

Raporti i Përgjegjshmërisë së Korporatës 2011



Raporti i Përgjegjshmërisë së Korporatës 2011

Tabela Përmbledhëse

A.	Mesazh nga drejtori i përgjithshëm	4
1.1	Telefonia Celulare	9
1.2	Kompania jonë.....	11
1.2	Produktet dhe Shërbimet	13
1.	Strategjia e përgjegjshmërisë së korporatës.....	15
1.1	Përkufizimi ynë dhe fushat e përgjegjshmërisë	15
2.2	Qasja e manaxhimit	16
2.3	Anëtarësitë dhe Çmimet.....	20
2.4	Angazhimi i Grupeve të Interesit	20
2.5	Objektivat dhe Arritjet	23
3.	Mjedisi	25
3.1	Shkurtimisht.....	25
3.2	Qasja Manaxheriale	25
3.3	Ndryshimi Klimatik	29
3.4	Monitorimi i Konsumit të Energjisë	31
3.5	Monitorimi i Konsumit të Energjisë Elektrike në Godinat Tona	33
3.6	Lëndët e para dhe mbetjet e ngurta	36
3.7	Transporti	39
3.8	Uji.....	40
3.9	Biodiversiteti	40
3.10	Fusha Elektromagnetike.....	40
3.11	Ndikimi pamor	41
3.12	Zhurma	42
3.13	Objektivat dhe arritjet	42
4.	Shoqëria	43
4.1	Shkurtimisht.....	43
4.2	Produktet dhe Shërbimet Sociale.....	44
4.3	Kontributi Social	45
4.4	Vullnetarizmi	51
4.5	Zhvillimi ekonomik	51
4.6	Ndarja Dixhitale	52
4.7	Objektivat dhe Arritjet	53
5.	Tregu	53
5.1	Shkurtimisht.....	53
5.2	Qeverisja e Korporatës	54
5.3	Marketingu i Përgjegjshëm	58
5.4	Konkurrenca Etike	61
5.5	Prokurim i Përgjegjshëm	62
5.6	Ndërgjegjësimi Publik	64
5.7	Kënaqësia e Klientit.....	65

5.8	Siguria e të Dhënave	66
5.9	Objektivat dhe Arritjet	67
6.	Burimet Njerëzore.....	67
6.1	Shkurtimisht.....	67
6.2	Vendet e Punës.....	68
6.3	Shëndeti dhe Siguria në Punë	70
6.4	Punësim i Drejtë	72
6.5	Zhvillimi i Punonjësve	74
6.6	Komunikimi i Brendshëm	77
6.7	Kënaqësia e Punonjësve.....	78
6.8	Objektivat dhe Arritjet	78
7.	Shtojca.....	79
2.1	Përmbledhje e Treguesve Kryesorë të Përformancës Summary	79
7.2	Tabela e Treguesit GRI	81
7.3	Deklarata e GRI	84
7.4	Fajlorth.....	85

A. Mesazh nga drejtori i përgjithshëm

Viti 2011 u dominua si në shkallë vendi po ashtu edhe jashtë kufinjve nga kriza ekonomike Evropiane – një përvojë shqetësuese që askush nuk mund ta injorojë. Pavarësisht kësaj, AMC vazhdon të ecë përpara duke përbushur zotimin për të ofruar përvojën më të kompletuar të përdorimit të komunikimit dhe teknologjisë për të gjithë në Shqipëri.

Gjatë vitit të kaluar, ne kurorëzuar me sukses përpjekjet tona të vazhdueshme për të ofruar shërbimet më të mira të telekomunikacionit në Shqipëri duke marrë në zotërim licensën e dytë 3G, duke rritur kështu mundësitë për të shfrytëzuar më tej mbulimin e gjërë territorial me teknologjinë më të avancuar. Në të njëjtën kohë forcuam dhe më shumë qëllimin e biznesit tonë.

Gjithashtu, çka është edhe më e rëndësishme, veprimtaritë tona vazhduan të udhëhiqen nga përkushtimi ynë për të vepruar si qytetari i përgjegjshëm që duhet të jetë një kompani në mjedisin e tanishëm social dhe fizik, duke vazhduar më tej ndërgjegjësimin dhe përpjekjet për të reduktuar çlirimin e karbonit në mjedis, të arrijmë reduktim më të madh të mbetjeve dhe të përmirësojmë efikasitetin e përdorimit të burimeve.

Në kuadër të kësaj tabloje, ne prezantuar nismën "AMC Green" – strukturën që i jep formë të gjitha iniciativave në të mirë të mjedisit dhe i jep formë kësaj marrëdhënie të pandarë me një mënyrë të përmirësuar jetese.

Ne zhvilluam dhe zbatuam standarte që garantojnë një mjedis pune më të shëndetshëm dhe më të sigurtë për njerëzit tanë, në përputhje të plotë me çertifikimin OHSAS 18001. Gjithashtu, në përbushje të nevojave dhe pritshmërisë së të gjitha palëve të interesit, edhe në kushte të jashtëzakonshme, AMC ka ngritur sistemin e Vazhdimësisë së Biznesit për të siguruar shërbime cilësore të pandërprera telekomunikimi nën të gjitha rrethanat dhe kushtet e pavaforshme.

Gjatë vitit të kaluar, ne kemi punuar shumë që të vazhdojmë më tej përpjekjet për të përbushur përgjegjësitë tona të Korporatës në Shqipëri si dhe njëkohësisht marrëdhënien e veçantë me klientët dhe grupet e interesit.

Përmes këtij raporti, ne duam të tregojmë progresin e arritur gjatë vitit 2011 dhe synimet tona për të ardhmen. Marrëdhënia jonë e shkëlqyer me aksionerët, klientët dhe kontraktorët e shërbimeve na japin nxitjen e nevojshme të vazhdojmë më tej evolucionin dhe zhvillimin tonë. Në vitin 2012 ne do të synojmë edhe lart.

Dimitrios Blatsios

Drejtor i Përgjithshëm

B. Dy fjalë rreth këtij raporti

Ky është Raporti i gjashtë i Përgjegjshmërisë së Korporatës për AMC. Qëllimi i këtij raporti është të forcojë mirëkuptimin dhe komunikimin nga grupet e interesit të AMC dhe të ofrojë informacion lidhur me arritjet dhe projektet e ndërmarra në fushën e Përgjegjshmërisë së Korporatës, me qëllim përmbushjen e objektivave të vëna në 2010.

Periudha e raportimit dhe shpeshësia

Ky raport mbulon periudhën nga 1 Janari 2011 deri më 31 Dhjetor 2011. Kjo është periudha së cilës i referohemi në këtë dokument ndërsa përshkruajmë një aktivitet që ka ndodhur 'gjatë këtij viti'.

Gjithashtu përfshin edhe disa arritje të rëndësishme të fillim-vitit 2012, të cilat nuk janë përmendur diku tjetër.

Ky raport mban datën Gusht 2012 dhe raporti i 2012 planifikohet për t'u botuar në tremujorin e dytë të 2013.

Qëllimi i raportit dhe metodologjisë

Ky raport ka përmbajtje të detajuar dhe tregues të zgjedhur për të matur performancën e vet përsa i takon parimeve, rekomandimeve dhe metodave që gjenden të parashtruara në Udhëzimet e Raportimit të Qëndrueshëm (G3.1) dhe shtojcës për sektorin e telekomit (i zbatueshëm për kompanitë në industrinë e telekomunikacionit) në versionin e saj pilot të 2003. Për të gjetur elementët e përfshirë në udhëzimet përkatëse, ju lutemi referohuni Treguesit të Nismës së Raportimit Global (GRI) në seksionin 7.2.

Ky raport i referohet objektivave të parashtruara në Raportin e Përgjegjshmërisë së Korporatës të AMC për vitin 2010.

Në disa raste jepen edhe një herë deklaratat e bëra nga kompania në vitet e mëparshme.

Një ekip i përbërë nga anëtarë brenda dhe jashtë kompanisë zhvilloi elementet që duheshin përfshirë dhe marrë parasysh nga perspektiva e interesit të aktorëve si dhe prioritetin e veprimeve të kompanisë. Ekipi kreu intervista me njerëz kryesorë, mbledhi informacion dhe të dhëna numerike dhe plotësoi përmbajtjen e raportit.

Metodat e mbledhjes së të dhënave janë forcuar dhe përmirësuar vazhdimisht në mënyrë që të ofrojmë informacion të besueshëm, të plotë, të saktë dhe transparent. Të dhënat e mbledhura që përputhen me treguesit e GRI që janë përdorur për këtë raport, janë mbledhur dhe analizuar nga vetë kompania. Raporti merr në konsideratë ndikimet kryesore ekonomike, sociale dhe mjedisore të aktiviteteve të kompanisë.

Kufizime

Kompania pranon se ka edhe kufizime në raport, por shpreh synimin për t'i zgjidhur ato në të ardhmen. Kufizimet përfshijnë:

- nevojën për një zgjerim të sistemit sasior dhe cilësor;
- jo të gjithë treguesit e GRI janë mbuluar në këtë raport, por ato do të trajtohen gjatë viteve të ardhshme;
- miratimi i elementëve sasiorë nuk është kryer nga një institucion i pavarur por nga vetë kompania;
- të dhëna paraprake ekzistojnë vetëm për disa tregues; si dhe
- fushat e përqendrimit dhe përkushtimit gjithashtu përfshijnë tregues dhe aspekte të tjera të qëndrueshmërisë së kompanisë.

Potenciali për t'i përmirësuar këto tregues në të ardhmen është i madh në termat e përputhshmërisë, plotësisë dhe krahasueshmërisë së të dhënave.

Niveli i aplikimit të GRI

Niveli i zbatimit për Raportin e Përgjegjshmërisë së Korporatës sipas "Udhëzimeve së Raportimit të Qëndrueshmërisë" të Nismës së Raportimit Global (GRI) tregohet në tabelën e mëposhtme. Ky sistem ka tre nivele të titulluara A, B, dhe C në rend zvogëlues përputhshmërie me treguesit. Kriteri i raportimit për secilin nivel reflekton një masë të shtrirjes apo zbatimit të pajtueshmërisë me Kuadrin e Raportimit sipas GRI.

Ky raport pajtohet me nivelin B të kërkesave që parashtrihen në GRI dhe është miratuar nga vetë GRI.

Ky raport është verifikuar nga palë e jashtme.

Report Application Level		C	C+	B	B+	A	A+
Standard Disclosures	G3 Profile Disclosures OUTPUT	Report on: 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.8, 3.10 - 3.12 4.1 - 4.4, 4.14 - 4.15		Report on all criteria listed for Level C plus: 1.2 3.9, 3.13 4.5 - 4.13, 4.16 - 4.17		Same as requirement for Level B	
	G3 Management Approach Disclosures OUTPUT	Not required	Report Externally Assured	Management Approach Disclosures for each Indicator Category	Report Externally Assured	Management Approach Disclosures for each Indicator Category	Report Externally Assured
	G3 Performance Indicators & Sector Supplement Performance Indicators OUTPUT	Report on a minimum of 10 Performance Indicators, including at least one from each of: Economic, Social and Environmental.		Report on a minimum of 20 Performance Indicators, at least one from each of Economic, Environmental, Human rights, Labor, Society, Product Responsibility.		Report on each core G3 and Sector Supplement* Indicator with due regard to the Materiality Principle by either: a) reporting on the Indicator or b) explaining the reason for its omission.	

*Sector supplement in final version

Opinion i juaj mbi këtë raport

Ne besojmë se informacioni në këtë raport është një përfaqësim i saktë i aktiviteteve tona tregtare në lidhje me përgjegjshmërinë tonë si korporatë dhe përdoret si një instrument i rëndësishëm në marrëdhënien tonë me aktorët. Për këtë arsye, ne mirëpresim dhe ftojmë aktorët të ofrojnë komente dhe vërejtje lidhur me këtë raport dhe punën e AMC lidhur me PK në përgjithësi nëpërmjet emailit në adresën: contact_us@amc.al, ose duke dërguar një letër në adresë të: AMC, Rr.Gjergj Legisi, Laprake, Tirana, Albania

Shënime mbi terminologjinë

- Termi "ne", "kompania" i referohet Albanian Mobile Communication Sh.A (AMC).
- Termi Grupi COSMOTE i referohet COSMOTE në Greqi së bashku me kompanitë bija të saj. Termi OTE gjithashtu përdoret për t'iu referuar kompanisë mëmë.
- Termi "Raport" dhe "Raporti i PK" i referohet Raportit aktual të Përgjegjshmërisë së Korporatës AMC për vitin 2011.
- Termi "PK" i referohet Përgjegjshmërisë së Korporatës dhe "PSK" i referohet Përgjegjshmërisë Sociale të Korporatës. Të dy termat përdoren si sinonime të njëri-tjetrit.

Shënim:

Përmes Raportit të Përgjegjshmërisë Sociale të Korporatës, ne prezantojmë përkushtimin tonë të vazhdueshëm për të kontribuar në zhvillimin e qëndrueshëm, duke marrë në konsideratë objektivat ekonomik, ekologjik dhe social gjatë proceseve të vendim-marrjes. Ne marrim përgjegjësi për ndikimin e aktiviteteve të organizatës sonë, duke punuar dhe komunikuar me Aktorët, si nga brenda dhe jashtë, ndërsa në të njëjtën kohë përmirësojmë dhe konkurueshmërinë e kompanisë sonë.

Përgjegjshmëria e Korporatës është pjesë e strategjisë sonë së biznesit. Qeverisja e korporatës së Grupit COSMOTE harton aktivitetet operacionale dhe përcakton rolet dhe përgjegjësitë për secilin brenda kompanisë.

Ne përkushtohemi të zbulojmë informacion lidhur me aktivitetet tona, dhe përmes këtij procesi përpiqemi të përmirësojmë vazhdimisht standartin tonë të raportimit siç edhe tregohet historikisht përmes evolimit të Raporteve tona të Korporatës.



HYRJE

1.1 Telefonia Celulare

Gjatë viteve të fundit, bota ka dëshmuar një vazhdimësi në rritjen e shërbimeve të telekomunikacionit dhe pranimin e tyre. Kjo vjen për shkak se telefonia celulare paraqet avantazhe shumë të mëdha jo vetëm në nivel personal, por edhe për biznesin, përmes rolit lehtësues që ka në shumë sektorë duke përfshirë atë financiar, arsimor, sektorin e transporteve dhe sigurisë.

Telefonat celularë sot ofrojnë një listë të shumë të gjerë veçorish të avancuara, dhe një akses në rritje. Sipas vlerësimeve të Unionit Ndërkombëtar të Telekomunikacioneve (International Telecommunication Union - ITU) numri i përdoruesve celularë në botë tashmë ka arritur në 6 miliardë, me 741 milion përdorues vetëm në Evropë. Kjo përbën një rritje të madhe të numrit të përdoruesëve celularë nga 5.4 miliard në 2010 dhe 4.7 miliard në 2009.

Shërbimet e telefonisë celulare kanë sjellë ndryshime dramatike në komunitete, veçanërisht në zona të largëta që kanë patur mungesë të mjeteve të komunikimit më parë.

Tregu i telefonisë celulare në Shqipëri është shumë i zhvilluar dhe karakterizohet nga një gamë e gjërë e shërbimeve të thirrjeve zanore dhe atyre të komunikimeve. Ky sektor po kalon risi dhe ndryshime të vazhdueshme për të ofruar shërbime të përmirësuara të Teknologjisë së Informacionit dhe Komunikimit – TIK, të ngjashme me ato në vende më të zhvilluara teknologjikisht.

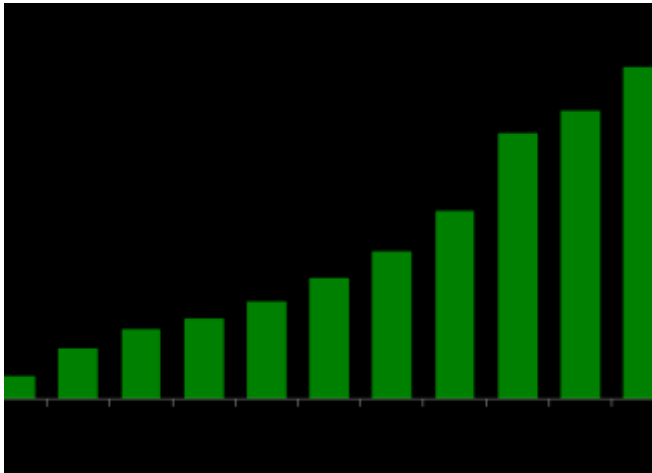
Zhvillimi aktual teknologjik ka sjellë një transformim të thellë në shoqëri. Teknologjia nuk shihet vetëm si një mjet lehtësues në aktivitetet e përditshme, por gjithashtu edhe në ripërcaktimin e metodave të komunikimit. Roli i telefonisë celulare konsiderohet si thelbësor në këndvështrimin e zhvillimit teknologjik, dhe këtë e dëshmojnë shifrat e përdorimit të telefonisë celulare. Gjatë vitit 2011, Shqipëria vazhdoi të ketë rritje të konsiderueshme në numrin e përdoruesve celularë, duke arritur kështu në afërsisht 5.2 milion¹ (af. 690,000 abonentë të rinj). Kjo shifër përfaqëson një rritje prej afërsisht 15% nga viti 2010, dhe një normë penetrimi prej 185%. Kjo normë është 32% më e lartë se në vitin 2010, dhe në mënyrë të konsiderueshme më e lartë se norma mesatare e penetrimit prej 124% në vendet e BE-së gjatë këtij viti (2010).

Pavarësisht nga progresi i arritur në prezantimin e produkteve dhe shërbimeve të reja dhe përmirësimeve në teknologji, sektori i telefonisë celulare pati një tkurrje në përmasat e tij. Gjatë vitit në shqyrtim, ekonomia globale dhe ajo Shqiptare ka kaluar pasiguri dhe vështirësi. Zhvillimi i sektorit të telekomunikacionit është ndikuar materialisht nga ndryshimi dhe dobësimi i kushteve makroekonomike. Mjedisi financiar, ndërhyrjet e rregullatorit dhe zhvillimet e tregut kanë patur një ndikim negativ në tregun Shqiptar të telekomunikimeve. Viti 2011 shënoi një rënie prej 6% në nivelin e të ardhurave krahasuar me vitin 2010.

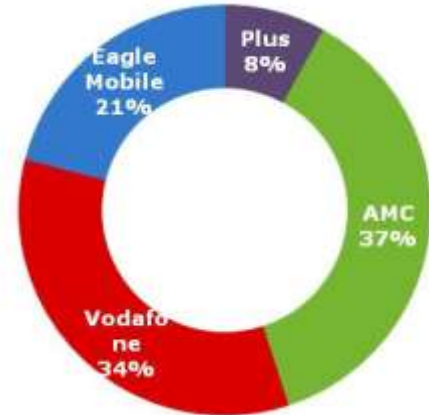
¹ Numri i përdoruesve celularë i referohet numrit të kartave SIM aktive.
Burimi: Autoriteti i Komunikimeve Elektronike dhe Postare.

AMC ofron shërbime të dizenuara për t'iu përshtatur prirjeve të ndryshueshme të klientëve si dhe shfrytëzon çdo avantazh nga përdorimi i teknologjisë, duke përmirësuar mundësitë e produkteve, shërbimeve (thirrje dhe të dhëna) dhe aparateve. Këto kombinime po bëhen gjithnjë dhe më zakonshme, me klientë që kanë mundësi të kontrollojnë kostot e tyre.

Grafiku 1.1: Abonentët Shqiptarë të Telefonisë Celulare (në mijë)



Grafiku 1.2: Pjesët e Tregut të Telefonisë Celulare (në bazë abonentësh)



Përveç produkteve dhe shërbimeve të telefonisë celulare që i ofrojnë publikut, operatorët e celularë kanë edhe disa ndikime negative, si përdorimi i burimeve natyrore (energji), realizimi , rreziku i ekspozimit të fëmijëve ndaj përmbajtjeve të papërshtatshme. Ne, si dhe shumë kompani të tjera në botë, i konsiderojmë këto çështje si sfida shumë të rëndësishme për të ardhmen.

1.2 Kompania jonë

A. Struktura e Aksionerëve

E themeluar në vitin 1995, sot AMC është operatori më i madh celular në vend, me një bazë klientësh afro 2 milion, duke zotëruar rreth 37% të këtij tregu. Kompania numëron 475 profesionistë, duke u renditur si një nga punëdhënësit më të mëdhenj në vend. AMC është një shoqëri anonime e regjistruar në Shqipëri sipas ligjit nr. 9901, datë 14.4.2008 "Për Tregtarët dhe Shoqëritë Tregtare".

Rreth 99.76% e kompanisë zotërohet, në mënyrë të drejtpërdrejtë apo jo të drejtpërdrejtë, nga COSMOTE Group. COSMOTE është një Grup shumëkombësh me një prezencë dinamike në Evropën Jug-Lindore, duke mbuluar përveç Shqipërisë, Bullgarinë, Greqinë dhe Rumaninë, dhe duke mbajtur një bazë konsumatorësh prej afërsisht 20.5 milion abonentë në total (www.cosmote.gr).

Shifrat e investimeve të AMC në vitet e fundit shënojnë disa qindra milion Euro në teknologji, mirëmbajtje, ndërtime dhe veprimtari të tjera. AMC ofron një mbulim rrjeti në rreth 90% të të gjithë territorit, duke arritur edhe në zonat më të largëta të vendit dhe afërsisht 100% të të gjithë popullatës. Teknologjia është ndërtuar



sipas standarteve

e të BE dhe në përputhje me legjislacionin Shqiptar.

AMC ka një rrjet të gjerë tregtar në Shqipëri. Aktualisht, ka numrin më të madh të dyqaneve në Shqipëri përse i takon industrisë së telekomunikacionit.

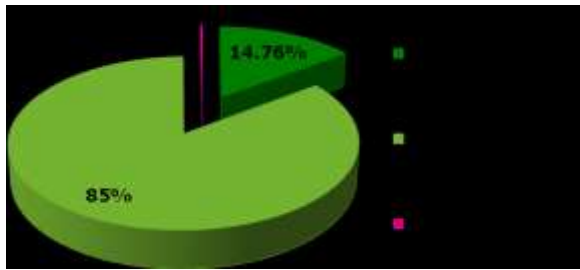
COSMOTE zotërohet 100% nga Grupi OTE (Hellenic Telecommunications Organization). Grupi OTE është ofruesi më i madh i telekomunikacionit në tregun Grek dhe, së bashku me të gjitha kompanitë bija në Shqipëri, Bullgari, Greqi, Rumani, formon një Grupet kryesuse të telekomunikacionit në Evropën Jug-Lindore (www.ote.gr).

Vlerësimi i Performancës së AMC

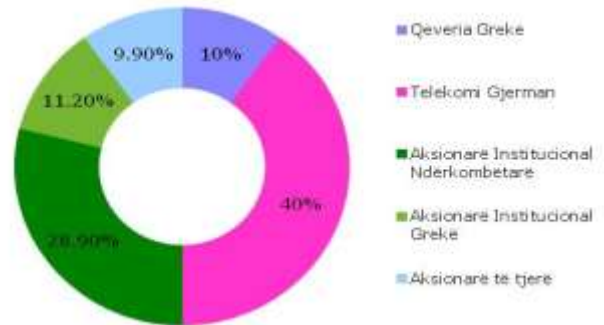
Më 31 Dhjetor, 2011

Baza e abonentëve	Af. 1.93 milion
Abonentë që përdorin internetin	Af.43%
Abonentë me kontratë	Af.10%
Abonentë me parapagesë	Af. 90%
Pjesa e Tregut	Af. 37%
Produktet e ofruara	37
Shërbimet e ofruara	39
Operatorë me të cilët ka marrëveshje	333
Shtete që ofron shërbimin roaming	132
Rrjete që ofron shërbimin roaming	333
Shtete që ofron shërbimin GPRS	67
Rrjete që ofron shërbimin GPRS	129
Dyqane në pronësi	14
Rrjeti i dyqaneve në total	156
Stacione bazë	497
Mbulimi i popullsisë	99.80%
Mbulimi i territorit	Af. 90%
Numri i Punonjësve	475

Grafiku 1.3: Struktura e Aksionerëve të AMC-së

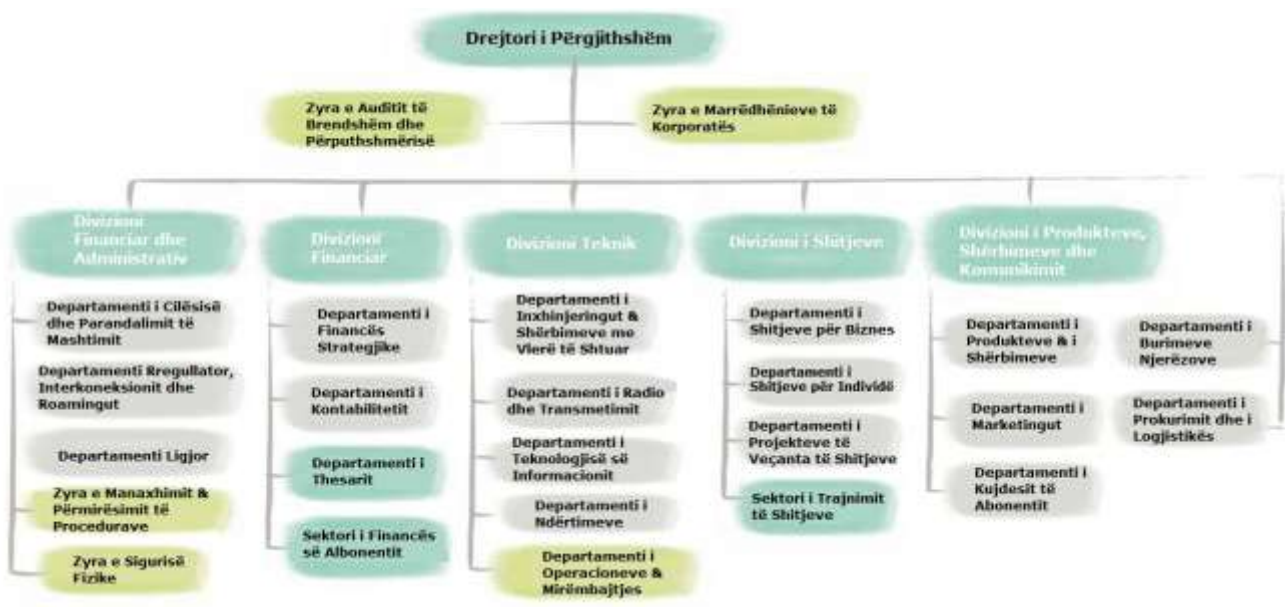


Grafiku 1.4: Struktura e Aksionerëve të Grupit OTE



B. Struktura Organizative

Struktura Organizative e AMC për vitin 2011, jepet si më poshtë:



C. Ndryshime të Rëndësishme

Ndryshimet më të rëndësishme që prej Raportit të PK në vitin 2010, lidhen me strukturën organizative, strukturën e aksionerëve dhe elementët e menaxhimit. Ato janë si më poshtë:

- Në Qershor 2011, Deutsche Telekom bleu edhe 10% të aksioneve të OTE nga Qeveria Greke, duke zotëruar tashmë 40% të aksioneve në OTE;
- Në Tetor 2011, tre departamente të reja u krijuan brenda Divizionit Financiar: Departamenti i Financës Strategjike, Departamenti i Kontabilitetit dhe Departamenti i Thesarit;

- NË Prill 2011, u ngrit Divizioni i Shitjeve duke grupuar nën vete të gjitha strukturat e mëparshme të shitjeve;
- Në të njëjtën kohë, Divizioni i mëparshëm Komercial u riformatua duke u quajtur Divizioni i Produkteve, Shërbimeve dhe Komunikimeve;
- U zëvendësua një nga anëtarët e bordit mbikqyrës.

1.2 Produktet dhe Shërbimet

A. Produktet dhe Shërbimet kryesore

AMC vazhdon të ofrojë një gamë të plotë produktesh dhe shërbimesh në telefoninë celulare për abonentët e saj me parapagesë dhe me kontratë. Së fundmi, kompania prezantoi AMC FIKS, një produkt i telefonisë fikse që operon me efikasitet duke përdorur rrjetin e telefonisë celulare. Kompania gjithashtu ofron një gamë të gjerë të shërbimeve të transmetimit të të dhënave, përmes rrjetit të saj 3G.

Më poshtë listohen produktet dhe shërbimet kryesore të AMC:

- Shërbimet me parapagesë (për të gjitha moshat dhe kategoritë e abonentëve);
- Produktet me kontratë (për individët, për kompanitë e vogla, të mesme dhe kompanitë e mëdha);
- AMC Fiks, i cili përdoret në shtëpi;
- Shërbimet me vlerë të shtuar, të tilla si: Interneti, SMS, web-SMS, thirrjet konference, shërbimi i postës elektronike, ringtonet, shërbimi funtune, etj;
- Shërbimet Roaming; dhe
- Aparatet celulare dhe aksesoret, siç janë: telefonat, Bluetooth, kufjet, karikuesit, kompjuterat tablet, kompjuterat laptop, etj.

Shërbimet e realizuar në vitin 2011

- U realizuan 2.17 miliardë thirrje, dhe 233 milionë mesazhe tekst.
- U prezantuan 11 produkte dhe shërbime të reja.
- Ofroi mbulim me rrjet afërsisht për 100% të popullsisë dhe me rrjet 3G për 96.22% të popullsisë, që nga momenti i marrjes së licensës 3G në Shtator 2011.

B. Ndërtesat dhe Rrjeti i Telekomunikacionit

Kompania ka zhvilluar një rrjet të telefonisë celulare nën pronësinë e saj private. Këto rrjete ndahen në:

- Rrjeti Qendror: MSC, MSS, MGW, BSC; dhe
- Rrjeti i Aksesit: Stacionet Bazë, Rrjeti i Transmetimit, i cili siguron ofrimin e shërbimeve.

Përveç rrjetit të saj, kompania ndan edhe disa stacione bazë me operatorë të tjerë të telefonisë celulare në vend. Nga fundi i vitit 2011, rrjeti i kompanisë përbëhej nga 497 stacione bazë në të gjithë vendin. Përmes rrjetit të saj, AMC ofron 90% mbulim gjeografik dhe afërsisht 100% mbulim të popullsisë me shërbime.

Më poshtë jepet një model ilustrues që tregon se si operon rrjeti i telekomunikacioneve:



Kompania gjithashtu zotëron ndërtesa, ku realizohen operacionet administrative, më konkretisht në Rrugën Gjergj Legisi, Laprakë, Tiranë dhe Kashar, Tiranë.

C. Rrjeti Komericial

AMC ka një rrjet të gjerë tregtar me më shumë se 156 dyqane (të dhënat e muajit Qershor 2012) dhe shumë pika të tjera kontakti dhe tregtar në të gjithë vendin, duke përfshirë edhe zonat më të largëta. Përsa i përket dyqaneve të kompanisë, 14 prej tyre janë nën pronësinë e saj dhe të tjerat u përkasin kompanive partnere të shpërndarjes. Në fillim të vitit 2011, manaxhimi i kompanisë AMC hartoi planin e saj për të mbështetur rrjetin e shpërndarjes, duke hapur shumë dyqane të reja dhe duke rimodeluar ato ekzistuese. Planimetria e re e dyqaneve të AMC-së është një hapësirë e dedikuar plotësisht ndaj teknologjisë më të fundit, ku klientët kanë mundësinë të përfitojnë nga produktet dhe shërbimet e AMC si dhe të përjetojnë zhvillimet në teknologjinë e telekomunikacionit. Në dyqanet e rimodeluar, të gjitha produktet dhe shërbimet e telekomunikacionit ekspozohen në mënyrë të tillë që t'i japin një përgjigje të menjëhershme jetës dinamike të konsumatorëve. Dyqanet ofrojnë një shërbim të personalizuar dhe akses të lehtë tek produktet e reja, duke e kthyer vizitën në dyqan në një eksperiencë unike për klientin. Në vitin 2011, u hapën 23 dyqane të reja dhe u rimodeluan 16 dyqane ekzistuese. Ky plan do të vazhdojë edhe vitin e ardhshëm.

1. Strategjia e përgjegjshmërisë së korporatës

1.1 Përkufizimi ynë dhe fushat e përgjegjshmërisë

AMC operon në një industri shumë konkurruese dhe dinamike, që është objekt i ndryshimeve të shpeshta, ndërkohë që në të njëjtën kohë po përjeton edhe sfida lokale dhe botërore të natyrës ekonomike, sociale dhe mjedisore. Për t'i kapërcyer ato me sukses, kompania duhet "t'i bëjë gjërat siç duhet" për klientët e saj dhe të vazhdojë të luajë rol në adresimin e këtyre sfidave.

AMC përpiqet të zbatojë parimet e Përgjegjshmërisë së Korporatës në të gjithë organizatën, pra duke e bërë atë pjesë të biznesit të saj të përditshëm. Puna bazohet në një ndarje të qartë të përgjegjësisë dhe detyrave si ndërmjet strukturave të korporatës ashtu edhe individëve. Për këtë qëllim janë përcaktuar përkufizimet, rregullat dhe udhëzimet që udhëheqin anëtarët e skuadrave drejt Përgjegjshmërisë së Korporatës çdo ditë.

Përkufizimi i Përgjegjshmërisë së Korporatës për AMC

Përgjegjshmëria e Korporatës është angazhimi i kompanisë sonë për të kontribuar në zhvillimin e qëndrueshëm global, duke marrë në konsideratë objektiva ekonomike, ekologjike dhe sociale në proceset tona të vendim-marrjes, për të marrë përgjegjësi për efektin e aktiviteteve të kompanisë sonë, duke punuar dhe komunikuar me grupet e brendshme dhe të jashtme të interesit, ndërkohë që përmirësojmë konkurrueshmërinë e kompanisë sonë.

Praktikat dhe udhëzimet për manaxhimin e përgjegjshmërisë së korporatës në përputhje me nismat globale

- Nisma e Raportimit Global (GRI) – AMC ka ndjekur këto udhëzime që në vitin 2010. Për më shumë informacion ju lutemi referojuni Indeksit GRI në seksionin 7.2;
- ISO 14001 – AMC ka ngritur një sistem për marrjen e çertifikimit ISO 14001. Për më shumë informacion ju lutemi referojuni Manaxhimit Mjedisor, që jepet në seksionin 3;
- OHSAS 18001– AMC ka ngritur një sistem për marrjen e çertifikimit OHSAS 18001. Për më shumë informacion ju lutemi referojuni Manaxhimit të Sigurisë dhe Shëndetit në Punë, që jepet në seksionin 6.

Shtyllat e përgjegjshmërisë së korporatës

AMC e ka zhvilluar në vazhdimësi strategjinë e saj të përgjegjshmërisë së korporatës. Kompania ka ndërmarrë analiza të brendshme dhe konsultime me grupet e jashtme të interesit për të përcaktuar fushat prioritare të përgjegjshmërisë së saj të korporatës. Rezultatet janë diskutuar në nivel të Grupit COSMOTE dhe janë përcaktuar shtyllat e përgjegjshmërisë së korporatës për grupin. Shtyllat janë si më poshtë:

Strategjia dhe Manaxhimi: Të operojmë në mënyrë të përgjegjshme, të jemi përgjegjës për ndikimin e mundshëm të veprimtarisë së kompanisë dhe në të njëjtën kohë të përmirësojmë konkurrueshmërinë dhe të garantojmë rritjen.

Mjedisi: Të kufizojmë ndikimin negativ në mjedis dhe paralelisht të ndërgjegjësojmë qytetarët në lidhje me të vepruarit në mënyrë më të përgjegjshme përsa i përket çështjes së mbrojtjes së mjedisit.

Shoqëria: Të kombinojmë arritjet tona të biznesit me jetët e njerëzve në komunitetet ku operojmë.

Burimet Njerëzore: Të krijojmë një vend pune të sigurt dhe të garantojmë trajtimin e drejtë dhe zhvillimin e punonjësve tanë.

Tregu: Të ndjekim një qasje manaxhimi të bazuar mbi parimet e etikës, ndërkohë që kontribuojmë për operimin e përgjegjshëm në tregun ku operojmë.

Struktura e këtij raporti bazohet në këto fusha prioritare, dhe në të njëjtën kohë merr në konsideratë pritshmërinë dhe interesat e grupeve të interesit. Raporti përmbledhet si më poshtë:

Strategjia dhe Manaxhimi	Mjedisi	Shoqëria	Tregu	Burimet Njerëzore
Ne e integrojmë përgjegjshmërinë e korporatës brenda strategjisë së biznesit të kompanisë dhe operojmë në menyrë të përgjegjshme për të garantuar suksesin afatgjatë të biznesit për kompaninë tonë.	Ne reduktojmë ndikimin tonë negativ në mjedis.	Ne synojmë të përmbushim nevojat e komunitetit ku operojmë.	Ne forcojmë operacionet tona të përgjegjshme.	Ne jemi një nga punëdhënësit më të medhenj në Shqipëri dhe veprojmë në mënyrë të përgjegjshme duke përmirësuar kushtet e punës.

2.2 Qasja e manaxhimit

A. Përfshirja e përgjegjshmërisë së korporatës në strukturën tonë

Kompania ka ngritur disa struktura departamentesh dhe ndër-departamentesh (njësi, komitete, skuadra) që merren me apo trajtojnë çështjet e përcaktuara në fushat prioritare për kompaninë. Këto struktura përfshijnë:

a. Njësia e Përgjegjshmërisë së Korporatës dhe Sponsorizimeve të Korporatës është ngritur në vitin 2006 dhe është pjesë e Zyrës së Marrëdhënieve të Korporatës. Ajo përfaqëson njësinë më gjithëpërfshirëse që trajton çështjet e përgjegjshmërisë së korporatës dhe synon të integrojë përgjegjshmërinë e korporatës brenda funksioneve të kompanisë sonë, të ndërgjegjësojë punonjësit tanë në lidhje me çështjet e përgjegjshmërisë së korporatës, të nxisë dialogun dhe komunikimin me grupet e jashtme të interesit në lidhje me çështjet e përgjegjshmërisë së korporatës, të sugjerojë dhe mbështesë departamentet e tjera në zbatimin e përgjegjshmërisë së korporatës.

b. Komiteti dhe Skuadra e Manaxhimit të Mjedisit janë përgjegjës për të garantuar zbatimin e politikës së mjedisit.

c. Komiteti dhe Skuadra e Shëndetit dhe Sigurisë janë përgjegjës për të garantuar zbatimin e politikës së shëndetit dhe sigurisë.

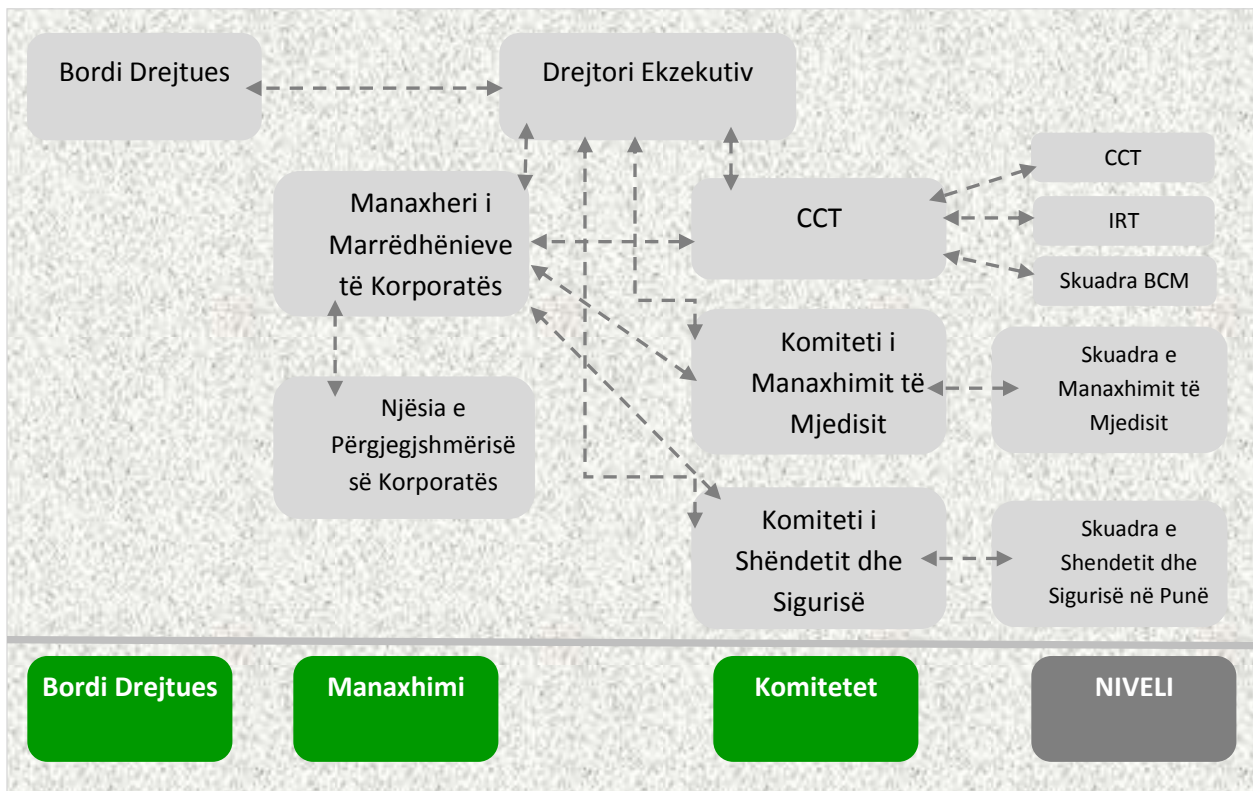
d. Skuadra për Manaxhimin e Vazhdimësisë së Biznesit (BCM) është përgjegjëse për planifikimin dhe zbatimin e planeve të vazhdimësisë operacionale, në mënyrë që të mbrojë kompaninë nga ngjarje të papritura. Në Zyrën e Çështjeve të Korporatës është punësuar një specialist BCM që merret vetëm me çështjet e Manaxhimit të Vazhdimësisë së Biznesit.

e. Skuadra e Manaxhimit të Krizës (CMT) është përgjegjëse për vendim-marrjen dhe manaxhimin e aktiviteteve në rast të ngjarjes së incidenteve me pasoja.

f. Skuadra e Reagimit në rast Incidentesh (IRT) është përgjegjëse për reagimin e parë dhe trajtimin e situatave emergjente në ambjentet e kompanisë, kur ato sapo kanë ndodhur.

g. Skuadra e Komunikimit të Krizës (CCT) është përgjegjëse për komunikimin me publikun, median dhe komunikimin e brendshëm në raste krizash.

Struktura e përgjithshme e manaxhimit për Përgjegjshmërisë së Korporatës 2011 jepet më poshtë:



B. Përfshirja e Përgjegjshmërisë së Korporatës në mënyrën tonë të manaxhimit

Gjatë dekadës së kaluar AMC është marrë vazhdimisht me trajtimin e çështjeve të Përgjegjshmërisë së Korporatës dhe i ka bërë pjesë të brendshme të kompanisë, në mënyrë që kompania t'i manaxhojë vetë ato, për t'u siguruar që ato kuptohen dhe zbatohen siç duhet në të gjitha nivelet. Më poshtë jepet një historik i procesit:

2005

Publikohet Manuali i Punonjësit dhe Kodi i Etikës i kompanisë.

2006

Publikohet Raporti i parë i Përgjegjshmërisë së Korporatës – Raporti i Përgjegjshmërisë së Korporatës 2005;

Ngrihet struktura e Përgjegjshmërisë së Korporatës – Struktura e Përgjegjshmërisë së Korporatës brenda Departamentit të Marketingut.

2007

Publikohen Politika dhe Proçedurat për të garantuar Pavarësinë e Kontabilistëve Publikë të Licensuar në lidhje me punësimin dhe sipërmarrjen e shërbimeve nga kompanitë e Grupit COSMOTE.

2008

Publikohet Politika e Prokurimit.

2009

Publikohet Politika e Mbrojtjes së të Dhënave të Komunikimit të Konsumatorit;

Publikohet Politika e Raportimit të Shkeljeve;

Publikohet Politika mbi Pranimin dhe Ofrimin nga Kompania të Dhuratave;

Publikohet Politika e Sigurisë Fizike dhe Mjedisore;

Publikohen Politikat e Sigurisë së Informacionit;

Publikohet Politika mbi Mashtrimet;

Publikohet Politika e të Dhënave të Rrjetit;

Publikohet Politika e Sponsorizimeve dhe Dhurimeve;

2010

Publikohet Manuali i Pajtueshmërisë Antitrust;

Publikohet Kodi i Sjelljes për Furnitorët;

Publikohet Kodi i Sjelljes i Kompanisë për Mbrojtjen e të Drejtave të Individit në lidhje me Privatësinë e trajtimit të të Dhënave Personale (Kodi i Privatësisë së të Dhënave)

Krijohet Struktura e Manaxhimit të Vazhdimësisë së Biznesit (BCM)

2011

Ngrihet Sistemi i Manaxhimit Mjedisor;

Ngrihet Sistemi për Shëndetin dhe Sigurinë në Punë;

Publikohet Raporti i parë Përgjegjshmërisë së Korporatës i çertifikuar nga GRI (Nisma e raportimit Global) – Raporti i Përgjegjshmërisë së Korporatës 2010;

AMC është e angazhuar për arritjen dhe ruajtjen e standarteve më të larta në qeverisjen e korporatës, transparencën dhe përgjegjshmërinë. Kompania i zhvillon në mënyrë etike aktivitetet e saj dhe në përputhje me ligjet dhe rregulloret në mënyrë të drejtë dhe konkurruese.

Parimet e biznesit dhe Kodi i Sjelljes përcaktojnë në mënyrë të qartë përgjegjësitë dhe pritshmëritë, si dhe ofrojnë qartësi për punonjësit dhe drejtuesit. AMC i përditëson

vazhdimisht rregullat e saj, prezanton politika të reja, të cilat u komunikohen punonjësve përmes trajnimeve të rregullta, kur kjo është e nevojshme.

Kodi ynë i Etikës përcakton se:

- Ne i trajtojmë partnerët dhe furnitorët tanë në të gjitha vendet ku kryejmë veprimtari biznesi, me respekt dhe transparencë.
- Ne u japim furnitorëve potencialë shanse të barabarta për të vendosur një marrëdhënie profesionale me kompaninë, duke i përzgjedhur ata në bazë të kritereve objektive.
- Ne bëjmë biznes në bazë termash të drejtë e të arsyeshëm.
- Ne presim nga partnerët tanë që ata të zbatojnë praktikatat më të mira të etikës së biznesit dhe jo vetëm të veprojnë në përputhje me ligjet.

Politikat, manualët dhe rolet e komiteteve, të publikuara në intranetin e kompanisë, janë të aksesueshme nga të gjithë punonjësit.

Në vitin 2011, u organizuan një sërë programesh trajnimi me tematikat e mëposhtme:

- Sistemi i Manaxhimit Mjedisor; në këtë trajnim morën pjesë më shumë se 90% e punonjësve të kompanisë.
- Sistemi i Shëndetit dhe Sigurisë në Punë; në këtë trajnim morën pjesë më shumë se 90% e punonjësve të kompanisë.
- Siguria e Informacionit; në këtë trajnim morën pjesë më shumë se 90% e punonjësve të kompanisë.
- Manaxhimi i Vazhdimësisë së Biznesit.

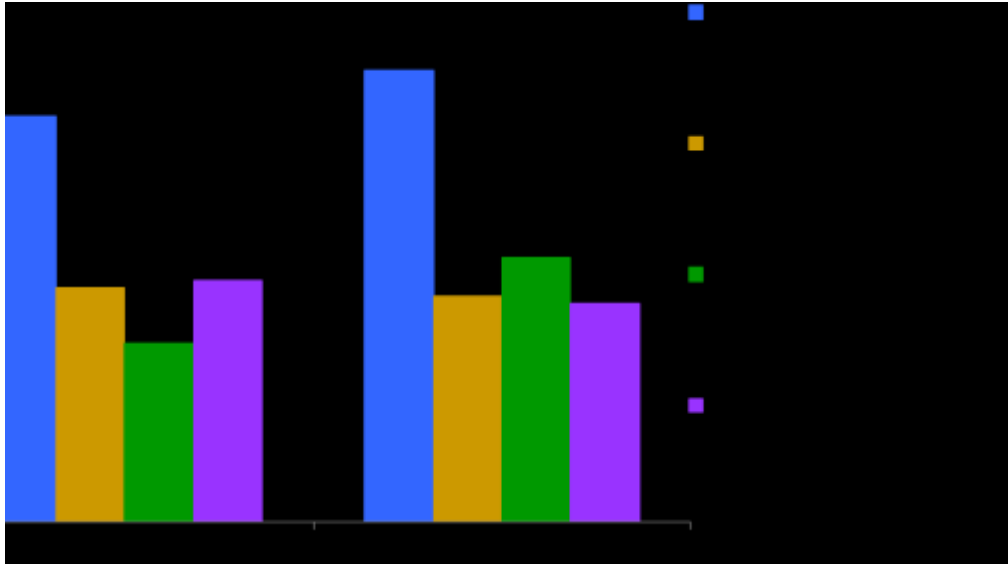
Që prej vitit 2009, kompania ka krijuar programin "Process Web", i cili është një mjet komunikimi në lidhje me proceseve dhe procedurave të kompanisë. Ai është në zhvillim të vazhdueshëm në mënyrë që punonjësit e AMC të informohen më mirë e në mënyrë më të plotë, si dhe të kenë lehtësi akses në të gjitha dokumentat përkatës.

Në vitin 2012, do të kryhet një auditim i Sistemeve të Manaxhimit Mjedisor dhe Manaxhimit të Shëndetit dhe Sigurisë në Punë (bazuar në ISO 14001 dhe OHSAS 18001) nga një institucion i akredituar i pavarur. Gjatë vitit 2011, AMC bëri mjaft progres dhe po vazhdon përmirësimin e këtyre sistemeve me qëllimin e marrjes së certifikimit në këto fusha brenda vitit 2012.

C. Ne fokusohe mi në rezultate të matshme

Performanca jonë matet duke përdorur Tregues Kryesorë të Performancës (KPI) të natyrës financiare dhe jo-financiare. Përveç tyre, AMC vazhdimisht zhvillon mjete të reja matjeje për të monitoruar "Performancën për herë të parë" në shumë fusha të lidhura me Përgjegjshmërinë e Korporatës, siç janë: ekologjia, kënaqësia e konsumatorëve, kënaqësia e punonjësve, etj.

Treguesit e AMC përfshijnë tregues të orientuar drejt Përgjegjshmërisë së Korporatës në mënyrë të përgjithshme dhe tregues të orientuar drejt sektorëve specifikë të Përgjegjshmërisë së Korporatës. Grafiku i mëposhtëm tregon progresin e bërë nga njëra periudhë raportimi në tjetrën. Këta tregues KPI shfaqen në grafikun 2.1 më poshtë:

Grafiku 2.1: Të Dhëna Sasiore në Raport**2.3 Anëtarësitë dhe Çmimet**

Kompania bën pjesë në organizata dhe organizma të ndryshëm, dhe përmes tyre ajo promovon çështje të zhvillimit të tregut.

AMC është anëtare e organizatave të mëposhtme:

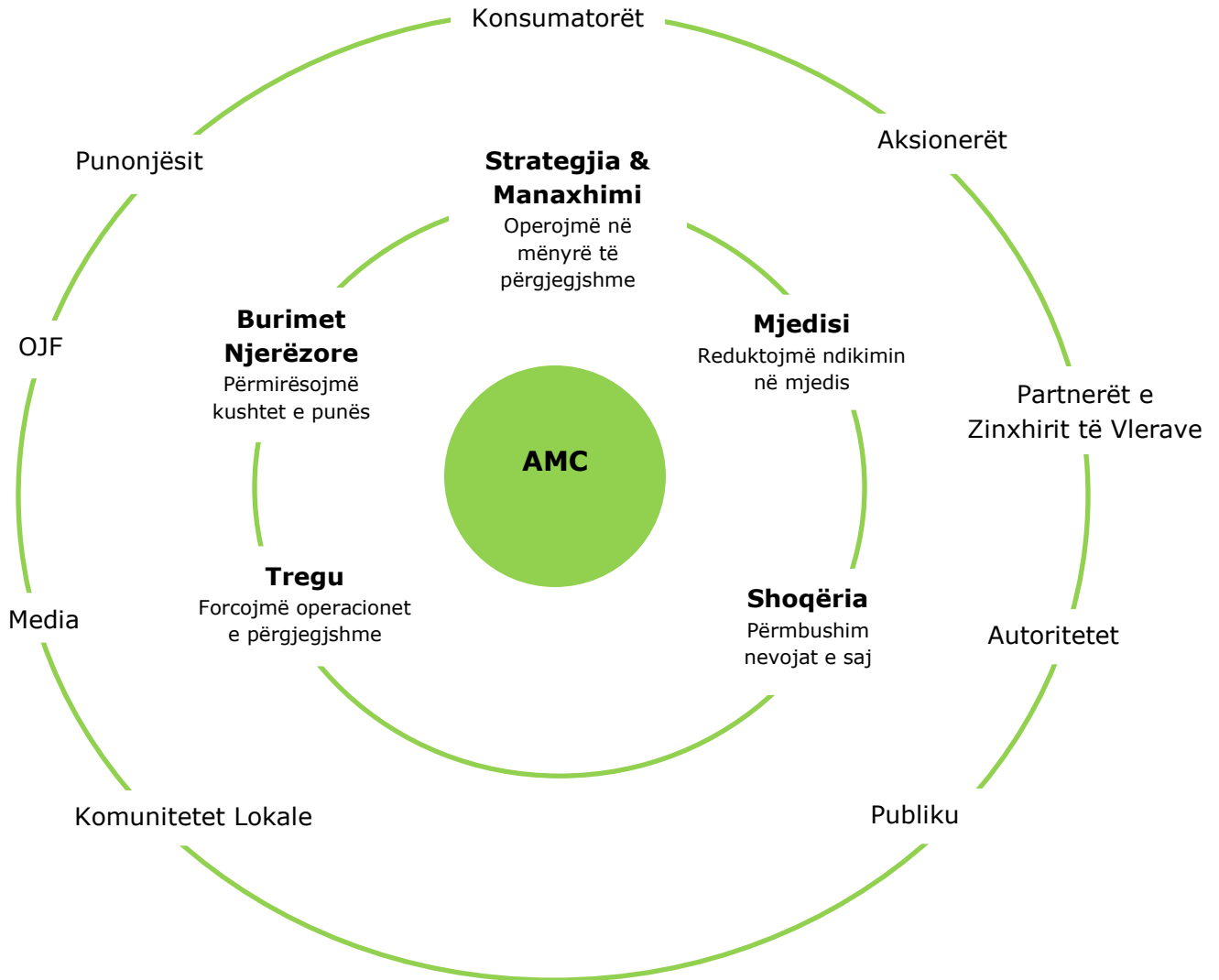
- Dhoma e Tregtisë dhe Industrisë Tiranë;
- Dhoma Amerikane e Tregtisë dhe Industrisë;
- Shoqata e Investitorëve të Huaj në Shqipëri;
- Shoqata Helenike e Biznesit në Shqipëri;
- Shoqata Gjermane e Industrisë dhe Tregtisë;

Ne vitin 2011, produkti i sapohedhur në treg "AMC Fiks" fitoi çmimin "Produkti më i mirë" dhe u prezantua në Forumin e 3^{të} Shqiptar të Telekomit.

2.4 Angazhimi i Grupeve të Interesit

Angazhimi i grupeve të interesit është një dialog interaktiv që e lejon AMC-në të punojë me ta për realizimin e objektivave të përbashkët. Kompania identifikon qëllimin e grupeve të interesit përmes rishikimit të sistemeve të saj të manaxhimit dhe kontroleve të parametrave të referencës dhe mban kontakt të vazhdueshëm me ta për t'i garantuar se interesat e tyre merren në konsideratë gjatë kryerjes së veprimtarisë.

Dialogu me Grupet e Interesit dhe Prioritetet Strategjike



AMC i ka kategorizuar grupet e interesit në nëntë grupe, të cilat janë: konsumatorët, aksionerët, punonjësit, partnerët e zinxhirit të vlerave, autoritetet, organet shtetërore, komunitetet lokale, media dhe organizatat jofitimprurëse.

Proçesi i identifikimit të tyre bazohet në përcaktimin e të gjitha grupeve që janë të lidhura në mënyrë të drejtpërdrejtë apo të tërthortë me aktivitetet e kompanisë, që kanë kapacitetin të ndikojmë dhe potencialin të influencojnë në vendimet kryesore përsa i përket zhvillimit të kompanisë si një biznes i përgjegjshëm korporate.

Ndërveprimi mes AMC dhe grupeve të saj të interesit përsa i përket çështjeve të lidhura me Përgjegjshmërinë e Korporatës koordinohet nga Zyra e Marrëdhënieve të Korporatës.

Bazuar në karakteristikat e grupit të interesit, AMC ka zhvilluar mekanizma të rregullt për angazimin dhe komunikimin me ta. Ky raport është metoda kryesore e përdorur për t'u komunikuar grupeve tona të interesit veprimet dhe aktivitetet e Përgjegjshmërisë së Korporatës. AMC përdor mjete gjithpërfshirëse komunikimi me grupet e interesit, përfshirë këtë raport, i cili është i disponueshëm online në formë elektronike dhe gjithashtu i printuar në letër. Mjete të tjera komunikimi me grupet e interesit përfshijnë median e shkruar dhe

atë elektronike, bisedat telefonike, anketimet, seancat e punës/aktivitetet informuese, konferencat, aktivitetet në mjedise të hapura dhe promocionet, komunikimi i drejtpërdrejtë në dyqanet e AMC.

AMC vlerëson informacionin e marrë nga grupet e brendshme dhe të jashtme të interesit në zhvillimin e nismave dhe strategjisë së Përgjegjshmërisë Sociale të Korporatës, si dhe përmirësimin e vazhdueshëm të raportimit të Përgjegjshmërisë së saj të Korporatës. Kjo e ndihmon kompaninë të jetë më afër shoqërisë dhe t'u japë prioritet çështjeve thelbësore.










Tabela e mëposhtme liston metodat kryesore dhe përmbajtjen e angazhimit që AMC i dedikon çdo grupi të saj të interesit. Pjesët përkatëse në këtë raport japin shembuj në lidhje me tipin e angazhimeve dhe frekuencën e tyre. Disa të dhëna nuk janë regjistruar dhe nuk mund të raportohet për këtë periudhë raportimi.

Grupet e Interesit	Metoda e Përfshirjes	Përmbajtja e Përfshirjes	Pjesa në Raport
Klientët	<ul style="list-style-type: none"> • Aktivitetet e Marrëdhënieve me Klientin • Qendra e Shërbimit të Klientit • Anketa e Kënaqësisë së Klientit 	<ul style="list-style-type: none"> • Cilësia e Shërbimit Service • Përdorimi i Celularëve • EMF 	3.6A, 3.10, 4.2, 5.3,7,8
Aksionerët	<ul style="list-style-type: none"> • Komunikime & Takime të Rregullta • Raportet Financiare • Adoptimi dhe përdorimi i politikave dhe parimeve 	<ul style="list-style-type: none"> • Të gjitha çështjet 	Të gjitha
Punonjësit	<ul style="list-style-type: none"> • Anketa e Kënaqësisë së Punonjësit • Trajnimet • Vlerësimet e Performancës • Publikimet Informuese • Evenimentet për punonjësit • Takimet/Mbledhjet 	<ul style="list-style-type: none"> • Shëndeti & Siguria • Zhvillimi i Karrierës së Punonjësit • Pjesëmarrja e Punonjësit në Operacionet e Kompanisë • Barazia 	6.3,4,5,6
Autoritetet	<ul style="list-style-type: none"> • Raportimet & Takimet e Punës • Projekte në bashkëpunim • Komunikimet e përditshme 	<ul style="list-style-type: none"> • Plotësimi i Kërkesave Rregullatore • Kontribuimi për kuadrin ligjor • Bashkëpunimi në projekte të fushës së Përgjegjshmërisë së Korporatës • Çështje filantropike • Zhvillimi Ekonomik dhe Teknologjik 	3.9,10, 4.3D, 5.4
Media	<ul style="list-style-type: none"> • Evenimente të Medias • Njoftime për Shtypin • Konferenca Shtypi • Publikime Informative • Komunikime sistematike 	<ul style="list-style-type: none"> • Të gjitha çështjet 	Të gjitha

Publiku	<ul style="list-style-type: none"> • Anketime • Filantropi komunitare 	<ul style="list-style-type: none"> • Ndërhyrje dhe Asistencë në raste fatkeqësish • EMF • Ndikimi në mjedis • Përmirësimi i jetesës së komuniteteve të ndryshme 	3.3,9,10,11,12, 4.3
Organizata Jofitimprurëse	<ul style="list-style-type: none"> • Aplikime • Takime 	<ul style="list-style-type: none"> • Përmirësimi i jetesës së komuniteteve të ndryshme • Bashkëpunimi në projekte të fushës së Përgjegjshmërisë së Korporatës 	4.3
Partnerët e Zinxhirit të Vlerave (Furnitorët & Distributorët)	<ul style="list-style-type: none"> • Konferenca • Trajnime& Komunikime • Grupe Pune 	<ul style="list-style-type: none"> • Transparenca & Qeverisja • Zhvillimi ekonomik • Përmirësimi i jetesës së komuniteteve të ndryshme 	1.3, 2.2, 3, 5.5
Komunitetet Lokale	<ul style="list-style-type: none"> • Dialogu me përfaqësuesit lokalë • Vizita 	<ul style="list-style-type: none"> • Përmirësimi i nevojave të shoqërisë • Mbështetja e sipërmarrjeve lokale të biznesit • EMF 	3.9,10,11,12, 4.6, 5.3

2.5 Objektivat dhe Arritjet

Rezultatet e arritura për sa i përket objektivave të manaxhimit për vitin 2011, të publikuara në Raportin e Përgjegjshmërisë së Korporatës 2010, dhe objektivat për vitin 2012, jepen në tabelën e mëposhtme:

Objektivat për vitin 2011	Arritje për vitin 2011	Progresi për vitin 2011	Objektivat për vitin 2012
Çertifikimi i operacioneve tona sipas ISO 14001 për Manaxhimin Mjedisor.	Shiko pjesën 2.2B, 3.2		Çertifikimi i operacioneve tona sipas ISO 14001 për Manaxhimin Mjedisor.
Çertifikimi i operacioneve tona sipas OHSAS 18001 për Manaxhimin e Shëndetit dhe Sigurisë në Punë.	Shiko pjesën 2.2B, 6.3A,B		Çertifikimi i operacioneve tona sipas OHSAS 18001 për Manaxhimin e Shëndetit dhe Sigurisë në Punë.
Shtrirja e sistemit të mbledhjes dhe kontrollit të të dhënave, në lidhje me Raportin tonë të Përgjegjshmërisë së Korporatës.	Shiko pjesën 2.2A, B		Shtrirja e sistemit të mbledhjes dhe kontrollit të të dhënave, në lidhje me Raportin tonë të Përgjegjshmërisë së Korporatës.
Rritja e referencës ndaj Treguesve GRI në Raport.	Shiko pjesën 7.2		Rritja e referencës ndaj Treguesve GRI në raport.
Shtimi i numrit të matjeve EMF dhe komunikimi me komunitetet lokale.	Shiko pjesën 3.10		Shtimi i numrit të matjeve EMF dhe komunikimi me komunitetet lokale. Matja e 30 stacioneve të reja nga një subjekt i pavarur.
Rritja e sensibilizimit në lidhje me çështjet e Përgjegjshmërisë Sociale të Korporatës; integrimi i përgjegjshmërisë së korporatës në menyrën e operimit.	Shiko pjesën 2.1,2,4		Rritja e sensibilizimit në lidhje me çështjet e Përgjegjshmërisë Sociale të Korporatës; integrimi e përgjegjshmërisë së korporatës në menyrën e operimit.
Puna së bashku dhe bashkëpunimi me grupet e interesit në lidhje me çështje materiale të Përgjegjshmërisë së Korporatës.	Shiko pjesën 2.1,2,4		
Krijimi në vazhdimësi i angazhimeve të rregullta dhe të vazhdueshme në lidhje me çështje kryesore.	Shiko pjesën 2.1, 3.2,3, 4.5,6		
Prezantimi i zgjidhjeve të reja teknologjike në të mire të mjedisit.	Shiko pjesën 3.4,6		Prezantimi i zgjidhjeve të reja teknologjike në të mire të mjedisit..

* Për objektiva cilësore: N/A do të thotë nuk është arritur dhe A/C do të thotë është arritur.

3. Mjedisi

3.1 Shkurtimisht

Kompania përpiqet që përdorimi i burimeve natyrore të jetë në përputhje me përpjekjet e shumë vendeve dhe organizatave për të reduktuar emetimin e dioksidit të karbonit (CO₂) dhe parimin e qëndrueshmërisë.

AMC ka zbatuar disa programe brenda kompanisë për të reduktuar konsumin, mbetjet dhe emetimin e CO₂, si dhe është bërë pjesë e nismave të ndryshme me qëllim promovimin e teknologjive dhe një kulture në mbrojtje të mjedisit.

Ne prezantuam logon AMC Green dhe e vendosëm konceptin ekologjik në strategjinë tonë afatgjatë, e cila mund të përkthehet si kryerja e veprimtarive në një mënyrë që mbron mjedisin.

Objektivi

Ne vazhdojmë të reduktojmë ndikimin tonë negativ në mjedisin, ndërkohë që ruajmë dhe veprimtaritë tona.

Arritjet tona kryesore në 2011:

- Anketat tona të brendshme tregojnë se 65% e shqiptarëve që përdorin shërbimet e telefonisë celulare të AMC e shohin kompaninë si operatorin shqiptar më ekologjik në vend;
- Reduktuam emetimet e CO₂ me 26.1% në bazë vjetore, duke shmangur emetimin e 1,020 tonë gazrash në atmosphere (GHG);
- Reduktuam konsumin e naftës në rrjetin tonë stacioneve me 35% ose 411 mijë litra;
- Ç'instalua 10 gjeneratorë që punonin 24 orë, dhe i zëvendësuam ato me pajisje më ekologjike për mjedisin;
- Reduktuam konsumin e naftës në zyrat tona me 24% apo e barazvlefshme me 5 mijë litra.
- Reduktuam konsumin e letrës së zyrës me 4.1% në bazë vjetore, duke kursyer rreth 0.42 ton letër. Rritëm raportin e riciklim/konsum të letrës së zyrës me 10.8%;
- Reduktuam me 1.23% konsumin e karburantit për km, duke kursyer rreth 2 mijë litra;
- Zhvilluam një sistem të pavarur të matjeve të Rrezatimit të Fushës Magnetike. Matjet janë kryer në 50 stacione;
- Zhvilluam një Sistem për Manaxhimin Mjedisor (EMS);
- Zhvilluam një koncept të ri dhe një markë për mjedisin "AMC Green".
-

3.2 Qasja Manaxheriale

Kompanitë e telekomunikacionit kanë një impakt relativisht të ulët në mjedis, qoftë nga ana e lëndëve që përdorin (lëndët e para, konsumin e energjisë) ashtu edhe nga ana e produktit që prodhojnë (mbetjeve, emetimit), në krahasim me kompani të cilat operojnë në industri të tjera. Sidoqoftë, një raport i kohëve të fundit nga Grupi Klimatik dhe Nisma për

Mbështetjen Globale, "Smart 2020: Mundësimi i Ekonomisë me Nivele të Ulta Karboni në Epokën e Informacionit", parashikon që emetimet e karbonit të shkaktuara nga industria globale e Teknologjisë së Informacionit dhe Komunikimit (TIK) do të dyfishohen nga viti 2007 në 2020. Ndryshimet në stilin e jetesës dhe preferencat e konsumatorëve në drejtim të pajisjeve të lidhura në rrjet dhe shërbimeve të tilla si përdorimi i internetit dhe smartphone-ve, të cilët janë gjithnjë e më intensivë në transmetimin e të dhënave, do të çojnë në rritjen e konsumit të energjisë.

Në Shqipëri, numri i abonentëve celularë i ka tejkaluar 5 milionë, dhe përdorimi i rrjetit me brez të gjerë nëpërmjet teknologjisë 3G, ka sjellë një rritje të madhe të përdorimit të rrjetit tonë të të dhënave. Me rritjen e shërbimeve të të dhënave dhe rritjen e trafikut të të dhënave, ne kërkojmë mënyra të reja për të përmirësuar efikasitetin e energjisë së rrjetit tonë me qëllim që të reduktojmë emetimet e karbonit.

Ne përpiqemi që të minimizojmë ndikimin e aktiviteteve tona në mjedis nëpërmjet dy mënyrave kryesore:

- Duke u angazhuar të operojmë në një mënyrë më sistematike dhe efikase, duke prezantuar mjete dhe metoda më efikase për kursimin e energjisë dhe reduktimin e mbetjeve; dhe
- Duke rritur sensibilizimin e punonjësve, gjë që çon në një ndikim të reduktuar mbi mjedisin.

Në Mars të vitit 2011, AMC prezantoi markën ambientaliste "AMC Green". Megjithëse është vizualizuar si markë, "AMC Green" është realisht një koncept që i bashkërenditet strategjisë afatgjatë të AMC-së për një mjedis të qëndrueshëm dhe përfshirjen e saj në aktivitetet e përditshme të kompanisë. Koncepti "AMC Green" lidhet me përdorimin eficient të burimeve, reduktimin e mbetjeve të pajisjeve të telekomunikimit, optimizimin e pajisjeve për minimizimin e përdorimit të energjisë elektrike dhe përdorimin e shërbimeve të telekomunikacionit në një mënyrë më pozitive për mjedisin.

Dy aktivitete interaktive u organizuan në ambientet e AMC-së në Laprakë dhe Kashar për të prezantuar "AMC Green", si edhe për të informuar punonjësit e AMC rreth strategjisë së kompanisë për mjedisin, dhe për t'u njohur me mënyrat se si ata mund të kontribuojnë për të arritur synimet dhe objektivat e kompanisë. Strategjia u prezantua nga Drejtori Ekzekutiv i Kompanisë.

Po në të njëjtin vit, AMC zhvilloi politikën e saj për mjedisin. Politika e mjedisit e përshkruar më në detaje më poshtë, vendos si prioritetin më të lartë të stafit manaxherial veprimtaritë që kanë të bëjnë me mbrojtjen e mjedisit.

Politika mjedisore e AMC

Ne, në AMC zotohemi të përballemi me çdo ndikim mjedisor të shkaktuar nga veprimtaritë tona, dhe në të njëjtën kohë synojmë përmirësimin e vazhdueshëm të performancës sonë mjedisore. Ky zotim është koherent me mënyrën se si operon AMC, si dhe me proceset dhe procedurat e saj. Zbatimi i legjislacionit në fuqi dhe pjesëmarrja në arritjen e objektivave kombëtare përbën pikën e nisjes për zhvillimin e politikës sonë mjedisore.

Nee pranojmë dhe masim ndikimin tonë në mjedis, dhe kërkojmë mënyra për ta reduktuar këtë ndikim duke përdorur teknikat dhe praktikat më të mira të disponueshme:

- Duke minimizuar ndotjen dhe mbetjet e prodhuara;
- Duke reduktuar përdorimin e panevojshëm të lëndëve të para dhe zvogëluar konsumin e energjisë;
- Duke ricikluar materiale, si lubrifikantët, letrat, mbetjet nga pajisjet elektrike/elektronike (MPEE).

Ne edukojmë, sensibilizojmë dhe inkurajojmë punonjësit tanë të marrin pjesë në zbatimin e Sistemit tonë për Manaxhimin e Mjedisit, por gjithashtu në përgjithësi të adoptojnë një mënyrë jetese më të përgjegjshme ndaj mjedisit.

Ne kemi vendosur një dialog të hapur me punonjësit dhe grupet e interesit, dhe presim që furnitorët dhe kontraktorët tanë të tregojnë kujdes ndaj mjedisit dhe të zbatojnë programet e manaxhimit të mjedisit. Ne kontribuojmë në sensibilizimin-mobilizimin e klientëve tanë ndaj çështjeve të mjedisit, përmes përdorimit të materialeve ekologjike si qeset plastike të biodegradueshme në dyqanet tona, si dhe shërbimit e-billing (faturimi elektronik).

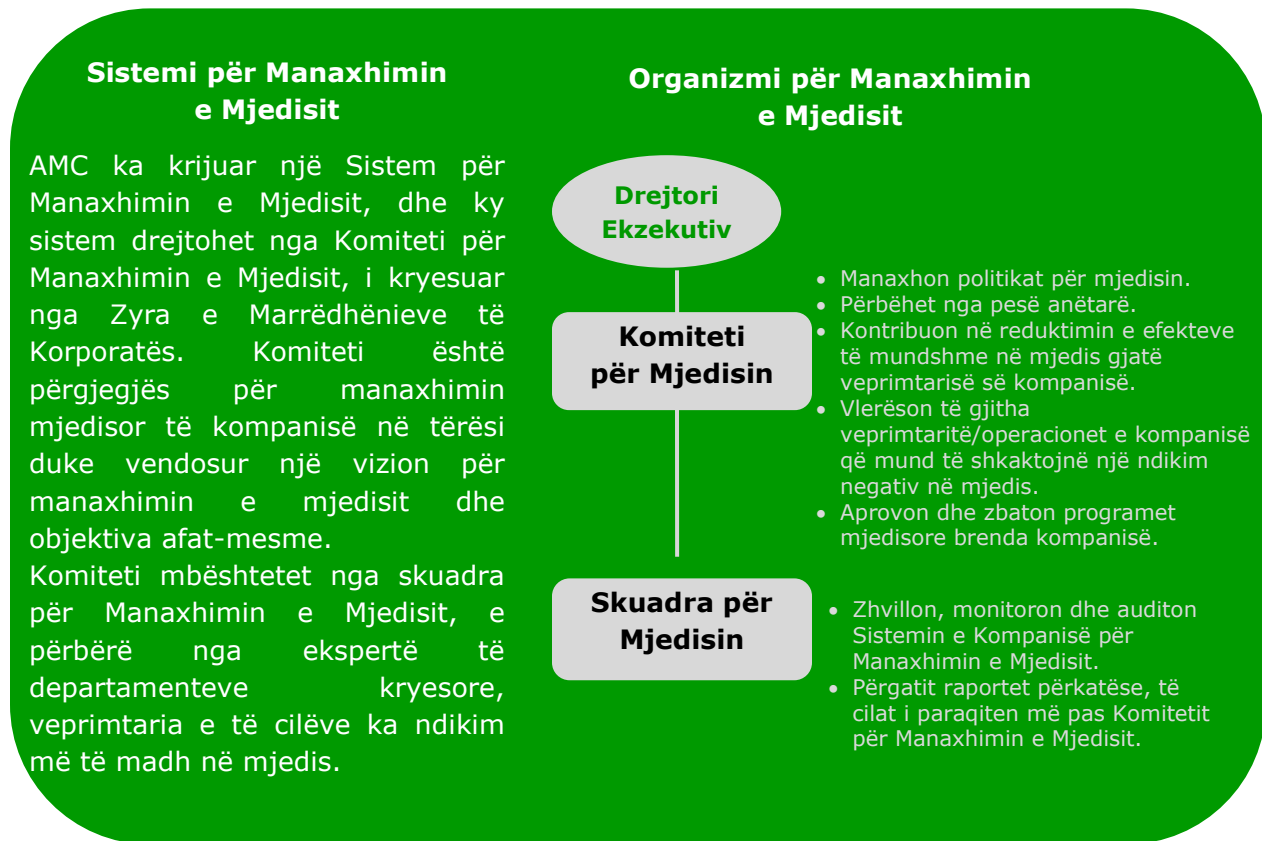
Ne qëndrojmë në kontakt me komunitetin lokal. Ne i përgjigjemi çdo nevoje të tyre për t'u përballur me çështjet kritike të mjedisit. Ne jemi pjesë e dialogut publik dhe diskutimeve mjedisore. Duke i qëndruar besnik parimeve tona mjedisore, ne në AMC, si kudo në Grupin COSMOTE, zbatojmë Sistemin e Manaxhimit të Mjedisit sipas standartit ISO 14001:2004, në tërësinë e operacioneve dhe shërbimeve tona.

Reduktimi i ndikimit tonë në mjedis kërkon përpjekje dhe monitorim të vazhdueshëm të rezultateve. Çështjet mjedisore janë pjesë përbërëse e filozofisë sonë dhe janë të integruara në të gjitha aktivitetet e brendshme të kompanisë.

Dimitrios Blatsios
Drejtori Ekzekutiv

Në këtë kohë, AMC ka zhvilluar një Sistem dhe strukturë të detajuar për Manaxhimin e Mjedisit, me qëllim trajtimin e çështjeve mjedisore në mënyrë më strategjike dhe përfshirjen e të gjithë kompanisë. Ky sistem synon që të jetë në përputhje me standartin ISO 14001:2004. Në vitin 2011, AMC qe objekt auditimi për Sistemin e saj të Manaxhimit të Mjedisit nga një grup ekspertësh të brendshëm nga COSMOTE në Greqi, dhe në vitin 2012 e në vijim, do të auditohet për këtë sistem nga një institucion i pavarur i akredituar.

Mënyra se si funksionon ky sistem, strukturat, rolet dhe përgjegjësitë e këtyre strukturave jepen në diagramën e mëposhtme.



Analiza Mjedisore e AMC që u zhvillua në vitin 2011 tregon se ndikimi më i madh që shkakton kompania në mjedis vjen si rezultat i mbetjeve të akumulatorëve, konsumit të energjisë elektrike, mbetjeve nga pajisjet elektronike dhe elektrike (MPEE), vajrat lubrifikantë, dhe mbeturinat prej letre. AMC i ka përfshirë këto çështje në qasjen e Manaxhimit Mjedisor të Korporatës dhe në të njëjtën kohë, ka zhvilluar programe se si të minitorohen dhe manaxhohen këto elemente, me qëllim reduktimin e ndikimit të tyre në mjedis si rezultat i veprimtarive të saj. Detaje për secilin nga këto programe janë dhënë në pikat në vijim.

Përveç programeve të lartpërmendura, kompania po e vë rregullisht theksin në programe të tjera për të minimizuar efektin e saj mbi mjedisin. Megjithëse këto programe nuk janë zbatuar sipas skemës së kompanisë për manaxhimin e mjedisit, ato janë në përputhje të plotë me konceptin "AMC Green" të kompanisë. Kompania inkurajon zbatimin e tyre dhe synon që t'i bëjë ato më të detajuara, me qëllim që të bëhen pjesë e strukturës dhe të përfshijnë të gjitha palët e interesit në të ardhmen. Këtu përfshihen: reduktimi i emetimeve të dioksisit të karbonit (shih pikën 3.3), manaxhimi i mbetjeve duke përfshirë reduktimin e përdorimit dhe riciklimin e materialeve të tilla si letrat dhe plastika (ju lutem shihni pikën 3.5), manaxhimin e konsumit të karburantit nga automjetet e kompanisë (shihni pikën 3.7), administrimin e ujit (shihni pikën 3.9), minimizimin e ndikimit në biodiversitet (shihni pikën 3.9). Për momentin, asnjë kompani në Shqipëri nuk është e specializuar në riciklimin e pajisjeve të veçanta si aparatët celularë. Megjithatë, kompania është angazhuar që ta trajtojë këtë çështje në të ardhmen.

Çdo vit, AMC merr pjesë në seminare për mjedisin të zhvilluara nga Grupi COSMOTE, ku bashkëbisedohet me ekspertë me njohuri të gjera në fushën e manaxhimit të mjedisit nga korporatat. Kompania i përdor këto opinione të vlefshme të marra për promovimin e mëtejshëm të manaxhimit të saj mjedisor. Në vitin 2011, një seminar për mjedisin u zhvillua në Athinë me pjesëmarrjen e ekspertëve të rëndësishëm në fushën e mjedisit nga AMC, COSMOTE Greqi, COSMOTE Rumani, GLOBUL, OTE dhe organizata të tjera jashtë fushës së telekomunikacionit.

AMC ka krijuar shumë indikatorë për të matur ndikimin e saj në mjedis dhe efektet e programeve të saj në reduktimin e emetimeve dhe mbetjeve, si dhe po e azhuron dhe përmirëson vazhdimisht sistemin e matjes.

3.3 Ndryshimi Klimatik

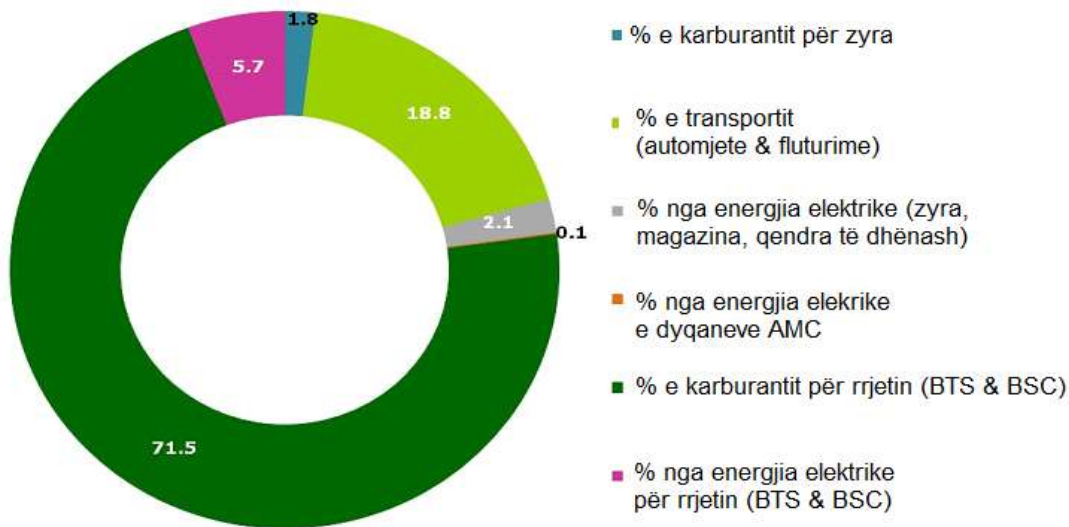
Teknologjia e Informacionit dhe Komunikimit (TIK) ndihmon gjithnjë e më shumë në zëvendësimin e produkteve dhe shërbimeve që konsumojnë energji me shërbime dhe produkte më efikente. Megjithatë, në të njëjtën kohë, për shkak të aplikacioneve gjithnjë e më të sofistikuar po rritet edhe sasia e të dhënave që duhet të transferohen.

Sipas studimit global të SMART 2020 të publikuar nga Grupi Klimatik i Nismës Globale e Elektronikës së Qëndrueshme (GeSI), industria TIK ishte përgjegjëse për rreth 2% të emetimeve në shkallë botërore në vitin 2007, me rreth 830 megatonë emetime të CO₂. Përlllogaritjet parashikojnë një rritje deri në 6% në vitin 2020.

Programet për manaxhimin dhe raportimin e energjisë janë një pjesë e rëndësishme e stragjisë së AMC për mjedisin. Kompania ka vendosur objektiva për shumë prej programeve të saj për mjedisin dhe kërkon të krijojë një sistem matës të besueshëm për shumë prej programeve të tjera, ndërkohë që përmirëson efikasitetin e energjisë në rrjet dhe ndërtesa.

Kompania njej rreziqet që shoqërojnë Ndryshimin Klimatik, dhe për këtë arsye punon fort për të reduktuar në mënyrë të vazhdueshme ndikimin klimatik dhe mjedisor të shkaktuar nga veprimtaritë e saj të biznesit, duke marrë masa gjithëpërfshirëse nëpërmjet programeve që krijon dhe veprimtarive që kryen. Në vitin 2011, totali (direkt dhe indirekt) i emetimeve të CO₂, të cilat kanë lidhje me konsumin e energjisë nga kompania për zyrat, rrjetin dhe transportin, arriti në 2,900 tonë. Burimet e emetimit të CO₂ paraqiten në vijim për çdo sektor dhe aktivitet.

Grafiku 3.1: Burimet e Dioksidit të Karbonit



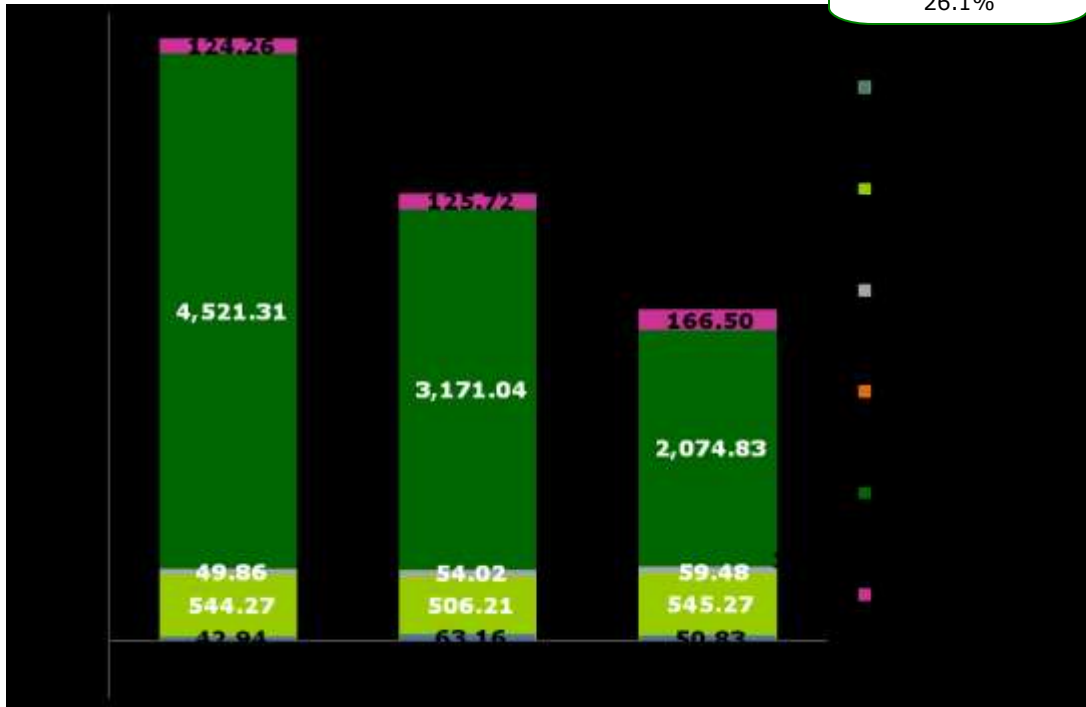
* Normat e Emetimit të Gazrave të përdorura në llogaritjet e këtij raporti janë bazuar në:

- Protokollin për Gazrat e Efektit Serë (GHG), Djegien në burime të lëvizshme, Mjetin për Llogaritjen e Emetimit të Gazrave të Efektit Serë, Versioni 2.0, Maj 2009, për automjetet e kompanisë.
- Protokollin për Gazrat e Efektit Serë (GHG), Djegia në burime të palëvizshme, Versioni 4.01, Tetor 2010, për karburantet, lëndët djegëse për ngrohje dhe naftën për gjeneratorët;
- Agjencia Ndërkombëtare për Energjinë (IEA)- Emetimet e dioksidit të karbonit (CO₂) për djegien e karburanteve, botim i vitit 2010, për energjinë elektrike;
- Akti për Llogaritësin e Gjurmës së Karbonit në Atmosferë për udhëtimet me avion;

Sasia e CO₂ e lëshuar nga kompania është 2,900 tonë. Kjo do të thotë se ne arritëm të reduktonim emetimin e CO₂ me 1,020 tonë, që është 26.1% më pak se në vitin 2010. Për të arritur një reduktim të tillë, AMC përmirësoi efikasitetin e energjisë në fusha si rrjeti i saj, zhvilloi fushata të ndryshme të brendshme me qëllim kursimin e energjisë, dhe ndryshoi llojin e automjeteve të kompanisë. Shpjegime lidhur me veprime specifike janë dhënë në pjesën përkatëse në nën-kapitullin në vijim.

Grafiku 3.2: Burimet e Dioksidit të Karbonit

Ne reduktuam
emetimin e CO₂ me
26.1%



* Të dhënat për emetimin e CO₂ si rezultat i konsumit të energjisë elektrike në dyqanet e AMC-së janë të disponueshme vetëm për vitin 2011.

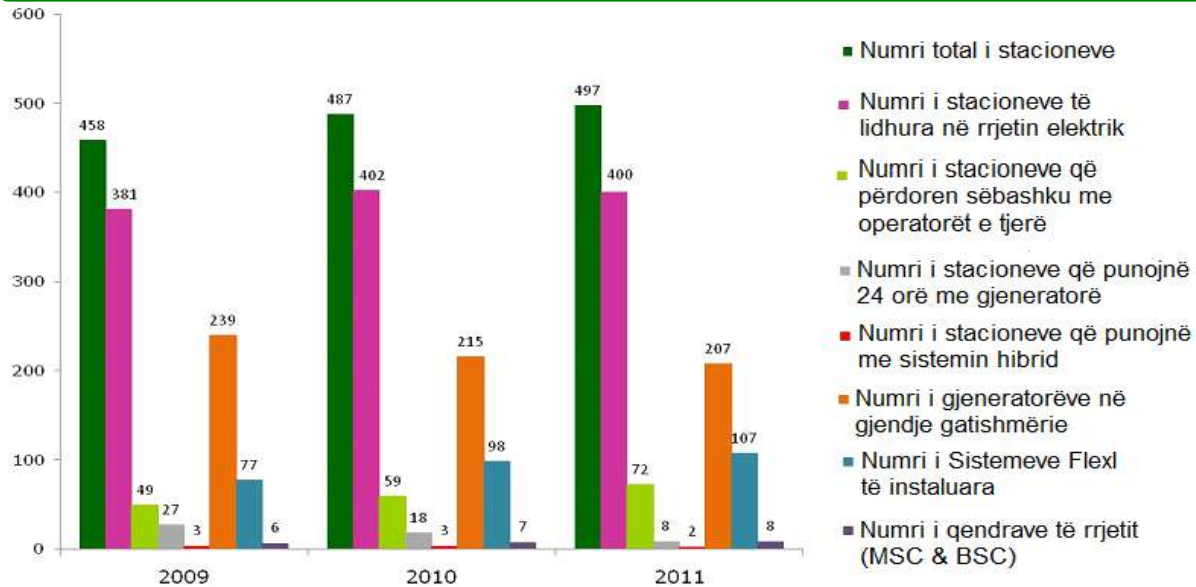
** Transporti i punonjësve të AMC dhe personave të tjerë që kryejnë shërbime në emër dhe për llogari të kompanisë, udhëtimi i të cilëve paguhet nga kompania, përfshin edhe udhëtimin me avion.

3.4 Monitorimi i Konsumit të Energjisë

Rritja e vazhdueshme e numrit të përdoruesve të telefonisë celulare dhe rritja e vullshme e përdorimit të komunikimeve me të dhëna ka sjellë sfida të reja për industrinë e telefonisë celulare në mbarë botën.

Në vitin 2011, AMC vazhdoi të perfeksiononte rrjetin e saj nëpërmjet ndërtimit të stacioneve të reja dhe përmirësimin e atyre ekzistuese me qëllim që abonentët e saj të mund të përfitonin nga shërbimet e rrjetit të gjeneratës së tretë (3G). Rrjeti 3G kërkon instalimin e pajisjeve të reja në rrjetet bazë të mbulimit. Shumë nga stacionet e sapoinstaluar janë në vendndodhje të largëta, ku ka mungesë të furnizimit të energjisë elektrike nga entet publike. Në këtë rast, kompania furnizohet me energji nëpërmjet gjeneratorëve të saj.

AMC gjendet përpara një sfide duke pasur parasysh nevojën për zgjerim dhe ofrimin e shërbimeve të avancuara nga njëra anë, dhe objektivin e saj për të reduktuar ndikimin në klimën dhe mjedisin nga ana tjetër. Megjithatë, AMC është zotuar që të ndërtojë një rrjet celular të një cilësie të lartë, ndërkohë që optimizon veprimtaritë e saj drejt reduktimit të efektit të saj në mjedis. Në grafikun në vijim paraqiten burimet e furnizimit me energji për rrjetin e kompanisë dhe ndryshimet e arritura në optimizimin e burimeve të energjisë.

Grafiku 3.3: Burimet e furnizimit me energji elektrike të rrjetit

Për të reduktuar konsumin e energjisë elektrike dhe karburantit në stacione, AMC:

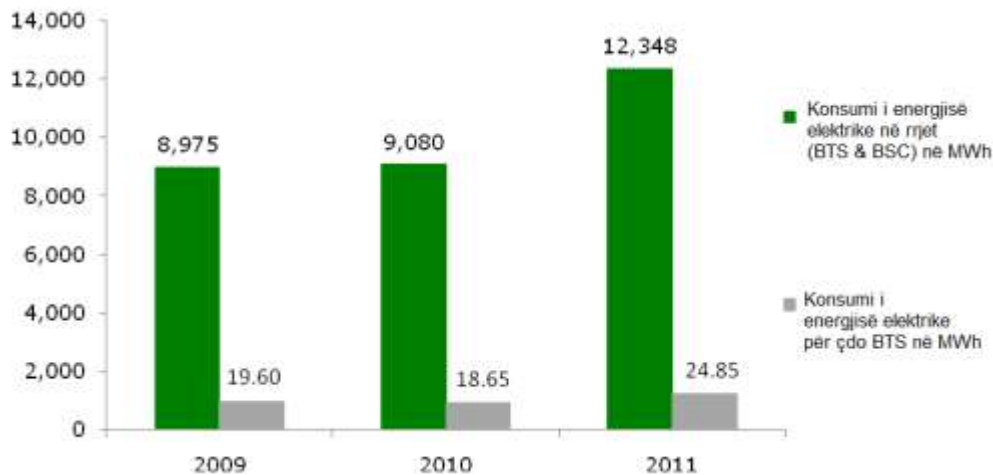
- Reduktoi përdorimin e gjeneratorëve 24 orësh. Në vitin 2011, 10 gjeneratorë u ç'instaluan.
- Përdori stacionet bashkë me operatorë të tjerë. Në vitin 2011, 72 stacione u përdorën bashkarisht me të paktën një operator tjetër celular, që është 22% më shumë se në vitin 2010.
- Ndryshoi teknologjinë e përdorur në stacione nga Ultra BTS në Flexi BTS. Secila nga këto teknologji të reja arrin deri në 30% kursim në përdorimin e energjisë, në krahasim me sistemin e vjetër. Në vitin 2011 u instaluan 9 stacione të reja Flexi, dhe numri total i stacioneve Flexi është 107, që është 9% më shumë se në 2010.
- Reduktoi përdorimin e gjeneratorëve në gjendje gatishmërie. Në 2011, 8 gjeneratorë në gjendje gatishmërie u ç'instaluan.

C. Konsumi i energjisë elektrike në stacione

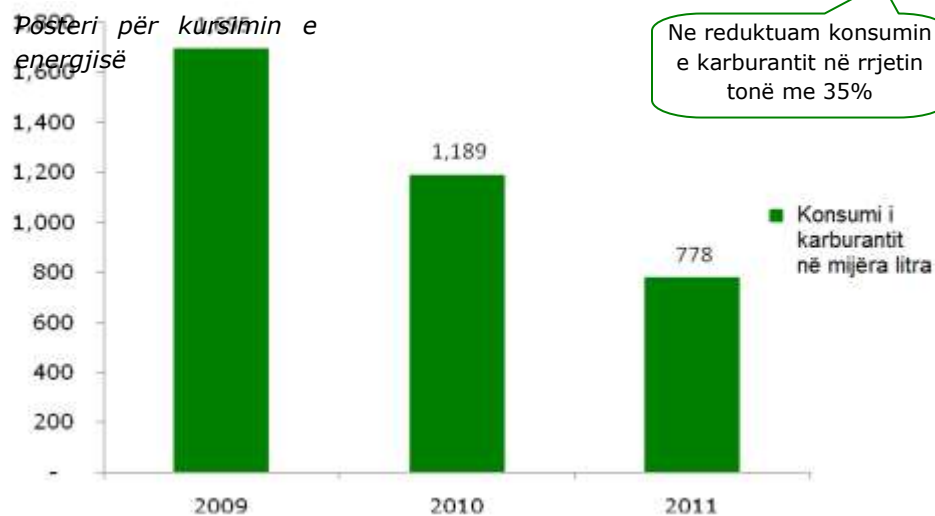
Për të gjithë periudhën në shqyrtim janë kryer matje direkte të konsumit të energjisë elektrike në stacionet tona. Numri i stacioneve të lidhura me rrjetin e furnizimit me energji elektrike të ofruar nga entet publike është rritur me 2.3%. Kjo gjë reduktoi përdorimin e gjeneratorëve, të cilën kanë praktikisht një normë emetimi më të lartë në krahasim me energjinë elektrike.

Pas përfundimit me sukses të tenderit, AMC-së iu dha licenca për përdorimin e rrjetit 3G. Pas kësaj periudhe, kompania kreu investime të mëdha në rrjetin e saj, gjë e cila u shoqërua me konsum më të lartë të energjisë elektrike. Në vitin 2011, konsumi i energjisë elektrike u rrit me 35% si rrjedhojë e:

- Instalimit të pajisjeve të reja për të zgjeruar mbulimin me rrjet 3G;
- Reduktimit të orëve të punës së gjeneratorëve; dhe
- Instalimin e stacioneve të reja.

Grafiku 3.4: Konsumi i energjisë elektrike në Rrjetin BTS &**D. Konsumi i karburantit në stacione**

Shumica e emetimit të dioksidit të karbonit (CO₂) në AMC vjen si rezultat i konsumit të karburantit brenda kompanisë. Në këtë kuadër, AMC ndërmoi hapa proaktive për të minimizuar përdorimin e karburantit në stacionet e saj (BTS & BSC). Nga veprimtaritë e saj, AMC arriti të reduktojë konsumin e karburantit me 35%.

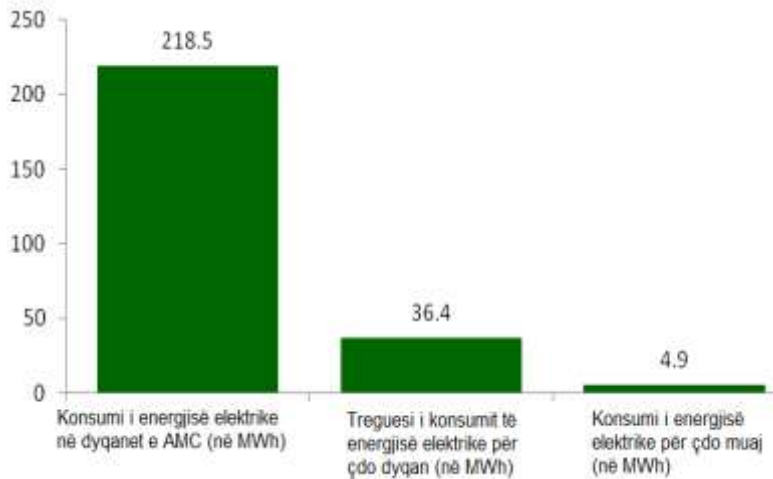
Grafiku 3.5: Konsumi i Karburantit në Rrjetin BTS & BSC**3.5 Monitorimi i Konsumit të Energjisë Elektrike në Godinat Tona**

A. Konsumi i energjisë elektrike në zyrat dhe magazinat e kompanisë

AMC monitoron konsumin e energjisë në godinat e saj dhe përpiqet që ta reduktojë këtë konsum. Për ta arritur këtë, kompania ka ndërmarrë masat e mëposhtme proaktive:

- Monitorimin e konsumit të energjisë;
- Rritjen e ndërgjegjësimit të punonjësve rreth pasojave të konsumit të energjisë në mjedis dhe metodat se si të kursehet energji elektrike teksa ndodhen në zyrë, si fikja e dritave dhe kompjuterave nëse nuk po përdoren.

Grafiku 3.7: Konsumi i energjisë elektrike në dyqanet e AMC

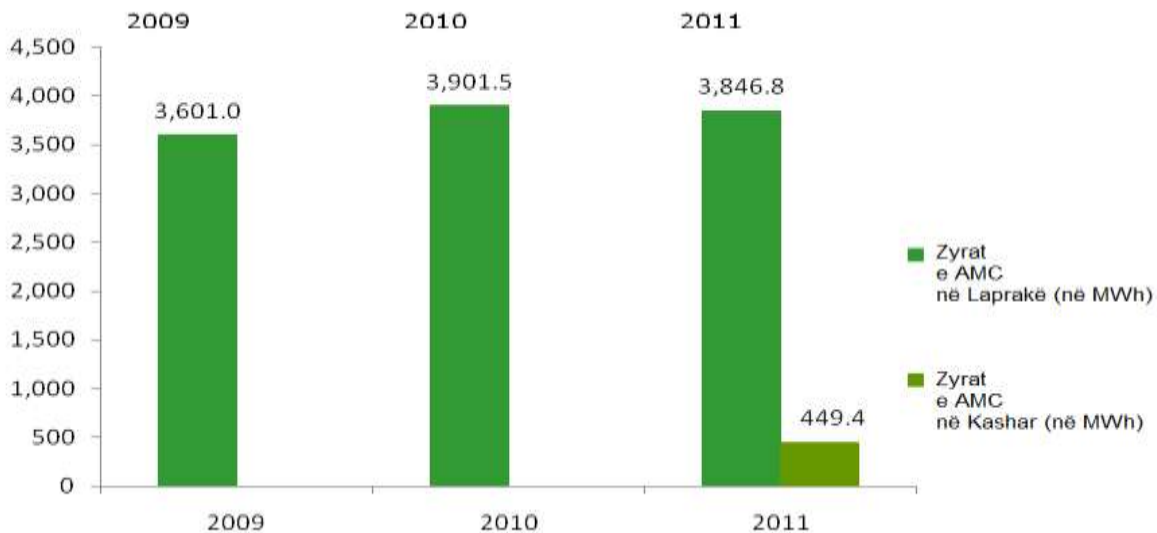


Konsumi i energjisë elektrike në godinat e AMC në Laprakë u ul me 1.14%, ndërkohë që konsumi i përgjithshëm i energjisë elektrike u rrit me 10% si rezultat i përdorimit të zyrave të reja në Kashar.



Poster i kursimit të Energjisë

Grafiku 3.6: Konsumi i energjisë elektrike në zyrat dhe magazina



* Të dhënat përfshijnë: Konsumin e energjisë elektrike në zyrat, magazina dhe qendrat e të dhënave të lidhura me të njëjtin matës të energjisë elektrike. Dyqani i AMC në Llaprakë është gjithashtu i lidhur me matësin e energjisë së zyrave në Llaprakë.

** Të dhënat janë rezultat i matjeve direkte.

Kompania nuk ka matës të veçantë energjie për ndërtesat e ndryshme në zyrat e saj qendrore, dhe vlerësimi përfshin zyrat, magazinën dhe qendrat e të dhënave. Kjo gjë reflektohet edhe në vlerësimin e mësipërm. Në vitin 2011, edhe veprimet e mëposhtme kanë ndikuar gjithashtu në konsumin e energjisë:

- Zyrat e marra me qera në Llaprakë nuk përdoren më dhe stafi është transferuar në zyrat e reja të kompanisë në Kashar;
- Servera dhe pajisja të reja janë shtuar si nevojë e shërbimeve të reja; dhe
- Një qendër e re rrjeti është instaluar në ambjentet tona në Kashar.

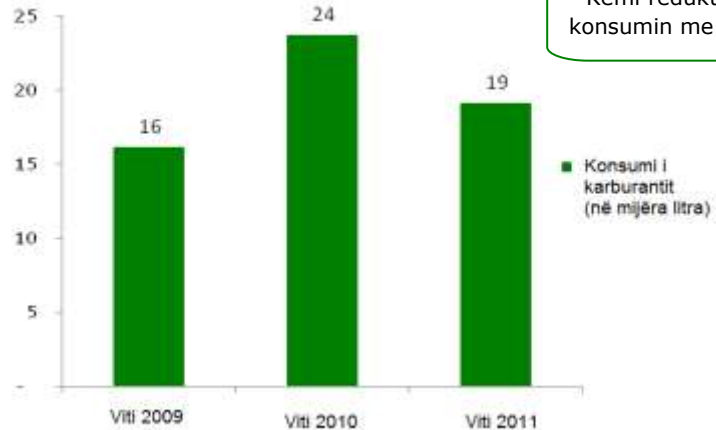
B. Konsumi i energjisë elektrike në dyqanet e kompanisë

Objektivi i AMC për vitin 2011 ishte shtrirja e sistemit të matjes në dyqanet e vetë kompanisë. Dyqanet e rimodeluara konsumojnë më pak energji se sa modelet e mëparshme. Megjithatë, duke qenë se nuk ekzistojnë të dhëna për konsumin e energjisë në periudhat e mëparshme, si rrjedhojë nuk mund të kryhet një analizë krahasuese. Konsumi i energjisë elektrike në dyqanet e AMC-së tregohet në grafikun 3.7.

C. Konsumi i karburantit në zyrat dhe magazinat e kompanisë

Karburanti përdoret në Laprakë dhe Kashar vetëm për funksionimin e gjeneratorëve dhe vetëm kur ka ndërprerje të energjisë elektrike apo luhatje të tensionit nga enti publik i furnizimit me energji. Në këto raste, gjeneratorët aktivizohen automatikisht. Në vitin 2011, AMC kishte më pak raste të aktivizimit të gjeneratorëve, gjë e cila çoi në reduktimin e konsumit të karburantit dhe rritjen e konsumit të energjisë elektrike.

Grafiku 3.8: Konsumi i karburantit në zyrat qendrore të AMC



3.6 Lëndët e para dhe mbetjet e ngurta

A. Letra

Letra është një nga materialet që përdoret më shumë në veprimtaritë e kompanisë. Letra përdoret për faturat e abonentëve, në zyra si dhe në fushatat e promovuese dhe të komunikimit. Për të siguruar një manaxhim sa më eficient të këtij materiali, ne zbatojmë parimin "Redukto – Ripërdor – Riciklo". AMC promovon kursimin e letrës në të gjitha aspektet dhe për ta realizuar këtë i drejtohet shumë grupeve të interesit si punonjësit, klientët, furnitorët dhe publikut. Për të reduktuar konsumin e letrës, AMC vepron si më poshtë:

- Iu ofron klientëve dhe punonjësve të saj shërbime që kursejnë letrën, të tilla si e-billing. Ky është opsioni i faturimit elektronik pa letër. Të gjithë punonjësit e AMC që zotërojnë numra celularë të kompanisë dhe numra të tjerë të dhëna nga 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. Buletini i brendshëm informativ i kompanisë "Bota jonë" publikohet vetëm në versionin elektronik, dhe është i disponueshëm për të gjithë punonjësit. Edhe Raporti i Përgjegjshmërisë së Korporatës i vitit 2010 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;
- 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.

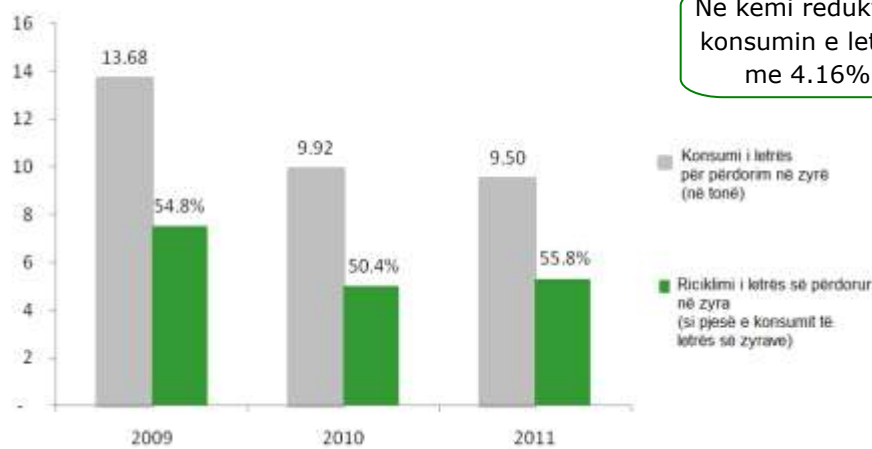
Kompania ka nënshkruar një kontratë me një kompani dhe një OJF vendase për të ricikluar letrat e përdorura në zyrat e AMC në Laprakë dhe Kashar. AMC nuk e shet letrën e ricikluar, por ia ofron atë falas OJF-së që e grumbullon. Kjo e fundit i përdor të ardhurat e përfituar për fëmijët Romë.

AMC ka përdorur letër të ricikluar për shumë material promocionale të krijuara me letër. Në vitin 2011, ajo prodhoi 500 blloqe shënimesh dhe 10,000 axhenda për vitin 2012 me letër të ricikluar. Në të njëjtin vit, AMC përdori 9.5 tonë letër për zyrat, 4.16% më pak se viti i mëparshëm dhe ricikloi 55.8% të letrës së përdorur. Kjo shifër është 10.8% më e lartë se viti i mëparshëm.



Poster i kursimit të letrës

Grafiku 3.9: Administrimi i letrës për zyrat



Ne kemi reduktuar konsumin e letrës me 4.16%

B. Qeset plastike & çantat prej letre

Qeset e përdorura në dyqanet e kompanisë janë të një rëndësie të veçantë për mjedisin. Për të mposhtur këtë ndikim mjedisor, kompania përdor vetëm çanta prej letre dhe qese plastike të biodegradueshme, të bëra me polietilen me teknologji të riciklueshme. Nëse qeset nuk riciklohen plotësisht, ato dekompozohen pas pak vitesh. Kompania i përdor këto qese dhe çanta për të gjitha dyqanet e saj. Në vitin 2011, u prodhuan 325 mijë qese plastike të dekompozueshme dhe 2 mijë çanta prej letre.



Model i çantës prej letre të AMC

C. Mbetjet e Pajisjeve Elektrike dhe Elektronike (MPEE)

AMC e konsideron manaxhimin e mbetjeve të pajisjeve elektrike dhe elektronike (MPEE) të një rëndësie të lartë. Manaxhimi i MPEE është një nga programet e aprovuara nga Komiteti për Mjedisin në vitin 2011 dhe është tashmë në zhvillim e sipër.

Në vitin 2011, kompania i depozitoi të gjitha mbetjet nga pajisjet elektrike dhe elektronike në mjedise të përshtatshme. AMC nënshkroi një kontratë me një kompani të licensuar për riciklimin e pajisjeve, të cilat do të marrin dhe do t'i riciklojnë të gjitha materialet e ruajtura. Të dhënat për riciklimin do të raportohen në Raportin e vitit 2012.

Për pajisjet e TI, AMC zbaton parimin e ripërdorimit në vend të "shkatërrimit dhe riciklimit". Pajisjet e vjetra të TIK (p.sh. Kompjutera, printera, servera), megjithëse të papërshtatshme për kompanitë moderne të telekomunikacionit, mund të jenë të përshtatshme për shkolla, universitete, organizata-jo-fitimprurëse dhe institucione qeveritare. Në vitin 2011, kompania i dhuroi 13 pajisje Fshatit të Fëmijëve SOS në Tiranë, Institutit të Fëmijëve me Aftësi të Kufizuara në Dëgjim, dhe Institutit të Nxënësve me Aftësi të Kufizuara në Shikim.

Nëpërmjet këtij programi, AMC synon të riciklojë 100% të pajisjeve të saj të telekomunikacionit dhe pajisjeve kompjuterike TI që janë nxjerrë jashtë përdorimit për riciklim.

D. Bateritë e Stacioneve

Në shumë stacione, kompania ka instaluar bateri, të cilat aktivizohen kur ka probleme të furnizimit me energji elektrike. Kur këtyre baterive i mbaron cikli i jetës, ato duhet të zëvendësohen. AMC e konsideron të një rëndësie shumë të madhe manaxhimin e baterive të nxjerra jashtë përdorimit. Manaxhimi i akumulatorëve të nxjerrë jashtë përdorimit është një nga programet e aprovuara nga Komiteti për Mjedisin në 2011 dhe është tashmë në fazën e zhvillimit.

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. Të dhënat lidhur me këtë riciklim do të raportohen në raportin të vitit të ardhshëm.

AMC ka si objektivi që të riciklojë 100% të të gjitha baterive të ç'instaluar.

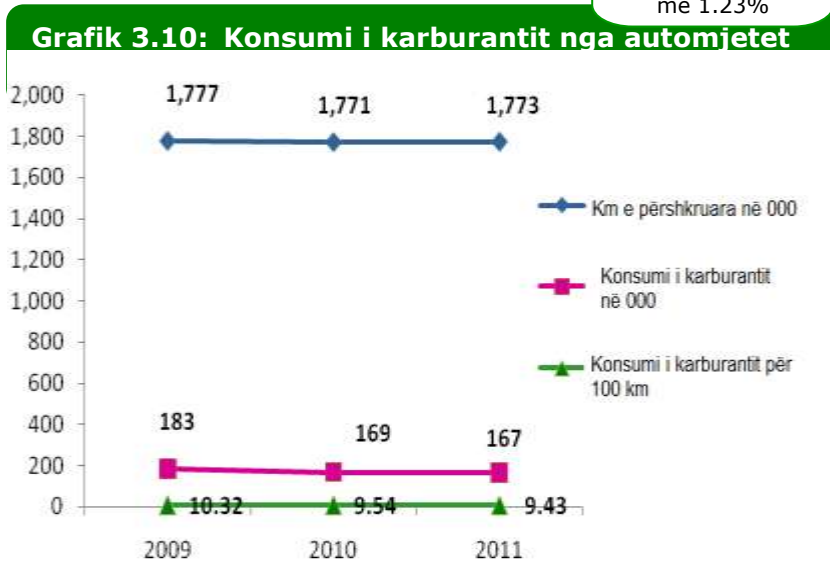
E. Riciklimi i vajrave dhe lubrifikantëve

Lubrifikantët përdoren në gjeneratorët e stacione dhe rrallë pjesërisht në godinat e zyrave. Ne jemi të ndërgjegjshëm për faktin që ato mund të ndotin tokën dhe burimet ujore. Për këtë arsye, ne e konsiderojmë manaxhimin e duhur të tyre të një rëndësie të madhe; ne kemi krijuar një program për manaxhimin e këtij riciklimi, i cili është miratuar nga Komisioni i Mjedisit në vitin 2011. Ky program konsiston në riciklimin e lubrifikantëve dhe filtrave të vajit. Deri më tani, ne kemi rënë në ujdi me një mbledhës të licencuar dhe një kompani të licencuar riciklimi për të ricikluar të gjithë sasinë e lubrifikantëve dhe filtrave të vajit të papërdorshme si rezultat i mirëmbajtjes të gjeneratorëve në stacione. Objektivi ynë është që të dërgojmë për riciklim 100% të lubrifikantëve dhe filtrave të papërdorshëm të vajit. Zbatimi i plotë i këtij programi shtrihet për vitin e ardhshëm dhe më tej.

3.7 Transporti

Automjetet e kompanisë përdoren si pjesë e përfitimeve për punonjësit e saj ose për detyra administrative për zhvillimin e aktiviteteve të tilla si takime, punë teknike, shpërndarjen e materialeve në dyqane dhe transportime në përgjithësi. Meqenëse, mjete të tjera transporti si hekurudhat apo avionët nuk janë të përhapshme në Shqipëri, AMC përdor transportin rrugor për të kryer aktivitetin e saj të biznesit. Për të reduktuar ndikimin e një aktiviteti të tillë, AMC ka ndërmarrë veprime

Kemi reduktuar konsumin e karburantit për Km me 1.23%



- Ka ofruar kurse të specializuara për ngarjen e makinës në një autoskollë të licensuar për disa nga punonjësit e saj, të cilët përdorin makina për terrene të vështira gjatë punës së tyre, si teknikët. Kursi nisi në fund të vitit 2010 dhe 17 punonjës morën pjesë në të deri në fund të vitit 2011;
- Që nga viti 2010, AMC ka filluar zbatimin e një sistemi të sofistikuar manaxhimi, i cili synon optimizimin e rrugëve të transportit. Sistemi

funksionon nëpërmjet Intranetit dhe zbatohet për të gjithë punonjësit, përveç personelit të shitjeve. Për shkak të vetë specifikave të punës së tyre, këta të fundit përdorin çdo ditë makinat e kompanisë;

- Ka përmirësuar grupin e automjeteve me makina që janë më ekonomike në konsumin e karburantit dhe reduktimin e emetimeve të dioksidit të karbonit (CO₂);

Kompania ka kontraktuar një furnitor privat të licensuar për t'i siguruar transport stafit të kompanisë për të ardhur dhe për t'u larguar nga zyrat e saj në Laprakë dhe Kashar. Transporti kryhet me autobusë përgjatë tre linjave të ndryshme brenda Tiranës. 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.

Numri i automjeteve që i përket grupit të automjeteve të AMC në 2011 ishte rreth 85 (19 nga të cilat me naftë dhe 66 me benzinë), dy automjete më pak se në vitin 2010. Në vitin 2010, grupi i automjeteve të AMC përshkoi një distancë prej 1.773.000 kilometrash, që është 2 mijë kilometra ose 0.15% më shumë se vitin e mëparshëm. Automjetet konsumuan 167,100 Litra karburant ose (9.42 lt/100km), të cilat i korrespondojnë 1.13% më pak se në vitin 2010 në përgjithësi, ose 1.23% më pak konsum për çdo 100 km udhëtim.

3.8 Uji

Në vitin 2011, konsumi i ujit në ambjentet e AMC-së në Laprakë ishte 6.7 mijë m³. Konsumi i ujit nuk ka lidhje me veprimtarinë kryesore të biznesit të kompanisë dhe shërben vetëm për nevojat higjienike të stafit, ujitjen e bimëve, dhe pastrimin e ambjenteve të punës. Uji që AMC konsumon blihet nga ofruesit publik i ujit.

Kompania nuk ofron përpunim të ujit të përdorur pasi uji i përdorur transportohet direkt nga tubacionet e ujrave të zeza në impjantin urban të përpunimit të ujrave.

Sidoqoftë, AMC e monitoron konsumin e saj të ujit dhe zhvillon rregullisht fushata informuese për një përdorim sa më të përgjegjshëm të ujit nga punonjësit e saj.



Posteri për kursimin e ujit

3.9 Biodiversiteti

Ndikimi i veprimtarive tona në biodiversitet është i konsiderueshëm 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:

- Ajo kryen një Studim për Vlerësimin e Ndikimit në Mjedis të stacioneve të saj. Nëpërmjet tyre ajo identifikon mundësitë e ndikimit të ndërtimit të stacioneve mbi mjedisin natyror dhe përpiqet që të integrojë stacionet në mjedis, me ndikimin më të vogël të mundshëm.
- Disa nga stacionet, të cilat janë të nevojshme për të siguruar shërbimet e telekomunikacionit në Shqipëri, ndodhen jashtë zonave të banuara. Sipërfaqja e tokës për çdo stacion është disa metra katrorë dhe kur stacioni ç'instalohet, toka rikthehet sërish në gjendjen e mëparshme, ose me kërkesë të pronarit të tokës, pjesa prej betoni i lihet për përdorim këtij të fundit.
- Ajo 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.

3.10 Fusha Elektromagnetike

A. Parimi i parandalimit

Përfitimet e rëndësishme që telefonia celulare iu ofron qytetarëve në jetën e tyre të përditëshme 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 kabëll 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 i fortë të jetë elektriciteti, aq më e fortë është fusha elektromagnetike dhe kur pajisja elektromagnetike fiket, e njëjta gjë ndodh edhe me fushën elektromagnetike. Aktualisht, nuk ekziston asnjë provë shkencore që të vërtetojë se ekspozimi elektromagnetik nga antenat e telefonisë celulare është i dëmshëm për shëndetin.

Garantimi i produkteve dhe shërbimeve të sigurta është i rëndësishëm për AMC. Ajo përdor teknologji moderne në veprimtarinë e saj (kryesisht rrjetin e teknologjisë Nokia Siemens). Ajo ndjek direktivat kombëtare dhe ndërkombëtare dhe normat në zonat ku operon. Ne ndjekim rekomandimet e autoriteteve kombëtare, të Komisionit Ndërkombëtar për Mbrojtjen nga Rrezatimet Jo-Jonizuese (ICNIRP) dhe rekomandimet e Organizatës Botërore të Shëndetësisë (OBSH).

Në përputhje me legjislacionin kombëtar, sinjalet e valëve radio të lëshuara nga rrjeti maten për çdo stacion përpara marrjes së një licenze, dhe duhet të jenë brenda normave ligjore. Këto matje kryhen një herë në vit.

B. Monitorimi i pavarur i niveleve të rrezatimit elektromagnetik në stacionet tona

Në dhjetor 2010, AMC ka mbështetur një projekt të përbashkët me Universitetin Politeknik të Tiranës, Fakultetin e Teknologjisë së Informacionit, për të matur nga një ekip i pavarur profesorësh dhe studentësh nivelin e Emetimit të Valëve Elektromagnetike në pikat kritike të zonave me dendësi të lartë të popullsisë, si spitale, shkolla, e kështu me radhë.

Në vitin 2011, u kryen matje në 50 stacione në Tiranë dhe Durrës. Rezultatet u publikuan në formën e një raporti nga Fakulteti i Teknologjisë së informacionit. 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.

Matje do të vijojnë edhe në vitin në ardhshmen stacionet e tjera të ndodhura në zona të tjera.

C. 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 të kryera nga kompania, me kërkesë të komunitetit lokal, dhe një dialog të vazhdueshëm me komunitetet vendore 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 2011, 6 matje u kryen nga personeli i specializuar i AMC-së, si rezultat i kërkesave të ardhura nga komuniteti.
- Publikimi dhe shpërndarja e broshurave me titull "Jeta me celularin tone", "Si funksionon telefonia celulare", "Disa pyetje në lidhje me antenat e telefonisë celulare". Këto broshura janë të disponueshme në dyqanet e AMC, mund të shkarkohen nga faqja zyrtare në internet e kompanisë dhe i janë shpërndarë publikut të zakonshëm në aktivitete të ndryshme publike. Në vitin 2011, 3 mijë kopje u shpërndanë vetëm në dyqanet e AMC.

3.11 Ndikimi pamor

Një kompani e telefonisë celulare ka ndikim relativisht të vogël në mjedis në krahasim me kompanitë 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;
- Në shumë raste, AMC i vendos stacionet në vende të cilat i ndan me operatorë të tjerë celularë. Në këtë mënyrë, një zonë shërben për më tepër se një veprimatri, duke ulur në këtë mënyrë ndikimin pamor të kompanive celulare.

Të dhënat	Viti 2009	Viti 2010	Viti 2011
Stacionet bazë (numri)	43	46	24
Të bashkëvendodhura (numri)	49	59	72



3.12 Zhurma

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

- Godinat tona ndodhen 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 gjeneratorë silenciozë, me një nivel zhurme prej 64dB në një distancë prej 7 metra. Ndërsa në zonat rurale, përdorim gjeneratorë 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 kohën e funksionimit të gjeneratorëve. Dy sisteme hibride janë instaluar deri më tani.

3.13 Objektivat dhe arritjet

Rezultatet e arritura në lidhje me objektivat e mjedisit për vitin 2011, siç janë publikuar në Raportin e Përgjegjshmërisë së Korporatës të vitit 2010, dhe objektivat për vitin 2012 janë dhënë si më poshtë:

Objektivi për 2011	Arritja në 2011	Progresi në 2011	Objektivi për 2012
Reduktimi i konsumit të energjisë në ndërtesa (konsumi për m ² ndërtesë) me 5%.	Shih pikën III-5A	 23%	Reduktimi i konsumit të energjisë në ndërtesa (konsumi për m ² ndërtesë) me 2%.
Reduktimi i emetimit të CO ₂ nga veprimtaritë me 5%.	Shih pikën 3.3	 100%	Reduktimi i emetimit të CO ₂ nga veprimtaritë me 5%.

4. Shoqëria

4.1 Shkurtimisht

AMC ofron akses të lirë tek produktet dhe shërbimet e saj. Ajo ka bërë investime të konsiderueshme dhe ka mbështetur projekte të ndryshme, të cilat synojnë të reduktojnë ndarjet dixhitale.

Nëpërmjet numrit të saj të lartë të abonentëve, aksesit të lehtë dhe përdorimit të produkteve dhe shërbimeve të saj, si edhe përdorimit të teknologjisë 3G, kompania ka luajtur një rol të rëndësishëm duke ndihmuar në krijimin e një shoqërie të qëndrueshme informacioni në Shqipëri. Popullsia shqiptare vazhdon të përfitojë nga zhvillimi i Teknologjive të Informacionit dhe Komunikimit (TIK), dhe kompania e prezanton vazhdimisht atë për abonentët e saj dhe më tej.

Kompania ka prezantuar iniciativa të reja që lidhin zhvillimin profesional të stafit të saj, ndërkohë që ofron një kontribut të konsiderueshëm në komunitete të ndryshme.

Objektivat

AMC synon që të plotësojë nevojat e komunitetit ku operon.

Arritjet tona kryesore në 2011:

- AMC ofroi 17 bursa studimi (10 për studentët e vitit të parë dhe 7 atyre të viteve të tjera);
- Rriti numrin e vullantarëve të AMC, 345 punonjës;
- Investoi 21 milionë Euro në zhvillimin e teknologjisë në tregun shqiptar;
- Zhvilloi një program të ri për krijimin dhe forcimin e skuadrave dhe për përgjegjësinë komunitare për punonjësit e saj;
- Ofroi bursa studimi për 25 studentë;
- Arriti 99.80% mbulim të popullsisë nëpërmjet rrjetit 2G dhe rreth 96.22% mbulim të popullsisë nëpërmjet rrjetit të saj 3G;
- Ofroi tre produkte për t'u përdorur falas nga grupet e pafavorizuara.

4.2 Produktet dhe Shërbimet Sociale

A. Ne e përdorim telefoninë celulare për një shoqëri më të gjerë

AMC është e vetëdijshme për përfitimin që teknologjitë moderne të informacionit dhe komunikimit ofrojnë për njerëzit me aftësi të kufizuara dhe njerëzit në nevojë, dhe merr masa për abonentët e saj dhe shoqërinë në përgjithësi.

Shërbimi i donacioneve përmes kodeve të shkurtër

Me qëllim mbështetjen e institucioneve dhe organizmave jo-fitimprurëse, AMC ka vënë në dispozicion një kod 4 shifror të aktivizuar ekskluzivisht për qëllime bamirësie dhe që i mundëson abonentët e saj të kontribuojnë në kauzat sociale. Përdoruesi fundor dërgon një SMS me tekst dhe vlera e donacionit i zbritet nga llogaria e tij. Në fund të periudhës, paratë i transferohen institucionit përfitues. Në vitin 2011, kjo linjë telefonike u aktivizua vetëm një herë.

Thirrjet publike të emergjencës

Telefonia celulare është një mjet shumë praktik dhe i dobishëm në raste urgjence. AMC ofron thirrje falas për të gjithë abonentët e saj drejt numrave të urgjencës. Këto numra janë: 127, 128, 129.

Thirrje falas për Institutin Shqiptar të Nxënësve me Aftësi të Kufizuara Shikimi

AMC ka pajisur me numra "AMC Fiks" Institutin e Nxënësve me Aftësi të Kufizuara në Shikim, në mënyrë që ata të mund të flasin me miqtë dhe antarët e familjes, të cilët kanë një numër AMC. Katër numra telefoni dhe telefona "AMC Fix" janë instaluar në këndin "Media Tech" dhe rreth 90 nxënës dhe mësues e përdorin atë herë pas here.

SMS falas për Institutin e Fëmijëve me Aftësi të Kufizuara Dëgjimi

AMC ka pajisur me karta SIM What's Up për të gjithë fëmijët dhe stafin e institutit të Fëmijëve me Aftësi të Kufizuara Dëgjimi, për të dërguar SMS falas në mënyrë që ata të mund të kontaktojnë me miqtë dhe antarët e familjes. Aktualisht, 124 fëmijë studiojnë në këtë institucion.

Platformë SMS falas për Fëmijët e Fshatit SOS në Tiranë

AMC i ka ofruar Fëmijëve të Fshatit SOS një platformë për të dërguar SMS nëpërmjet internetit. Ky shërbim është falas.

B. Ne ofrojmë plane tarifore të veçantë për të verbërit

Kompania ka nënshkruar një marrëveshje të veçantë me Shoqatën e të Verbërve. Nëpërmjet kësaj marrëveshje, të gjithë antarët e kësaj shoqate përfitojnë 66% ulje në faturën e tyre mujore. Aktualisht, rreth 1000 persona përfitojnë nga kjo marrëveshje.

4.3 Kontributi Social

AMC ruan marrëdhënie të mira me komunitetet ku operon. Një dialog me antarët e komunitetit, përfshirë qeverinë lokale, po kryhet në të gjitha vendet ku po instalohen stacione të reja.

Vizioni i AMC-së është që të gjithë shqiptarët të kenë akses tek të njëjtat mjete komunikimi novatore që janë të disponueshme në qendrat e teknologjisë në mbarë botën. Një lidhje më e shpejtë dhe e besueshme në komunitetet rurale dhe rajonale ofron akses më të mirë në shërbimet e arsimit, shëndetësisë dhe biznesit, dhe mund të kontribuojë në rritjen ekonomike. AMC aplikon gjithashtu tarifa të ulta për grupet më sensitive të shoqërisë.

AMC ka krijuar edhe shumë programe që kontribuojnë në mënyrë direkte në zhvillimin e grupeve të dobta sociale dhe organizatat që i mbështesin ata. Prej vitesh, AMC ka shpallur zonat e saj strategjike, ku ajo përqëndrohet më shumë gjatë implementimit të aktiviteteve të saj. Këto zona janë:

- Mirëqenia dhe Zhvillimi i Fëmijëve;
- Akses të Njëjtë në Arsim dhe Informacion;
- Mundësi të Barabarta për Grupet e Pafavorizuara; dhe
- Lehtësim të Pasojava të Katastrofave Natyrore.

A. Mirëqenia dhe Zhvillimi i Fëmijëve

AMC ndan mendimin se të gjithë fëmijët meritojnë më të mirën. Për këtë arsye, ajo kontribuon në rritjen dhe zhvillimin e vazhdueshëm të fëmijëve duke investuar në shumë projekte, me disa nga më të rëndësishmit të krijuar nga vetë kompania, ndërkohë që të tjerët janë krijuar nga institucione të tjera dhe mbështeten nga AMC.

Projekti SMS of Love

Për të katërtin vit radhazi dhe si pjesë e "Projektit SMS of Love", AMC iu ka dhuruar një shumë të konsiderueshme të të ardhurave të fituara nga dërgimi i SMS-ve në vigjiljen e Vitit të Ri fëmijëve me probleme shëndetësore. Ashtu si dhe kontributi i vitit të kaluar, paratë u përdorën për të krijuar një infrastrukturë teknologjike me kompjutera dhe video projektorë për shkollën speciale "Luigj Gurakuqi" në Tiranë. Kjo shkollë ka rreth 70 nxënës me aftësi të kufizuara, të moshës nga 6-18 vjeç.

Sistemi i kompjuterizuar shërben si një mjet studimi dhe mundëson shfaqjen në ekran të imazheve dhe tekstit, ndërkohë që mësuesja i shpjegon dhe i përshkruan ato. Këta fëmijë e kanë më të lehtë ta përsërisin veprimin pasi e kanë parë në ekran.

Vaksinimi i fëmijëve të fshtatit SOS dhe blerja e kartolinave me Festat e Fundvitit

AMC ka kontribuar në përmirësimin e mirëqënies së fëmijëve dhe cilësinë e jetës në fshatin e fëmijëve SOS në Tiranë. Për të katërtin vit radhazi, AMC mbështeti vaksinimin e rreth 100 fëmijëve dhe nënave që jetojnë në fshatin SOS të fëmijëve në Tiranë për të parandaluar përhapjen e virozave të stinës. Gjithashtu, për të tretin vit radhazi, këtij institucioni iu blenë Kartolinat e Festave të Fundvitit me vizatimet e fëmijëve dhe të ardhurat e mbledhura shkuan në favor të këtij institucioni.

Linja e Qendrës në Ndhimë të Fëmijëve

AMC është e vetëdijshme që një pjesë e konsiderueshme e abonentëve të saj janë fëmijë dhe adoleshentë. Ata i përdorin shërbimet e AMC-së me autorizimin e prindërve apo përfaqësuesve ligjorë. Kompania është angazhuar në mbështetjen e Linjës së Këshillimit për Fëmijë, ku të gjithë abonentët e AMC-së kanë akses të lirë tek "ALO 116" (numri i linjës së këshillimit) për të raportuar lidhur me abuzimet dhe problemet e fëmijëve. 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. Ky shërbim përfshin edhe prindërit, mësuesit, edukatorët apo individët që shfaqin interes për çështje që kanë lidhje me fëmijët.

Qendra ka tre vjet që funksionon dhe ka pasur rezultate mjaft të mira në këshillimin dhe shmangien e konflikteve lidhur me abuzimin e fëmijëve. Në vitin 2011, kjo qendër mori 138,000 telefonata.

Realizo një Ëndërr

"Realizo një Ëndërr" është një program për ndërtimin e skuadrave dhe përgjegjësinë për komunitetin mes punonjësve të AMC. Ai u lançua për herë të parë në vitin 2011 dhe bashkon dy objektiva në një program. Ai promovon punën në skuadër dhe kontribuon në shoqëri duke zhvilluar infrastrukturën për institucionet.

Skuadrat u caktuan për të implementuar një projekt që ka lidhje me kujdesin dhe zhvillimin e fëmijëve, brenda një afati kohor dhe buxheti të kufizuar, në disa institucione që ofrojnë kujdes kujdesin për fëmijët. Skuadrat duhet të zhvillojnë një zgjidhje domethënëse për një problem të konstatuar në institucionet e zgjedhura, duke përmirësuar jetën dhe duke kontribuar në zhvillimin e këtyre fëmijëve.

Programi zgjati tre muaj dhe shënoi arritjet e mëposhtme:

- 38 punonjës nga stafi i mesëm manaxherial i AMC morën pjesë;
- 3 institucione përfituan nga një kontribut i konsiderueshëm në infrastrukturë;

- Institucionet e mbështetura ishin Fshati i Fëmijëve SOS, Instituti i Nxënësve me Aftësi të Kufizuara në Dëgjim dhe Instituti i Nxënësve me Aftësi të Kufizuara në Shikim;
- 300 fëmijë ishin përfituesit kryesorë të projektit;
- Shumica e punës në skuadër u krye jashtë orarit të punës, pjesën më të madhe gjatë të Shtunave dhe të Dielave;
- Mbi 500 orë pune u kryen nga të gjitha skuadrat sëbashku;
- 1 oborr shkolle u ndërtua;
- 1 teatër në natyrë u krijua;
- 2 kënde sportive u ndërtuan (një i madh dhe një i vogël);
- 1 sistem ngrohës/ftohës u instalua;
- 1 palestër e brendshme u ndërtua;
- 1 mence u mobilua;
- 1 bibliotekë u krijua;
- 1 bibliotekë audio dhe një studio regjistrimi u krijua (Punonjësit e AMC lexuan dhe regjistruan 42 libra);
- 1 kënd Media Tech u krijua: u ofruan kompjutera, mobilje dhe telefona, në mënyrë që nxënësit të mund të telefonojnë falas të afërmit e tyre duke përdorur produktet dhe shërbimet e AMC-së; dhe
- 2 site në internet u krijuan për institucionet.

Vrapo për Fëmijët

AMC mbështeti iniciativën e Reagimit Mjekësor për Trupat Diplomatikë për të organizuar një event për mbledhje fondesh për fëmijët. Eventu mbledhi 150 vrapues nga Shqipëria, të cilët vrapuan 5 km gjatë liqenit artificial të Tiranës. Të ardhurat e mbledhura në këtë event ishin rreth 8, 000 Euro, të cilat shkuan të gjitha në mbështetje të jetimëve në Shqipëri.

B. Akses i Barabartë në Arsim dhe Informacion

AMC beson se barazia në shoqëri është e lidhur në mënyrë thelbësore me aksesin për arsimim dhe informacion. Kjo fushë strategjike i referohet ofrimit të barabartë të arsimit dhe informacionit dhe Teknologjive të Informacionit për të gjithë njerëzit, pavarësisht nga vendndodhja apo formimi kulturor.

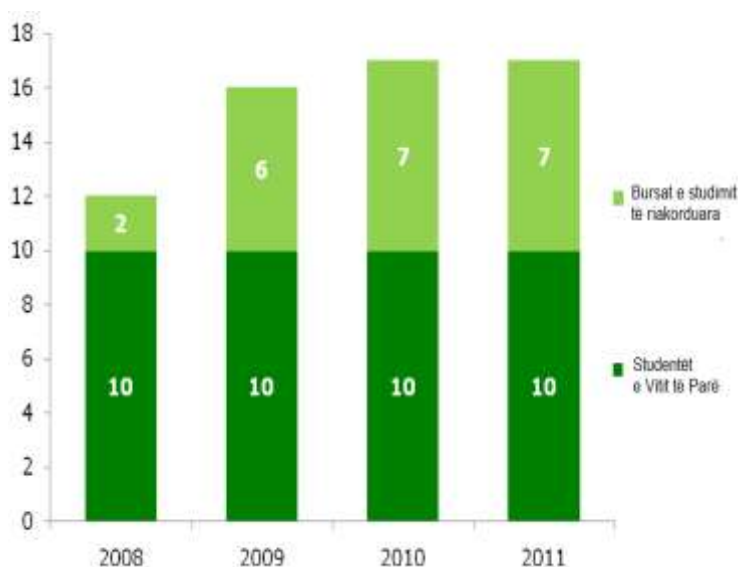
Bursat e studimit për studentët

Për të dhjetin vit radhazi, kompania i ka ofruar bursa 10 studentëve më të mirë të vitit të parë nga universitetet publike në Tiranë. Përveç këtyre studentëve, 7 fitues të bursave të mëparshme që arritën të mbanin rezultate të larta në studime, iu dha sërish një bursë për studime. Studentët vijnë nga universitetet publike dhe janë përzgjedhur nga fusha studimi që kanë lidhje me aktivitetin e biznesit të AMC; këtu përfshihet inxhinieria, marketingu, manaxhimi, financa dhe juridiku.

Studentëve që arrijnë rezultate të larta mësimore iu ofrohet një bursë gjatë të gjithë kohëzgjatjes së studimeve deri në diplomim. Dhe kur diplomohen, atyre iu ofrohet një pozicion për praktikën e punës (internshipin) brenda kompanisë, e ndjekur nga prespektiva për një punësim më permanent.

Përveç këtyre bursave, AMC ofroi për të katërtin vit radhazi një bursë studimi për një student shqiptar në American Farm School, në Selanik të Greqisë. Bursa mbulon pagesën e shkollimit, akomodimit dhe shpenzimet shtesë. Deri më tani, dy studentë shqiptarë kanë përfituar nga ky program bursash.

Grafiku 4.1: Bursat e Studimit të Akorduara Universiteteve Publike Shqiptare



Praktika e Punës (Internshipi)

AMC bashkëpunon me universitetet dhe mbështet studentët në prag diplomimi që të kryejnë praktikën e punës në AMC. Studentët punojnë në departamente të ndryshme, në varësi të fushës së tyre të studimit për 4-5 javë. Në vitin 2011, 25 studentë nga Universiteti Politeknik i Tiranës kryen praktikën mësimore në AMC.

Dhurimi i bibliotekës

AMC përmirësoi bibliotekën e Shkollës së Mesme Ahmet Gashi në Laprakë, duke shtuar krijimin e një biblioteke plotësisht funksionale për nxënësit dhe mësuesit. AMC iu përgjigj mungesës së bibliotekës së kësaj shkolle dhe dhuroi rreth 400 libra. Titujt e librave janë të përfshirë në letërsinë që plotëson procesin e mësimin, dhe janë aprovuar nga Ministria e Arsimit dhe Shkencës si të përshtatshme për këto grup mosha.

Donacioni përkoi me Ditën Ndërkombëtare të Librit për Fëmijë. Biblioteka përdoret nga rreth 1,000 nxënës dhe mësues të shkollës.

Rikonstrukcioni i sallës Atrium të Bibliotekës Kombëtare

Kompania rikonstrukttoi dhe rimodeloi sallën "Atrium", që është një nga sallat e Bibliotekës Kombëtare. "Atrium" është një sallë e re moderne që përdoret nga shkrimtarët dhe përkthyesit për të prezantuar punët e tyre që kontribuojnë në letërsinë shqiptare. Idea e krijimit të një hapësire për të nxitur arsimin dhe mësimin erdhi si një domosdoshmëri për pasjen e një ambjenti bashkëkohor për dije dhe novacion. Kjo sallë përdoret për të prezantuar, promovuar dhe për të kujtuar dhe diskutuar gështje kulturore.

Konferencat

Forumi Shqiptar i Telekomunikacionit InfoCom: Kompania mbështeti Forumin e 3-të Shqiptar të Telekomunikacionit InfoCom "Shqipëria Dixhitale: Në rrugën drejt Brezit të Gjerë", i ciliu zhvillua në Shqipëri në Nëntor 2011. Në këtë event morën pjesë rreth 350 kompani të njohura në fushën e TI dhe telekomunikacionit që operojnë në Shqipëri, si edhe shumë zyrtarë të lartë të shtetit.

Forumi i 3-të Shqiptar i Telekomunikacionit InfoCom kishte si objektiv të nxirrte në pah prespektivën e investimeve në implementimin e brezit të gjerë, si edhe t'i referohej problemeve dhe reformave të nevojshme institucionale. Ai ishte gjithashtu një mundësi për të ngritur pyetje dhe sugjerime, në mënyrë që vendi të mund të lëvizë drejt një shoqërie më të informuar dhe të ditur.

Forumi i Biznesit "Një Urë përmes Ideve të Reja": Kompania mbështeti Forumin e Biznesit "Një Urë përmes Ideve të Reja", i organizuar nga Shoqata Greke e Biznesit në Shqipëri. Në këtë forum, temat dhe idetë e reja u fokusuan në mënyrën e bërjes biznes në Shqipëri.

C. Mundësi të Barabarta për Grupet e Pafavorizuara

AMC beson se personave me aftësi të kufizuara duhet t'iu ofrohen të njëjtat mundësi dhe të jetojnë në të njëjtat kushte si qytetarët e tjerë. AMC bën përpjekje të vazhdueshme për t'i vënë teknologjitë dhe shërbimet e saj në ndihmë të grupeve të pafavorizuara, dhe mundohemi që t'i bëjmë ato të përballeshme. AMC është përfshirë gjithashtu në iniciativa që promovojnë integrimin e grupeve të pafavorizuara.

Donacion për zhvillimin e Qendrave Rajonale për Autizmin në Shqipëri

Një shumë e konsiderueshme iu dhurua Fondacionit Shqiptar të Fëmijëve, një organizatë që mbështet fëmijët e pafavorizuar. Shuma e dhuruar shkoi për zhvillimin e infrastrukturës së Qendrës së sapohapur për Autizmin në Shqipëri, qendra më e madhe e këtij lloji në Europën Jug-Lindore.

Turi i Fundvitit në Qendrat e të Moshuarve dhe Shtëpitë e Fëmijës

Për të pestin vit radhazi, AMC organizoi një tur bamirësie në qendrat e të moshuarve dhe shtëpitë e fëmijës në mbarë vendin. 19 institucione (shtëpi fëmijësh dhe qendra të moshuarish) në Tiranë, Durrës, Shkodër, Kavajë, Fier, Vlorë, Gjirokastrë, Sarandë, Pogradec dhe Korçë u vizituan nga AMC, dhe 882 persona morën dhurata si rroba dhe lodra të dhuruara nga kompania. AMC organizoi edhe një darkë festive për shumicën e këtyre institucioneve.

D. Lehtësimi i pasojave të katastrofave natyrore

AMC përpiqet të ndihmojë qeverinë dhe shoqërinë e prekur nga katastrofat natyrore për të kufizuar përhapjen dhe për të lehtësuar pasojat e tyre. AMC mbështeti zonat e përmytura në rajonin e Shkodrës në Janar 2011 me qëllim kapërcimin e situatës së vështirë, duke i dhuruar një shumë të konsiderueshme autoriteteve shtetërore për të ndihmuar komunitetin, në sajë të një shërbimi me SMS për të mbledhur fonde të dhuruara nga abonentët e AMC, nëpërmjet infrastrukturës së kompanisë.

Gjithashtu, kompania i dhuroi autoriteteve publike 600 karta SIM me parapagesë me një kohë bisedë fillestare të konsiderueshme për thirrjet brenda rrjetit dhe drejt destinacioneve të tjera kombëtare.

E. Përmirësimi i cilësisë së jetës së shoqërisë shqiptare

Rikonstruksioni i sallës së urgjencës në Maternitetin Mbretëresha Xheraldinë

Kompania mbështeti rikonstrukcionin e sallës së emergjencës dhe sallës së operacionit në Maternitetin "Mbretëresha Xheraldinë" në Tiranë. Me rikonstrukcionin e kësaj salle parandalohen infeksionet gjatë operacionit dhe kushtet e punës janë më të rehatshme për personelin mjekësor. Tani pritet që të kryhen rreth 2,400 operacione kirurgjikale në vit, të cilat do t'i shërbejnë jo vetëm qytetarëve të Tiranës, por edhe atyre nga i gjithë vendi.

F. Për Mjedisin

Miqtë e Ujit

Për të pestin vit radhazi, AMC mbështeti projektin "Miqtë e Ujit". Ky projekt synon sensibilizimin e fëmijëve për përdorimin dhe kursimin e ujit nëpërmjet metodave, aktiviteteve dhe kombinimit të informacioneve bazë mbi ujin, duke organizuar lojra dhe konkurse, në mënyrë që ata të përforcojnë njohuritë e tyre. Ky projekt përfshin çdo vit rreth 3,000 studentë nga klasa e tretë fillore, të përzgjedhur në mbarë vendin. Nxënësit dhe mësuesit diskutojnë sëbashku, zhvillojnë lojra të ndryshme, dhe në fund i reflektojnë atë çka kanë mësuar nëpërmjet vizatimeve, të cilat shfaqen në ekspozita. Gjatë vitit 2011, ky projekt realizoi si më poshtë:

- Projekti u shtri në 33 qytete;
- 51 shkolla u përfshinë;
- 3,295 nxënës dhe 116 mësues morën pjesë;
- 3,295 vizatime u përgatitën;
- 153 vizatime u përzgjedhën për në ekspozitën finale;
- 12 vizatime u përzgjedhën për kalendarin e vitit 2012;

Pastrimi i Plazheve

Kompania mbështeti një iniciativë pastrimi të nisur nga vullnetarët e Korpusit Shqiptar të Vullnetarëve, përpara hapjes së sezonit turistik veror. Rreth 200 vullnetarë morën pjesë në këtë aktivitet dhe mbushën qindra thasë me plehra të hedhura në zonat publike.

Akademia Ambjentaliste

AMC mbështeti projektin "Akademia Ambjentaliste", i cili synonte të rriste ndërgjegjësimin mes të rinjve shqiptarë për çështjet e mjedisit. Ky projekt është implementuar në dy grupe aktiviteteve; grupi i parë i aktiviteteve përfshin sesione trajnimi, seminare dhe debate mbi politikën mjedisore dhe rritjen e ndërgjegjësimit të qytetarëve, ndërsa grupi i dytë i aktiviteteve përfshin pastrimin e zonave të ndryshme publike si parqe, qytete, etj. Projekti u organizua në Tiranë, Shkodër, Vlorë, Gjirokastrë dhe Korçë, ku 400 persona morën pjesë në total.

Mbjellja e Pemëve

Kompania financoi mbjelljen e 915 pemëve landër në një prej rrugëve kryesore në Tiranë. Gjithashtu, ajo mbledhi 6 pisha në ambjentet e saj në Kashar.

G. Zhvillimi Kulturor

Në fushën e kulturës, AMC thekson aktivitetet e mëposhtme të mbështetura nga kompania:

- Projekti i studentëve të Universitetit të Arteve në Tiranë, me titull "Tik Tak", ku 10 studentë përgatitën punimet e tyre artistike nëpërmjet mënyrave të ndryshme, pikturë, fotografi, instalacione dhe pjesë të artit kinetik;
- Organizimi i edicionit të tretë të Konkursit What's Up të Fotografisë, ku morën pjesë të gjithë përdoruesit celularë në një konkurs fotografish të realizuara me telefon celular. Në vitin 2011, 400 fotografi u dërguan në këtë konkurs;
- Edicioni i gjashtë i Festivalit të Filmit Giffoni, i cili është një festival filmi për fëmijë;
- Edicioni i katërt i Tetorit Gjerman në Shqipëri. Motoja e këtij edicioni ishte "ndryshimi klimatik, energjitë e rinovueshme, efikasiteti i energjisë". Për 1 muaj e gjysmë u zhvilluan aktivitete kulturore, seminare dhe kurse; dhe
- Ekspozita e artit me titull "Odiseja Ime – Arti mbi një Mit", frymëzuar nga tematika greke. Ekspozita u organizua në Tiranë, me objekte të antikitetit dhe epokës moderne.

4.4 Vullnetarizmi

AMC nxit vullnetarizmin dhe synon ta përvetësojë atë në kulturën e korporatës. AMC inkurajon gjithashtu përfshirjen personale të stafit dhe ka iniciuar shumë aktivitete ku punonjësit mund të japin kontributin e tyre. Gjithashtu, kompania përpiqet që të ofrojë fleksibilitet dhe mbështetje për infrastrukturën, në mënyrë që punonjësit e sajë të mund të japin kontributin e tyre në shoqëri. Shembuj të këtyre iniciativave janë përshkruar më poshtë:

Dhurimi i gjakut

Për të gjashtin vit radhazi, punonjësit e AMC-së iu përgjigjën fushatës për dhurimin e gjakut të organizuar nga Kryqi i Kuq Shqiptar. Një ambjent për dhurimin e gjakut u zhvillua në mensën e AMC, duke i dhënë kështu punonjësve mundësinë e dhurimit të gjakut. Në vitin 2011, 20 punonjës dhuruan gjak.

Ndihma për Mjedisin

Në vitin 2011, kompania organizoi dy fushata pastrimi, në Parkun Kombëtar të Dajtit dhe në zonën e plazhit të Shëngjinit, në Lezhë. Pastrimi u organizua gjatë fundjavave në bashkëpunim edhe me organet e qeverisjes lokale. Në pastrim morën pjesë 245 punonjës të AMC, disa prej të cilëve ftuan edhe miqtë dhe/ose të afërmit për të marrë pjesë si vullnetarë.

Mbështetja ndaj grupeve të pafavorizuara

- 30 punonjës të AMC-së vizituan shtëpitë e të moshuarve dhe shtëpisë e fëmijës në kuadër të festave të fundvitit. Gjatë vizitave të tyre, ata shpërndanë shumë dhurata;
- Punonjësit e AMC-së organizuan në mënyrë vullnetare dy aktivitete festive, në përfundim të punës së tyre në institucione në kuadër të programit "Realizo një Ëndërr". 40 punonjës morën pjesë në këto aktivitete;
- 10 punonjës dhuruan 5 kuti me ushqime dhe rroba për personat e izoluar në zonat e përmbytura në Shkodër;

4.5 Zhvillimi ekonomik

AMC ofron një kontribut të konsiderueshëm në zhvillimin ekonomik të Shqipërisë për sa i përket investimit në infrastrukturën e telekomunikacionit, investime në komunitet, krijimin e vendeve të punës, zhvillimin e produkteve dhe shërbimeve të reja.

Ndryshimi i përshpjetuar në sjelljen e konsumatorit në tregun e telefonisë celulare, rritja e presionit të çmimeve, intensifikimi i konkurrencës dhe racionalizimi në tregun e biznesit ka ndikuar negativisht në performancën ekonomike të telefonisë celulare në Shqipëri, e cila është reduktuar me 6% në krahasim me vitin e mëparshëm.

Megjithatë, AMC vijoi me investimet në tregun e telefonisë celulare. Ajo fitoi licensën 3G, si ofertuesi më i lartë, dhe ka investuar fuqishëm në teknologji. Në vitin 2011, AMC investoi mbi 21 milionë Euro në zhvillimin e sektorit të telekomunikacionit.

Rezultatet për vitin 2011 janë paraqitur më poshtë:

Të dhënat financiare të vitit 2011

Xhiro (në milionë Euro)	94.2
EBIDA (në milionë Euro)	37.6
Investimet (në milionë Euro)	21
Tatimet e paguara (në milionë Euro)	15.6
Kontributet e Sigurimeve Sociale (në milionë Euro)	0.9

4.6 Ndarja Dixhitale

AMC është angazhuar të krijojë një urë lidhëse mes për ndarjen dixhitale mes infrastrukturës dhe shërbimeve të përmirësuara. AMC mbështet iniciativat për të promovuar shkrimin dhe leximin në internet dhe zhvillimin e qëndrueshëm të komunitetit lokal. Ajo beson se një shoqëri është më e fortë kur të gjithë qytetarët mund të lidhen dhe të përfitojnë nga komuniteti në internet.

Falë telefonisë së lëvizshme, numri i përdoruesve të internetit në Shqipëri u rrit me rreth 12% në vitin 2011, duke rezultuar në rreth 1.6 milionë përdorues në fund të këtij viti. AMC ka kryer një kontribut të konsiderueshëm në rritjen e numrit të përdoruesve të internetit, duke qenë se 835,000 abonentë të saj kanë akses në internet nëpërmjet GPRS internet, teknologjisë EDGE apo rrjetit me brez të gjerë UMTS. AMC ka ofruar edhe oferta të ndryshme pa pagesë dhe/apo me çmime të ulta.




AMC fokusohet në mbulimin dhe disponueshmërinë e rrjetit. Ajo ka një shkallë mbulimi prej 99.80% të popullsisë me rrjetin 2G, dhe deri në Qershor të vitit 2012, mbulimi i popullsisë me rrjet 3G rezulton 96.22%. Me akordimin e licensës 3G, kompania ka kryer investime të konsiderueshme në përmirësimin e rrjetit 3G, duke ofruar një shpejtësi interneti shumë herë më të madhe se sa rrjeti 2G, deri në 42 Mbps. Kjo do thotë akses më të shpejtë në brez të gjerë dhe aplikacione të tjera për klientët e saj që janë në lëvizje.

AMC është e vetmja kompani në Shqipëri që i ofron akses të gjerë në rrjetin e saj bizneseve shqiptare në mënyrë që të paraqesin deklaratat tatimore tek Autoritetet Tatimore Shqiptare,

duke e bërë këtë në mënyrë të besueshme, të sigurt dhe në kohën e duhur. Kjo ofertë është një hap i madh drejt formalizimit të ekonomisë shqiptare.

4.7 Objektivat dhe Arritjet

Rezultatet e arritura lidhur me objektivat e shoqërisë, sipas publikimit në Raportin e vitit 2010 dhe objektivat për vitin 2012 janë dhënë si më poshtë:

Objektivi për 2011	Arritja në 2011	Progresi në 2011	Objektivi për 2012
Ofrimi i bursave të studimit për 16 studentë që studiojnë në universitetet publike në Shqipëri.	Shih pikën 4.3B		Ofrimi i bursave të studimit 10 tudentëve të rinj që studiojnë në universitetet publike në Shqipëri.
Organizimi i 4 iniciativave vullnetare për punonjësit.	Shih pikën 4.4		Organizimi i 3 iniciativave vullnetare për punonjësit
Vazhdimi i programit SMS of Love me Institucionet të cilat kujdesen për fëmijët në nevojë. Kryerja e përmirësimit të infrastrukturës në 1 institucion.	Shih pikën 4.3A		Vazhdimi i programit SMS of Love me Institucionet të cilat kujdesen për fëmijët në nevojë. Kryerja e përmirësimit të infrastrukturës në 1 institucion.

5. Tregu

5.1 Shkurtimisht

AMC vazhdoi të zhvillojë strategjinë e saj për përgjegjshmërinë e korporatës që të lidhet me qeverisjen e brendshme dhe operacionet e jashtme në treg.

Përgjegjshmëria afatgjatë është ngulitur brenda kompanisë dhe është bërë tashmë më e prekshme për konsumatorët. Politika dhe struktura të ndryshme janë aprovuar për të siguruar që përgjegjshmëria e korporatës është kuptuar dhe implementuar si brenda ashtu edhe jashtë dhe ndikon tek klientët, furnitorët dhe palët e interesit.

Objektivi

Ndjekja e një qasje manaxheriale të bazuar në përparësitë e transparencës dhe etikës ndërkohë që në të njëjtën kohë forcon veprimet e përgjegjshme në treg.

Arritjet tona kryesore në vitin 2011:

- 4 nga anëtarët e Bordit Drejtues të AMC janë anëtarë jo-ekzekutivë;
- AMC publikoi 4 broshura për sensibilizimin publik;
- 84% e të anketuarve në anketën e kryer nga kompania e konsideruan AMC si një operator të përgjegjshëm;
- 86% e abonentëve të saj ishin të kënaqur me shërbimin e ofruar nga kompania në qendrat e kujdesit të abonentëve;
- 89% e të gjitha ankesave u zgjidhën në një mesatare kohore prej 1.9 ditësh;
- AMC publikoi tre mijë broshura për të rritur ndërgjegjësimin e konsumatorëve; dhe
- Zhvilloi një fushatë për ngarjen e sigurt të makinës lidhur me përdorimin e telefonave celularë.

5.2 Qeverisja e Korporatës

A. Praktikrat e Qeverisjes së Korporatës

Bordi i nivelit më të lartë drejtues në AMC, përgjegjës për marrjen e vendimeve rreth çështjeve të ndryshme të korporatës (sipas Ligjit 9901, datë 14.42008 për "Tregtarët dhe Shoqëritë Tregtare") është "Asambleja e Përgjithshme e Aksionerëve".

Bordi Drejtues ka përgjegjësinë që të sigurojë që veprimtaritë dhe operacionet e kompanisë janë në përputhje me ligjet dhe rregulloret. Ai shqyrton dhe monitoron situatat aktuale apo të mundshme të konfliktit të interesit dhe është në përputhje me ligjin. Ai merr nga Bordi Drejtues të gjitha lajmërimet për konflikte aktuale apo të mundshme të interesit apo interesat materiale që mund të kenë me Kompaninë.

Gjithashtu, Bordi Mbikëqyrës supervizon veprimtarinë e Bordit Drejtues. Bordi Mbikëqyrës përbëhet nga tre anëtarë, të cilat caktohen në takimin e Asamblesë së Aksionerëve. Bordi Mbikëqyrës takohet të paktën një herë çdo tre muaj.

Përbërja e Bordit Mbikëqyrës

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"/>

Bordi Mbikëqyrës më 31.12.2011.

Siç përshkruhet edhe në statutin e kompanisë, Bordi Drejtues është përgjegjës dhe përcakton politikat dhe strategjitë e përgjithshme të AMC si edhe supervizon manaxhimin operacional dhe aktivitetin e përgjithshëm të kompanisë. Bordi Drejtues përbëhet nga pesë anëtarë të emëruar nga Bordi Mbikëqyrës për një periudhë tre vjeçare. Secili prej tyre mund të rrimërohet. Bordi Drejtues zhvillon takime të paktën një herë çdo tre muaj. Pagesat dhe kompensimet e tjera të anëtarëve të Bordit Drejtues përcaktohet sipas vendimeve të Asamblesë së Përgjithshme.

Përbërja e Bordit Drejtues

Emri	Pozicioni	Anëtar Ekzekutiv	Anëtar Jo-ekzekutiv
Zacharias Piperidis	Kryetar		<input checked="" type="checkbox"/>
Aimilia Filippou	Zv/Kryetar		<input checked="" type="checkbox"/>
Dimitrios Blatsios	Drejtor Ekzekutiv/Anëtar	<input checked="" type="checkbox"/>	
Irini Nikolaidi	Anëtar		<input checked="" type="checkbox"/>
Georgios Athanasopolous	Anëtar		<input checked="" type="checkbox"/>

Bordi Drejtues më 31.12.2011.

Drejtori Ekzekutiv merr përgjegjësinë kryesore për manaxhimin operacional. Drejtori Ekzekutiv asistohet dhe mbështetet në këtë veprim nga Zyra e Pajtuëshmërisë dhe Auditit të Brendshëm.

B. AMC kontrollon operacionet e saj të brendshme

Zyra e Pajtuëshmërisë dhe Auditit të Brendshëm është përgjegjëse për mbikëqyrjen e operacioneve dhe veprimtarive të kompanisë, nëpërmjet vlerësimit të efikasitetit dhe efikasitetit të kontroleve përkatëse të implementuara në nivel kompanie me qëllim identifikimin e rreziqeve të mundshme që mund të afektojnë kompaninë apo aksionerët e saj. Për AMC, pajtuëshmëria nënkupton një zotim të fortë për parimet e integritetit, transparencës, drejtësisë, profesionalizimit, shpirtit të skuadrës, dhe respektimit të rregullave dhe parimeve të cilat janë thelbësore për të drejtuar funksionet e Kompanisë. Kjo nuk garanton pajtuëshmëri vetëm me ligjin dhe kërkesat ligjore, por edhe si një Kod Etike. Ajo promovon gjithashtu integritet dhe besnikëri ndaj kompanisë dhe palëve të interesit mes punonjësve tanë.

Sipas rezultateve të këtyre vlerësimeve, Zyra e Auditit të Brendshëm kontrollon ekzistencën dhe implementimin e pikave të kontrollit si politikave për të përballur mitmarrjen, pranimin e dhuratave nga bizneset apo raportimin në rast korrupsioni.

Përsa i përket interesave mbi kapitalin dhe të drejtave të votës, AMC nuk ka aksione të përbashkëta me ndonjë kompani tjetër. Kompania ka miratuar "Politikën e Trajtimit të Informacionit të Brendshëm" e cila përshkruan përgjegjësitë dhe detyrimet e anëtarëve të Bordit Drejtues dhe Bordit Mbikqyrës dhe të gjithë punonjësve të Grupit, për trajtimin e informacioneve të brendshme si konfidenciale.

C. Sistemi i Manaxhimit të Pajtuëshmërisë

Për të siguruar që praktikatat e AMC-së ruajnë interesin e aksionerëve të saj dhe në të njëjtën kohë demostrojnë operacione të brendshme të përgjegjshme, grupi ka implementuar një Sistem gjithpërfshirës për Manaxhimin e Pajtuëshmërisë (CMS).

AMC ka miratuar këtë sistem i cili përcakton pajtuëshmërinë për të gjithë punonjësit e AMC me legjislacionin në fuqi dhe Kodin e Sjelljes me Politikën e Brendshme, me synim shmangien e rreziqeve dhe pasojave të tjera ligjore për kompaninë dhe personelin e saj. Në kuadër të implementimit të Sistemit për Manaxhimin e Pajtuëshmërisë, Politikën dhe Kodet e mëposhtme janë në zbatim:

Kodet dhe Politikët	Përshkrimi
Politika për Raportimin e Shkeljeve:	Kjo Politikë synon manaxhimin e rasteve që kanë të bëjnë me veprime të ndaluara, të papërshtatshme apo me shkelje të politikave të Kompanisë, procedurave dhe ligjeve të në fuqi.
	Kodi i Etikës dhe Sjelljes së Biznesit është një përmbledhje e

Për më shumë detaje mbi Sistemin e Manaxhimit të Pajtueshmërisë dhe politikat e kompanisë, ju lutem vizitoni:

<http://www.ote.gr/portal/page/portal/OTEGR/TheCompany/Compliance/kanonistikisymmorfosi>

Duhet theksuar se implementimi CMS-së monitorohet nga Komiteti për Pajtueshmërinë e COSMOTE, i cili përbëhet nga:

- Drejtori i Përgjithshëm i Departamentit të Pajtueshmërisë & Auditit të Brendshëm të Grupit COSMOTE;
- Drejtori i Përgjithshëm për Çështjet e Konkurrencës, Ligjore dhe Rregullatore të Grupit COSMOTE;
- Drejtori i Përgjithshëm i Departamentit të Burimeve Njerëzore në COSMOTE; dhe
- Drejtori i Departamentit të Sigurisë së Informacionit në COSMOTE;

Mekanizmi i Raportimit të Shkeljeve

Në bazë të Politikës së Raportimit të Shkeljeve të aprovuar nga Bordi Drejtues, kompania merr dhe administron ankesat lidhur me shkelje serioze të politikave dhe procedurave të Kompanisë dhe në përputhje me ligjet në fuqi (prsh. korrupsion, abuzime, vjedhje, pastrim parash, çështje lidhur me pasqyrat financiare, Politikat dhe Procedurat, diskriminimet, marrdhëniet e punonjësve dhe sjellje e keqe, të cilat mund të dëmtojnë reputacionin e kompanisë, ose çdo përpjekje për të fshehur veprimet e mësipërme).

Në bazë të kësaj politike, punonjësit dhe/apo palët e treta mund të raportojnë në mënyrë anonime në Zyrën e Pajtueshmërisë rreth shkeljeve të mundshme të politikave/procedurave të kompanisë ose ligjeve në fuqi:

- Nëpërmjet postës në:
Zyra e Auditit të Brendshëm & Pajtueshmërisë
Albanian Mobile Communications sh.a.
Rr. "Gjergj Legisi", Laprakë, Tiranë, Shqipëri
- Nëpërmjet e-mailit në: amccomplianceoffice@amc.al
- Nëpërmjet telefonit në: +35542275321

Përgjegjësi për Pajtueshmërinë raporton direkt në Bordin Drejtues të Kompanisë.

Politika e përcakton qartë që kompania nuk lejon ndonjë veprim hakmarrës në mënyrë direkte apo indirekte nga stafi manaxherial i korporatës (apo organizmat e tjerë të korporatës) ndaj askujt, i cili në mirëbesim ka vijuar me raportimin apo shprehjen e një shqetësimi lidhur me një shkelje.

Në vitin 2011, AMC nuk mori asnjë ankesë lidhur me çështjet e pajtueshmërisë;

AMC është zotuar për standartin më të lartë të sinqeritetit, ndershmërisë dhe përgjegjshmërisë. Kompania ka miratuar politikën kundër korrupsionit për të shmangur praktikën e korrupsionit në operacionet e saj. Deri më tani, asnjë rast korrupsioni nuk është regjistruar.

Duhet theksuar se sipas politikës së AMC-së, kompania nuk financoi partitë politike në vitin 2011, as nuk mori ndihma financiare nga autoritetet publike.

5.3 Marketingu i Përgjegjshëm

A. Komunikimi i Përgjegjshëm

- AMC është zotuar që të marketojë produktet e saj në një mënyrë të thjeshtë dhe transparente. Sloganet, tekstet dhe temat synojnë që të jenë jodiskriminuese dhe të respektueshme në ton dhe kuptim. Për ta pasur këtë gjë nën kontroll, departamenti ynë i marketingut shqyrton gjithçka përpara prezantimit të tyre në treg.
- Telefonia celulare është një industri që po rritet shpejt dhe në mënyrë dinamike, dhe për këtë arsye, paketat e programeve dhe shërbimeve po bëhen gjithnjë e më të larmishme dhe komplekse. AMC bën çdo përpjekje që të paraqesë një mesazh të qartë dhe të lehtë për t'u kuptuar në reklamat dhe mjetet e tjera të komunikimit. Personeli i shitjeve në dyqanet e saj ndihmon klientët që të kuptojnë planet tarifore dhe ofertat.
- Operimi në një sektor dinamik përfshin shpesh informacione me klientët nëpërmjet mënyrave të ndryshme, përfshirë SMS-të. Kompania përfon mjetet e duhura për sistemet e të dhënave në mënyrë që klientët të ushtrojnë të drejtën e tyre për të mos e marrë një informacion të tillë. Kjo mund të kryhet nëpërmjet një kërkesë të dërguar në zyrat apo dyqanet e AMC-së, ose thjesht duke telefonuar qendrën për kujdesin e klientit të kompanisë.

Si rrjedhojë, asnjë incident për shkeljen e rregullores së marketingut nuk është regjistruar për vitin 2011.

B. Politikë transparente dhe reduktim tarifash

AMC punon vazhdimisht për të përmirësuar transparencën dhe qartësinë e produkteve dhe shërbimeve të saj, përfshirë tarifën. AMC ofron fatura telefonike analitike për abonentët të cilët e kërkojnë një informacion të tillë. Ky informacion është i disponueshëm në formatin e faturës në letër dhe elektronike gjithashtu.

Gjatë viteve të kaluara, kompania ka reduktuar tarifën e saj. Industria e telefonisë celulare është një industri që ka pësuar një zhvillim të jashtëzakonshëm në cilësinë e shërbimeve, ndërkohë që ka reduktuar në mënyrë të konsiderueshme çmimet. Shembujt e mëposhtëm e tregojnë qartë këtë:

- Abonentëve me parapagesë iu ofruan minuta pa limit me katër numra brenda grupit, duke paguar një tarifë prej 600 Leke;
- Abonentëve me parapagesë "What's Up" iu ofruan 1,200 minuta kohë bisedë brenda rrjetit AMC, 600 SMS brenda rrjetit AMC, 20 minuta kohë bisedë në destinacionet kombëtare dhe 50 MB për vetëm 300 Leke;
- Abonentëve me kontratë iu ofrua ulje e tarifës mujore dhe përdorim falas, si edhe pikë bonus për trafikun që gjenerojnë. Bonusi përdoret për të përfituar ulje në faturat e tyre ose për ulje në çmimin e aparatëve të rinj;
- Abonentët me kontratë, nëpërmjet shërbimit AMC Traveller, mund të përdorin kohën falas të bisedës në shumicën e vendeve të vizituara nga shqiptarët si në Shqipëri me një tarifë ekstra minimale.

Çështjet e tarifimit iu komunikohen abonentëve tanë sistematikisht, në mënyrë transparente me qëllim që këta të fundit të kenë një përmbledhje të qartë. Abonentët tanë mund të kontrollojnë dhe/apo të marrin informacion rreth tarifave nëpërmjet metodave të mëposhtme:

- Duke telefonuar qendrat e AMC për kujdesin e 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 që iu kanë mbetur deri në fund të periudhës së disponueshme të faturimit;

- Nëpërmjet Menusë AMC Easy "#100#", si një mjet aksesi alternativ;
- Duke dërguar një letër në sektorin e faturimit të AMC në Laprakë;
- Duke dërguar një e-mail në billing@amc.al;

Përdorimi i smartphone-ve është rritur jashtëzakonisht dy vitet e fundit. Shumë telefona celularë të tillë kanë përditësime automatike të aplikimeve të tyre, të cilat kërkojnë një përdorim të gjerë të të dhënave të internetit. Kompania këshillon punonjësit dhe abonentët e saj që të kontrollojnë trafikun e të dhënave, dhe kur të jetë e nevojshme, ta çaktivizojnë shërbimin kur janë në roaming në mënyrë që të shmangin shpenzimet e tepërta në faturat e tyre telefonike. Udhëzime janë dhënë për sistemet operative të përdorura më gjerësisht për telefonat celularë si Blackberry, Android, dhe i-Phone.

C. Praktikrat e Shërbimeve

Praktikat e reja të mëposhtme mund të përmenden për vitin 2011:

Përmirësimi i rrjetit roaming

Ne kemi përmirësuar rrjetin tonë roaming për të mbuluar 132 vende dhe 333 rrjete për abonentët me kontratë, 42 vende dhe 81 rrjete për abonentët me parapagesë dhe 64 vende dhe 129 rrjete për shërbimet GPRS.

Më telefono

Nëpërmjet këtij shërbimi, kur abonentët me parapagesë të AMC mbeten pa kredit, ata mund të njoftojnë një nga miqtë e tyre AMC për t'iu telefonuar. Ky shërbim është pa pagesë.

Portabiliteti i numrit

Ne e kuptojmë se sa e rëndësishme është për klientët tanë që të kenë mundësinë të bëjnë një zgjidhje të lehtë kur ndërrojnë ofruesin e shërbimit të telekomunikacionit dhe po bëjmë të pamundurën që ky proces të shkojë sa më rrjedhshëm që të jetë e mundur.

Që nga Qershori 2011, ky shërbim ofrohet në dyqanet e AMC për të gjithë abonentët celularë. Të gjithë abonentët shqiptarë që dëshirojnë të zgjedhin AMC si operatorin e tyre celular, ndërkohë që mbajnë numrat ekzistues të telefonit, mund ta bëjnë këtë duke plotësuar formularin përkatës.

Abonentët që bëhen pjesë e rrjetit AMC mund të zgjedhin planin tarifor që ju përshtatet më mirë nevojave të tyre të komunikimit. Stafi i specializuar i dyqaneve të AMC ofron gjithashtu informacion të nevojshëm dhe faciliton procesin e portabilitetit të numrit. Ne e ofrojmë portabilitetin e numrit pa pagesë, dhe informacion mbi portabilitetin mund të merret në shërbimet për klientët. Thirrjet për një informacion të tillë janë falas.

Pagesa e faturave

Ne i ofrojmë abonentëve tanë shërbimin e Debitimin Direkt, i cili e bën më të lehtë për abonentët AMC me kontratë pagesën e faturave të tyre të telefonit. Ata mund të paguajnë faturat e tyre mujore pa qenë të pranishëm në ambjentet e bankave, por në fillim nënshkruajnë një marrëveshje me bankën e tyre. Pagesat e AMC-së do të kryhen automatikisht nga llogaria e tyre bankare. Ky shërbim iu ofrohet të gjithë abonentëve të AMC të kategorisë individ, biznes dhe korporatë.

Më Njofto

Ky shërbim është i disponueshëm për të gjithë abonentët e AMC-së. Ai i informon ata kur abonenti i telefonuar është i disponueshëm. Kur një abonent i telefonon një abonenti AMC që është i paarritshëm, ata do të njoftohen me një SMS sapo abonenti të jetë i disponueshëm. Ky shërbim ofrohet pa pagesë.

Facebook Zero

Nëpërmjet këtij shërbimi, të gjithë abonentët AMC mund të navigojnë me një version më të thjeshtë të Facebook-ut në telefonat e tyre celularë.

Facebook Zero përmban vetëm tekst, kështu që mund të navigohet më lehtë, dhe është falas.

D. Mbrojtja e të miturve

Përdorimi i telefonave celularë është i disponueshëm për përdorim edhe nga të miturit, gjë e cila kërkon një mbikëqyerje 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 seri Proçedurash dhe Politikash, të cilat përfshijnë:

- Kompania nuk promovon shërbimet e Chat-it për të rriturit.
- Shërbimet e kompanisë (prsh. 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.

Kontrolli Prindëror

Ne kemi krijuar 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 destinuar për të rriturit). Një abonent mund të kërkojë bllokimin e një serie specifike numrash, thjesht duke telefonuar Qendrën e Kujdesit të Klientëve të AMC.

5.4 Konkurrenca Etike

Për shkak të klimës makroekonomike në Shqipëri, kësaj të fundit i duhet të kapërcejë sfida të mëdha, përfshirë popullarizimin në rritje të shërbimeve të telekomunikacionit, maturimin tejet të madh të tregjeve tradicionale, ndryshimet rregullatore, dhe intensifikimin e konkurrencës. AMC është përpjekur që t'i trajtojë këto sfida nëpërmjet modeleve novatore të biznesit dhe një fokusi të fortë në ato zona ku mund të ofrojë një zhvillim të qëndrueshëm të biznesit dhe komunitetit.

Enti rregullator përgjegjës për komunikimet elektronike në Shqipëri është Autoriteti i Komunikimeve Elektronike dhe Postare. Tregu rregullohet gjithashtu edhe nga ligjet vendase, Dekretet Presidenciale, Vendimet e Ministrave si edhe Vendimet nga autoritetet e pavaruara administrative. Për të siguruar pajtueshmëri me këto, zyra ligjore e AMC-së dhe departamentet përkatëse brenda kompanisë azhurnohen herë pas here me ndryshimet e këtyre rregulloreve.

Përveç kësaj, AMC është objekt edhe i një sërë normash dhe rregulloresh për konkurrencën më të cilat pajtohet kompania. AMC nxit konkurrencën e drejtë, e cila ka një impakt të rëndësishëm në zhvillimin e industrisë dhe të vetë vendit. Në vitin 2011 nuk është ndërmarrë asnjë hetim apo praktikë për sjellje antikonkurruese të AMC.

Çdo vit, një studim cilësor dhe sasior zhvillohet për të analizuar fuqinë e AMC dhe markave të saj, si në terma absolutë ashtu edhe në krahasim me rivalët e saj. Çdo tremujor, një studim sasior zhvillohet në një kampion përfaqësues të popullsisë shqiptare për të matur perceptimin e tyre për imazhin e operatorëve celularë.

5.5 Prokurim i Përgjegjshëm

A. Ne ndikojmë Zinxhirin tonë të Furnitorëve

Ne pranojmë se veprimtaria jonë mund të ndikohet nga aktiviteti i furnitorëve tanë. Duke marrë parasysh edhe përmasat e AMC-së, ne ndikojmë pozitivisht dhe inkurajojmë vlerat e aktorëve zinxhir në këtë proces për të vendosur parimet e Përgjegjshmërisë së Korporatës. Për këtë qëllim, ne kemi zhvilluar Kodin tonë të Sjelljes së Furnitorit, i cili është një prej hapave bazë drejt furnizimit të përgjegjshëm. Kodi i Sjelljes së Furnitorit përshkruan vlerat bazë dhe parimet e biznesit lidhur me çështjet e përgjegjshmërisë së korporatës, dhe përmbledhet si më poshtë:

- Kodi i Sjelljes së Furnitorit është pjesë e marrëveshjes së AMC-së me furnitorin. Me anë të nënshkrimit të kontratës me AMC, furnitori bie dakort të pajtohet me këtë Kod të Sjelljes së Furnitorit gjithashtu. Prandaj, furnitorët tanë janë të përkushtuar të ndërmarrin të gjitha hapat e nevojshme që nënkontraktorët e tyre të pajtohen me detyrimet e vendosura në këtë Kod të Sjelljes së Furnitorit;
- Ne presim që furnitorët tanë të mbështesin respektimin e të drejtave të njeriut (të drejtat e punonjësve të tyre dhe t'i trajtojnë ata me dinjitet dhe respekt, ashtu siç edhe pranohet nga komuniteti ndërkombëtar);
- Ne presim që partnerët tanë të zbatojnë praktikatat më të mira të etikës së biznesit dhe jo vetëm që të respektojnë ligjet dhe rregullat e tregtisë të vendosura ndërkombëtarisht, por edhe të jenë vetë të ndjeshëm nga ana sociale dhe ndaj mjedisit.
- Furnitorët inkurajohen të respektojnë të drejtën e punonjësve për t'u shoqëruar lirisht, për të krijuar dhe për t'u anëtarësuar në organizata sipas dëshirës së tyre, të kërkojnë të përfaqësohen, si dhe të bëjnë marrëveshje kolektive, siç parashikohet dhe në përputhje me ligjet dhe rregulloret në fuqi; dhe
- Në vitin 2011, AMC miratoi dhe parashitroi në kontratat e kompanisë me Furnitorët dhe klauzolën Anti-Korrupsion.

Që nga viti 2008, ne kemi zhvilluar një politikë prokurimi që përcakton të gjitha rregullat dhe kushtet që do të ndiqen nga kompania gjatë përmbushjes së detyrimeve të saj prokurimit.

Shëndeti dhe Siguria në Punë

- **Siguria në Punë:** Furnitorët do t'u sigurojnë punonjësve një mjedis pune të sigurtë dhe të shëndetshëm, në përputhje me standartet ndërkombëtare dhe ligjet kombëtare.
- **Ambjentet:** Furnitorët duhet të sigurojnë një mjedis pune të sigurtë dhe të shëndetshëm.
- **Puna Fizike:** Ekspozimi i punonjësve ndaj detyrave fizike duhet identifikuar, vlerësuar dhe kontrolluar.
- **Politika e Shëndetit dhe Sigurisë në Punë:** Kemi nënshkruar krijimin dhe zbatimin e një Politike për Sigurinë dhe Shëndetin në Punë nga Furnitorët, e cila do të merret parasysh me qëllim Vlerësimin e Furnitorit.

Etika

- **Korrupsioni, Zhvatja dhe Abuzimi:** Korrupsioni, zhvatja dhe përvetësimi, i çfarëdo forme, është rreptësisht i ndaluar dhe mund të çojë në përfundimin e menjëhershëm të bashkëpunimit me furnitorin.
- **Zbulimi i Informacionit:** Furnitorët duhet të zbulojnë informacion rreth aktiviteteve të biznesit të tyre, strukturës, situatës financiare dhe performancës, në përputhje me ligjet dhe rregulloret e zbatueshme që

Punësimi

- **Zgjedhje e lirë e punësimit:** Puna duhet të kryhet mbi bazat e vullnetit të lirë dhe punonjësit duhet të jenë të lirë të lënë punën ose përfundojnë punësimin përmes një njoftimi të arsyeshëm.
- **Shmangia e punësimit të të Miturve:** Asnjë person që është nën moshën minimale të marrëveshjes së punësimit nuk duhet punësuar.
- **Orët e Punës:** Orët e punës duhet të përputhen me standartet ILO dhe ligjet kombëtare dhe nuk duhen tejkaluar.
- **Kushtet dhe pagat:** Pagat apo rrogat e paguara për javë pune duhet të përmbushin ose tejkalojnë standartin minimal të caktuar në ligjin kombëtar.
- **Sjellja:** Punonjësit duhen trajtuar me respekt dhe dinjitet. Abuzimi fizik apo verbal, ose ngacmime të tjera dhe kërcënimet apo forma të tjera frikësimi janë të ndaluara.
- **Mos-diskriminimi:** Diskriminimi i paligjshëm, duke përfshirë dhe atë racial apo gjinor, është i ndaluar.
- **Liri anëtarësimi:** Furnitorët duhet të respektojnë të drejtën e punonjësve për t'u anëtarësuar lirisht, të formojnë dhe bashkohen me organizata, të përfaqësohen, dhe bashkarisht të bëjnë marrëveshje, brenda hapësirës dhe në përputhje me ligjet dhe rregulloret në zbatim.

Mjedisi

- **Masat Parandaluese ndaj Ndotjes:** Furnitorët duhet të zbatojnë dhe tregojnë përmirësime mjedisore të vazhdueshme në fusha të ndryshme, si në reduktimin e emetimeve, shkarkimeve, zhurmave, mbetjeve, dhe reduktimin e përdorimit të burimeve natyrore.
- **Substanca/Likuide të rrezikshme dhe mbjetje të ngurta:** Furnitorët do të pajtohen me çdo ligj dhe rregullore të zbatueshme lidhur me substancat, likuidet dhe mbetjet e ngurta të rrezikshme.
- **Politika Mjedisore:** Kemi nënshkruar krijimin dhe zbatimin e një Politike Mjedisore nga Furnitorët, që do merret parasysh me qëllim Vlerësimin e Furnitorit.

Aksesi në Kodin e Sjelljes së Furnitorit mundësohet përmes faqes zyrtare të internetit: www.amc.al.

B. Ne respektojmë të drejtat e furnitorëve tanë

Parimet tona, të cilat përcaktojnë marrëdhëniet tona me furnitorët, përfshihen në Kodet dhe Politikat tona, të cilat iu komunikohen edhe punonjësve të tyre. Në këtë kuadër, kompania:

- Sillet me respekt dhe transparencë ndaj partnerëve dhe furnitorëve.

- Ofron mundësi të barabarta për shitësit për t'u bërë furnitorët tanë, duke ndjekur një proces objektiv dhe të paanshëm. Gjatë vitit 2011, 59% e shpenzimeve iu alokuan furnitorëve vendas;
- Zbaton kushtet e pagesës sipas detyrimeve tona kontraktuale. Afati mesatar për pagesat e furnitorëve është 60 ditë; dhe
- Bën tregti me kushte të drejta, të paanshme dhe të arsyeshme.

C. Ofrimi i Sigurisë së Produkteve

Ne u kërkojmë Furnitorëve tanë të ofrojnë produkte të prodhuara sipas standarteve ndërkombëtare. Këto standarte përfshijnë etiketimin sipas niveleve të Normës Specifike të Përvetësimit (SAR), të cilat duhet të përputhen me standartet ndërkombëtare. Nivelet e SAR janë dhënë qartësisht në të dhënat e katalogut celular për çdo telefon të shitur.

5.6 Ndërgjegjësimi Publik

Ne kontribuojmë për të rritur ndërgjegjësimin dhe për të informuar publikun për çështjet sociale dhe ato të mjedisit si edhe për çështje që kanë lidhje me produktet dhe shërbimet tona. Për këtë arsye, ne përdorim mjete të ndryshme komunikimi. Disa shembuj janë përmendur si më poshtë:

Ekologjia

Për të tretin vit radhazi, me rastin e Ditës së Orës së Tokës ne informuam punonjësit tanë dhe vepruam si vijon:

- Fikëm dritat në të gjitha zyrat e AMC-së për një orë.
- Fikëm të gjitha dritat dhe reklamat me ndriçim në dyqanet e AMC-së.
- Njoftuam në lidhje me këtë iniciativë në intranetin e kompanisë, dhe i ftuam punonjësit që ta aplikojnë këtë ide edhe në shtëpitë e tyre.

Shoqëria

"Jeta me celularin tonë": ne përgatitëm një broshurë, e cila ofron informacion të dobishëm mbi etikën e komunikimit me telefon celular, si të shmangim vjedhjen e telefonit celular, etj.

"Si funksionon telefonia celulare": ne përgatitëm një broshurë, e cila ofron informacion për të kuptuar telefoninë celulare dhe për t'iu përgjigjur shqetësimeve të ndryshme si për rrezatimin nga Fushat Elektromagnetike, standartet e sigurisë, etj., si dhe

"Telefonia e Lëvizshme dhe Prindërit": ne përgatitëm një broshurë, e cila ofron informacion të dobishëm për prindërit se si t'i këshillojnë fëmijët e tyre mbi përdorimin e sigurtë të shërbimeve të telefonisë së lëvizshme.

Ne jemi të bindur se mund të kontribuojmë për të informuar publikun mbi çështjet që lidhen veçanërisht me produktet dhe shërbimet e kompanisë. Për këtë arsye, ne përdorim të gjitha kanalet e mundshme të komunikimit për të komunikuar mesazhe të dobishme dhe praktike lidhur me çështjet e telefonisë së lëvizshme.

Gjatë vitit 2011, ne printuam dhe shpërndamë në të gjitha dyqanet tona rreth 3,000 kopje të broshurave të mësipërme, të cilat mund të gjenden edhe në faqen zyrtare të kompanisë, në: <http://www.amc.al/Default.aspx?id=337&nt=18&lang=2>.

Broshurat e përdorura për dialog me palët e interesuara



Fushata për Ngarjen e Kujdesshme të Makinës

Telefonat celularë janë një mjet shumë i dobishëm dhe kanë ndryshuar jetën e përditshme të të gjithëve. Telefoni është një mjet që i jep njerëzve vetëbesim dhe u ofron atyre informacion, edhe kur janë duke udhëtuar, p.sh., thirrje në raste emergjencash, humbje, etj. Nga ana tjetër, ne pranojmë gjithashtu edhe faktin se telefonat celularë mund të jenë shumë të rrezikshëm, nëse përdoren në mënyrë të papërgjegjshme ndërsa ngasim makinën. Për këtë arsye, kompania vë një theks të veçantë mbi ngarjen e kujdesshme të makinës dhe përdorim e përgjegjshëm të telefonave celularë gjatë ngarjes së makinës.

Gjatë vitit 2011, ne organizuam një fushatë mbi ngarjen e kujdesshme të makinës që u fokusua në ndërgjegjësimin e shoferëve në rrugë dhe përdorimin e aparateve/mjeteve që nuk kanë nevojë për përdorimin e duarve. Slogani i fushatës ishte "Bëni kujdes, duart në timon". Si pjesë të kësaj fushate, ne ndërmorëm hapat e mëposhtëm:

- Vendosëm postera në të gjithë dyqanet e kompanisë për ngarjen me kujdes të makinës;
- Shpërndamë 10,000 fletëpalosje, me këshilla mbi ngarjen e kujdesshme të makinës;
- Shpërndamë 3,000 afishe "bëni kujdes, duart në timon";
- Shpërndamë 2,000 mbajtëse çelësash; dhe
- Ofruam 10% zbritje për të gjitha kufjet Bluetooth në dyqanet e AMC-së;

5.7 Kënaqësia e Klientit

A. Ne i dëgjojmë klientët tanë

Ne përpiqemi që të përmbushim pritshmëritë e klientëve tanë. Ne na intereson të dëgjojmë çdo klient të kompanisë. Ne shqyrtojmë çdo ankesë dhe e marrim atë shumë seriozisht. Për këtë arsye, ne ofrojmë mjete të ndryshme që klientët të kërkojnë dëmshpërblim apo të ankohen, si p.sh.:

- Dërgimi i një letre në zyrat e AMC-së;
- Dërgimi i një e-maili në complaints@amc.al;
- Telefonata në numrat e qendrës së kujdesit ndaj klientit;
- Kontakt personal në pikat e shitjes së kompanisë.

B. Ne monitorojmë kënaqësinë e klientëve tanë

Ne monitorojmë nga afër performancën tonë për kënaqësinë e klientëve. Në këtë aspekt, ne përdorim mjetet e mëposhtme:

- Analiza Ndërkombëtare për Kontaktimin me Klientët (ICCA), e cila është një anketë me

Brochures used for stakeholders dialogue

ndaj klientit të kompanisë. Rreth 85% e klientëve janë të kënaqur me shërbimin e ofruar nga qendren tonë të kujdesit ndaj klientëve. Ne kërkojmë gjithmonë përmirësim dhe analizojmë në mënyrë serioze përgjigjet që s'janë të kënaqura nëpërmjet një procesi për vlerësimin e detajeve; dhe

- Anketat publike, si intervistat përballë, intervistat nëpërmjet telefonit, grupet e fokusit, etj.

Ofrimi i një shërbimi të besueshëm dhe të vazhdueshëm përbën një çështje të rëndësishme për kompaninë tonë. Ne përpiqemi të krijojmë një rrjet të besueshëm, dhe në këtë aspekt, duam të theksojmë se:

- Norma jonë e thirrjeve të sukseshme është 99.4%; dhe
- Norma e rënies së linjës është më pak se 0.6%.

C. Trajtim i Ankesave të Klientëve

Ne kemi investuar shumë në sistemet tona, proceset, njerëzit dhe strukturën organizative në mënyrë që të sjellim një model funksional më të qartë dhe më të thjeshtë të fokusuar ndaj klientit. Ne trajtojmë rregullisht ankesat që vijnë nga klientët tanë duke u dhënë atyre prioritet të veçantë. Të gjitha aktivitetet e tjera të nevojshme për zgjidhjen e ankesave ndërmerren brenda ditës. Në raste vonesash, abonentët informohen rreth arsyes së vonesës dhe kohës së mundshme për zgjidhjen e ankesës së tyre.

Gjatë vitit 2011, ne morëm 972 ankesa me shkrim, 959 ankesa me e-mail, dhe 672 ankesa përmes qendrave të kujdesit për abonentin. Rreth 89% e këtyre ankesa u proçeduan menjëherë brenda nje mesatareje prej 1.9 ditësh.

Lloji i ankesave	Numri	Ankesat e zgjidhura në kohë të shkurtër	Mesatarja ditore për zgjidhjen e ankesave
Ankesa me e-mail	959	97%	1.88
Ankesa me shkrim	972	79%	2.21
Ankesa nga qendra e kujdesit	672	92%	1.56
Totali i ankesave	2,603	89%	1.90

5.8 Siguria e të Dhënave

Për shkak të rritjes së komunikimit të informacionit dhe sistemeve të komunikimit, mbrojtja e të dhënave personale të klientëve, partnerëve të shitjeve, punonjësve dhe palëve të interesit përbën një shqetësim të rëndësishëm për kompaninë.




Kompania ka miratuar Kodin e Sjelljes për Mbrojtjen e të Drejtës së Individit për Privatësi në Trajtimin e të Dhënave Personale (Kodi i Privatësisë), i cili specifikon se si trajtohen të dhënat personale. Kompania i përdor të dhënat personale në mënyrë të përgjegjshme, dhe në vitin 2011 nuk ka pasur asnjë ankesë në këtë drejtim.

Ne pajtohemi më të gjitha kërkesat ligjore dhe implementojmë masa të rrepta lidhur me sigurinë e të dhënave personale, mbledhjen, përpunimin, ruajtjen dhe asgjësimin e tyre.

Kompania pranon se rrjeti i të dhënave të korporatës është një nga paramentrat më të rëndësishëm për operacione biznesi efektive dhe të sigurt të kompanisë. Për këtë arsye, Kompanisë i nevojitet që të vlerësojë rreziqet lidhur me rrjetin e të dhënave dhe të ndërmarrë masa për të trajtuar kërcënimet dhe dobësitë e mundshme dhe për të siguruar performancën dhe sigurinë e duhur të informacionit. Të gjitha veprimtaritë që kanë të bëjnë me dizenjimin, implementimin dhe funksionimin e rrjetit të të dhënave të korporatës do të kryhen pas zbatimit të procedurave zyrtare të dokumentuara duke u bazuar në praktikat ndërkombëtare dhe ato të pranuarra gjerësisht.

5.9 Objektivat dhe Arritjet

Rezultatet e arritura lidhur me objektivat e tregut për vitin 2011, siç edhe janë publikuar në raportin e Përgjegjshmërisë Sociale të vitit 2010, dhe objektivat e për vitin 2012 janë si më poshtë:

Objektivat për 2011	Arritjet në 2011	Progresi në 2011	Objektivat për 2012
Publikimi dhe shpërndarja e 3 tipeve të broshurave informuese rreth Telefonisë Celulare dhe Fushave Elektromagnetike.	Shiko pikën 3.10C, 5.6		Publikimi dhe shpërndarja e 2 tipeve të broshurave informuese rreth Telefonisë Celulare dhe Fushave Elektromagnetike.
Vazhdimi i programit informues mbi përdorimin e sigurtë të telefonave celularë. Publikimi i një broshure/fletëpalosje.	Shiko pikën 3.10C, 5.6		Vazhdimi i programit informues mbi përdorimin e sigurtë të telefonave celularë. Publikimi i një broshure/fletëpalosje.
Publikimi dhe shpërndarja e një broshure mbi kontrollin prindëror.	Shiko pikën 5.3D		Publikimi dhe shpërndarja e një broshure mbi kontrollin prindëror.
			Organizimi i një Fushate për sensibilizimin në ngarjen e kujdësishme të makiës
			Kryerja e një ankete me klientët ose publikun mbi temat e PSK.

6. Burimet Njerëzore

6.1 Shkurtimisht

AMC është një nga punëdhënësit më të mëdhenj në Shqipëri, me 475 punonjës me kontratë të papërcaktuar.

Një ambjent pune i sigurtë, i paanshëm dhe mbështetës është kyç për të patur një forcë punëtore me produktivitet dhe moral të lartë dhe njerëz të motivuar dhe të angazhuar. Ne jemi të vetëdijshëm se kur njerëzit janë të angazhuar, ata janë më të aftë të japin një performancë më të mirë dhe të shjijojnë një kënaqësi më të madhe në punë. Për këtë arsye, ne kemi zhvilluar shumë aktivitete që punonjësit të angazhohen, si dhe aktivitete të tjera ku ata mund të marrin pjesë vullnetarisht.

Me kalimin e viteve, kompania ka zhvilluar një sërë programesh për të mbështetur punonjësit e vet dhe të përmirësojë kushtet e punës dhe jetesës si brenda dhe jashtë kompanisë. Duke patur në fokus në Mbrojtjen e Punonjësve, ne ofrojmë kushte të përshtatshme pune dhe tregojmë respekt për shëndetin dhe sigurinë e punonjësve, ndërsa nxisim dhe rrisim njohuritë dhe vigjilencën lidhur me trajtimin e emergjencave. Menaxherët e të gjitha niveleve kanë vendosur objektiva individuale të lidhura me synimet e biznesit të kompanisë dhe në mënyrë të rregullt ofrojnë opinionet e tyre tek çdo punonjës. Gjatë këtyre viteve, kompania ka zhvilluar programe të ndryshme për të mbështetur punonjësit e vet.

Ne nuk aprovojmë asnjë sjellje që mund të ofendojë personalitetin e punonjësve. Ne dënojmë pa asnjë përjashtim, çdo formë abuzimi apo ngacmimi seksual, dhe respektojmë rigorozisht ligjet përkatëse dhe kodet e sjelljes mbi këtë çështje.

Objektivat

Të krijojmë një ambjent pune që është i sigurtë, i paanshëm dhe ndihmon zhvillimin personal dhe profesional të punonjësve tanë.

Arritjet e Kompanisë gjatë vitit 2011:

- Kompania ka 41% të punonjësve femra në pozicione menaxhimi të lartë dhe 49% në pozicione menaxhimi të mesëm;
- Kompania ka trajnuar 52% të punonjësve;
- Kompania ka shtuar shtatë benefite të reja për punonjësit;
- Kompania ka shënuar edhe një vit tjetër pa asnjë aksident fatal gjatë orëve të punës;

6.2 Vendet e Punës

Në datën 31 Dhjetor 2011, AMC ishte një prej punëdhënësve më të mëdhenj në Shqipëri, me 475 punonjës. Të gjithë punonjësit punojnë me kohë të plotë dhe kompania ka nënshkruar kontrata individuale me çdo punonjës.

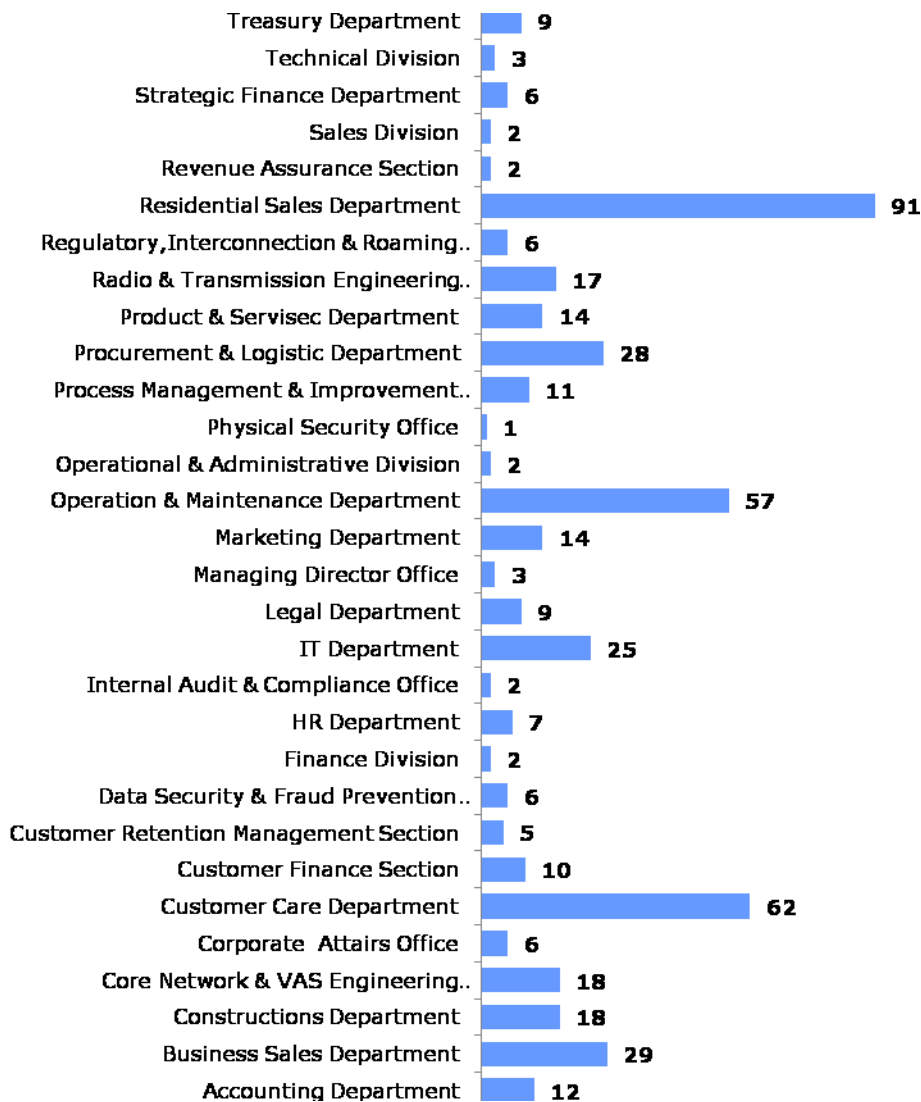
Analiza e punonjësve të kompanisë është treguar në tabelën më vijim:

Lloji i punësimit	Me Kohë të Plotë	Me Kohë të Pjesëme
	475	0
Gjinia	Femra	Meshkuj
	261	214

Pozicioni	<i>Drejtorë (Ekzekutiv, Divizioni)</i>	<i>Menaxherë të Nivelit të Lartë (Departmenti/Zyre)</i>	<i>Menaxherë të Nivelit të Mesëm (Përgjegjës Sektor/Njësie)</i>	<i>Punonjës</i>
	5	27	81	362
Mosha	<25	26 - 35	36 - 45	>45
	54	314	73	34
Arsimi	<i>Arsim i Mesëm</i>	<i>Universitet</i>	<i>MA/Dr</i>	
	47	391	37	

Si pasojë e dinamikës së sektorit të telekomunikimeve, kompania jonë ka punësuar një shumëllojshmëri kualifikimesh/formimesh dhe ekspertize brenda divizioneve të ndryshme, siç edhe tregohet në tabelën e mëposhtme.

Graf. 6.1: Stafi i punësuar sipas strukturës së Departamenteve



Në raste të ndryshimeve strukturore, ne bëjmë përpjekjet më të mira për të informuar punonjësit tanë që në fazat e para. Megjithatë, për çdo rast kompania ndjek dispozitat përkatëse ligjore.

6.3 Shëndeti dhe Siguria në Punë

A. Shëndeti dhe Siguria në vendin tonë të punës

Kujdesi shëndetësor dhe siguria në punë e punonjësve tanë është një prioritet për ne. Objektivi ynë është të sigurojmë një mjedis pune të sigurtë dhe të shëndetshëm. Parandalimi, si masa e parë paraprake, është një element i rëndësishëm në procesin e vendim-marrjes për të siguruar kushte pune të sigurt. Kjo është arsyeja që ne kemi miratuar Politikën e Shëndetit dhe Sigurisë në Punë, si dhe kemi zhvilluar Sistemin e Menaxhimit të Shëndetit dhe Sigurisë në Punë, në përputhje me OHSAS 18001.

Në këtë kuadër, ne kemi ndërmarrë hapat e mëposhtëm:

Politika e AMC-së lidhur me Sigurinë dhe Shëndetin në Punë

Ne në **AMC** besojmë se Shëndeti & Siguria e punonjësve tanë në punë përbën një vlerë integrale në kulturën e përgjithshme të kompanisë.

Shëndeti & Siguria e punonjësve është prioriteti kryesor për stafin menaxhues të AMC-së. Ne **synojmë** të arrijmë kushte të Shëndetshme & Sigurta, të cilat pajtohen plotësisht me dispozitat ligjore.

Ne në **AMC përvetësojmë** përqasjen parandaluese në të gjithë sektorët, duke patur parasysh çështjet e Shëndetit & Sigurisë në vendim-marrje dhe përpara të gjitha veprimeve që synojnë përmbushjen e këtyre vendimeve. Për këtë arsye ne konsultohemi me stafin tonë dhe inkurajojmë pjesmarrjen e tyre në këto çështje.

Menaxherët ekzekutiv duhet të veprojnë si model i kësaj sjellje dhe kështu të bindin punonjësit për përkushtimin e tyre ndaj Politikës së Kompanisë mbi Sigurinë dhe Shëndetin në Punë.

Ne në **AMC, përkushtohemi** të ofrojmë informacion, përditësime dhe trajnim për personelin e punësuar, në mënyrë që ata vetë të kontribuojnë në ruajtjen dhe përmirësimin e kushteve të Sigurisë dhe Shëndetit në Punë.

**Drejtori Ekzekutiv
Dimitrios Blatsios**

- Kemi ngritur Komitetin e Shëndetit & Sigurisë në Punë, që të diskutojë dhe përcaktojë çështjet lidhur me rreziqet në vendin e punës. Ky Komitet përbëhet nga pesë anëtarë.
- Kemi ngritur Grupin e Shëndetit & Sigurisë në Punë, që të monitorojë në baza periodike Sistemin e Shëndetit & Sigurisë në Punë. Ky Grup përbëhet nga 12 anëtarë;
- Kemi trajnuar punonjësit që punojnë në lartësi sipas procedurës së kompanisë për "Trajnimin e punonjësve që punojnë në lartësi".
- Kemi organizuar seanca trajnimi mbi Sistemin e Shëndetit & Sigurisë në Punë për të gjithë punonjësit.
- Kemi ndjekur programin e korporatës "Ekzaminimet Mjeksore". Sipas këtij programi, ne ofrojmë ekzaminime mjeksore të përvitshme për të gjithë punonjësit e kompanisë si dhe ekzaminime shtesë për ata punonjës që klasifikohen tek kategoritë e punëve të vështira.
- Kemi trajnuar punonjësit mbi "Ndihmën e Shpejtë". Sipas këtij programi; trajnimi u ofrohet të gjithë punonjësve që bëjnë punë të klasifikuara si të vështira (si puna në lartësi, me elektricitetin, në magazinë, etj.) dhe për të gjithë punonjësit që janë pjesë të Strukturës së Reagimit në rast Emergjencash, (KE, ERE).
- Kemi bërë një Vlerësim të Riskut në Punë. Ky është një aktivitet i vazhdueshëm dhe na lejon të reduktojmë rreziqet duke marrë masa paraprake të përshtatshme si trajnimi i punonjësve dhe ndërgjegjësimi i tyre ndaj çështjeve të Shëndetit dhe Sigurisë në Punë.
- Kemi pajisuar të gjitha ndërtesat e zyrave qendrore dhe dyqanet e kompanisë me Kutinë e Ndihmës së Shpejtë, në total 22.
- Kompania gjithashtu ka një Mjek të punësuar pranë Burimeve Njerëzore që merret me çështjet e Shëndetit në Punë.

Të gjithë punonjësit e AMC-së mund të kenë akses përmes intranetit në dokumentin e politikës së Sigurisë dhe Shëndetit në Punë, si dhe në proceset, programet dhe Legjislacionin përkatës.

Norma e dëmtimeve në punë

0

Sëmundjet Profesionale

0

Totali i ditëve të mungesave

2,144

A. Training our employees on Health and Safety issues

B. Trajnimi i Punonjësve mbi çështjet e Shëndetit dhe Sigurisë në Punë

Ne mbështesim shëndetin fizik të punonjësve duke i informuar dhe trajnuar mbi çështjet e rëndësishme të shëndetit. Për më tepër, temat e Sigurisë dhe Shëndetit në Punë përfshihen në paketën e trajnimit për punonjësit e rinj. Përveç këtyre trajnimeve, ne kemi organizuar fushata sensibilizimi për të informuar mbi çështje të ndryshme lidhur me shëndetin dhe sigurinë e tyre. Gjatë vitit 2011, ne kemi organizuar fushatat e mëposhtme:

- “Dita pa duhan”, organizuar në kuadër të Ditës Botërore Kundër Duhanit. Qëllimi i kësaj fushate është të informojë punonjësit e kompanisë mbi rreziqet e duhanit dhe promovimin e masave për kontrollin e pirjes së duhanit. Punonjësit u ballafaquan me shifra dhe fakte kyç lidhur me pirjen e duhanit;
- “Dita e Zemrës”, organizuar në kuadër të Ditës Botërore të Zemrës. Qëllimi i kësaj fushate është të informojë punonjësit lidhur me sëmundjet kardiovaskulare, rreziqet e tyre si dhe promovimin e masave për parandalimin e tyre;
- “Kanceri i qafës së mitrës & kanceri i gjirit tek Femrat”. Punonjësit u informuan përmes intranetit dhe posterave të vendosura në zyrat e kompanisë; dhe
- Dita e Shëndetit Mendor, e organizuar në kuadër të Ditës Botërore të Shëndeti Mendor. Qëllimi i kësaj fushate është të ndërgjegjësojë punonjësit e kompanisë rreth shëndetit mendor duke theksuar përmasat që i janë dhënë kësaj çështjeje nga Organizata Botërore e Shëndetit (OBSh).

Seancat e trajnimit mbi Shëndetin & Sigurinë	Numri i Punonjësve	Orë trajnimi
Temat e Shëndetit & Sigurisë në programin prezantues	75	
Mbrojtja nga Zjarri & Gatishmëria në raste Emergjence	42	84
Ngjitja në kulla & puna në lartësi	14	224
Puna me pajisje & instalimet elektrike	32	256
Trajnimi mbi Ndhimën e Shpejtë	73	511
Seancat e Shëndetit & Sigurisë në Punë	413	413

Kompania synon të çertifikohet me Sistemin e Menaxhimit të Shëndetit dhe Sigurisë në Punë -OHSAS 18001, dhe po zhvillon sistemin në përputhje me të.

6.4 Punësim i Drejtë

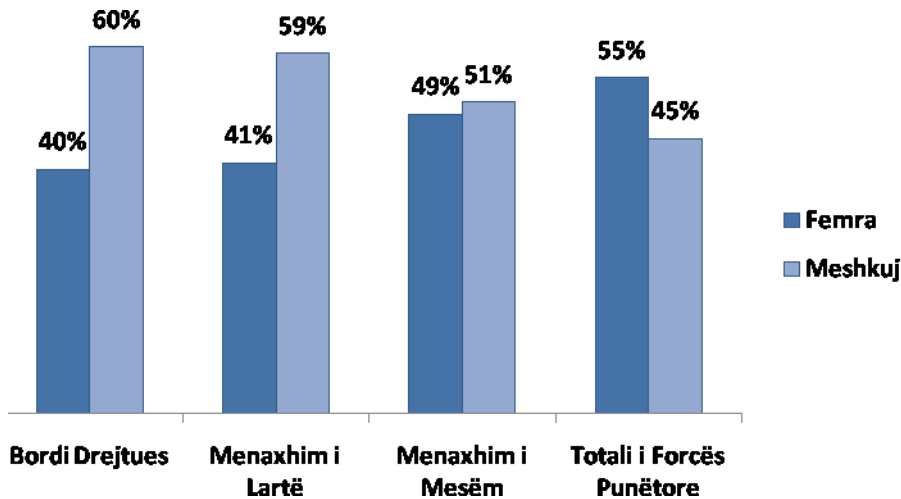
A. Ofrimi i mjedisit të drejtë & të paanshëm pune

Trajtimi i barabartë dhe mundësitë e zhvillimit për stafin e specializuar dhe profesional janë shumë të rëndësishme për kompaninë tonë. Kjo do të thotë se ne u ofrojmë kushte të njëjta

pune të gjithë punonjësve pavarësisht racës, fesë, ngjyrës, gjinië, moshës, origjinës, kombësisë, kushteve fizike apo psikike, kufizimeve të aftësive, statusit civil, statusit politik apo etnik, ose klasifikimit vullnetar dhe personal, në përputhje me legjislacionin në fuqi.

Siç edhe citohet në manualin e punonjësit dhe kodin e kompanisë, ne zbatojmë një pagë të drejtë dhe të barabartë për burrat dhe gratë. Ne kujdesemi që të sigurojmë barazi page bazuar mbi gjininë. Paga është objekt i pozicionit, kualifikimit dhe historisë brenda kompanisë. Gjatë vitit 2011, ne përditësuam manualin e punonjësve dhe ua riprezantuam punonjësve të kompanisë.

Graf 6.2: Pjesmarrja gjinore në Strukturën e AMC-së



Punonjësit tanë kanë të drejtën për trajtim jo-diskriminues në vendin e punës që ruan dinjitetin dhe integritetin e tyre personal. Punonjësit tanë gëzojnë të drejtën e këshillimit një-me-një me stafin e Departamentit të Burimeve Njerëzore lidhur me çështjet e diskriminimit. Gjatë vitit 2011 nuk ka patur asnjë rast të raportuar diskriminimi.

Siç edhe parashikohet nga legjislacioni Shqiptar i Punës, punonjësit e AMC-së gëzojnë të drejtën të formojnë ose të anëtarësohen në shoqata sipas zgjedhjes së tyre.

Ne i vlerësojmë punonjësit tanë dhe i drejtojmë ata drejt arritjes së objektivave të tyre dhe zhvillimit të aftësive të tyre profesionale, duke përdorur metoda sistematike dhe të drejta. Politikat dhe sistemet e shërblimeve fokusohen në garantimin e konkurrencës në tregun e fuqisë punëtore në një mënyrë të përputhshme me objektivat e tërheqjes, zhvillimit dhe ruajtjes së burimeve dhe diferencimit të pagës sipas objektivave dhe kriterëve të miratuara.

Anëtarët e stafit të Lartë Menaxhues, Bordit Mbikqyrës, Bordit Drejtues dhe komitetet vijnë nga kombësi të ndryshme si Shqipëria, Maqedonia, Greqia dhe Sh.B.A. Për këtë qëllim, ne vazhdimisht promovojmë stafin lokal, duke i bërë ata pjesë të strukturave të larta të hierarkisë sonë.

Strukturat e AMC-së	Viti 2010		Viti 2011	
	Vendas	Të Huaj	Vendas	Të Huaj
Bordi Mbikqyrës	1	2	-	3
Bordi Drejtues	-	5	-	5
Menaxhimi i Lartë	13	8	16	9
Komisioni Mjedisor	1	7	3	4

B. Ne dënojmë shfrytëzimin e detyruar dhe të padrejtë të fëmijëve për punë

Puna e detyruar është kategorikisht e palejueshme dhe e patolerueshme për kompaninë. Po ashtu ne zbatojmë të njëjtin parim edhe për furnitorët tanë. Furnitorët inkurajohen të ruajnë të drejtat njerëzore të punonjësve të tyre si dhe t'i trajtojnë ata me dinjitet dhe respekt, siç edhe kuptohet nga komuniteti ndërkombëtar. Ne në AMC, i mbajmë dokumentat personale të punonjësve vetëm për aq kohë sa janë të nevojshme lidhur me punësimin e tyre dhe caktimin e pagës së tyre, dhe pajtohemi me të gjitha kushtet dhe dispozitat e përcaktuara në ligjin për privatësinë e të dhënave. Ne paguajmë norma page konkurruese në treg. Ne i vëmë rëndësi të madhe kualifikimeve të duhura lidhur me vendin e punës. Në këtë drejtim nuk ka patur asnjë procedim apo hetim kundrejt kompanisë.

Fakte të tjera lidhur me kompaninë në këtë aspekt:

- Nuk ka asnjë pabarazi në kompensime të bazuar mbi gjininë apo faktorë të tjerë (nuk ka patur asnjë procedim apo hetim kundrejt kompanisë në këtë drejtim);
- Paga më e ulët në kompani është 89% më e lartë se paga minimale e aprovuar me ligj (dhe 4% më e lartë krahasuar me vitin 2010).

Procedura për punësimin në AMC garanton zbatimin e plotë të të gjitha rregulloreve dhe parimeve që ndalojnë punësimin e të miturve. Bazuar në të dhënat e punësimit, ne nuk kemi punësuar asnjë person nën moshën e lejueshme ligjore.

6.5 Zhvillimi i Punonjësve

A. Vlerësimi i Punonjësve

Ne përdorim një Sistem të mirë përcaktuar Vlerësimi të Performancës, i cili jepet në Udhëzimet e Vlerësimit të Performancës dhe është i disponueshëm në Intranet për të gjithë punonjësit. Performanca e çdo punonjësi vlerësohet çdo vit nga eprori i tij/saj i drejtëpërdrejtë mbi bazat e objektivave të paracaktuara. Si pjesë e vlerësimit, ne diskutojmë rrugën e karrierës së punonjësit dhe mundësitë e zhvillimit të saj, të cilat më pas dorëzohen tek Departamenti i Burimeve Njerëzore.

Tashmë është kompletuar dhe po vihet në zbatim Modeli i Klasifikimit të Punëve sipas Kategorive për të gjithë punonjësit e kompanisë në nivele të ndryshme.

B. Promovimi i Punonjësve

Ne i japim një rëndësi të veçantë zhvillimit të aftësive të punonjësve tanë. Për të arritur këtë objektiv, ne zbatojmë hapat e mëposhtëm:

- Burimet Njerëzore vlerësojnë cili pozicion pune mund të plotësohet brenda kompanisë dhe për këtë arsye jepet një lajmërim përkatës.
- Më pas ndiqet një proces përzgjedhjeje i cili përfshin një sërë intervistash dhe testimesh të mundshme lidhur me specifikimet e vendit të punës.

Si rezultat i kësaj politike, rreth 20% e vendeve të punës që u hapën në kompani u mbuluan nga stafi i brendshëm i saj.

C. Trajnimi i Punonjësve

Ne synojmë të zhvillojmë dhe trajnojmë punonjësit tanë, duke përdorur metoda novatore trajnimi për të arritur një efekt maksimal. Ne kemi ngritur një sistem ku punonjësit dhe menaxherët e tyre mund të përcaktojnë fushat ku ka nevojë për trajnim, dhe më pas Departamenti i Burimeve Njerëzore përpiqet të optimizojnë këto kërkesa me aktivitete të tjera, që punonjësit të kenë mundësi të marrin përfitimet maksimale nga trajnimet brenda periudhës më të shkurtër të mundshme.

Statistikat e Trajnimeve të AMC-së	Viti 2011
Numri i programeve të trajnimit	56
Totali i orëve të trajnimit	14,258
Numri i punonjësve që janë trajnuar (një punonjës mund të marrë pjesë në më shumë se një trajnim)	247
Mesatarja e orëve të trajnimit për punonjës	30
Investimi mesatar në trajnime për punonjës (Euro)	327

Për këtë arsye kemi vendosur forma të ndryshme bashkëpunimi me botën akademike dhe atë të arsimit. Në bashkëpunim me entet akademike, ne ofrojmë mekanizmat e mëposhtme:

- Trajnim të punonjësve të AMC-së për kurse të veçanta akademike lidhur me specifikimet e vendit të punës.
- Bursa për punonjës të AMC-së në shkolla pas-universitare. Gjatë vitit 2011, ne kemi shpërndarë dy bursa të tjera pas-universitare për punonjësit e AMC-së.
- Praktika falas brenda kompanisë për studentë nga universitetet Shqiptare.

Ne punojmë që të sigurohemi se punonjësit tanë të gëzojnë të drejtën të informohen, të monitorojnë dhe të jenë pjesë e procesit të vendim-marrjes. Kjo gjë ndihmon për të mbrojtur të drejtat dhe interesat e tyre dhe tu japë atyre ndjesinë e zotërimit në punën e tyre. Ne inkurajojmë transparencën dhe sinqeritetin, dhe i japim punonjësve një mundësi për të influencuar menaxhimin në nivel të lartë.

D. Prezantimi me kompaninë dhe detyrën për punonjësit e rinj

Përmes programit të prezantimit me kompaninë dhe punën që do të kryejnë, kolegët tanë të rinj njihen me parimet, strukturën, politikën dhe procedurat e korporatës sonë. Brenda këtij programi, kolegët tanë të rinj informohen rreth: :

- Aktiviteteve të korporatës dhe strukturës organizative;
- Standartet e punës në Kompani;
- Parimet e përgjegjshmërisë së Korporatës;
- Proçeset dhe procedurat;
- Proçedurat e Sigurisë & Shëndetit në Punë;
- Sigurinë e Informacionit; dhe
- Shpërblimet dhe përfitimet/benefitet.

E. Benefitet

Në parim, ne u akordojmë të njëjtat benefite të gjithë punonjësve, me ndryshime të vogla mes stafit menaxhues dhe atij jo menaxhues.

Ne, në AMC, u ofrojmë shpërblimet dhe kompensimet e mëposhtme punonjësve tanë:

Paga

Paguhet çdo muaj bazuar mbi kontratat individuale dhe legjislacionin përkatës në fuqi.

Shpërblimet monetare

Si pjesë të Shpërblimeve për Punonjësit dhe paketës motivuese, siç edhe përmendet në "Politikën e Kompensimeve dhe Benefiteve të Kompanisë", ne u japim punonjësve tanë mundësinë për të fituar bonuse performance për punën e kryer. Këto mundësi janë të disponueshme për të gjithë punonjësit që kanë punuar pa ndërprerje për të paktën katër muajt e fundit.

Shpërblime speciale monetare

Këto shpërblime jepen për arsye të veçanta, si p.sh.:

- Shpërblime për kontribut të veçantë në projekte apo iniciativa kyç të ndërmarra nga kompania;
- Asistencë financiare në raste fatkeqësish natyrore; dhe
- Asistencë financiare në raste aksidentesh lidhur me punën.

Produkte të Telefonisë Celulare

- Kompania ofron në dispozicion të gjithë punonjësve telefona celularë me tarifa preferenciale dhe trafik mujor falas në bazë të pozicionit që mbajnë;
- Tarifa preferenciale me kontratë për anëtarët e familjeve të punonjësve;
- Benefit 200 (tre numra/linja shtesë me parapagesë me tarifa prefenciale për çdo punonjës); dhe
- Çmime të reduktuara për aparate telefonik dhe aksesore të blerë në dyqanet e kompanisë.

Mensa & Kujdesi Mjeksor

- Mbulimi i kostove për ekzaminimet mjeksore një herë në vit; dhe
- Mbulim i pjesshëm i shpenzimeve të drekës që shërbehet nga një kompani furnitore catering.

Familja

- Një dhuratë Krishtlindjeje për të gjithë fëmijët e punonjësve deri në moshën 12 vjeç;
- Një kupon i veçantë në fund të vitit për tu shpenzuar për blerje në dyqane të ndryshme;
- Ditë leje shtesë, për raste nevojash të veçanta;
- Politikë fleksibël lejesh, të ndjeshme ndaj nevojave specifike; dhe

- Dhurata dhe shpërblime të veçanta në raste specifike.

Argëtim dhe Ndërtim Ekipi

- Organizimi i aktiviteteve sportive dhe evenimenteve të tjera për të balancuar jetën personale dhe profesionale të punonjësve (kampionate futbollit 6x6, kampionate boulingu);
- Akses në aktivitete të ndryshme social-kulturore, përmes biletave falas dhe tarifave të pjesmarrjes;
- Bashkëpunimi me kompani të ndryshme për të siguruar një trajtim preferencial si dhe zbritje të veçanta mbi produktet dhe shërbimet e tyre për punonjësit tanë.

Gjatë vitit 2011, ne kemi shtuar benefitet e mëposhtme për punonjësit tanë:

- Shkolla Verore për Fëmijët e Punonjësve të AMC-së;
- Orar Fleksibël Pune;
- Shpërblim Vjetërsie – Ditë leje shtesë për punonjësit që kanë 10 vjet apo me shumë në kompani;
- Plane tarifore të reja për familjarët dhe miqtë e punonjësve;
- I-phone – mundësi për ta blerë më çmim të favorshëm si dhe I-Phone- për tu paguar më 12 këste të barabarta mujore;
- Oferat për Aparate Celularë – ne i japim mundësi punonjësve të blejnë telefona celularë duke përzgjedhur nga një gamë e gjërë e këtyre produkteve në Magazinë, me çmime të reduktuara; dhe
- Benefiti i Punonjësve AMC FIKS – produkti i ri që u ofrohet punonjësve si një benefit i ri nën një paketë speciale me një plan tarifor preferencial.

6.6 Komunikimi i Brendshëm

A. Informimi i punonjësve tanë

Një komunikim efektiv i brendshëm është thelbësor për të arritur një performancë të mirë të kompanisë. Kjo ndihmon për të përçuar kulturën dhe vlerat e kompanisë, si dhe për të qënë pranë shqetësimeve të punonjësve. Ne besojmë se kultura ku përçohet një komunikim i qartë dhe i ndershëm është gjithashtu një mjet i rëndësishëm motivues.

Për këtë arsye, ne kemi vendosur një komunikim sistematik me punonjësit tanë përmes proceseve të komunikimit të brendshëm duke përdorur mënyra të ndryshme, si p.sh:

- Intraneti;
- Udhëzime Elektronike (e-mail) për çështje të korporatës dhe të tjera;
- Broshura/fletëpalosje informuese (në format elektronik dhe/ose kopje në letër);
- Postera, panele, etj; dhe
- Komunikimi përballë.

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

Politikat dhe procedurat e kompanisë lidhur me antikorrupsionin janë të disponueshme për të gjithë punonjësit dhe janë publikuar në Intranet. Kompania nuk ka kryer trajnime të tjera lidhur me anti-korrupsionin.

Një shembull frymëzues i komunikimit të brendshëm ka qënë numri në rritje i punonjësve të AMC-së që kanë marrë pjesë në iniciativa të ndryshme vullnetare, si p.sh., pastrimi i plazheve dhe parqeve, qëndrimi pranë njerëzve në nevojë, etj.

6.7 Kënaqësia e Punonjësve






Ne jemi të vetëdijshëm se opinioni dhe përkushtimi i punonjësve tanë është thelbësor për suksesin e kompanisë. Për këtë arsye, ne monitorojmë dhe analizojmë në mënyrë sistematike opinionin e tyre rreth objektivave të kompanisë dhe mjedisit të punës. Që të dy këto rezultate, mbi objektivat dhe mjedisi i punës në kompani, merren në konsideratë gjatë zhvillimit të planeve për periudhat e ardhshme.

Gjatë vitit 2011, Deutsche Telecom Group kreu një anketë për kënaqësinë e punonjësve në nivel grupi, e quajtur "Anketa Puls". Niveli i pjesëmarrjes nga punonjësit e AMC-së ishte 84%, më i larti brenda grupit të Kompanive Deutsche Telecom. Disa nga rezultatet e kësaj ankete janë dhënë si më poshtë:

Tematikat	Po	Jo	Nuk e di
Si ndiheni në AMC	72%	5%	23%
A do ta rekomandonit AMC si një vend të mirë për të punuar	74%	4%	22%

6.8 Objektivat dhe Arritjet

Rezultatet e arritura lidhur me objektivat e Burimeve Njerëzore për 2011, siç edhe janë publikuar në Raportin e PSK në 2010, si dhe objektivat për 2012 janë si më poshtë:

Objektivat për 2011	Arritjet në 2011	Progresi në 2011	Objektivat për 2012
Vazhdimi i zbatimit të Modelit të Klasifikimit të Vendeve të Punës sipas Kategorive.			
Kryerja e 1 ankete për Kënaqësinë e Punonjësve.	Shiko pikën VI-7		Kryerja e 1 ankete për Kënaqësinë e Punonjësve
Trajnimi i 85% të punonjësve (nr i punonjësve nga e gjithë forca punëtore që kanë marrë pjesë të paktën në një seancë trajnimi).	Shiko pikën VI-5C		
Zhvillimi i mëtejshëm i kulturës vullnetare të punonjësve. Organizimi i 3 tipeve/modeleve të aktiviteteve vullnetare.	Shiko pikën IV-4		Zhvillimi i mëtejshëm i kulturës vullnetare të punonjësve. Organizimi i 3 tipeve/modeleve të aktiviteteve vullnetare.
Trajnimi i 30% të punonjësve lidhur me çështjet e PK.	Shiko pikën II-2B		
			Organizimi i një programi për PK në 3 institucione të reja

7. Shtojca

2.1 Përmbledhje e Treguesve Kryesorë të Përformancës Summary

Duke iu referuar Udhëzimeve të Raportimit të Qëndrueshërisë (G3) të Iniciativës Globale të Raportimit (GRI), ne kemi caktuar treguesit kryesorë të performancës në aspektin e zhvillimit të vazhdueshëm, si vijon:

Seksioni	2009	2010	2011
Strategji dhe Menaxhim			
Treguesit GRI në raport (numri)	NR	52	58
Anëtarët e Njesisë së Përgjegjshmërisë së Korporatës (numri)	2	2	2
Grupet e palëve të Interesit (numri)	9	9	9
Bordi Mbikqyrës jo-ekzekutiv dhe anëtarët e Bordit Drejtues (numri/total)	NR	NR	7/8
Rastet e raportimit të shkeljeve	NR	0	0
Ambjenti			
Emetimi i përgjithshëm i CO2 (nga zyrat, transporti, rrjetet backbone, Stacionet Bazë) (tone)	5,302.3	3,945.4	2,900.0
Konsumi i përgjithshëm i energjisë (nga zyrat, transporti, rrjetet backbone, Stacionet Bazë) (MWh)	13,994.5	15,008.0	16,862.7
Qese të Bio-degradueshme të blera (mijë)	240	96	325
Konsum uji (m ³)	NR	NR	6,700
Konsumi i karburanteve për ngrohje dhe gjeneratorët e përdorur në Stacione (mijë litra)	1,711.1	1,211.5	778.0
Konsum karburanti nga makinat (mijë litra)	183.4	169.0	167.0
Distancat e transportit rrugor (mijë km)	1,776.7	1,770.9	1,773.0
Konsum i letrës në zyra (tone)	13.7	9.9	9.5
Riciklimi i letrës së zjarve	7.5	5.0	5.3
Shoqëria			
Investime (milion euro)	19.00	56.41	21.00
Taksa të paguara (milion euro)	26.60	22.00	15.60
Bursa të akorduara studentëve (në numër)	17	17	17
Vendi në Treg			
Klientët (afërsisht në milion)	2.00	2.00	1.92
Pjesa e Tregut (në baza klientësh)	NR	45	37
Xhiroja (milion euro)	145.70	119.30	94.20
EDITDA (milion euro)	84.00	84.00	37.60
Norma e lidhjeve të suksesshme (%)	NR	NR	99.36
Burime Njerëzore			
Punonjës	540	495	475
% e femrave	55.1	56.0	55.0
% e femrave në poste menaxhuese	NR	49	47
Numri i punonjësve të trajnuar	469	465	247
Aksidente Fatale	0	0	0
Orët e trajnimeve	25,435	17,144	14,258

Dalja Vullnetar e Punonjësve (persona herë)	NR	58	295
Rekrutim i brendshëm për vende pune (%)	NR	18	20

7.2 Tabela e Treguesit GRI

Treguesi GRI	Seksioni në raport	Mbuluar / Hequr
ZBULIMI I PROFILEVE		
STRATEGJI DHE ANALIZË		
1.1	A	F
1.2	A, 2.1,2.2A,2.2B,2.5	F
PROFILI ORGANIZATIV		
2.1	B, 1.2A	F
2.2	1.3	F
2.3	1.2	F
2.4	1.3B	F
2.5	1.2A	F
2.6	1.2A	F
2.7	1.2A,3A	F
2.8	1.2A,1.3, 4.5, 6.2	F
2.9	1.2C	F
2.10	2.3	F
PARAMETRAT E RAPORTIT		
3.1	B	F
3.2	B	F
3.3	B	F
3.4	B	F
3.5	B, 2.1,2.4	F
3.6	B	F
3.7	B	F
3.8	B	F
3.9	B	F
3.10	B	F
3.11	B	F
3.12	7.2	F
3.13	B	F
QEVERISJA, PËRKUSHTIMET, DHE ANGAZHIMET		
4.1	2.2A, 5.2A,	F

4.2	5.2A	F
4.3	5.2A	F
4.4	5.2A,5.2C	F
4.5	5.2A	F
4.6	5.2B,5.2C	F
4.7	5.2A	F
4.8	2.2A,B	F
4.9	2.2A,2.2B, 5.2A	F
4.10	5.2A	F
4.11	3.2,3.10	F
4.12	2.3	F
4.13	2.3	F
4.14	2.4	F
4.15	2.1, 2.4	F
4.16	2.4	P
4.17	2.4	F
TREGUESIT E PERFORMANCËS EKONOMIKE		
Përqasja Menaxhuese	A, 1.1, 1.2A, 4.1,5, 7.1	F
EC1	4.5, 7.1	F
EC2	1.1, 3.1,3.2,3.3	F
EC3	6.4,6.5E	P
EC4	5.2C	F
EC5	6.4B	F
EC6	2.2B, 5.5A,5.5B	F
EC7	6.4	P
EC8	6.3,6.5	F
EC9	2.4, 4.3,4.5	F
TREGUESIT E PERFORMANCËS MJEDISORE		
Përqasja Menaxhuese	3.2	F
EN1	3.6, 7.1	P
EN2	3.6, 7.1	P
EN3	3.4,3.5, 7.1	P
EN4	3.4,3.5, 7.1	P
EN5	3.4,3.5	F

EN6	3.4,3.5	P
EN7	3.4,3.5	P
EN8	3.8	F
EN9	3.9	F
EN10	3.1,3.8	F
EN11	3.9	F
EN12	-	NR
EN13	3.9,3.11	F
EN14	3.9	P
EN15	-	NR
EN16	3.3, 7.1	F
EN17	3.3, 7.1	F
EN18	3.3, 7.1	F
EN19	-	NR
EN20	-	NR
EN21	3.8	F
EN22	3.6, 7.1	P
EN23	3.8	F
EN24	-	NR
EN25	3.8,3.9	F
EN26	3.6,3.8,3.11,3.12	P
EN27	3.6	P
EN28	3.9	F
EN29	3.7	F
EN30	-	NR
PRAKTIKAT E FORCËS PUNËTORE		
Përqasja Menaxhuese	2.1, 6.1, 4-3A,4,5	F
LA1	1.2, 6.2	F
LA2	6.2, 6.5B	P
LA3	6.2, 6.5E	F
LA4	6.2	F
LA5	6.2	F
LA6	6.2A, 6.3A	F
LA7	6.1,6.3A	F
LA8	6.3	F
LA9	-	NR
LA10	6.3, 6.5B	P
LA11	6.5B	P
LA12	6.5A,6.5B	F
LA13	5.2A, 6.2,6.4A	F
LA14	6.4	F

LA15	-	NR
TË DREJTAT E NJERIUT		
Përqasja Menaxhuese	1.2B, 2.2, 5.5, 6.1,3A,5,	P
HR1	5.5	P
HR2		NR
HR3	2.2, 5.2B,5.2C	P
HR4	5.2B,5.2C	F
HR5	6.4A	F
HR6	5.5, 6.4B	F
HR7	5.5, 6.4B	F
HR8	5.5, 6.4B,6.8	P
HR9	5.2C	P
HR10	-	NR
HR11	-	NR
SHOQËRIA		
Përqasja Menaxhuese	2.1, 4.1,13 5.6	F
SO1	2.4, 3.10, 4.3,4.4,4.5,4.6	F
SO2	2.2B, 5.2	P
SO3	5.6A	F
SO4	5.2B,5.2C,5.5A	F
SO5	2.3,2.4	P
SO6	5.2C	F
SO7	5.4	F
SO8	3.9, 5.2C	F
SO9	-	NR
SO10	-	NR
PËRGJEGJËSIA E PRODUKTIT		
Përqasja Menaxhuese	1.3, 5.1,5,6,8,9	F
PR1	3.10A,3.10B, 5.5C	F
PR2	3.9, 5.3A	F
PR3	5.3A,5.5C	P
PR4	3.9, 5.2C	F
PR5	5.1,5.4,7B	F
PR6	5.3	F
PR7	5.3A	F
PR8	5.7C,5.8	P
PR9	5.8	F

**TREGUESIT SPECIFIK TË SEKTORIT TË
TELEKOMUNIKIMEVE**
OPERACIONET E BRENDSHME

IO1	4.5, 7.1	F
IO2	-	NR
IO3	3.10, 6.1,3A,B	F
IO4	5.5C	P
IO5	3.10	F
IO6	5.5C	P
IO7	3.11	P
IO8	3.4,11	F

OFRIMI I AKSESIT

PA1	4.2,6, 5.3B	F
PA2	4.2,6, 5.3B	P
PA3	1.2A, 4.5, 5.7C,8	F
PA4	1.2A, 4.5	F
PA5	4.2, 5.3B	P
PA6	4.2,3D	F
PA7	4.2,3A, 5.2B,3D,5A	F
PA8	3.10, 5.6	F
PA9	3.10	P
PA10	5.3B	F
PA11	3.6AB, 5.6	P

APLIKIMET E TEKNOLOGJISË

TA1	-	NR
TA2	1.1, 3.6A	P
TA3	1.1, 3.6A	P
TA4	-	NR
TA5	-	NR

7.3 Deklarata e GRI



Statement GRI Application Level Check

GRI hereby states that Albanian Mobile Communications SA has presented its report "Corporate Responsibility Report 2012" to GRI's Report Services which have concluded that the report fulfills the requirement of Application Level B.

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

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

Amsterdam, 16 August 2012



Nelvana Arbas
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



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

Disclaimer: Where the relevant sustainability reporting includes material data, including its social issues material, this statement only concerns material submitted to GRI at the time of the Check on 7 August 2012. GRI explicitly excludes the statement being applied to any later changes to such material.

7.4 Fajlorth

Kontrollor i Stacionit Bazë BSC: Ofron funksionet e kontrollit dhe lidhjen fizike mes centralit për shërbimet celulare (MSC) dhe Stacionit të Trasmetimit (BTS).

Stacioni i Trasmetimit BTS: Pajisja radio (marrësi – transmetuesi dhe antenat) që nevojiten për funksionimin e çdo qelize në rrjet.

Biodiversiteti (apo Ekosistemi): Shumëllojshmëria e organizmave të gjallë në një zonë gjeografike.

Manaxhimi i Vazhdueshmërisë së Biznesit (BCM): është një proces i manaxhimit që thekson rëndësinë e tërësisë dhe identifikon kërcënimet e mundshme dhe impaktet në operacionet e biznesit që mund të shkaktojnë ato kërcënime nëse realizohen, dhe ofron një kuadër për të krijuar një elasticitet organizativ të aftë për një kundërpërgjigje pozitive, e cila ruan interesat e palëve të interesit, reputacionin, markën dhe aktivitetet që krijojnë vlera.

Përgjegjshmëria e Korporatës apo Përgjegjshmëria Sociale e Korporatës (CR ose CSR): Angazhimi vullnetar i kompanive për të përfshirë në praktikat e tyre të korporatës kritere dhe veprimtari ekonomike, sociale dhe mjedisore, të cilat shkojnë përtej kërkesave ligjore dhe kanë lidhje me impaktin e tyre mbi Palët e Interesit.

Klientët: Përdoruesit fundorë të produkteve dhe shërbimeve të AMC-së.

Centrali i Shërbimeve Celulare (MSC): Element i Rrjetit Bazë i cili kontrollon elementët e nënsistemeve të centraleve të rrjetit.

Drejtor Jo-Ekzekutiv: Një anëtar i bordit drejtues së Kompanisë i cili nuk është pjesë e ekipit ekzekutiv.

Mbetje të Ngurta: Nënprodukte të ngurta nga veprimtaritë e personave fizikë dhe industritë.

Palët e Interesit: Subjektet apo individët që priten në mënyrë të arsyeshme që të preken nga veprimtaritë, produktet dhe/apo shërbimet e kompanisë; veprimet e të cilëve mund të priten në mënyrë të arsyeshme që të ndikojnë në aftësinë e kompanisë për të implementuar me sukses strategjitë e saj dhe për të arritur objektivat.

Zhvillim i Qëndrueshëm (Qëndrueshmëria): Koncepti për të synuar zhvillim ekonomik.