallë pjesërisht në godinat e zyrave. Ne jemi të ndërgjegjshëm për faktin që ato mund të ndotin fushat dhe burimet ujore. Për këtë arsye, ne e konsiderojmë manaxhimin e duhur të tyre të një rëndësie të madhe, dhe jemi duke krijuar një program për riciklimin e lubrifikantëve dhe filtrave të vajit.

Për manaxhimin e mbetjeve të vajrave lubrifikues AMC po bashkëpunon me një kompani të licencuar për mbledhjen e lubrifikantëve të përdorur dhe manaxhimin e mbetjeve. Ky vaj më pas dërgohet për riciklim dhe zëvendësohet për sasinë e plotë të vajit të përdorur.

Në vitin 2014, u mbledhën 4.53 ton vajra lubrifikues dhe 2152 filtra (1,076 filtra ajri dhe 1,076 filtra vaji) pa asnjë derdhje dhe u magazinuan për riciklim.

8.6.2 Manaxhimi i Mbetjeve Teknike

Kompanitë e telekomunikacionit gjenerojnë lloje të ndryshme mbetjesh në operacionet e aktivitetit të tyre të përditshëm. Ne jemi të ndërgjegjshëm për llojin e mbetjeve teknike që gjenerojmë dhe për këtë kemi krijuar një program për manaxhimin e mbetjeve për të trajtuar këtë problem. Ky program përditësohet vazhdimisht në mënyrë që të adresojë sa më shumë çështje të mbetjeve që të jetë e mundur. Aktualisht, kompania manaxhon Mbetjet Elektrike dhe Elektronike dhe në të ardhmen do të trajtojë edhe tipe të tjera mbetjesh teknike.

Mbetjet e Pajisjeve Elektrike dhe Elektronike

Pajisjet elektrike dhe elektronike që janë të papërshtatshme ose të vjetëruara çinstalohen dhe magazinohen përkohësisht në magazinat e kompanisë dhe, sa herë është e mundur, rivihen në përdorim ose testohen për të përcaktuar gjendjen funksionale të pajisjes. Pajisjet që kategorizohen si "të papërdorshme" nga Inxhinierët përkatës të Departamentit të Shfrytëzimit dhe Mirëmbajtjes, etiketohen dhe magazinohen siç duhet nga Specialisti i Magazinës. Në vijim, këto pajisje dërgohen për përpunim të mëtejshëm (çmontim, riciklim dhe hedhje, sipas natyrës së materialit). Në vitin 2014, kompania nxori jashtë shërbimi 1.56 ton pajisje të kësaj kategorie dhe ricikloi 100% të tyre. Kjo sasi përfshin të gjitha llojet e mbetjeve teknike në përputhje me Kuantifikimin "MPEE Pajisje Telekomunikimi & Pjesë Kompjuteri" (mbetje elektronike nga TIK, aparatura, pjesë përbërëse, qarqe, kablllo, kompjutera, aparate celulare, etj.). Duhet theksuar se sasinë e mbetjeve MPEE ndryshojnë përsa i përket ciklit të jetëgjatësisë dhe programit të zëvendësimit të pajisjeve të veçanta.

Disa nga pajisjet e përdorura në zyrat e kompanisë (kompjuterat, printerat, monitorët, dhe pajisje të tjera periferike), të cilat janë tashme teknologji e vjetëruar për kompanitë e telekomunikacioneve, mund të përdoren sërish për qëllime të tjera. Këto pajisje u dhurohen shkollave, institucioneve ose Organizatave Jo-Qeveritare (Jo-Fitimprurëse). Në 2014, u dhuruan 14 Kompjuter personal për Institucionet publike dhe OJF-të.

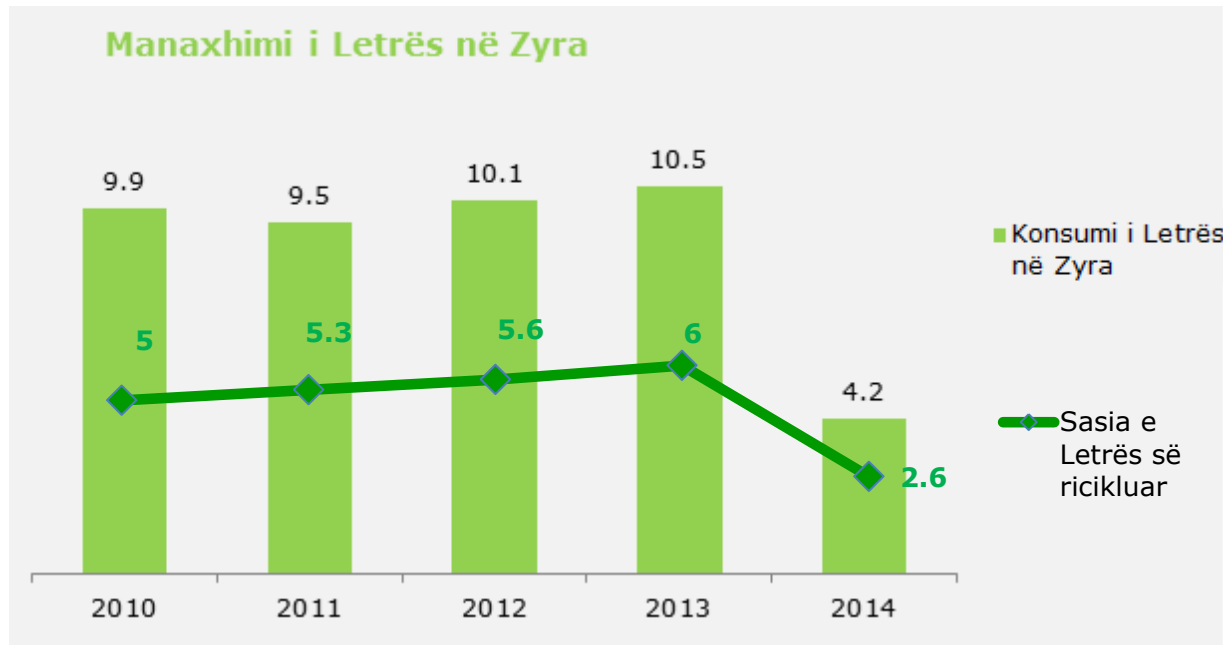
8.6.3 Manaxhimi i Mbetjeve të Letrës

Letra përdoret gjërësisht në të gjitha veprimtaritë e kompanisë dhe në të gjitha nivelet, duke përfshirë zyrat dhe dyqanet, faturat e abonentëve, fushatat e promovimit dhe komunikimit, etj. Përpjekjet e AMC-së për të reduktuar përdorimin e letrës kanë qënë të vazhdueshme përgjatë viteve. Për të arritur këtë, AMC zbaton parimin "Redukto – Ripërdor – Riciklo", dhe vepron si më poshtë:

- Iu ofron klientëve dhe punonjësve të saj shërbime që kursejnë letrën, si e-billing. Ky është opsioni i faturimit elektronik pa letër. Të gjithë punonjësit e AMC-së që zotërojnë numra celularë të kompanisë dhe numra benefiti AMC përdorin vetëm faturat elektronike (e-bills) si shërbim faturimi. Ky shërbim ofrohet falas. Për shkak të kufizimeve ligjore, operatorët celularë janë të detyruar t'i lëshojnë abonentëve edhe një faturë telefonike të printuar;
- Një mesazh për kursimin e letrës është shtuar në fund të e-mailit zyrtar të të gjithë punonjësve të AMC-së, duke i kujtuar atyre rëndësinë e ruajtjes së mjedisit;
- Përdor mjete elektronike të komunikimit, sa herë që është e mundur, me broshura dhe raporte. Që nga viti 2011, Raporti i Përgjegjshmërisë Sociale është i disponueshëm vetëm në formë elektronike;
- Kompania përdor një politikë të brendshme për komunikimet me e-mail dhe praktikën e arkivimit elektronik. Programi SAP i përdorur nga kompania minimizon nevojën për kopje të printuara;
- Printerat e përdorur janë vetëm ata qendror (një për çdo kat në secilën godinë);
- Duke filluar nga viti 2014, printimi i dokumentave nga të dy anët e letrës është opsioni standart nga kompania për të gjithë punonjësit e saj;
- Kompania i ofron abonentëve të saj me parapagesë opsionin e ripërtëritjes së kohës së bisedës duke përdorur karta rimbushëse elektronike. AMC inkurajon gjithashtu abonentët e saj që të përdorin opsionin e rimbushjes elektronike AMC Fleksi, dhe ofron kohë bisedë shtesë për të gjithë ata që përdorin një opsion të tillë; dhe
- Ka zhvilluar fushata ndërgjegjësimi për të reduktuar përdorimin e letrës dhe për të rritur riciklimin e letrës së përdorur.

Kompania ka nënshkruar një kontratë me një kompani dhe një OJF vendase për të ricikluar letrat e përdorura në zyrat e AMC në Laprakë dhe Kashar. AMC nuk e shet letrën e ricikluar, por ia ofron atë falas OJF-së që e grumbullon. Kjo e fundit i përdor të ardhurat e gjeneruara në favor të fëmijëve Romë. Programi i riciklimit të letrës është implementuar vetëm në zyrat dhe dyqanet e AMC-së.

Në vitin 2014, konsumi i letrës për zyrat e AMC-së ishte 4.20 ton, që i korrespondon një reduktimi prej 60% nga viti i kaluar, dhe riciklimi i letrës arriti në 2.8 ton, ose 61.9% e konsumit të letrës. Norma e riciklimit është 8.3% më e lartë se ajo e vitit të kaluar.



Qeset dhe Çantat prej Letre

Qeset e përdorura në dyqanet e kompanisë janë të një rëndësie të veçantë për mbrojtjen e mjedisit. Për të mposhtur këtë impakt mjedisor, kompania përdor vetëm çanta prej letre dhe qese plastike të biodegradueshme, të bëra me polietilen me teknologji të riciklueshme. Edhe nëse nuk riciklohen, këto çanta degradohen tërësisht brenda pak vitesh. Kompania i përdor këto çanta letre në të gjitha dyqanet e saj.

8.7 Fusha Elektromagnetike

Fushat Elektromagnetike që përdoren në komunikimet celulare kanë ngritur shqetësime në publik lidhur me rreziqet e mundshme ndaj shëndetit gjatë viteve të fundit. Në komunikimet celulare, kjo gjë ndikon ndërtimin e rrjetit dhe përdorimin e shërbimeve.

Gjatë viteve të fundit, organizata të mirënjohura ekspertësh si Organizata Botërore e Shëndetit (WHO) dhe Komisioni Ndërkombëtar për Mbrojtjen ndaj Rrezatimeve Jo-Jonizuese (ICNIRP) kanë rishikuar në mënyrë të përsëritur vlerat aktuale të limiteve për komunikimet celulare dhe kanë konfirmuar se përdorimi i teknologjisë së informacionit është i sigurtë bazuar dhe në njohurinë aktuale shkencore. Përveç kësaj, është krijuar dhe kuadri legjislativ përkatës.

8.7.1 Duke Ndjekur Parimin e Parandalimit

Përfitimet e rëndësishme që telefonia celulare iu ofron qytetarëve në jetën e tyre të përditshme është arsyeja kryesore që ka çuar në një rritje dinamike të saj. Megjithatë, në

të njëjtën kohë, AMC nje shqetësimet publike rreth pasojave të mundshme të rrezatimit elektromagnetik mbi shëndetin.

Telefonat celularë transmetojnë valë radio dhe krijojnë fusha elektromagnetike teksa komunikojnë me stacionet. Fuqia e valëve radio varet nga lloji specifik i aparatit celular, si edhe nga largësia me stacionin. Teknologjitë pa kabull përdoren si për telefonat ashtu edhe për rrjetet dhe emëruesi i përbashkët i të gjitha teknologjive të tilla është se ato dërgojnë një sinjal të dobët, i cili ulet në bazë të largësisë. Sa më e fortë të jetë energjia elektrike, aq më e fortë është fusha elektromagnetike, dhe sapo pajisja elektromagnetike të fiket, e njëjta gjë ndodh edhe me fushën elektromagnetike. Për momentin, nuk ka asnjë provë shkencore që të vërtetojë se ekspozimi elektromagnetik nga antenat e telefonisë celulare është i dëmshëm për shëndetin. Megjithatë, kompania vepron si më poshtë:

- Ofrimi i sigurisë së produkteve dhe shërbimeve është i rëndësishëm për AMC. Kompania përdor teknologji moderne për aktivitetet e saj (së shumti rrjet të teknologjisë Nokia Siemens). Ne ndjekim udhëzime dhe norma kombëtare dhe ndërkombëtare të miratuara brenda fushës së operacioneve sonë. Gjithashtu ne ndjekim rekomandimet e autoriteteve kombëtare, Udhëzimet e Komisionit Ndërkombëtar për Mbrojtjen ndaj Rrezatimeve Jo-Jonizuese (ICNIRP) dhe rekomandimet e Organizatës Botërore të Shëndetit (WHO). Normat e fushave elektromagnetike në të gjitha Stacionet Bazë përputhen dhe janë brenda kufijve të sugjeruara nga këto organizata;
- Në përputhje me legjislacionin kombëtar, sinjalet e valëve radio të lëshuara nga rrjeti maten për çdo stacion përpara marrjes së një liçense, dhe duhet të jenë brenda normave ligjore. Këto matje kryhen një herë në vit;
- Personeli i specializuar i AMC kryen studime për çdo Stacion Bazë, në mënyrë që të sigurohen se këto stacione operojnë brenda kufijve ligjor;
- Kompania gjithashtu mbështet programe lidhur me FEM që organizohen në bashkëpunim me institute të rëndësishme kombëtare; dhe
- Të gjithë aparatet celulare që shiten në dyqanet AMC, funksionojnë brenda kufijve të sigurisë për fushat elektromagnetike (të shprehura në Normën Specifike të Absorbimit / Specific Absorption Rate – normat SAR).

8.7.2 Monitorimi i niveleve të Rrezatimit FEM

- Në vitet 2012-2013, AMC ka ri-mbështetur një projekt të përbashkët me Universitetin Politeknik të Tiranës, Fakultetin e Teknologjisë së Informacionit, për të matur nivelin e Emetimit të Valëve Elektromagnetike në pikat kritike të zonave me dendësi të lartë të popullsisë, si spitale, shkolla, e kështu me radhë. Gjatë kësaj periudhe u kryen matje në 50 Stacione në Kavajë, Elbasan, Laç, Lezhë dhe Shkodër. Këto matje treguan se në të gjitha stacionet bazë, nivelet e rrezatimit janë në mënyrë të konsiderueshme më të ulta se limitet e njohura nga Udhëzimet për Mbrojtjen nga Rrezatimi Jo-jonizues të Komisionit Ndërkombëtar. Rezultatet e matjeve madje u publikuar në formatin e një raporti nga Fakulteti i TI; dhe
- Në vitin 2014, u gjashtë kryen matje rastësore shitesë nga personeli i specializuar shkencor i AMC-së si pasojë e kërkesave të procedurës së aplikimit për liçensë ose në bazë të ndjeshmërisë publike lidhur me antenat e AMC-së. Gjatë këtyre matjeve nuk u gjet asnjë rast i tejkallimit të Kufijve të sigurisë lidhur me ekspozimin ndaj publikut (në pikat e aksesit të lirë publik).

Komunikimi me Palët e Interesit

AMC përdor mjete të ndryshme për të komunikuar me klientët dhe publikun rreth mënyrës se si funksionon telefonia celulare. Kjo përfshin:

- Matje të rregullta në vend/terren të kryera nga kompania, me kërkesë të komunitetit lokal, dhe një dialog të vazhdueshëm me komunitetet lokale në zonat ku janë të instaluar stacionet e antenave. Niveli i rrezatimit, në të gjitha stacionet tona të antenave është në mënyrë të konsiderueshme më i vogël se sa limitet kombëtare dhe ato të njohura ndërkombëtarisht. Në 2014, u kryen 6 matje nga personeli i specializuar i AMC-së, si rezultat i kërkesave të ardhura nga komuniteti; dhe
- Publikimi dhe shpërndarja e broshurave me titull "Jeta me telefonin tonë Celular", "Si Funksionon Telefonia Celulare", "Disa pyetje lidhur me antenat e telefonisë celulare". Këto broshura janë të disponueshme në dyqanet e AMC-së, mund të shkarkohen nga faqja zyrtare në internet e kompanisë dhe i janë shpërndarë publikut të zakonshëm në evente të ndryshme publike.

8.7.3 Informimi i Shoqërisë dhe i Punonjësve

Për të trajtuar shqetësimin publik mbi FEM, AMC komunikon me klientët dhe publikun përmes:

- Në 2014, kompania organizoi takime informative me komunitetin lidhur me çështjet e FEM.
- Publikimit dhe shpërndarjes së broshurave me titull "Jeta me telefonin tonë Celular", "Si Funksionon Telefonia Celulare", "Disa pyetje lidhur me antenat e telefonisë celulare". Këto broshura janë të disponueshme në dyqanet e AMC-së, mund të shkarkohen nga faqja zyrtare në internet e kompanisë dhe i janë shpërndarë publikut të zakonshëm në evente të ndryshme publike; dhe
- Takimeve informuese dhe prezantimeve të kryera nga punonjësit e kompanisë për studentë nga shkolla të ndryshme dhe universitete, si pjesë e turit të tyre prezantues në AMC.

8.8 Aspekte të tjera Mjedisore të Operacioneve të AMC-së

8.8.1 Konsumi i Ujit

Duke qënë se operacionet e telekomunikacioneve nuk kanë ndonjë nevojë specifike për përdorimin e ujit, konsumi i ujit shërben vetëm për nevojat higjienike të stafit, ujitjen e bimëve, dhe pastrimin e ambjenteve të punës. Uji që AMC konsumon blihet nga ofruesi publik i ujit, i cili është përgjegjës jo vetëm për furnizimin me ujë por edhe për furnizimin e vazhdueshëm me ujë nga sistemi i kryesor.

Edhe pse uji nuk ka një ndikim të rëndësishëm në aktivitetet e kompanisë, AMC monitoron konsumin e ujit dhe vazhdon të rrisë ndërgjegjësimin e punonjësve të saj mbi përdorimin me kursim të tij. Në vitin 2014, konsumi i ujit në ambjentet e AMC (në Laprakë dhe Kashar) ishte 13,073 m³, që është 8.3% më i lartë se konsumi i vitit të kaluar.

Uji i përdorur transportohet direkt nga tubacionet e ujrave të zeza në impjantin urban të përpunimit të ujrave të përdorura të bashkisë. Gjatë 2014, nuk ka patur shkarkime të planifikuara ose të paplanifikuara të ujit në mjedis, dhe as derdhje të mëdha të tij.

Uji i pijshëm blihet me shishe dhe është i disponueshëm për të gjithë punonjësit dhe vizitorët në Kompani.

8.8.2 Biodiversiteti

Ndikimi i veprimtarive tona në biodiversitet është i pakonsiderueshëm dhe nuk përbën prioritet për të ndërmarrë masa në përputhje me çështje të tjera të trajtuara në këtë kapitull. Megjithatë, kompania zbaton pikat e mëposhtme:

- Kompania kryen një Studim për Vlerësimin e Ndikimit në Mjedis të stacioneve të saj, nëpërmjet të cilit identifikon potencialet e mundshme të ndikimit të ndërtimit të stacioneve mbi mjedisin natyror dhe përpiqet që të integrojë stacionet në mjedis, me impaktin më të vogël të mundshëm. Të gjitha impaktet e mundshme trajtohen në studimet e Vlerësimit të Ndikimit në Mjedis dhe dërgohen për aprovim tek autoritetet përkatëse siç parashikohet nga legjislacioni kombëtar në fuqi.
- Disa nga stacionet, të cilat janë të nevojshme për të siguruar shërbimet e telekomunikacionit në Shqipëri, ndodhen jashtë zonave të banuara. Zonat me sipërfaqe të mbyllura për çdo stacion janë disa metra katrorë dhe kur stacioni çinstalohet, toka rikthehet sërish në gjendjen e mëparshme, ose me kërkesë të pronarit të tokës, pjesa prej betoni i lihet për përdorim këtij të fundit. Zakonisht këto stacione nuk kanë personel të përhershëm dhe kanë aktivitete të kufizuara transporti gjatë fazës operacionale; dhe
- AMC është angazhuar për të korrigjuar disa nga pasojat negative që zyrat e kompanisë dhe stacionet e saj mund të kenë mbi ekosistemin.

Në zbatim të Ligjit nr. 8990, të datës 23.1.2003, "Për vlerësimin në Mjedis", të gjitha stacionet e telefonisë së lëvizshme në Shqipëri duhet të shoqërohen në mënyrë retroaktive nga një Studim i Vlerësimit të Impaktit në Mjedis të aprovuara nga autoritetet shtetërore. Kompania vepron në përputhje me të gjitha ligjet dhe rregulloret dhe nuk ka qenë objekt i asnjë gjobe për mospërputhje me rregullat. Të gjitha Stacionet Bazë të transmetimit të AMC-së janë të licensuara nga autoritetet përkatëse ashtu si dhe nga Ministria e Mjedisit.

8.8.3 Impakti Viziv

Një kompani e telefonisë celulare ka relativisht impakt të vogël në mjedis në krahasim me operimin e një kompanie në industrinë e tjera. Sidoqoftë, AMC e merr këtë çështje në konsideratë dhe për ta minimizuar këtë, ajo vepron si më poshtë:

- Ndërton stacione të reja, të cilat janë me përmasa më të vogla në krahasim me konstruksionin e vjetër. Stacionet e reja mbulojnë një sipërfaqe rreth 50% më të vogël se të vjetrat; dhe
- Në shumë raste, AMC i vendos stacionet në instalacione, të cilat i ndan me operatorë të tjerë. Në këtë mënyrë, një zonë shërben për më tepër se një operim, duke ulur në këtë mënyrë impaktin viziv të kompanive celulare të telekomunikacionit.

Kompania ndërtoi 4 (katër) stacione të reja (ndërtim dhe ri-instalim stacionesh), ku një është i bashkëvendosur me kompani të tjera. Në total, kompania ka ndërtuar më shumë se 79 stacione me bashkëvendosje me kompani të tjera.

Të dhënat	2010	2011	2012	2013	2014
-----------	------	------	------	------	------

Stacione të reja (numri)	46	24	20	4	NA
Të bashkëvendosura (numri)	49	72	78	79	NA

8.8.4 Zhurma

Impakti i zhurmës nga ana e AMC është i pallogaritshëm, sepse:

- Godinat tona ndodhen vetëm brenda zonave urbane (ndërkohë që gjeneratorët përdoren vetëm në rast të ndërprerjes së furnizimit me energji elektrike);
- Stacionet e antenave të furnizuara me energji elektrike kanë praktikisht një nivel zhurme zero;
- Stacionet që përdorin gjeneratorë ndodhen në zona të largëta. Në zonat urbane, ne përdorim "Sisteme Gjeneratorësh të Llojit të Mbyllur" me një nivel zhurme prej 64dB në një distancë prej 7 metra; ndërsa në zonat rurale, përdorim "Sisteme Gjeneratorësh të Llojit të Hapur" me një nivel zhurme 105dB në një distancë prej 7 metra; dhe
- Në raste të veçanta, kur duhet të reduktohet niveli i zhurmës nga gjeneratorët, AMC ka instaluar izolues zhurme apo sisteme hibride, për të reduktuar ose eliminuar zhurmën e funksionimit të gjeneratorëve. Dy sisteme hibride janë instaluar deri më tani.

8.9 Iniciativat Sensibilizuese Mjedisore

8.9.1 Iniciativat për Sensibilizimin e mëtejshëm të Punonjësve të AMC-së

AMC synon të sensibilizojë më tej dhe të rrisë angazhimin e punonjësve të saj në iniciativa drejt objektivit të përbashkët të mbrojtjes së mjedisit. Këto iniciativa përfshijnë:

- Festimin e Ditës Botërore të Mjedisit, ku AMC organizoi një aktivitet të brendshëm për të informuar punonjësit e saj lidhur me arritjet dhe angazhimet e kompanisë ndaj mjedisit;
- Pjesëmarrjen në orën e tokës të Fondit Botëror të Natyrës, duke ndërmarrë aktivitetet e mëposhtme:
 - Fikja e dritave në Zyrat Qendrore të AMC-së për një orë;
 - Fikja e instalimit reklamues mbi çatinë e godinës së Zyrave të AMC-së;
 - Njoftimin e iniciativës në intranetin e kompanisë, si dhe nxitja e punonjësve duke i ftuar dhe inkurajuar ata të shtrijnë këtë ide dhe në shtëpitë e tyre; dhe
 - Organizimi i një aktiviteti pastrimi, në mbështetje të nismës kombëtare "Le të pastrojmë Shqipërinë për një ditë", Në këtë aktivitet pastrimi morën pjesë 35 punonjës të AMC-së.

8.9.2 Iniciativat për Rritjen e Ndërgjegjësimit të Publikut








Për të rritur më tej ndërgjegjësimin publik në mbrojtje të mjedisit, AMC ndërmori aktivitetet e mëposhtme:

- Mbështeti Partners Albania në konkursin kombëtar Green Ideas 2014, i cili ka për synim angazhimin e komuniteteve lokale dhe palëve të interesit në zvogëlimin e efekteve negative në mjedis. Konkursi ishte i hapur për të gjitha organizatat e shoqërisë civile, sipërmarrjet sociale dhe ndërmarrjet e biznesit të cilat identifikojnë, zgjedhin dhe më pas implementojnë ide novatore për një mjedis më të gjelbër.

- Mbështeti organizatën "Green Line", e cila gjatë periudhës Maj – Qershor 2014 organizoi një sërë takimesh sensibilizuese mjedisore me autoritetet lokale dhe banorët në zona të ndryshme të vendit. Këto takime sensibilizuese përfshinin përpjekjet për të mbledhur mbetjeve nga plazhet përgjatë vijës bregdetare. Kësaj fushate iu bashkuan gjithashtu punonjës të AMC-së të cilët bashkëpunuan në grumbullimin e mbeturinave nga rrugët kryesore të qytetit të Durrësit (qyteti i dytë më i madh në Shqipëri).

8.10 Arritjet në 2014 dhe Objektivat për 2015

Rezultatet e arritura në lidhje me objektivat e mjedisit për vitin 2014, siç u publikua në Raportin e Përgjegjshmërisë Sociale të vitit 2013, dhe objektivat për vitin 2015 janë dhënë si më poshtë:

Objektivat për 2014	Arritjet në 2014	Pjesa në Raport	Objektivat për 2015
Reduktimi i konsumit të energjisë në ndërtesa (konsumi për m ² ndërtesë) me 1%.		8.5.1	Reduktimi i konsumit të energjisë në ndërtesa (konsumi për m ² ndërtesë) me 1%.
Reduktimi i emetimit të CO ₂ nga veprimtaritë me 2%.		8.4.1	Reduktimi i emetimit të CO ₂ nga veprimtaritë me 2%.
Reduktimi i konsumit të letrës për zyrë me 3%.		8.6.3	Reduktimi i konsumit të letrës për zyrë me 3%.
Ritja e përdorimit të letrës së ricikluar të zyrës në krahasim me letrën e zyrës së konsumuar me 3%.		8.6.3	Ritja e përdorimit të letrës së ricikluar të zyrës në krahasim me letrën e zyrës së konsumuar me 3%.
Riciklimi 100% i MPEE të nxjerra jashtë përdorimit		8.6.2	Riciklimi 100% i MPEE të nxjerra jashtë përdorimit
Riciklimi 100% i akumulatorëve të ndërruar.		8.6.1	Riciklimi 100% i akumulatorëve të ndërruar.
Shtimi i hapësirave të gjelbra duke mbjellë 100 pemë.		-	Shtimi i hapësirave të gjelbra duke mbjellë 100 pemë.

Riciklimi 100% i
lubrifikantëve të
ndërruar.



8.6.1

Riciklimi 100% i
lubrifikantëve të
ndërruar.

9 Shtojcat

9.1 Përmbledhje e Treguesve Kryesorë të Performancës

Treguesit kryesor të Performancës mjedisore dhe sociale të AMC-së janë dhënë në tabelën e mëposhtme. Për më tepër informacion, ju mund t'u referoheni seksioneve përkatës në Raport.

Performanca PK	2011	2012	2013	2014
Treguesit GRI				
Treguesit GRI të Raportuar Plotësisht	59	61	77	78
Treguesit GRI të Raportuar Pjesërisht	32	33	21	20
Performanca Financiare				
Xhiroja (në milionë euro)	94.2	88.6	86.2	81.5
EBIDA (në milionë euro)	37.6	29.3	33.7	29.8
Kontribute të Sigurimeve Shoqërore (në milionë euro)	0.9	0.9	0.52	NA
Investime (në milionë euro)	21	11.5	10.53	NA
Taksa të paguara (në milionë euro)	15.6	9.7	8.73	NA
Tregu				
Klientë (në milionë)	1.92	1.9	2.06	2.06
Pjesa e Tregut (sipas numrit të klientëve)	37%	34%	37%	39%
Abonentë të shërbimit Internet (në milionë)	-	0.25	0.28	0.28
Abonentë të shërbimit Broadband (në mijë)	-	-	22	230
Numri i ankesave marrë nga klientët	2,603	3,137	2,906	2,019
% e ankesave të zgjidhura në kohë të shkurtër	89	88	83.1	90
Punonjësit				
Punonjësit	475	487	471	452
% e femrave	55.7	55	59	60
% e femrave në pozicioneve manaxheriale	47	50	54	52.4
Numri i punonjësve të trajnuar (numër)	347	88	58	-
Aksidente Fatale (numër)	0	0	0	0
Orë Trajnimi (numër)	14,256	2,018	3,966	1,344

Vullnetarizmi i punonjësve (persona x numri i herëve)	295	252	255	35
Rekrutime të brendshme për pozicione të lira (%)	20	36	35	35
Numri i Ankesave marrë në lidhje me Diskriminimin që kërkojnë për masa korrigjuese	0	0	0	0
Shoqëria				
Njerëzit e Mbështetur	NA	NA	1,485	1,000
Numri projekteve vullnetare	5	5	4	1
Numri i orëve të investuara në aktivitete vullnetare të punonjësve	NA	NA	3,300	80
Bursa të ofruara për studentët (në numër)	17	20	14	-
Mjedisi				
Emetimi i përgjithshëm i CO2 (nga zyrat, transporti, rrjetet backbone, stacionet) (në ton)	2,900	3,075	2,841	2,536
Konsumi i përgjithshëm i energjisë (nga zyrat, transporti, rrjetet backbone, stacionet) (Mwh)	16.86	17.34	17.98	19.5
Çanta letre të biodegradueshme të blera (në mijë)	327	70	14	-
Konsumi i ujit (m ³)	6,700	7,700	12,071	13,073
Konsumi i karburanteve për ngrohje dhe gjeneratorët e përdorur në Stacione (në mijë litra)	788.0	888.7	858.6	858.6
Mbetje të rrezikshme (ton)	-	51	12.7	26
Mbetje teknike të parrezikshme nga Operacionet e Telekomunikacionit (ton)	-	5.91	0.74	1.56
Konsum karburanti nga makinat (në mijë litra)	167	198	178.2	131.4
Distancat e transportit rrugor (në mijë km)	1,773	2,067	2,050	1,290
Konsum i letrës në zyra (në ton)	9.5	10.1	10.5	4.2
Riciklimi i letrës së zyrave (në ton)	5.3	5.6	6	2.8

9.2 Indeksi GRI G3.1

Raporti i Përgjegjshmërisë Sociale të AMC-së, bazohet mbi kërkesat e përcaktuara nga Iniciativa Globale e Raportimit (GRI). GRI ka konfirmuar se Raporti i PK-së për vitin 2014 është hartuar sipas udhëzimeve të GRI G3.1, niveli i aplikimit B.



Zbulimi Profilit	Përshkrimi	Mbulimi	Pjesa në Raport /Shënime
1. Strategjia dhe Analiza			
1.1	Deklarata nga vendim-marrësi më i lartë i organizatës.	Plotësisht	1
1.2	Përshkrim i ndikimeve kryesore, rreziqeve dhe mundësive.	Plotësisht	1, 4.1, 4.2, 4.5, 8.2
2. Profili Organizativ			
2.1	Emri i organizatës.	Plotësisht	2, 3.1
2.2	Brandet, produktet dhe/ose shërbimet primare.	Plotësisht	3.3
2.3	Struktura Operacionale e organizatës, duke përfshirë divizionet kryesore, kompanitë operuese, filialet dhe sipërmarrjet.	Plotësisht	3.2
2.4	Vendndodhja e zyrave qendrore të organizatës.	Plotësisht	2
2.5	Numri shteteve ku vepron organizata, dhe emrat e shteteve me operacionet më të mëdha ose që janë veçanërisht domethënëse për çështjet e mbështjettjes së mbuluara në raport.	Plotësisht	3.1, 3.4
2.6	Natyra e pronësisë dhe forma ligjore.	Plotësisht	3.1
2.7	Tregjet ku shërbehet (duke përfshirë ndarjen gjeografike, sektorët e mbuluar me shërbim dhe llojet e klientëve/përfituesve).	Plotësisht	3.1, 3.4
2.8	Shkalla e organizatës raportuese.	Plotësisht	2, 3.1, 3.4
2.9	Ndryshime domethënëse gjatë periudhës së raportimit lidhur me përmasat, strukturën ose pronësinë/zotërimin.	Plotësisht	3.6
2.10	Çmimet/Vlerësimet e marra në periudhën e raportimit.	Plotësisht	4.8
3. Parametrat e Raportit			
3.1	Periudha e raportimit (p.sh. viti fiskal/kalendarik) për informacionin e dhënë.	Plotësisht	2
3.2	Data e raportit më të fundit (nëse ka).	Plotësisht	2

3.3	Cikli i raportimit (vjetor, dy-vjeçar, etj.)	Plotësisht	2
3.4	Pika e kontaktit për pyetjet lidhur me raportin apo përmbajtjen e tij.	Plotësisht	2
3.5	Procesi i përcaktimit të përmbajtjes së raportit.	Plotësisht	2, 4.1
3.6	Kufiri i raporti (p.sh. shtetet, ndarjet, filialet, godinat me qira, sipërmarrjet, furnitorët). Shiko Protokollin e Kufirit GRI për më shumë udhëzime.	Plotësisht	2
3.7	Deklarimi i çdo kufizimi specifik mbi qëllimin ose kufijtë e raportit (shiko parimin e plotësisë për shpjegimin e qëllimit).	Plotësisht	2
3.8	Bazat për raportimin mbi sipërmarrjet, filialet, godinat me qira, operacionet e nënkontraktuara, dhe ente të tjera që mund të ndikojnë krahasueshmërinë nga periudha në periudhë dhe/ose mes organizatave.	Plotësisht	2
3.9	Teknikat e matjes dhe bazat e llogaritjeve, duke përfshirë supozimet dhe teknikat që nënkuptojnë vlerësime të zbatueshme për përpilimin e Treguesve dhe ndonjë informacioni tjetër në raport. Shpjegimi i çdo vendimi për të mos zbatuar, apo devijuar në mënyrë thelbësore nga Protokollin e Treguesve GRI.	Plotësisht	2
3.10	Shpjegimi i efektit për çdo ri-deklarim informacioni të ofruar në raportet e mëparshme, dhe arsytet për këtë ri-deklarim (p.sh. shkrirje/blerje, ndryshimi i periudhave/viteve bazë, natyra e biznesit, metodat e matjes).	Plotësisht	2
3.11	Ndryshime të rëndësishme nga periudhat e mëparshme të raportimit lidhur me qëllimin, kufijtë, ose metodat e matjes së përdorura në raport.	Plotësisht	2
3.12	Tabela që identifikon vendndodhjen e Zbulimit të Standarteve në raport.	Plotësisht	9.2
3.13	Politika dhe praktika aktuale lidhur me kërkimin e garancisë nga jashtë për raportin.	Plotësisht	2
4. Qeverisja, Përkushtimet dhe Angazhimet			
4.1	Struktura qeverisëse e organizatës, duke përfshirë komitetet nën bordin më të lartë qeverisës përgjegjës për detyra specifike, si vendosja e strategjisë ose mbikqyrjes organizative.	Plotësisht	4.2, 4.4
4.2	Tregimi nëse Kryetari i bordit më të lartë drejtues është gjithashtu edhe një drejtues ekzekutiv.	Plotësisht	4.4
4.3	Për organizatat që kanë një strukturë unike bordi, deklarimi i numrit dhe gjinisë së anëtarëve të bordit më të lartë drejtues që janë të pavarur dhe/ose anëtarë jo-ekzekutiv.	Plotësisht	4.4
4.4	Mekanizmat për mundësimin e ofrimit të rekomandimeve ose udhëzimeve nga aksionerët dhe punonjësit për bordin më të lartë drejtues.	Plotësisht	4.2, 4.4, 6.2.3

4.5	Lidhja mes kompensimit për anëtarët e bordit më të lartë drejtues, manaxherët e lartë dhe drejtuesit ekzekutiv (duke përfshirë marrëveshjet e nisjes), dhe performancën e organizatës (duke përfshirë performancën sociale dhe mjedisore).	Plotësisht	4.4, 6.2.2, 6.2.3
4.6	Proceset në funksion për bordin më të lartë qeverisës për të garantuar shmangien e konflikteve të interesit.	Plotësisht	4.4, 4.5
4.7	Procesi për caktimin e përbërjes, kualifikimeve dhe ekspertizës së anëtarëve të bordit më të lartë drejtues dhe komiteteve të tij, duke përfshirë çdo konsideratë lidhur me gjininë ose tregues të tjerë diversiteti.	Plotësisht	4.4, 6.2.3
4.8	Deklarata misioni ose vlera, kode sjellje dhe parime, të zhvilluara nga brenda, domethënëse për performancën ekonomike, mjedisore dhe sociale si dhe statusin e tyre të implementimit.	Plotësisht	4,1, 4.5, 7.1, 8.1
4.9	Procedurat e bordit më të lartë drejtues për mbikqyrjen e identifikimit dhe manaxhimit të performancës ekonomike, mjedisore dhe sociale të organizatës, duke përfshirë rreziqet përkatëse dhe mundësitë, dhe aderimi ose pajtimi me standartet, kodet e sjelljes dhe parimet e miratuara ndërkombëtarisht.	Plotësisht	4.2, 4.4
4.10	Proceset për vlerësimin e performancës së vetë bordit më të lartë drejtues, veçanërisht në lidhje me performancën ekonomike, mjedisore dhe sociale.	Plotësisht	4.4
4.11	Shpjegimi nëse dhe si trajtohet nga organizata përqasja ose parimi i masave paraprake.	Plotësisht	4.8, 8.1, 8.7.1
4.12	Kartat/statutet e jashtme ekonomike, mjedisore dhe sociale, parimet ose iniciativat e tjera në të cilat anëtarësohet, aderim apo zbaton organizata.	Plotësisht	4.8, 5.3.1
4.13	Anëtarësimi në shoqata (si shoqata industriale) dhe/ose organizata kombëtare/ndërkombëtare avokatie në të cilat organizata: * ka pozicion në bordin drejtues; * Merr pjesë në projekte ose komitete; * Ofron fonde të konsiderueshme përtej tarifave rutinë të anëtarësimit; ose * Konsideron anëtarësimin si strategjik.	Plotësisht	4.8
4.14	Lista e grupeve të interesit të angazhuar nga organizata.	Plotësisht	4,,4, 6.2.3
4.15	Bazat për identifikimin dhe zgjedhjen e palëve të interesit më të cilët duhet të angazhohen.	Plotësisht	4.7
4.16	Përqasjet ndaj angazhimit të palëve të interesit, duke përfshirë shpeshësinë e angazhimit sipas llojit dhe grupit të interesit.	Plotësisht	4.7
4.17	Temat dhe çështjet kryesore që janë ngritur përmes angazhimit të palëve të interesit, dhe reagimi i organizatës në përgjigje të këtyre temave dhe çështjeve, duke i përfshirë përmes raportimit të saj.	Plotësisht	4.7

INFORMACIONI STANDART PJESA II: Zbulimi i informacionit mbi Përqasjen Manaxheriale (DMAs)			
DMA EC	Zbulimi i Informacionit mbi Përqasjen Manaxheriale EKONOMIKE		
Aspektet	Performanca Ekonomike	Plotësisht	1, 5.1, 5.12, 9.1
	Prania në Treg	Plotësisht	1, 5.1, 5.12, 9.1
	Ndikimet Indirekte Ekonomike	Plotësisht	1, 4.1, 5.1, 5.12, 9.1
DMA EN	Zbulimi i Informacionit mbi Përqasjen Manaxheriale MJEDISORE		
Aspektet	Materiale	Plotësisht	8.1, 8.2, 8.6
	Energjia	Plotësisht	8.1, 8.2, 8.5
	Uji	Plotësisht	8.1, 8.2, 8.8.1
	Biodiversiteti	Plotësisht	8.1, 8.2, 8.8.2
	Emetimet, derdhjet dhe mbetjet	Plotësisht	8.1, 8.2, 8.4, 8.5, 8.6, 8.8.1
	Produktet dhe shërbimet	Plotësisht	8.1, 8.2, 8.5, 8.6, 8.7, 8.8
	Pajtueshmëria	Plotësisht	8.1, 8.2, 8.7
	Transporti	Plotësisht	8.1, 8.2, 8.4.1, 8.5.4
	Tërësia	Plotësisht	8.1, 8.2
DMA LA	Zbulimi i Informacionit mbi Përqasjen Manaxheriale PRAKTIKAT E PUNËS		
Aspektet	Punësimi	Plotësisht	6.1, 6.2, 6.5
	Marrëdhëniet e Punës/manaxhimi	Plotësisht	6.1, 6.2.2
	Shëndeti dhe Siguria në Punë	Plotësisht	6.1, 6.3
	Trajnimi dhe arsimimi	Plotësisht	6.1, 6.4
	Diversiteti dhe shanset e barabarta	Plotësisht	6.1, 6.2,
	Pagesë e barabartë për femrat dhe meshkujt	Plotësisht	6.1, 6.2.3
DMA HR	Zbulimi i Informacionit mbi Përqasjen Manaxheriale BURIMET NJERËZORE		
Aspektet	Praktikat e investimeve dhe prokurimit	Plotësisht	5.9
	Mos –diskriminimi	Plotësisht	6.1, 6.2.3
	Liria e asociimit dhe marrëveshjet kolektive	Plotësisht	5.9.1, 6.1, 6.2.2
	Punësimi i fëmijëve	Plotësisht	5.9.1, 6.1, 6.2.2
	Parandalimi i punës së detyruar dhe me dhunë	Plotësisht	5.9.1, 6.1, 6.2.2
	Praktikat e sigurisë	Plotësisht	5.11
	Të drejtat vendase (indigjene)	Jo	Jo domethënëse
	Vlerësimi	Plotësisht	4.5, 6.4.2
	Ndreqja	Plotësisht	6.1, 6.2.3
DMA SO	Zbulimi i Informacionit mbi Përqasjen Manaxheriale SHOQËRIA		
Aspektet	Komunitetet lokale	Plotësisht	4.1, 6.1, 7.3, 8.7
	Korrupsioni	Plotësisht	4.5

	Politika publike	Plotësisht	4.1, 4.5, 5.1, 5.3
	Sjellja anti-konkurrese	Plotësisht	5.1, 5.2, 5.3
	Pajtueshmëria	Plotësisht	4.5
DMA PR	Zbulimi i Informacionit mbi Përqasjen Manaxheriale PËRGJEGJËSIA PËR PRODUKTET		
Aspektet	Shëndeti dhe siguria e klientit	Plotësisht	5.1, 5.8.1, 8.6, 8.7
	Etiketimi i produktit dhe shërbimit	Plotësisht	5.1, 5.8.1, 8.7
	Komunikimet e Marketingut	Plotësisht	5.1, 5.7, 5.8.1
	Privatësia e klientit	Plotësisht	5.1, 5.11
	Pajtueshmëria	Plotësisht	5.1, 5.7, 5.8.1, 5.11
INFORMACIONI STANDART PJESA III: Treguesit e Performancës			
Ekonomike			
Performanca Ekonomike			
EC1	Vlera direkte ekonomike e gjeneruar dhe e shpërndarë, duke përfshirë të ardhurat, kostot e operacionit, kompensimet e punonjësve, donacionet dhe investime të tjera në komunitet, fitime të mbajtura, dhe pagesa ndaj furnitorëve të kapitalit dhe qeverive.	Pjesërisht	3.4, 3.5, 9.1
EC2	Implikimet financiare dhe rreziqet dhe mundësitë e tjera për aktivitetet e organizatës si pasojë e ndryshimit .	Plotësisht	5.6.1, 8.3, 8.4
EC3	Mbulimi i detyrimeve të planit të benefiteve të organizatës.	Pjesërisht	6.5
EC4	Asistencë domethënëse financiare marrë nga qeveria.	Plotësisht	3.1
Prania në Treg			
EC5	Radhitja e normave të nivelit standart të pagës së hyrjes nga gjinia krahasuar me pagën minimale lokale në vendndodhje të rëndësishme të operacionit.	Plotësisht	6.2.3
EC6	Politika, praktikat dhe proporcioni i shpenzimit për furnitorët në bazë-lokale në vendndodhje të rëndësishme të operacioneve.	Plotësisht	5.9
EC7	Procedurat për punësimin lokalisht dhe proporcioni i punësimit të manaxhimit të lartë nga komuniteti lokal në vendndodhje të rëndësishme të operacioneve.	Plotësisht	6.2.1, 6.2.3
Ndikimet ekonomike indirekte			
EC8	Zhvillimi dhe ndikimi i investimeve dhe shërbimeve infrastrukturore ofruar kryesisht për përfitim publik përmes angazhimit komercial, në natyrë ose të mira publike.	Plotësisht	5.4, 5.5 5.6.1, 7.2, 7.3, 8.3, 8.7, 8.8.2
EC9	Kuptimi dhe përshkrimi i ndikimeve domethënëse indirekte, duke përfshirë shtrirjen e ndikimeve.	Plotësisht	5.4, 5.5 5.6.1, 7.2, 7.3

Mjedisore			
Materialet			
EN1	Materialet e përdorura sipas peshës ose volumit.	Pjesërisht	8.6, 9.1
EN2	Përqindja e materialeve të përdorura të cilat janë materiale të ricikluara.	Plotësisht	8.6, 9.1
Energjia			
EN3	Konsumi i drejtëpërdrejtë i energjisë nga burimi parësor i furnizimit me energji.	Plotësisht	8.5.1, 9.1
EN4	Konsumi indirekt i energjisë nga burimi parësor.	Plotësisht	8.5, 9.1
EN5	Energjia e kursyer si pasojë e përmirësimeve të kursimit dhe efikasitetit.	Plotësisht	8.5.2, 8.5.3, 8.5.4
EN6	Iniciativat për të siguruar produkte dhe shërbime efikente në energji ose me bazë energjie të ripërtëritshme, dhe reduktimet në kërkesat e energjisë si pasojë e këtyre iniciativave.	Pjesërisht	8.3, 8.8.5
EN7	Iniciativat për të reduktuar konsumin indirekt të energjisë dhe reduktimet e arritura.	Pjesërisht	8.4.1, 8.5, 8.6
Uji			
EN8	Totali i ujit të marrë nga burimi.	Plotësisht	8.8.1
EN9	Burimet e ujit të ndikuara thelbësisht nga marrja e ujit.	Plotësisht	8.8.1
EN10	Përqindja dhe volumi total i ujit të ricikluar dhe të ripërdorur.	Plotësisht	8.8.1
Biodiversiteti			
EN11	Vendndodhja dhe përmasat e tokës në pronësi, të marrë me qira, të manaxhuar apo në afërsi të zonave të mbrojtura dhe zonave me vlera të larta biodiversiteti jashtë zonave të mbrojtura.	Plotësisht	8.8.2
EN12	Përshkrime të ndikimeve të rëndësishme të aktiviteteve, produkteve dhe shërbimeve në biodiversitetin e zonave të mbrojtura dhe në zonat me biodiversitet të lartë jashtë zonave të mbrojtura.	Plotësisht	8.8.2, 8.7.1, 8.7.2
EN13	Habitatet e mbrojtura ose të restauruara.	Plotësisht	8.8.2
EN14	Strategjitë, veprimet aktuale dhe planet e ardhshme për manaxhimin e ndikimit në biodiversitet.	Pjesërisht	8.8.2
EN15	Numri i specieve në Listën e Kuqe të IUCN (Unioni Ndërkombëtar për Ruajtjen e Natyrës) dhe lista kombëtare për ruajtjen e specieve me habitat në zonat e ndikuara nga operacionet, sipas nivelit të rrezikut.	Jo	
Emetimet, derdhjet dhe mbetjet			
EN16	Emetimet direkte dhe indirekte të gazrave të efektit serë sipas sasisë.	Plotësisht	8.4.1, 9.1

EN17	Emetime të tjera të rëndësishme të gazrave të efektit serë sipas sasisë.	Plotësisht	8.4.1, 9.1
EN18	Iniciativat për të reduktuar emetimet e gazrave të efektit serë dhe arritjet e reduktimeve.	Plotësisht	8.5
EN19	Emetimet e substancave që pakësojnë ozonin sipas sasisë.	Jo	
EN20	NOx, SOx, dhe emetime të tjera dmethënëse në ajër sipas llojit dhe sasisë.	Jo	
EN21	Shkarkimet në total të ujit sipas cilësisë dhe destinacionit.	Plotësisht	8.8.1, 9.1
EN22	Sasia totale e mbetjeve sipas llojit dhe mënyrës së trajtimit.	Pjesërisht	8.6, 9.1
EN23	Numri në total dhe volumi i derdhjeve të rëndësishme.	Plotësisht	8.6.1, 8.6.2, 8.8.1
EN24	Sasia e mbetjeve, që konsiderohen të rrezikshme, të cilat transportohen, importohen, eksportohen ose trajtohen sipas kushteve të Konventës së Bazelit - Aneksi I, II, III, dhe VIII, dhe përqindja e mbetjeve të transportuara që janë dërguar me rrugë detare ndërkombëtarisht.	Plotësisht	8.6.1, 8.6.2
EN25	Identiteti, përmasat, statusi i mbrojtjes, dhe vlera e biodiversitetit të ujrave dhe habitatit përkatës që ndikohen nga shkarkimet e ujit dhe derdhjet e raportuara nga organizata.	Plotësisht	8.8.1
Produktet dhe shërbimet			
EN26	Iniciativat për të reduktuar ndikimet mjedisore të produkteve dhe shërbimeve, dhe shtrirja e reduktimit të ndikimit.	Plotësisht	8.5, 8.6, 8.8
EN27	Përqindja e produkteve të shitura dhe materialet e paketimit të tyre që janë rivendosur sipas kategorisë.	Pjesërisht	8.8.3
Pajtueshmëria			
EN28	Vlera monetare e gjobave të rëndësishme dhe numri total i sanksioneve jo-monetare lidhur me mos-pajtimin me ligjet dhe rregulloret mjedisore.	Plotësisht	8.1.3, 8.8.2
Transporti			
EN29	Ndikime të rëndësishme mjedisore të transportit të produkteve dhe mallrave të tjera, si dhe materialeve të përdorura për operacionet e organizatës, dhe transporti i krahut të punës.	Plotësisht	8.4.1, 8.5.4
Overall			
EN30	Totali i shpenzimeve dhe investimeve për mbrojtjen mjedisore sipas llojit.	Jo	
Sociale: Praktikrat e Punës dhe Puna e Përshtatshme			
Punësimi			
LA1	Totali i krahut të punës sipas llojit të punësimit, kontratës së punësimit, dhe rajonit, e ndarë sipas gjinisë.	Plotësisht	6.2.1

LA2	Numri total dhe norma e punonjësve të rinj të punësuar dhe qarkullimit të punonjësve sipas grupmoshës, gjinisë dhe rajonit.	Plotësisht	6.2.1, 6.2.3
LA3	Përfitimet e ofruara punonjësve me kohë të plotë, të cilat nuk u ofrohen punonjësve të përkohshëm ose me kohë të pjesshme, sipas operacioneve madhore.	Plotësisht	6.5
LA15	Rikthimi në punë dhe normat e mbajtjes në punë pas lejes prindërore, sipas gjinisë.	Plotësisht	6.2.3
Marrëdhëniet e Punës/Manaxhimit			
LA4	Përqindja e punonjësve që mbulohet nga marrëveshjet e ujdive kolektive.	Plotësisht	6.2.2
LA5	Periudha(t) minimale të njoftimit lidhur me ndryshime të rëndësishme operacionale, duke përfshirë faktin nëse specifikohet në marrëveshjet kolektive.	Plotësisht	6.2.1
Shëndeti dhe siguria në Punë			
LA6	Përqindja e totalit të krahut të punës të përfaqësuar në komitete të përbashkëta zyrtare manaxhim-punonjës lidhur me shëndetin dhe sigurinë në punë, që monitorojnë dhe këshillojnë mbi programet e shëndetit dhe sigurisë në punë.	Plotësisht	6.3.1
LA7	Norma e dëmtimeve, sëmundjeve profesionale, ditëve të humbura dhe mosparaqitjes në punë, dhe numri i fatkeqësive lidhur me punën sipas rajonit dhe gjinisë.	Plotësisht	6.3.2
LA8	Arsimimi, trajnimi, këshillimi, parandalimi dhe programet e kontrollit të riskut që janë në funksion për të ndihmuar anëtarët e krahut të punës, familjarët e tyre, ose anëtarët e komunitetit lidhur me sëmundje serioze.	Plotësisht	6.3.3
LA9	Temat e shëndetit dhe sigurisë në punë që janë mbuluar në marrëveshjet zyrtare me unionet tregtare.	Plotësisht	6.3.2
Trajnimi dhe arsimimi			
LA10	Mesatarja e orëve të trajnimit në vit për punonjës sipas gjinisë, dhe sipas kategorisë së punonjësve.	Pjesërisht	6.4.3
LA11	Programet për manaxhimin e aftësive dhe të mësuarit afatgjatë që mbështet punësimin e vazhdueshëm të punonjësve dhe i ndihmon ata në manaxhimin e mbylljes së karrierës.	Pjesërisht	6.4
LA12	Përqindja e punonjësve që marrin vlerësime të rregullta të performancës dhe zhvillimit të karrierës, sipas gjinisë.	Plotësisht	6.4.2
Diversiteti dhe shanset e barabarta			
LA13	Përbërja e bordeve drejtues dhe ndarja e punonjësve me kategori sipas gjinisë, grupmoshës, anëtarësimit në grupe minoriteti, dhe tregues të tjerë të diversitetit.	Plotësisht	4.4, 6.2.1, 6.2.3
Pagesë e barabartë për femrat dhe meshkujt			

LA14	Raporti i pagës bazë dhe shpërblimit të femrave dhe meshkujve sipas kategorisë së punonjësit, sipas vendndodhjeve të rëndësishme të operacioneve.	Plotësisht	6.2.3
Sociale: Të Drejtat e Njeriut			
Praktikat e Prokurimit dhe Investimet			
HR1	Përqindja dhe numri total i marrëveshjeve dhe kontratave të rëndësishme të investimeve që përfshijnë nene që përmbajnë çështje të të drejtave të njeriut, ose që kanë kaluar ekzaminimin mbi të drejtat e njeriut.	Plotësisht	5.9.1
HR2	Përqindja e furnitorëve, kontraktorëve dhe partnerëve të tjerë të rëndësishëm në biznes, të cilët kanë kaluar ekzaminimin mbi të drejtat e njeriut, dhe kanë ndërmarrë masa.	Jo	
HR3	Totali i orëve të trajnimit të punonjësve mbi politikat apo procedurat lidhur me aspektet e të drejtave të njeriut të rëndësishme për operacionet e organizatës, si dhe për qindja e punonjësve të trajnuar.	Pjesërisht	6.6
Mos-diskriminimi			
HR4	Numri total i incidenteve të diskriminimit dhe veprimet e ndërmarra.	Plotësisht	6.2.3, 9.1
Liria e asocimit dhe e marrëveshjeve kolektive			
HR5	Operacionet dhe furnitorët e rëndësishëm të identifikuar, ku e drejta për të ushtruar lirinë e asocimit dhe marrëveshjeve kolektive mund të jetë cenuar ose në rrezik, dhe veprimet e ndërmarra për të mbështetur këto të drejta.	Plotësisht	6.2.2
Punësimi i fëmijëve			
HR6	Operacionet dhe furnitorët e rëndësishëm të identifikuar se kanë rrezik domethënës për incidente të punësimit të fëmijëve, dhe veprimet e ndërmarra për të kontribuar në zhdukjen e punësimit të fëmijëve.	Plotësisht	5.9.1, 6.2.2
Puna e detyruar dhe me dhunë			
HR7	Operacionet dhe furnitorët e rëndësishëm të identifikuar se kanë rrezik domethënës për incidente lidhur me punën e detyruar dhe me dhunë, dhe veprimet e ndërmarra për të eliminuar të gjitha format e punës së detyruar ose me dhunë.	Plotësisht	5.9.1, 6.2.2
Praktikat e sigurisë			
HR8	Për qindja e personelit të sigurisë që është trajnuar në politikat ose procedurat e organizatës lidhur me të drejtat e njeriut që janë të rëndësishme për operacionet e saj.	Plotësisht	Nuk ka patur trajnime për të drejta specifike të njeriut gjatë 2014

Të drejtat vendase (indigjene)			
HR9	Numri total i incidenteve të shkeljeve që përfshijnë të drejtat e njerëzve vendas (indigjen) dhe veprimet e ndërmarra.	Jo	Jo domethënëse
Vlerësimi			
HR10	Përqindja dhe numri total i operacioneve që kanë qënë objekt i shqyrtimeve të të drejtave të njeriut dhe/ose vlerësimet e ndikimit.	Pjesërisht	4.5, 6.2.2
Ndreqja			
HR11	Numri i ankesave lidhur me të drejtat e njeriut që janë dorëzuar, trajtuar dhe zgjidhur përmes mekanizmave zyrtare të ankimimit.	Plotësisht	Nuk janë dorëzuar ankesa lidhur me të drejtat e njeriut.
Sociale: Shoqëria			
Komunitetet lokale			
SO1	Përqindja e operacioneve të implementuara me angazhimin e komunitetit lokal, vlerësimet e ndikimit, dhe programet e zhvillimit.	Plotësisht	4.7, 6.3.1, 7.1, 7.3, 8.7
SO9	Operacionet me ndikim të madh negativ potencial ose aktual në komunitetet lokale.	Plotësisht	8.2, 8.7, 8.8.2
SO10	Masat parandaluese dhe reduktuese të implementuara në operacionet e organizatës me ndikim negativ potencial ose aktual në komunitetet lokale.	Pjesërisht	8.7, 8.8.2
Korrupsioni			
SO2	Përqindja dhe numri total i njësive të biznesit të analizuar për rreziqet lidhur me korrupsionin.	Plotësisht	4.5
SO3	Përqindja e punonjësve të trajnuar në politikat dhe procedurat anti-korrupsion të organizatës.	Plotësisht	4.5
SO4	Veprimet e ndërmarra në përgjigje të incidenteve të korrupsionit.	Plotësisht	4.5
Politika publike			
SO5	Pozitat e politikës publike dhe pjesmarrja në zhvillimet dhe lobimet në politikat publike.	Plotësisht	5.3.1
SO6	Vlera totale e kontributeve financiare dhe në natyrë ndaj partive politike, politikanëve, dhe institucionet lidhur me to, sipas shtetit.	Plotësisht	4.5
Sjellja anti-konkuruese			
SO7	Numri total i veprimeve ligjore për sjelljen anti-konkuruese, anti-trust dhe monopolistike dhe rezultatet.	Plotësisht	5.3
Pajtueshmëria			

SO8	Vlera monetare e gjobave të rëndësishme dhe numri total i sanksioneve jo-monetare për mospajtimin me ligjin dhe rregulloret.	Plotësisht	5.3, 5.7.1, 5.8.1, 8.5.1
Sociale: Përgjegjshmëria e Produktit			
Siguria dhe shëndeti i Klientit			
PR1	Fazat e ciklit në të cilat vlerësohen për përmirësim ndikimet që kanë produktet dhe shërbimet tek shëndeti dhe siguria, dhe përqindja e kategorive të rëndësishme të produkteve dhe shërbimeve që janë objekt i këtyre procedurave.	Pjesërisht	5.8.1, 8.6, 8.7
PR2	Numri total i incidenteve të mospajtimit me rregulloret dhe kodet vullnetare lidhur me ndikimin tek shëndeti dhe siguria e produkteve dhe shërbimeve gjatë ciklit të tyre të jetës sipas llojit të rezultatit.	Plotësisht	5.8.1, 8.6, 8.7
Etiketimi i produkteve dhe shërbimeve			
PR3	Lloji i informacionit mbi produktin dhe shërbimin që kërkohet nga procedurat, dhe përqindja e produkteve dhe shërbimeve të rëndësishme që janë objekt i këtyre kërkesave për informacion.	Plotësisht	5.8.1, 8.7
PR4	Numri total i incidenteve të mospajtimit me rregulloret dhe kodet vullnetare lidhur me informacionin dhe etiketimin e produkteve dhe shërbimeve sipas llojit të rezultateve.	Pjesërisht	5.8.1
PR5	Praktikat lidhur me kënaqësinë e klientit, duke përfshirë rezultatet e anketave që masin kënaqësinë e klientit.	Plotësisht	5.10
Komunikimet e Marketingut			
PR6	Programet për aderimin ndaj ligjeve, standarteve dhe kodeve vullnetare lidhur me komunikimet e marketingut duke përfshirë reklamimin, promocionin dhe sponsorizimin.	Plotësisht	5.7, 5.8
PR7	Numri total i incidenteve të mospajtueshmërisë me rregulloret dhe kodet vullnetare lidhur me komunikimet e marketingut duke përfshirë reklamimin, promocionin dhe sponsorizimin sipas llojit të rezultateve.	Plotësisht	5.7
Privatësia e klientit			
PR8	Numri total i ankesave të provuara lidhur me shkeljet e privatësisë së klientit dhe humbjen e të dhënave të klientit.	Pjesërisht	5.11
Pajtueshmëria			
PR9	Vlera monetare e gjobave të rëndësishme për mospajtimin me ligjin dhe rregulloret lidhur me ofrimin dhe përdorimin e produkteve dhe shërbimeve.	Plotësisht	5.7

Suplemente të Sektorit të Telekomunikimeve			
IO1	Investimi i kapitalit në infrastrukturën e rrjetit të ndarë sipas shteti/rajonit.	Plotësisht	3.1, 3.5, 9.1
IO2	Kostot neto për ofruesit e shërbimit nën Detyrimin e Shërbimit Universal ndërsa shtrihen shërbimet në vendndodhje gjeografike dhe grupe me të ardhura të ulta ose që nuk kanë fitim. Përshkrimi i mekanizmave legjislative dhe rregullatore.	Jo	
Shëndeti dhe Siguria			
IO3	Praktikat për të garantuar shëndetin dhe sigurinë e personelit në terren që përfshihet në instalimin, vënien në punë dhe mirëmbajtjen e shtyllave, stacioneve bazë, etiketimin e kabllave dhe impianteve të tjera jashtë ambjentëve. Çështjet lidhur me shëndetin dhe sigurinë përfshijnë punën në lartësi, goditjet elektrike, ekspozimin ndaj fushave Elektro Magnetike dhe fushat me radio-frekuenca dhe ekspozimin ndaj kimikateve të rrezikshme.	Plotësisht	6.3.3
IO4	Pajtueshmëria me standartet ICNIRP (Komisioni Ndërkombëtar mbi Mbrojtjen nga Radiacioni Jo-Jonizues) mbi ekspozimin ndaj emetimeve të radiofrekuencave nga aparatet celulare.	Plotësisht	5.8.1, 8.7.1, 8.7.2
IO5	Politikat dhe praktikak në lidhje me Normën Specifike të Absorbimit (SAR) të aparateve celulare.	Plotësisht	5.8.1
Infrastruktura			
IO6	Politikat dhe praktikak në vendosjen e shtyllave dhe stacioneve të transmetimit duke përfshirë konsultimin me palët e interesit, ndarjen e stacioneve dhe iniciativat për të reduktuar impaktin vizual. Përshkrimi i përqasjes për të vlerësuar konsultimet dhe për të përcaktuar sasinë sa herë është e mundur.	Pjesërisht	8.8.3
IO7	Numri dhe përqindja e stacioneve më vete, stacioneve të përbashkëta, dhe stacioneve në struktura ekzistuese.	Plotësisht	8.8.3
Akresi në Produktet dhe Shërbimet e Telekomunikacionit: Bashkimi i Ndarjes Dixhitale			
PA1	Politikat dhe praktikak që mundësojnë shpërndarjen e infrastrukturës së telekomunikacionit dhe aksesin në produktet dhe shërbimet e telekomunikacionit në zona të largëta dhe me densitet të ulët të popullsisë.	Plotësisht	3.4, 5.4, 5.5, 5.8
PA2	Politikat dhe praktikak për të kaluar barrierat për aksesin dhe përdorimin e produkteve dhe shërbimeve të telekomunikacionit duke përfshirë: gjuhën, kulturën, analfabetizmin dhe mungesën e arsimit, të ardhurat, paftësitë dhe moshën.	Pjesërisht	5.8, 7.2.1, 7.2.2

PA3	Politikat dhe praktikat për të siguruar disponueshmërinë dhe besueshmërinë e produkteve dhe shërbimeve të telekomunikacionit dhe përcaktimi sasior, kur është i mundur, për periudhat kohore specifike dhe vendndodhjet e padisponueshmërisë.	Plotësisht	3.4, 5.4, 5.5
PA4	Matja e nivelit të disponueshmërisë së produkteve dhe shërbimeve të telekomunikacionit në zonat ku ushtron aktivitet organizata.	Plotësisht	3.4, 5.4, 5.5
PA5	Numri dhe llojet e produkteve dhe shërbimeve të telekomunikacionit që ofrohen dhe përdoren nga sektorët e popullsisë me pak ose pa të ardhura.	Plotësisht	3.3, 5.4, 5.5
PA6	Programet për të ofruar dhe mirëmbajtur produktet dhe shërbimet e telekomunikacionit në situata emergjente dhe për rekuperim në rast katastrofe.	Plotësisht	7.2.3,
PA7	Politikat dhe praktikat për të manaxhuar të drejtat e njeriut lidhur me aksesin dhe përdorimin e produkteve dhe shërbimeve të telekomunikacionit.	Pjesërisht	4.5
Marrëdhëniet me Klientin			
PA8	Politikat dhe praktikat për të komunikuar publikisht çështjet lidhur me FEM.	Plotësisht	8.7.3,
PA9	Shuma totale e investuar në programe dhe aktivitete për kërkime në fushat elektromagnetike.	Pjesërisht	8.7.3,
PA10	Iniciativat për të siguruar qartësi lidhur me tarifat dhe çmimet.	Plotësisht	5.8
PA11	Iniciativat për të informuar klientët rreth karakteristikave të produktit dhe aplikacioneve që do të promovojnë përdorim të preferueshëm të përgjegjshëm, efikas, me kosto efçente dhe mjedisore.	Pjesërisht	5.8
Aplikimet e Teknologjisë			
Efikasiteti i Burimeve			
TA1	Dhënia e shembujve të efikasitetit të burimeve të produkteve dhe shërbimeve të telekomunikacionit që dorëzohen.	Pjesërisht	5.6.1
TA2	Dhënia e shembujve të produkteve, shërbimeve dhe aplikacioneve të telekomunikacionit që kanë potencialin për të zëvendësuar objekte fizike.	Plotësisht	5.6.1
TA3	Zbulimi i ndonjë mase të transportit dhe/ose ndryshimeve të burimeve të përdorimit nga klienti të produkteve dhe shërbimeve të telekomunikacionit renditur më lart.	Plotësisht	5.6.1, 8.5.1
TA4	Zbulimi i çdo preventivi të efekteve të kthimit mbrapsht (pasoja indirekte) të përdorimit nga klienti të produkteve dhe shërbimeve renditur më lart, dhe mësimet e nxjerra për zhvillime të ardhshme. Kjo mund të përfshijë pasoja sociale si dhe mjedisore.	Jo	
TA5	Përshkrimi i praktikave lidhur me të drejtat e pronësisë intelektuale dhe teknologjitë e	Jo	

burimeve të hapura.
