

Albania Mobile Communications SH.A (AMC)

**Raporti i Përgjegjësisë Sociale të
Korporatës 2013**

Tabela e Përmbajtjes

1.	Dy fjalë rreth raportit	1
2	Rreth AMC	4
2.1	Struktura e Aksionerëve të AMC.....	4
2.2	Struktura Organizative e AMC.....	5
2.3	Produktet dhe Shërbimet Kryesore.....	6
2.4	Paraqitje e Performancës së Biznesit të AMC.....	7
2.5	Performanca financiare e AMC.....	8
2.6	Zhvillimet/Ndryshimet e Rëndësishme të 2013.....	9
3	Strategjia dhe Manaxhimi i PK.....	9
3.1	Përqasja për Manaxhimin e PK.....	9
3.2	Struktura për Qeverisjen dhe Manaxhimin e PK.....	11
3.3	Raportimi kontrollues dhe i integruar i PK.....	13
3.4	Qeverisja e Korporatës.....	13
3.5	Sistemi për Manaxhimin e Pajtueshmërisë.....	16
3.6	Rezultatet e matshme dhe treguesit GRI.....	21
3.7	Angazhimi i Palëve të Interesit.....	21
3.8	Qasja e Angazhimit të Palëve të Interesit.....	21
3.9	Dialogu me Palët e Interesit.....	22
3.10	Anëtarësimet dhe Çmimet.....	25
3.11	Arritjet e 2013 dhe Objektivat për 2014.....	25
4	Tregu	27
4.1	Qasja Manaxheriale.....	27
4.1.1	Arritjet kryesore në 2013	28
4.2	Konkurrenca e Përgjegjshme	28
4.3	Rregullimi i Tregut dhe Konkurrenca.....	28
4.3.1	Veprimtaritë për një Treg të Përgjegjshëm	29
4.4	Shtrirja e Internetit Celular në Shqipëri.....	30
4.5	Penetrimi	30
4.5.1	Investimet kyçe.....	30
4.6	Sensibilizimi publik.....	31
4.6.1	Produktet dhe Shërbimet.....	31
4.6.2	Bashkëpunimi me Organizmat e Njohur.....	33
4.6.3	Pjesëmarrja në Iniciativat Vetë-Rregulluese	33
4.7	Marketingu i Përgjegjshëm	33
4.7.1	Praktikat për një Marketing të Përgjegjshëm	34
4.8	Transparenca në përcaktimin e Çmimeve	34
4.8.1	Etiketimi i Sigurisë tek Pajisjet	35
4.9	Prokurim i Përgjegjshëm dhe Manaxhim i Zinxhirit të Furnizimit.....	36
4.9.1	Politika e Prokurimit.....	36
4.9.2	Vlerësimi i Furnitorëve.....	37
4.10	Shërbimi ndaj Klientit dhe Kënaqësia	38
4.10.1	Manaxhimi i Ankesave.....	38
4.10.2	Anketimi i Klientëve.....	39
4.11	Siguria e të Dhënave dhe Privatësia.....	40
4.11.1	Zhvillimet në linjë me standartet e sigurisë së Deutsche Telekom	41

4.12	Manaxhimi i Sigurisë së Biznesit	42
4.13	Arritjet e vitit 2013 dhe Objektivat për vitin 2014	43
5	Punonjësit.....	44
5.1	Qasja e Manaxhimit	44
5.1.1	Arritjet kryesore gjatë 2013.....	44
5.2	Punësimi.....	45
5.2.1	Fuqia Punëtore	45
5.2.2	Kuadri i Politikave për Përzgjedhjen dhe Punësimin.....	47
5.2.3	Mosdiskriminimi, Shanset e Barabarta dhe Diversiteti.....	47
5.3	Shëndeti dhe Siguria	49
5.3.1	Politika e Shëndetit dhe Sigurisë.....	49
5.3.2	Ecuria e Shëndetit dhe Sigurisë në vitin 2013.....	50
5.3.3	Ndërgjegjësimi & Parandalimi i problemeve të Shëndetit dhe Sigurisë.....	51
5.4	Zhvillimi i Punonjësit.....	53
5.4.1	Manaxhimi i Performancës.....	53
5.4.2	Zhvillimi i Performancës.....	53
5.4.3	Trajnimi i Punonjësit	54
5.5	Benefitet e Punonjësit.....	55
5.6	Komunikimet e Brendshme	56
5.7	Angazhimi dhe Kënaqësia e Punonjësit	57
5.7.1	Angazhimi i Punonjësit.....	57
5.7.2	Kënaqësia e Punonjësit	57
5.8	Arritjet e vitit 2013 dhe Objektivat për vitin 2014	58
6	Shoqëria	59
6.1	Qasja e Manaxhimit	59
6.1.1	Arritjet Kryesore të vitit 2013.....	60
6.2	Produktet, Shërbimet dhe Ofertat Sociale.....	60
6.2.1	Njerëzit me Nevoja të Veçanta, të Moshuarit dhe Grupet Shoqërore me Disavantazhe	60
6.2.2	Studentët.....	60
6.2.3	Linjat e Publike të Emergjencës, Shërbimet dhe Ofertat.....	61
6.3	Kontributi Shoqëror	61
6.3.1	Mbështetja e Mirëqënies dhe Zhvillimit të Fëmijëve.....	61
6.3.2	Mbështetja & Mundësimi i Aksesit të Njëjtë në Arsim & Informacion.....	61
6.3.3	Mbështetja e Grupeve Shoqërore me Disavantazhe dhe Njerëzve me Nevoja të Veçanta.....	62
6.3.4	Promovimi i Artit dhe Kulturës.....	62
6.3.5	Mbështetja për Mjedisin	63
6.4	Vullnetarizmi i Punonjësve	63
6.5	Arritjet e vitit 2013 dhe Objektivat për vitin 2014	64
7	Mjedisi.....	65
7.1	Qasja e Manaxhimit	65
7.1.1	Politika mjedisore.....	67
7.1.2	Manaxhimi Mjedisor.....	68
7.1.3	Arritjet Kryesore në vitin 2013.....	69
7.2	Prioritetet në Trajtimin e Ndikimeve Mjedisore të Aktiviteteve të AMC-së	69
7.3	Telekomunikacion për Mjedisin.....	70
7.4	Manaxhimi i Përdorimit të Energjisë dhe Trajtimi i Ndryshimit Klimatik.....	71
7.4.1	Emetimet Direkte dhe Indirekte të Gazrave të Efektit Serë.....	71
7.5	Përmirësimi i Eficiencës Energjitike dhe reduktimi i Emetimeve.....	74

7.5.1	Konsumi i Energjisë.....	74
7.5.2	Monitorimi i Konsumit dhe Ruajtjes së Energjisë në Rrjetin AMC.....	75
7.5.3	Monitorimi i Konsumit dhe Ruajtjes së Energjisë në Godinat dhe Dyqanet AMC.....	76
7.5.4	Konsumi dhe Ruajtja e Energjisë në Transportin e AMC-së.....	76
7.6	Përdorimi i Burimeve dhe Manaxhimi i Mbetjeve.....	78
7.6.1	Manaxhimi i Mbetjeve të Rrezikshme.....	78
7.6.2	Manaxhimi i Mbetjeve Teknike.....	79
7.6.3	Manaxhimi i Mbetjeve të Letrës.....	80
7.7	Fusha Elektromagnetike.....	81
7.7.1	Duke Ndjekur Parimin e Parandalimit.....	81
7.7.2	Monitorimi i niveleve të Rrezatimit FEM.....	82
7.7.3	Informimi i Shoqërisë dhe i Punonjësve.....	83
7.8	Aspekte të tjera Mjedisore të Operacioneve të AMC-së.....	83
7.8.1	Konsumi i Ujit.....	83
7.8.2	Biodiversiteti.....	83
7.8.3	Impakti Viziv.....	84
7.8.4	Zhurma.....	84
7.9	Iniciativat Sensibilizuese Mjedisore.....	85
7.9.1	Iniciativat për Sensibilizimin e mëtejshëm të Punonjësve të AMC-së.....	85
7.9.2	Iniciativat për të Rritur Ndërgjegjësimin Publik.....	85
7.10	Arritjet në 2013 dhe Objektivat për 2014.....	86
8	Shtojcat.....	87
8.1	Përmbledhje e Treguesve Kryesorë të Performancës.....	87
8.2	Tabela e Indeksit GRI.....	89
8.3	Kontrolli i Nivelit të Aplikimit (Deklarata nga GRI).....	102

1. Dy fjalë rreth raportit

Politika Editoriale

Ky është Raporti i tetë i AMC-së për Përgjegjësinë Sociale të Korporatës. Nëpërmjet këtyre raporteve, AMC i ka ofruar informacion të gjerë palëve të interesit dhe publikut rreth objektivave, arritjeve më të qenësishme të saj, si dhe aktiviteteve dhe projekteve të ndërmarra në fushën e Përgjegjësisë së Korporatës (PK) që nga viti 2006. Nga viti 2010, ky raport – së bashku me informacionin e përditësuar rregullisht për Përgjegjësinë e Korporatës, është i disponueshëm vetëm online në adresën: <http://www.amc.al/al/c/137/CSR-Reports>. Ne kemi vendosur të mos e printojmë raportin për arsye ambientaliste dhe ju këshillojmë që edhe ju të kujdeseni për ambientin dhe të mendoni për të përpara se ta printoni vetë raportin. Që nga viti 2010, raportet e PK të AMC janë përgatitur sipas udhëzimeve të vazhdueshmërisë së raportimit të Iniciativës së Raportimit Global (GRI).

Ky raport iu drejtohet të gjitha palëve të interesit të AMC ku përfshihen: klientët, aksionerët, punonjësit, furnitorët, media, organizatat jo-fitimprurëse dhe anëtarë të tjerë të komunitetit ku kompania ushtron veprimtarinë e saj (detaje në lidhje me palët e interesit të kompanisë jepen në seksionin 4.7 më poshtë).

Qëllimi i raportit, shtrirja dhe metodologjia

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

Ky raport mbulon operacionet dhe aktivitetin në Shqipëri të AMC. Ai i referohet objektivave të deklaruara në Raportin e Përgjegjësisë së Korporatës të vitit 2012 dhe në disa raste ofrohet edhe një formulim i rishikuar i gjendjes në të kaluarën.

Ky raport mbulon periudhën nga 1 Janari deri më 31 Dhjetor 2013 (përveçse kur deklarohet ndryshe për pika specifike). Kjo është periudha së cilës i referohemi në këtë dokument ndërsa përshkruajmë një aktivitet që ka ndodhur 'gjatë këtij viti'. Raporti përfshin gjithashtu edhe disa arritje të rëndësishme të fillim-vitit 2014, të cilat nuk kanë lidhje me të tjerat.

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

Ky raport daton në Korrik 2013 dhe numri i vitit 2014 është planifikuar të publikohet në tremujorin e dytë të vitit 2015.

Kufizimet

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

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

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

Struktura e Raportit

Raporti i PK i vitit 2013 është projektuar si një raport progresi i fokusuar në zhvillimet kryesore të periudhës së raportimit. Ky raport ka 5 seksione kryesore që vijojnë si më poshtë:

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

Gjithashtu, anekset e seksioneve ofrojnë:

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

Të dhënat e raportit

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




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

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

Niveli i Aplikimit të GRI

Pajtueshmëria e Raportit 2013 të AMC me udhëzimet (G3.1) e Iniciativës së Raportimit Global (GRI) dhe Shtojcës së GRI për Sektorin e Telekomunikimeve në versionin pilot të vitit 2013 në nivelin e aplikimit "B" u verifikua nga GRI.

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

Niveli i Aplikimit të Raportit	C	C+	B	B+	A	A+
Raportimet Standarte   	Raporto mbi. 1.1 2.1-2.10 3.1-3.8, 3.10-3.32 4.1-4.4, 4.1-4.15	Raport i Siguruar nga Jashtë	Raporto për të gjitha kriteret e listuara për Nivelin C plus: 1.2 3.9-3.13 4.5-4.13, 4.16-4.17	Raport i Siguruar nga Jashtë	E njëjta që kërkohet për Nivelin B	Raport i Siguruar nga Jashtë
	Nuk kerrohet		Raportim mbi Qasjen Manaxheriale për çdo Kategori të Treguesve		Informacion mbi Qasjen Manaxheriale për çdo Kategori të Treguesve	
	Raporto plotësisht minimumi për çdo 10 Tregues performance, duke përfshirë të paktën një nga treguesit: social, ekonomik dhe mjedisor**		Raporto plotësisht minimumi për çdo 20 Tregues performance, të paktën një nga treguesit: ekonomik, mjedisor, të drejtat e njeriut, punësimit, shoqëria, përgjegjësia për produktet***		Përgjigju për çdo tregues kryesor dhe suplementit per Sektorin * në lidhje me Parimin e materialitetit duke: a) raportuar mbi treguesin ose b) duke shpjeguar arsyen për lënien jashtë	
* Suplementi për Sektorin në versionin final. **Treguesit e Performancës mund të zgjidhen nga çdo Suplement të finalizuar Sektori, por 7 nga 10 duhet të jenë nga Udhëzimet GRI origjinale. ***Treguesit e Performancës mund të zgjidhen nga çdo Suplement të finalizuar Sektori por 14 nga 20 duhet të jenë nga Udhëzimet GRI origjinale.						

Ky raport nuk është siguruar nga jashtë.

Opinione mbi këtë raport

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

Terminologjia

- Termi "ne", "kompania", "AMC" i referohet Albanian Mobile Communication Sh.A.
- Termi "Raport" dhe "Raporti i PK" i referohet Raportit aktual të AMC për Përgjegjësinë e Korporatës për vitin 2013; dhe
- Termi "PK" i referohet Përgjegjësisë së Korporatës dhe "PSK" i referohet Përgjegjësisë Sociale të Korporatës. Të dy termat përdoren si sinonime të njëri-tjetrit.

2 Rreth AMC

2.1 Struktura e Aksionerëve të AMC

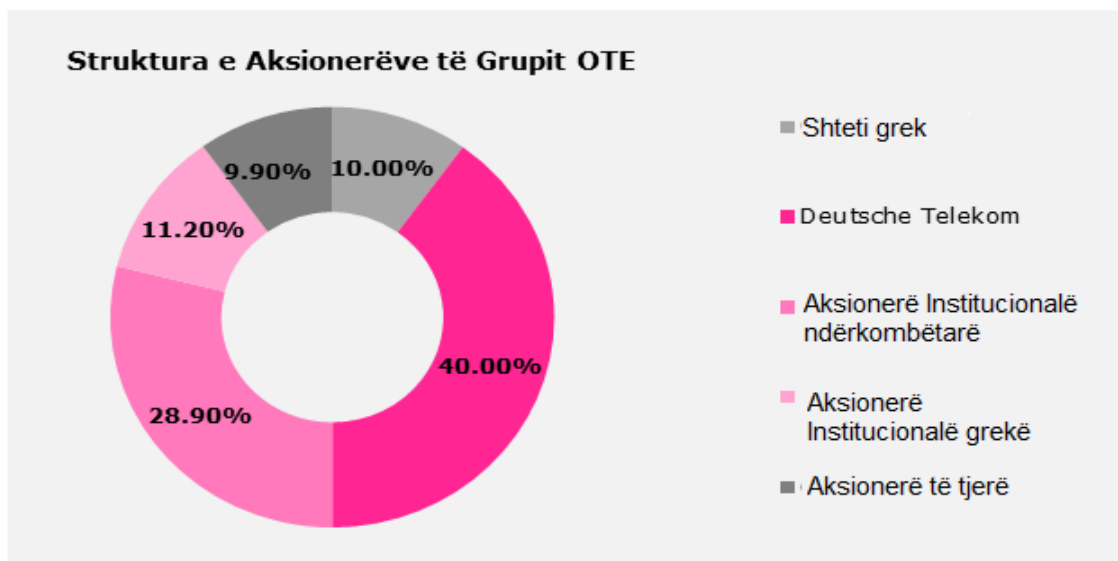
AMC është një nga kompanitë më të mëdha në Shqipëri. Ajo u themelua në vitin 1995 si kompania e parë e komunikimeve celulare në Shqipëri. Aktualisht, ajo ka 2.06 milionë abonentë, të cilët përfaqësojnë një pjesë tregu prej 39%. AMC ia detyron suksesin e biznesit të saj angazhimit dhe përkushtimit të forcës së saj punëtore, e cila lufton të zhvillojë zgjidhje të reja për klientët. Investimet kryesore në infrastrukturën e rrjetit kanë siguruar që AMC do të vazhdojë të përmbushë mirë nevojat e klientëve në të ardhmen.

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

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

Nga viti 2009, AMC është bërë pjesë e Grupit Deutsche Telekom. Duke qenë anëtare e një grupi lider që ushtron aktivitetin e tij nga Europa Lindore dhe Juglindore deri në Shtetet e Bashkuara, AMC ka si filozofi të saj qendrore, orientimin e të gjithë zhvillimeve për të maksimalizuar shërbimet e saj për klientët. Me produkte bashkëkohore, përditësimin e vazhdueshëm në përputhje me zhvillimet më teknologjike në Bashkimin Europian dhe çmimet më konkurruese, AMC shquhet si një motor i komunikimeve më cilësore dhe inovacionit në Shqipëri.

Struktura e aksionerëve të Grupit OTE jepet më poshtë:



Grupi Deutsche Telekom është shprehimisht i angazhuar për përgjegjësinë e tij të korporatës dhe i bazon veprimet e tij mbi kritere ekonomike por edhe sociale dhe mjedisore. AMC ofron standarde të teknologjisë sipas normave dhe parametrave të BE-së, dhe është në përputhje me legjislacionin shqiptar. Që nga marrja e licensës për të ofruar shërbime 3G në Shtator 2011, AMC ia doli me sukses që të mbulonte brenda pak muajve më shumë se 96.22% të popullsisë të vendit me transmetime të shpejta të të dhënave në përputhje me standardet më të larta në Europë, HSPA+ (Evolved High-Speed Packet Access).

Vlera e investimeve të AMC që nga privatizimi i saj i suksesshëm nga COSMOTE¹ në vitin 2000 është rreth 500 milionë Euro në teknologji, mirëmbajtje, ndërtim dhe prona të tjera.

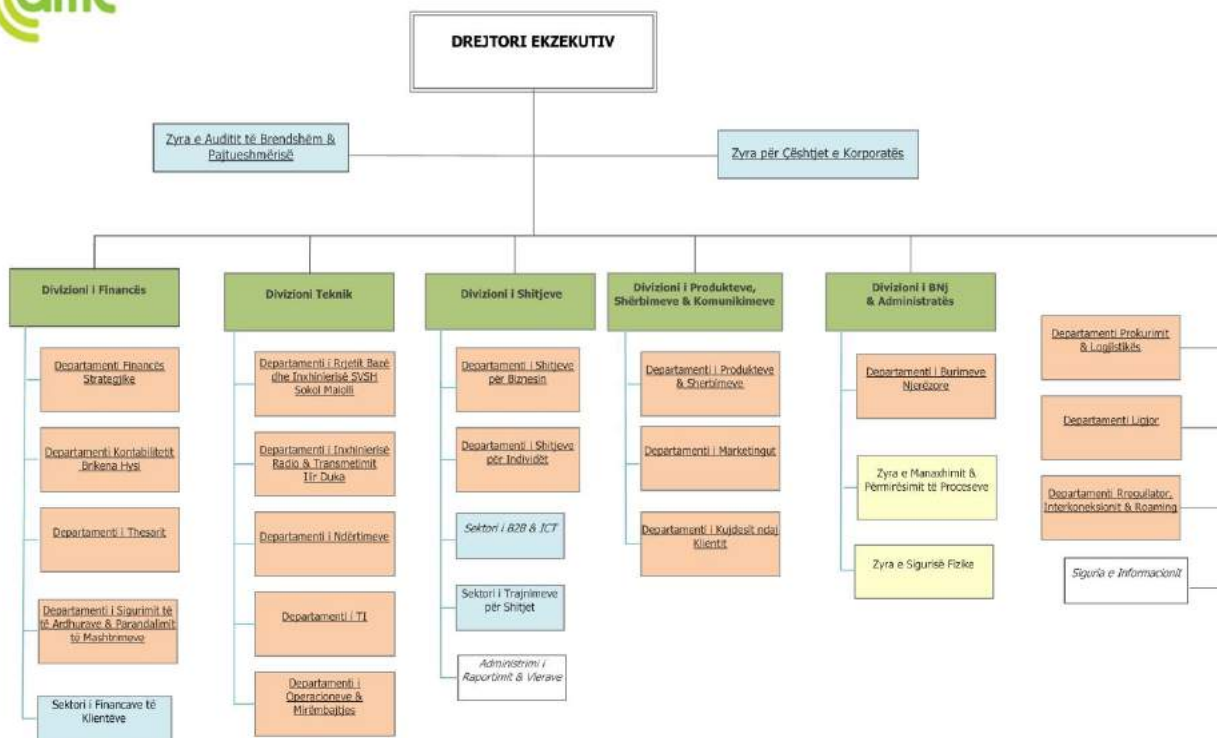
Aktualisht, AMC ka të punësuar 471 profesionistë të përkushtuar, qëllimi kryesor i të cilëve është zhvillimi i zgjidhjeve të reja për klientët. Të ardhurat e kompanisë për vitin e mbyllur më 31 Dhjetor 2013 ishin 86.2 milionë Euro, dhe IBIDA ishte 33.7 milionë Euro.

AMC nuk është objekt i subvencioneve financiare shtetëror, ndihmave shtetërore, lehtësimeve të veçanta nga tatimet apo pagesa të tjera financiare nga qeveria.

2.2 Struktura Organizative e AMC

Në grafikun e mëposhtëm paraqitet struktura organizative e AMC-së.

¹ COSMOTE zotërohet 100% nga OTE.



2.3 Produktet dhe Shërbimet Kryesore

AMC ofron një gamë të plotë produktesh dhe shërbimesh në telefoninë celulare, duke mbuluar nevojën në rritje për komunikim të bizneseve, institucioneve publike, familjeve dhe individëve, përkatësisht:

- Shërbime celulare me kontratë dhe parapagesë;
- Internet (përfshirë internet 3G me një shpejtësi deri në 42 Mbps);
- Shërbime të tjera me vlerë të shtuar;
- Shërbime roaming;
- Linja fikse me parapagesë dhe kontratë në shtëpi apo zyrë; dhe
- Aparate dhe aksesore celulare si: Kufje, Bluetooth, karikues, kompjutera tablet, laptopë, etj.

Në vitin 2013, AMC prezantoi një sërë produktesh dhe shërbimesh të reja dhe përmirësoi shumë nga shërbimet ekzistuese për të plotësuar kërkesën në rritje të klientëve të saj, përkatësisht:

- AMC Mobile Broadband (Internet celular në brez të gjerë) (3G me një shpejtësi deri në 42 Mbps) në paketa të ndryshme;

- AMC traveller, i cili është i disponueshëm për abonentët duke iu dhënë mundësinë këtyre të fundit të kryejnë thirrje zanore, të dërgojnë mesazhe, dhe të përdorin internetin me të njëjtat tarifa si në Shqipëri, është i shtrirë në 34 vendet më të vizituara nga shqiptarët;
- Aparate celulare AMC Touch me çmim të ulur;
- Ekskluzivitet në Shqipëri për I-phone 5s dhe I-phone 5c me çmim të ulur;
- Paketat AMC Universal për abonentët me kontratë, ku përfshihet kohë bisedë dhe internet për të gjithë abonentët të cilët abonohen në këto programe;
- Planet tarifore Business Relax and AMC Relax për abonentët me kontratë, për të patur komunikim pa limit brenda rrjetit AMC dhe internet 3G pa limit si edhe Telefona Inteligjente (Smartphone) FALAS ose me ulje, thirrje dhe SMS pa limit, dhe Internet 3G; dhe
- Shërbimin Deezer për të dëgjuar muzikë dhe opsionin AMC WiFi.

2.4 Paraqitje e Performancës së Biznesit të AMC

Momentalisht, AMC ka shtuar numrin e abonentëve të saj, ndërkohë që ka përditësuar produktet dhe shërbimet, ka rritur teknologjinë e përdorur dhe vendndodhjet për ofrimin e shërbimeve të saj.

Ajo ka hedhur në treg një numër të ri produktesh dhe shërbimesh dhe ka përmirësuar në mënyrë të konsiderueshme rrjetin e saj për të ofruar mbulimin më të mirë për abonentët e saj, si dhe mbështet optimalisht përdorimin e gjerë të të dhënave të kërkuara nga një numër i madh abonentësh që përdorin të dhënat.

Fuqia punëtore e kompanisë është optimizuar në 471 punonjës, për të përfshirë një spektër të gjerë profesionistësh.

Paraqitje e Performancës së Biznesit të AMC në 31 Dhjetor 2013

Baza e Abonentëve	rreth 2.06 milion
Abonentët që përdorin Internet	rreth 0.28 milion
Abonentët me Kontratë	rreth 0.104 milion
Abonentët me Parapagesë	rreth 1.95 milion
Pjesa e Tregut	39%
Produktet e reja/të përmirësuara të ofruara	rreth 40
Shërbimet e reja/ të përmirësuara të ofruara	rreth 20
Operatorët me të cilët janë nënshkruar marrëveshje	369
Vendet që ofrojnë roaming	154
Rrjetet që ofrojnë roaming	357
Vendet që ofrojnë GPRS	82
Rrjetet që ofrojnë GPRS	172
Dyqanet e zotëruara nga AMC	16
Rrjeti i dyqaneve në total	136
Stacionet Bazë (Antenat)	510
Mbulimi i Popullsisë	99.80%
Mbulimi i Territorit	91.10%
Numri i punonjësve	471

2.5 Performanca financiare e AMC

Pavarësisht presionit të vazhdueshëm rregullator dhe konkurrencës intensive, kompania ruajti pozitën e saj të fortë në tregun e telefonisë celulare, duke pasur një EBIDTA të qëndrueshme dhe një gjenerim të fortë të të ardhurave. Vrulli komercial i arritur gjatë vitit si ndërthurje e strukturimit të kostos së optimizuar dhe investimeve efikente në fushat kryesore do të rrisë më tej aftësinë e kompanisë për të konkurruar në të ardhmen. Performanca financiare për vitin 2013 jepet në tabelën e mëposhtme.

Performanca Financiare e AMC

Në milionë €

Viti 2013

Totali i të Ardhurave	86.2
EBITDA Pro forma	33.7
si % e Totalit të të Ardhurave	39.10%
Investimet (CAPEX)	10.53
Taksat e paguara	8.73
Kontributet e sigurimeve shoqërore	0.52

2.6 Zhvillimet/Ndryshimet e Rëndësishme të 2013

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

- Në Nëntor 2013 u emërua Drejtori i Divizionit Komercial; dhe
- Në Maj 2013, kompania ndryshoi sloganin e saj në “Bota jonë, ti” për t’u përshtatur me një koncept të ri që i vendos abonentët tanë më në qendër. Ai synon t’iu japë një “nxitje” amocionale përdoruesve për të përfituar nga benefitet e arsyeshme për të cilat ata janë në dijeni që i ofron AMC.

3 Strategjia dhe Manaxhimi i PK

3.1 Përqasja për Manaxhimin e PK

“Bota jonë, ti” është filozofia e kompanisë. Roli i saj është që të jetë një kompani e përqendruar tek abonentit, dhe nëpërmjet filozofisë së saj të punës, përgjegjësinë e korporatës dhe madje edhe operacionet më bazike, ajo synon të krijojë një impakt real dhe të sjellë vlerë për abonentët e saj dhe të gjithë shoqërinë.

Për AMC, Përgjegjësia Sociale e Korporatës nënkuptohet si anagazhimi i kompanisë për të kontribuar për një zhvillim të qëndrueshëm, duke qenë se objektivat ekonomike, mjedisore dhe sociale përfshihen në procesin e saj të vendim-marrjes.

Kuadri i Përgjegjësisë Sociale të Korporatës gjatë katër viteve të fundit përqendrohet në çështjet më materiale si Tregu, Punonjësit, Mjedisi dhe Shoqëria. Kompania angazhohet shpesh me palët e saj të interesit dhe kryen analiza për të përcaktuar çështjet prioritare dhe për të vendosur qëllimet e Përgjegjësisë së Korporatës. Implementimi i strategjisë për PK në AMC facilitohet nga strukturat organizative dhe manaxheriale të projektuara për përvetësimin e PK në Zyrën e Çështjeve të Korporatës dhe strukturën organizative ku përfshihen anëtarë të niveleve të larta manaxheriale të kompanisë.

Kompania kryen rregullisht studime dhe analiza për të përcaktuar zonat e PK-së ku duhet të fokusohet. Në vitin 2013, në studime të ndryshme të tregut të kryera nga kompania u integruan pyetje lidhur me PK-në. Në këto studime, shumë individë u pyetën për mënyrën se si i perceptojnë ata veprimtaritë e PK-së. Konstatimet e këtyre studimeve dhe informacioni i ndërmarrë nga forma të tjera të angazhimit me palët e interesit janë të rëndësishme për të përcaktuar mënyrën se si kompania angazhohet në veprimtaritë për PK-në.

Si anëtare e re e Grupit Deutsche Telekom (DT), kompania ka unifikuar kohët e fundit kuadrin e saj të PK-së me tre zonat e veprimit për PK-në të Deutsche Telecom, d.m.th. jeta dhe puna të lidhura së bashku, akses për të gjithë dhe një shoqëri me emetim të ulët karboni.

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

Tregu	Punonjësit	Shoqëria	Mjedisi
--------------	-------------------	-----------------	----------------

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

Jeta dhe puna lidhur së bashku

Akses për të gjithë

Shoqëri me emetim të ulët karboni

3.1.1.1 Arritjet kryesore në vitin 2013

- Zhvillimi i mëtejshëm i Strategjisë së AMC për PK-në.
- Vendosja e një Sistemi Manaxhimi të Integruar i cili përfshin Sistemin për Manaxhimin Mjedisor, Sistemin për Manaxhimin e Sigurisë dhe Shëndetit në Punë dhe Sistemin për Manaxhimin e Cilësisë. Komitetet Drejtuese të vjetra mbikëqyren tani nga Komiteti i sapokrijuar për Sistemet e Manaxhimit.
- Unifikimi i kuadrit të PK të AMC me atë të Deutsche Telekom.
- Në vitin 2013, AMC iu nënshtrua sërish një auditimi për Sistemin e saj të Manaxhimit Mjedisor, Sistemin për Shëndetin & Sigurinë në Punë dhe Sistemin për Manaxhimin e Cilësisë nga një institucion i pavarur i akredituar. Konstatimet treguan që sistemet janë në përputhje me standardet ISO, respektivisht ISO 14001:2004, ISO 18001:2007 dhe ISO 9001.
- Iu akordua çmimi për Ekselencë në PK, si operatori më i përgjegjshëm i vitit nga ana sociale për kontributin e saj të qëndrueshëm ndaj mjedisit dhe grupeve në disavantazh.

3.2 Struktura për Qeverisjen dhe Manaxhimin e PK

Kompania ka krijuar një strukturë të integruar qeverisje për të lidhur ngushtë Përgjegjësinë e Korporatës me manaxhimin strategjik dhe veprimtaritë për implementimin operacional të të gjithë kompanisë. Organizmat dhe rolet e strukturës organizative të AMC për PK-në ilustrohen shkurtimisht më poshtë:

Bordi Drejtues mban përgjegjësi të përgjithshme për PK-në. Ai është përgjegjës për supervizionin e çështjeve që kanë të bëjnë me Përgjegjësinë e Korporatës të AMC.

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

Zyra për Çështjet e Korporatës është përgjegjëse për zhvillimin dhe implementimin e strategjisë së kompanisë për PK-në. Manaxheri i Zyrës për Çështjet e Korporatës raporton tek Drejtori Ekzekutiv dhe bashkëpunon me këtë të fundit për çështje dhe iniciativa që kanë të bëjnë me PK-në. Zyra për Çështjet e Korporatës në AMC ka në strukturën e saj Njësinë për Përgjegjësinë e Korporatës dhe Sponsorizimet e Korporatës. Zyra e Çështjeve të Korporatës bashkëpunon me Manaxherët e PK të Grupit OTE dhe Deutsche Telekom dhe strukturat e tjera përkatëse në këto organizata për të ndarë së bashku eksperiencën, praktikën dhe qëllimet për sa i përket përqasjes së axhendës për PK-në. Në këtë kuadër, në Nëntor 2013 u organizua një takim në Greqi, ku të gjitha kompanitë e Grupit DT patën mundësinë të ndanin veprimtaritë e tyre për PK-në dhe të diskutonin për çështje specifike të PK ku DT ka përqendruar përpjekjet e tij.

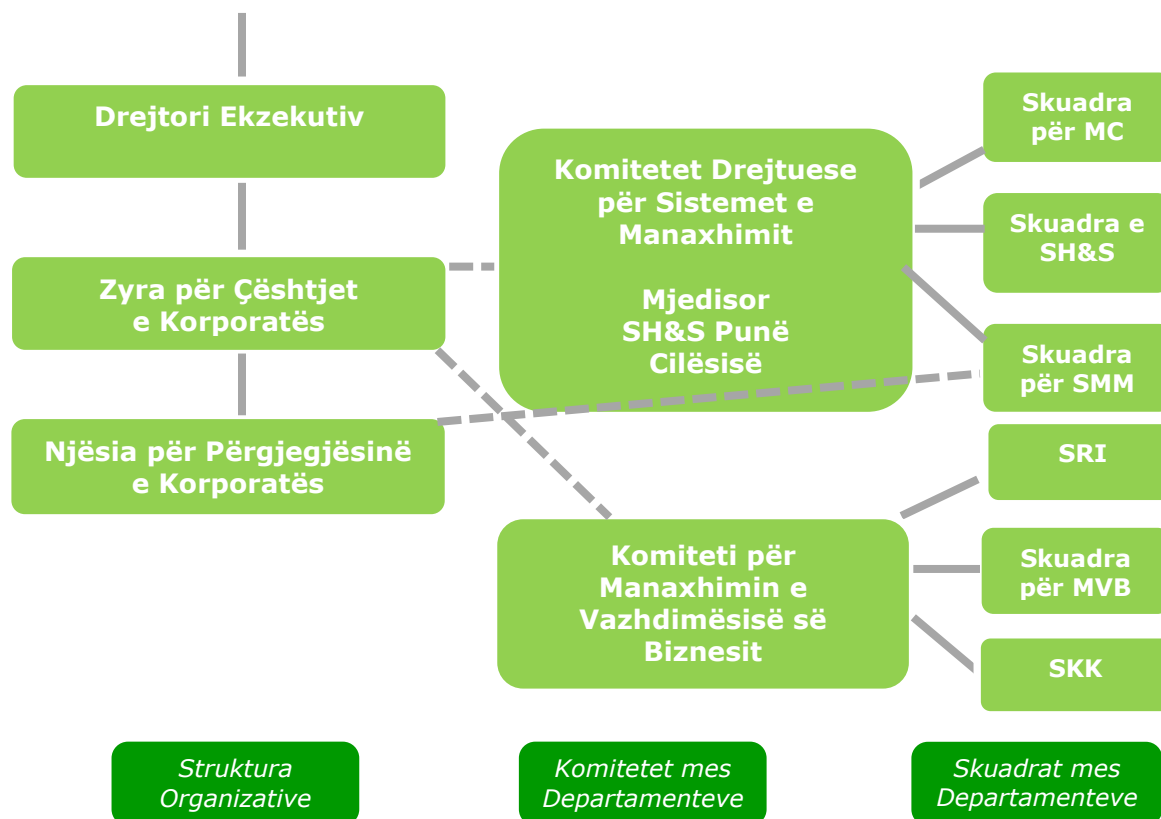
Njësia për Përgjegjësinë e Korporatës punon për zhvillimin e strategjisë së PK, koordinon dhe manaxhon aktivitetet për PK në të gjithë kompaninë, mbledh dhe përpunon të dhënat e PK, monitoron dhe implementon masat dhe objektivat e PK, dhe komunikon brenda dhe jashtë kompanisë performancën në lidhje me PK-në. Kjo njësi koordinon gjithashtu veprimtaritë e PK të kompanisë me Grupin OTE dhe Grupin Deutsche Telekom.

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

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

Bordi Drejtues

Struktura e Manaxhimit të PK



3.3 Raportimi kontrollues dhe i integruar i PK

AMC përdor një sistem të kompjuterizuar për mbledhjen e të dhënave (të quajtur IKOS) për të kontrolluar dhe raportuar të dhënat e PK gjatë dy viteve të fundit. Sistemi përdoret nga të gjitha kompanitë e Grupit DT dhe i ofron kompanisë më shumë mundësi për të kryer analiza gjithëpërfshirëse të të dhënave PK, dhe për t'i përdorur ato si standard krahasimi me kompanitë e tjera, pjesë të Grupit DT. Ky sistem e bën më të lehtë vlerësimin nëse janë arritur objektivat e PK të vendosura nga kompania. Ai garanton gjithashtu një proces raportimi transparent për të dhënat e PK dhe treguesve të performancës. Deri më tani, shumë të dhëna të rëndësishme raportohen përmes sistemit IKOS, si konsumi i energjisë, emetimi i dioksidit të karbonit (CO₂), etj.

3.4 Qeverisja e Korporatës

Qeverisja e Korporatës i referohet një sërë parimesh të përvetësuara nga kompania, që synojnë të mbështesin performancën dhe interesat e të gjitha palëve të interesit. AMC vepron në përputhje me legjislacionin përkatës kombëtar dhe ndërkombëtar për qeverisjen e korporatës. Ajo ka aprovuar vullnetarisht Rregulloret e Brendshme për Operacionet, Kodin

e Sjelljes së Kompanisë (Kodi i Sjelljes së Grupit OTE) dhe Politika të tjera të miratuara nga strukturat kompetente të korporatës. Struktura qeverisëse e AMC përbëhet nga organizmat e mëposhtëm:

Asambleja e Përgjithshme e Aksionerëve

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

Këshilli Mbikëqyrës

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

Emri	Pozicioni	Anëtar Ekzekutiv	Anëtar Jo-ekzekutiv
Konstandinos Liamidis	Kryetar		<input checked="" type="checkbox"/>
Georgios Tsonis	Zv/Kryetar		<input checked="" type="checkbox"/>
Pavlos Vichos	Anëtar		<input checked="" type="checkbox"/>
<i>Këshilli Mbikëqyrës më 31.12.2013.</i>			

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

Bordi Drejtues

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

Emri	Pozicioni	Anëtar ekzekutiv	Anëtar jo-ekzekutiv
Zacharias Piperidis	Kryetar		✓
Aimilia Filippou	Zv/Kryetare		✓
Dimitrios Blatsios	Drejtor Ekzekutiv /Anëtar	✓	
Irini Nikolaidi	Anëtare		✓
Georgios Athanasopolous	Anëtare		✓
<i>Bordi Drejtues më 31.12.2013.</i>			

- Z. Zacharias Piperidis është Drejtor Operacional i Grupit OTE. Ai është gjithashtu Drejtor i Përgjithshëm Komercial i kompanisë COSMOTE që nga Nëntori i vitit 2007. Z. Piperidis ka një eksperiencë të gjatë në sektorin e telekomunikimit, në të cilin ka shërbyer për më shumë se 18 vjet. Ai është gjithashtu edhe kryetar i Bordit Drejtues të AMC që nga viti 2010.
- Znj. Emily Filippou-Klöpfer iu bashkua Grupit OTE në vitin 2000, si Drejtore e Departamentit të Financës dhe Prokurimit të OTENET, ndërkohë që është anëtare e Bordit Drejtues të kompanive bija të OTENET. Ajo është Zv/kryetare e Bordit Drejtues të AMC që nga viti 2008.
- Z. Dimitris Blatsios është Drejtori Ekzekutiv i AMC që nga viti 2010. Përpara se të bëhej pjesë e AMC, Z. Blatsios ka qenë Drejtor Komercial i GLOBUL, kompani bijë e COSMOTE në Bullgari që nga Marsi i vitit 2009, dhe Drejtor i Përgjithshëm i GERMANOS Telecom Rumani që nga Tetori i vitit 2006. Përpara kësaj, Z. Blatsios ka qenë Drejtor i Divizionit Ndërkombëtar për Segmentin me Pakicë të Grupit të Kompanive GERMANOS (Poloni, Bullgari, Rumani, Ukrainë, Maqedoni dhe Qipro).
- Znj. Irini Nikolaidi i ka shërbyer Cosmote-së që nga krijimi i saj në vitin 1996 në rolin e Këshilltares Ligjore dhe Drejtore së Përgjithshme për Çështjet e Konkurrencës, Ligjore & Rregullatore. Që nga viti 2011, Znj. Nikolaidi është gjithashtu edhe Këshilltare Ligjore dhe Drejtore Ekzekutive për Çështjet Ligjore & Rregullatore të Grupit OTE, e cila përfshin

Drejtorinë e Përgjithshme të Çështjeve Ligjore të OTE dhe Drejtorinë e Përgjithshme të Çështjeve Rregullatore të OTE, dhe ajo kryen gjithashtu edhe detyrën e Drejtores së Përgjithshme të Çështjeve Ligjore të OTE. Përpara se të bëhej pjesë e kompanisë COSMOTE, Znj. Nikolaidi ka shërbyer në OTE si eksperte telekomunikacioni. Ajo është anëtare e Bordit Drejtues të AMC që nga viti 2001.

- Z. George Athanasopoulos është Drejtor Informacioni në Grupin OTE. Që nga muaji Tetor i vitit 2007, ai është gjithashtu edhe Drejtor i Përgjithshëm për Operacionet & Sistemet TI në kompaninë COSMOTE. Z. Athanasopoulos u bë pjesë e Grupit OTE në vitin 2002 si Drejtor Ekzekutiv për Manaxhimin e Informacionit për Investimet e Grupit OTE, ndërkohë që ka pozicionin e Drejtorit Ekzekutiv për Asistencën Operacionale në OTE Globe që nga Shtatori i vitit 2006. Ai është anëtar i Bordit Drejtues të AMC që nga viti 2008.

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

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

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

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

3.5 Sistemi për Manaxhimin e Pajtueshmërisë

Zyra e Pajtueshmërisë

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

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

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

Një program trajnimi për anti-korrupsionin u organizua në vitin 2013. Trajnimi përfshinte orë trajnimi për Drejtorët dhe Manaxherët dhe trajnim nëpërmjet medias elektronike për punonjësit në funksione specifike. Programi i trajnimit anti-korrupsion mbuloi sferat për shmangien e korrupsionit dhe konfliktet e tjera të interesit, pranimin dhe dhënien e benefiteve dhe eliminimin e mashtrimit. Detaje lidhur me përqindjen e pjesëmarrjes jepen në Tabelën e mëposhtme:

Programi i trajnimit për anti-korrupsionin			
Metoda e trajnimit	Numri i punonjësve të targetuar	Numri i pjesëmarrësve	Përqindja e pjesëmarrjes (%)
Mësim në distancë (e-learning)	110	94	85%
Orë trajnimi	26	26	100%

Në vitin 2013, Përgjegjësja për Zyrën e Pajtueshmërisë trajtoi 24 pyetje nëpërmjet platformës së konsultimit "Më pyet". Pyetjet lidheshin kryesisht me politikat e pajtueshmërisë për dhënien dhe pranimin e dhuratave, eventet e korporatës dhe politikën e sponsorizimeve.

Sigurimi i Sistemit për Manaxhimin e Pajtueshmërisë

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

Për këtë qëllim, Grupi OTE ka miratuar dhe implementuar një Sistem për Manaxhimin e Pajtueshmërisë (CMS), i cili përcakton pajtueshmërinë e të gjithë punonjësve të kompanive të Grupit OTE, përfshirë punonjësit e AMC, me legjislacionin në fuqi, Kodin e Sjelljes dhe Politikat e Brendshme, me qëllim shmangien e rreziqeve dhe pasojave të tjera ligjore për kompaninë dhe personelin e saj. Duke vepruar në këtë mënyrë përfitojnë të gjithë aksionerët, vetë kompanitë, punonjësit, abonentët, furnitorët dhe publiku. Efikasiteti i Sistemit për Manaxhimin e Pajtueshmërisë mbështetet tek angazhimi dhe mbështetja e stafit të lartë manaxherial dhe punonjësve gjithashtu. Elementet kyçe të SMP-së janë parandalimi i shkeljeve dhe mbrojtja e reputacionit të kompanisë dhe personelit të saj, nëpërmjet trajnimit të punonjësve, komunikimit të vazhdueshëm, konstatimit të rreziqeve të pajtueshmërisë dhe shkeljeve dhe një reagim i strukturuar ndaj tyre.

Duhet theksuar se një implementim i SMP-së monitorohet nga Komiteti për Pajtueshmërinë i COSMOTE, i cili përbëhet nga:

- Drejtori i Përgjithshëm i Departamentit të Pajtueshmërisë & Auditit të Brendshëm në COSMOTE;
- Drejtori i Përgjithshëm për Çështjet e Konkurrencës, Ligjore dhe Rregullatore në COSMOTE;

- Drejtori i Përgjithshëm i Burimeve Njerëzore në COSMOTE;
- Drejtori i Përgjithshëm i Departamentit të Sigurisë së Informacionit në COSMOTE; dhe
- Në vitin 2013, AMC nuk pati asnjë ankesë për çështjet e pajtueshmërisë.

Me qëllim mundësimin e një "raportimi" lidhur me shkeljet e politikave, rregulloreve dhe legjislacionin në fuqi, AMC ka miratuar Politikën e Raportimit të Shkeljeve dhe kanalet përkatëse të komunikimit. Në kuadër të kësaj Politike, punonjësit dhe/apo palët e treta mund të raportojnë anonimisht në Zyrën e Pajtueshmërisë për një shkelje apo të shprehin një shqetësim apo ankesë lidhur me ndonjë shkelje të mundshme të Politikave të Kompanisë apo legjislacionit (psh. korrupsion, abuzim, vjedhje, pastrim parash, çështje lidhur me pasqyrat financiare, Politikat dhe Procedurat, diskriminimin, marrëdhëniet me punonjësit dhe çdo sjellje tjetër të papërshtatshme që mund të dëmtojë reputacionin e kompanisë, apo përpjekje për të fshehur të mësipërmet).

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

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

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

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

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

Certifikimi për Manaxhimin e Pajtueshmërisë

Sistemi për Manaxhimin e pajtueshmërisë ndihmon në garantimin e pajtueshmërisë, dmth. ligjshmërinë e veprimtarive të korporatës. Komponentët kryesorë të këtij sistemi përfshijnë:

- Vendosjen e një organizimi të pajtueshmërisë në të gjitha njësitë e mëdha të Grupit;
- Derivimin e bazuar në risk të programit të pajtueshmërisë dhe implementimin e vazhdueshëm nëpërmjet politikave, trajnimit, ofertave konsultuese, masave të komunikimit;
- Kontrollat për pajtueshmërinë dhe kujdesi për pajtueshmërinë (analizimi i riskut të pajtueshmërisë që përfshihet në blerje); dhe
- Të qenurit i sigurt që kompania reagon siç duhet ndaj shkeljeve.

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

AMC respekton rregulloren e Grupit DT. Ajo është pjesë e çështjeve strategjike të cilat diskutohen me Skuadrën Ndërkombëtare të DT për Këshillim në lidhje me Pajtueshmërinë, e cila përcakton tendencat, duke qenë se ofron një shtysë për projektimin dhe implementimin e strukturave të balancuara të pajtueshmërisë të Grupit Deutsche Telekom. AMC ka marrë pjesë në takimin e përvitshëm të përfaqësuesve nga të gjitha strukturat e pajtueshmërisë brenda kompanive të grupit Deutsche Telekom që u zhvillua më 24 dhe 25 Prill 2013 në Bon të Gjermanisë, për të diskutuar sfidat që paraqesin proceset e përsheptuara të tregut dhe inovacionit për manaxhimin e pajtueshmërisë.

Parandalimi dhe lufta kundër korrupsionit

AMC auditohet rregullisht për rrezikun ndaj korrupsionit. Kompania ndërmerr një gamë të gjerë masash të brendshme për të parandaluar dhe luftuar korrupsionin. Ajo i nënshtrohet një vlerësimi të riskut të pajtueshmërisë të paktën çdo dy vjet.

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

Përgjegjësia për vlerësimin e riskut të pajtueshmërisë është e stafit manaxherial të kompanisë përkatëse.

Në vitin 2013, 26 punonjës morën pjesë në seanca trajnimit në lidhje me Kodin e Sjelljes dhe Anti-korrupsionin. Gjithashtu, në varësi të risqeve aktuale për korrupsion të përfshira në punën e punonjësve, këtyre të fundit iu ofruan edhe kurse online. Edhe punonjës të tjerë të AMC morën pjesë në kurset online.

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

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

Investigim bazuar në kritere të qarta

AMC ka specifikuar kritere të qarta për hetimin e rasteve të dyshuara për korrupsion. Kompania i nis hetimet vetëm nëse një shkelje e rregulloreve ligjore apo të brendshme raportohet me një shkallë të mjaftueshme detajimi. Zyra e Auditit të Brendshëm dhe Pajtueshmërisë heton çfarëdolloj sinjalizimi që plotëson këto kërkesa, dhe cakton një penalitet të bazuar siç duhet në ligjet kombëtare dhe rregulloren e brendshme të kompanisë. Në vitin 2013 nuk është regjistruar asnjë rast korrupsioni. Bazuar në politikën e AMC-së, në vitin 2013 kompania nuk financoi asnjë parti politike dhe as mori ndihma financiare nga autoritetet publike.

Gjatë vitit 2013, Zyra e Auditit të Brendshëm në AMC mori një total prej dy "sinjalizimesh/ankesash", nga të cilat, njëra kishte lidhje me rregullat dhe parimet e pajtueshmërisë.

Siç kërkohet nga Sistemi i Manaxhimit të Pajtueshmërisë, për çdo ankesë që ka lidhje me rregullat dhe parimet e pajtueshmërisë kryhet një hetim. Duhet theksuar që me t'u identifikuar një rast korrupsioni, duhet të ndërmerren një sërë veprimesh (sipas "Rregullores së Brendshme për Punonjësit e AMC", dhe politikat e tjera), në varësi të natyrës së incidentit.

Auditi i Brendshëm

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

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

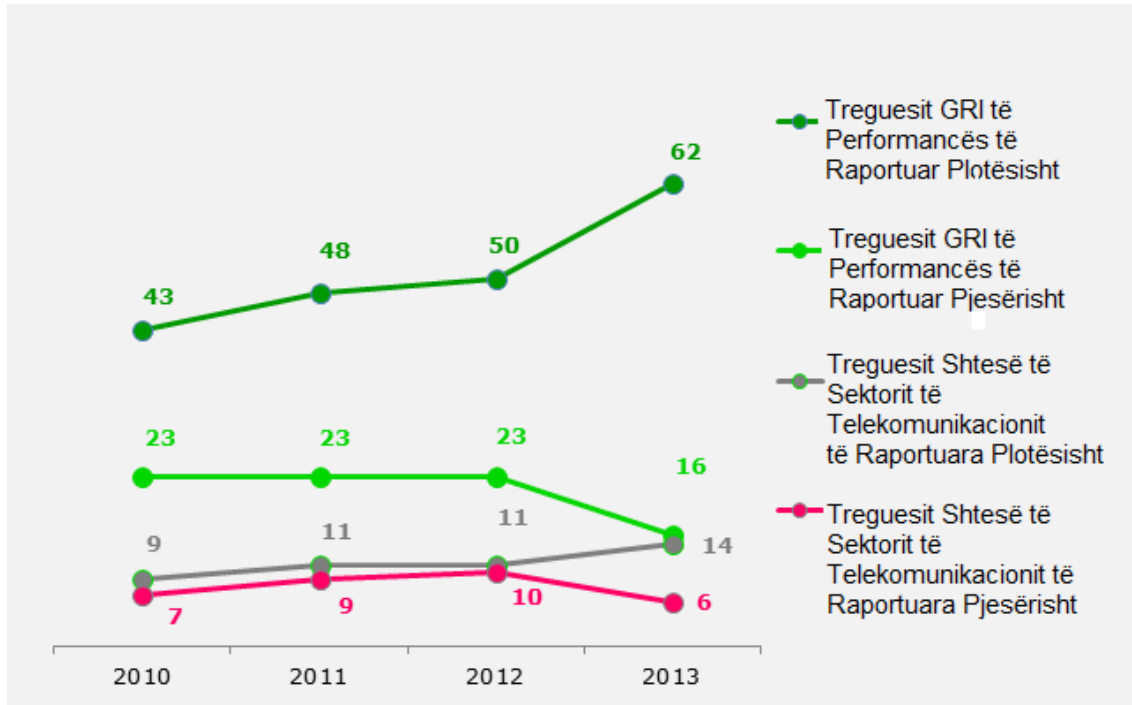
Në vitin 2013, Auditi i Brendshëm ka përfunduar 7 projekte auditimi dhe 18 iniciativa manaxheriale për kompaninë për të përforcuar mjedisin e kontrollit.

Komiteti i Auditit

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

3.6 Rezultatet e matshme dhe treguesit GRI

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



3.7 Angazhimi i Palëve të Interesit

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

3.8 Qasja e Angazhimit të Palëve të Interesit

Ndërveprimi mes AMC dhe palëve të saj të interesit për çështje që kanë lidhje me PK koordinohet nëpërmjet Zyrës për Çështjet e Korporatës dhe përfshin pjesëmarrjen e të gjithë kompanisë. Të qenurit në dijeni për këndvështrimet dhe interesat e palëve të saj të interesit është shumë i rëndësishëm për AMC. Për këtë arsye, kompania angazhohet në një dialog efikas me palët e saj të interesit rreth përparësive dhe ideve të tyre. Kjo gjë bëhet në mënyra të ndryshme.

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

AMC vlerëson inputin e palëve të jashtme dhe të brendshme të interesit në zhvillimin e strategjisë dhe iniciativave të saj të PK. Intervista për strategjinë dhe aktivitetet për PK-në kryhen sistematikisht për këtë gjë.

3.9 Dialogu me Palët e Interesit

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

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

<ul style="list-style-type: none"> • Takime Private • Bashkëpunim i Përditshëm 	<ul style="list-style-type: none"> • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi 		
Punonjësit			
<ul style="list-style-type: none"> • Anketa për Kënaqësisë e Punonjësve • Trajnimet • Shqyrtimi & Vlerësimi i Performancës • Publikimet Informative • Eventet për Punonjësit • Takimet me Punonjësit • Veprimtaritë Vullnetare • Faqja internetit & intranetit të Kompanisë • Anketa për PK • Anketa Pulse • E-mail 	<ul style="list-style-type: none"> • Çdo vit • Në vazhdimësi • Çdo vit • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi • Çdo vit • Dy herë në vit • Në vazhdimësi 	<ul style="list-style-type: none"> • Shëndeti & Siguria • Zhvillimi i Karrierës së Punonjësit • Pjesëmarrja e Punonjësve në Operacionet e Kompanisë • Barazia • Puna e ndershme 	<p>Strategjia dhe Manaxhimi i PSK</p> <p>Punonjësit</p>
Autoritetet/ Shteti			
<ul style="list-style-type: none"> • Konsultime mbi kuadrin rregullator • Komunikim me shkrim apo verbal me organizmat rregullatore dhe të sektorit publik • Takime & Raporte Pune • Projekte bashkëpunimi • Dialog me përfaqësues të autoriteteve lokale dhe kombëtare • Pjesëmarrje në shoqata dhe unione 	<ul style="list-style-type: none"> • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi 	<ul style="list-style-type: none"> • Plotësim i Kërkesave Rregullatore • Qeverisja • Kontribut në kuadrin ligjor • Bashkëpunim në Projektet e PK • Çështjet filantropike • Zhvillimi ekonomik dhe Teknologjik 	<p>Tregu Konkurrenca e Përgjegjshme;</p> <p>Tregu / Rregullimi & Konkurrenca;</p> <p>Tregu/ Marketing i Përgjegjshëm;</p> <p>Tregu / Privatësia & Siguria e të Dhënave</p> <p>Mjedisi / Biodiversiteti</p>
Media			

<ul style="list-style-type: none"> • Evente me Median • Njoftime të Korporatës • Konferenca shtypi • Publikime Informuese • Komunikime dhe Takime sistematike me përfaqësues të Medias • Faqja në internet e kompanisë 	<ul style="list-style-type: none"> • Çdo vit • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi 	<ul style="list-style-type: none"> • Vlerësohet përgjigja në kohë • Çështje komerciale • Çështje teknologjike • Çështje ambientaliste 	Të gjitha seksionet
Publiku			
<ul style="list-style-type: none"> • Anketa • Bamirësi për Komunitetin • Faqja në internet e kompanisë 	<ul style="list-style-type: none"> • Çdo tre muaj • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi 	<ul style="list-style-type: none"> • Ndihma në raste katastrofash • FEM • Impakti në Mjedis • Përmirësimi i jetës së komuniteteve të ndryshme 	Shoqëria Mjedisi
OJF			
<ul style="list-style-type: none"> • Aplikime • Takime me OJF 	<ul style="list-style-type: none"> • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi 	<ul style="list-style-type: none"> • Përmirësimi i jetës së komuniteteve të ndryshme • Bashkëpunimi në Projektet e PK • Kontributi Social • Takimeve & në formë elektronike • Edukimi Publikut për Sigurinë në Internet 	Strategjia & Manaxhimi i PSK Shoqëria Mjedisi
Partnerët e Zinxhirit të Vlerave (Furnitorët & Distributorët)			
<ul style="list-style-type: none"> • Konferenca • Procedura e prokurimit & Manaxherët e Llogarive Kyçe • Takime • Anketa për Kënaqësinë e Klientëve • Njoftime dhe Deklarata për 	<ul style="list-style-type: none"> • Periodike & në vazhdimësi • Në vazhdimësi • Në vazhdimësi • Çdo vit • Në vazhdimësi 	<ul style="list-style-type: none"> • Transparenca & qeverisja • Zhvillimi Ekonomik • Përmirësimi i jetës së komuniteteve të ndryshme • Përmirësimi i hendekut dixhital • Zgjidhje për Defektet dhe Ankesat 	Rreth Raportit Tregu/ Qasja Manaxheriale Tregu/ Prokurim i Përgjegjshëm dhe Manaxhimi i zinxhirit të Furnizimit Tregu/ Politika e Prokurimit

Shtyp të Korporatës	• Vlerësimi i Furnitorëve	• Në vazhdimësi	• Futja e Kriteve të PK	
	• Pjesëmarrja në sindikata sipas sektorit	• Në vazhdimësi	Kriteret e Tenderit & Konkurrenca	
Komunitetet Lokale			• Politika e Tregut	
	• Dialog me përfaqësuesit lokalë	• Në vazhdimësi	• Përmirësimi i nevojave Shoqërore	Strategjia & Manaxhimi i PSK
	• Vizitat	• Në vazhdimësi	• Mbështetje për sipërmarrjet e biznesit lokal	Shoqëria
			• FEM	Mjedisi

3.10 Anëtarësimet dhe Çmimet

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

AMC është anëtare aktive e organizatave të mëposhtme:

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



Në shenjë vlerësimi për performancën e saj në PK, AMC-së iu akorduan dy çmimet e mëposhtme në vitin 2013:

- Çmimi i Filantropisë për Vitin 2013, për kontributin e saj në përmirësimin e cilësisë së jetës në komunitetet lokale, dhe në veçanti mes grupeve të cënueshme. Ky çmim akordohet nga Partners Albania dhe Fondi Rockefeller për individët/organizatat që kontribuojnë në shoqëri; dhe
- Çmimi i Ekselencës në PK për vitin 2013, si operatori më i përgjegjshëm nga ana sociale i vitit për kontributin e tij të qëndrueshëm ndaj mjedisit dhe grupeve në disavantazh, një çmim ky i akorduar gjatë Konferencës së 5-të të Infokom në Tiranë, Shqipëri.

3.11 Arritjet e 2013 dhe Objektivat për 2014

Rezultatet e arritura në lidhje me objektivat e strategjisë dhe manaxhimit të PK në 2013, siç janë publikuar në Raportin e PK të 2012 dhe objektivat për vitin 2014 jepen më poshtë:

Objektivat për 2013	Progresi në 2013	Seksioni në Raport	Objektivat për 2014
Certifikimi i operacioneve tona sipas standardit ISO 14001 për Manaxhimin Mjedisor.		4.2	Certifikimi i operacioneve tona sipas standardit ISO 14001 për Manaxhimin Mjedisor.
Certifikimi i operacioneve tona sipas OHSAS 18001 për Manaxhimin e Shëndetit dhe Sigurisë në Punë.		4.2	Certifikimi i operacioneve tona sipas OHSAS 18001 për Manaxhimin e Shëndetit dhe Sigurisë në Punë.
Zgjerimi i sistemit të mbledhjes dhe kontrollit të të dhënave, në lidhje me Raportin tonë të Përgjegjësisë së Korporatës.		4.4, 4.7	Zgjerimi i sistemit të mbledhjes dhe kontrollit të të dhënave, në lidhje me Raportin tonë të Përgjegjësisë së Korporatës.
Rritja e referencës ndaj Treguesve GRI (të Iniciativës Globale të Raportimit) në Raport.		4.7	Rritja e referencës ndaj Treguesve GRI (të Iniciativës Globale të Raportimit) në Raport.
Shtimi i matjeve FEM dhe komunikimi me komunitetet lokale. 30 stacione të reja janë matur nga një ent i pavarur.		6.12.2	
Rritja e sensibilizimit në lidhje me çështjet e Përgjegjësisë Sociale të Korporatës; integrimi i përgjegjësisë së korporatës në mënyrën e operimit.		4.2	Rritja e sensibilizimit në lidhje me çështjet e Përgjegjësisë Sociale të Korporatës; integrimi i përgjegjësisë së korporatës në mënyrën e operimit.

Përdorimi i zgjidhjeve të reja teknologjike dhe ekologjike.		8.6.1	Përdorimi i zgjidhjeve të reja teknologjike dhe ekologjike.
Krijimi i një sistemi të integruar manaxhimi për të gjithë kompaninë ku të përfshihet cilësia, mjedisi, dhe shëndeti dhe siguria në punë.		4.2, 4.3	Integrimi i të gjitha aktiviteteve për Manaxhimin e PK në një sistem të vetëm për të përfshirë Cilësinë, Mjedisin, Shëndetin dhe Sigurinë në Punë dhe MVB (BCM).

4 Tregu

4.1 Qasja Manaxheriale

AMC ka si prioritet kryesor transparencën dhe etikën ndërkohë që përforcon në të njëjtën kohë operacionet e përgjegjshme në treg.

E aspiruar nga VIZIONI, VLERAT DHE PARIMET e kompanisë, AMC synon që të përmirësojë filozofinë e saj të suksesshme me në qendër klientin, pozitës konkurruese dhe përdorimin e shërbimeve të përparuara nga ana teknologjike.

Kompania synon për Ekselencë në Biznes dhe për ta arritur këtë, ajo angazhohet të:

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

Pajtueshmëria kuptohet si ligjshmëria e veprimtarive të korporatës, për këtë arsye ajo luan një rol të rëndësishëm në veprimtaritë tregtare të kompanisë.

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

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

E gjithë praktika në treg kryhet në përputhje me ligjet dhe rregulloret ekzistuese për promovimin e efijensës, zhvillimit ekonomik dhe novacionit, të cilat kompania i konsideron

si përbërës elementarë për të mbështetur sistemin e tregut të lirë. Kompania punon vazhdimisht për proceset dhe mjetet për të siguruar të dhënat privatë të klientëve.

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

4.1.1 Arritjet kryesore në 2013

- Botimi i 4 broshurave për sensibilizimin publik;
- Zhvillimi i seancave të sensibilizimit në shkollat e mesme në të gjithë vendin duke informuar rreth 1800 persona në lidhje me tema si përdorimi i sigurt i internetit dhe shërbimet e telefonisë celulare;
- 80% e të pyeturve në anketën e zhvilluar nga kompania e konsideronin AMC si operatorin celular më të angazhuar në veprimtaritë e CSR-it në Shqipëri, pasuar nga operatori i dytë me 75%;
- 83.1 % e të gjithë ankesave u zgjidhën brenda një afati mesatar prej 4.2 ditësh;
- Kompania u vlerësua gjatë Konferencës së 5-të të Infocom në Tiranë si operatori më i përgjegjshëm i vitit nga ana sociale për kontributin e tij të qëndrueshëm ndaj mjedisit dhe grupet e njerëzve me disavantazhe;
- Kodi për Furnitorët e Grupit OTE, i cili përshkruan kriteret e përdorura nga Kompanitë e Grupit OTE për të vlerësuar furnitorët mbi çështje të Punës, Shëndetit dhe Sigurisë, Mjedisit dhe Etikës, u aprovua dhe hyri në zbatim;
- Kompania krijoi një Sistem për Mbrojtjen e të Dhënave bazuar në kërkesat e standardit ISO 27001 & 27002;
- Nënshkroi Kodin Kombëtar të Sjelljes mbi "Përdorimin e Sigurt dhe të Përgjegjshëm të Rrjeteve Elektronike të Komunikimit".

4.2 Konkurrenca e Përgjegjshme

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

AMC mbështet marrëdhëniet e ndershme tregtare me partnerët e biznesit dhe konkurrentët dhe nuk përfiton nga ndonjë liri ekzistuese veprimi. Gjithashtu, AMC nuk përhap informacione të rreme rreth produkteve dhe shërbimeve të konkurrentëve dhe nuk përpiqet të ndër marrë hapa të tjera të pandershme për të përfituar avantazhe konkurruese. Kompania është shprehimisht kundër përdorimit të spiunazhit industrial si një mjet për të siguruar informacione rreth konkurrentëve të saj.

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

4.3 Rregullimi i Tregut dhe Konkurrenca

AMC është një kompani aksionere e regjistruar në bazë të Ligjit Nr. 9901, datë 14 Prill 2008 për "Tregtarët dhe Kompanitë Tregtare". Nga ana tjetër, autoriteti rregullator përgjegjës për komunikimet elektronike në Shqipëri është Autoriteti i Komunikimeve Elektronike dhe Postare (AKEP).

Tregu rregullohet gjithashtu nga Ligjet kombëtare, Dekretet Presidenciale, Vendimet e Ministrave si edhe Vendimet nga autoritetet e pavarura administrative. Për të siguruar pajtueshmëri me këto, zyrat ligjore të kompanisë dhe departamentet përkatëse brenda kompanisë përditësohen shpesh mbi ndryshimet e të tilla rregulloreve.

Rregullore specifike janë miratuar në lidhje me çështje të veçanta si: numeracioni, liçensimi, tarifat, aksesin e hapur në qark lokal, interkoneksionin, linjat me qira, shërbimin universal dhe çështjet e privatësisë, etj. Ndërkohë, ligji kryesor që rregullon veprimtaritë e kompanisë është ligji Nr. 9918, datë 19.05.2008 për "Komunikimet Elektronike në Republikën e Shqipërisë."

AKEP vendos një sërë detyrimesh rregullore, të cilat kanë shpesh një impakt të konsiderueshëm në biznesin e kompanisë, si përcaktimi i çmimeve që duhet të vendosen nga kompania. AKEP e konsideron AMC si një organizëm me fuqi të ndjeshme në treg (OFNT) në Shqipëri dhe vendos masa rregullore të cilat në disa raste nuk reflektojnë nivelin aktual të konkurrencës dhe mund të jenë të rënda, sidomos në lidhje me tarifat e AMC për disa produkte dhe shërbime, siç janë:

- Tregu me shumicë i terminimit të thirrjeve nga një vendndodhje fikse (AMC FIKS) bazuar në Vendimin Nr. 2339, datë 31.07.2013;
- Tregu me shumicë i terminimit të thirrjeve në tregjet celulare individuale, bazuar në Vendimin Nr. 2119, datë 04.07.2012;
- Tregu me shumicë i terminimit të SMS-ve në tregjet celulare individuale, bazuar në Vendimin Nr. 2438, datë 27.03.2014;

AMC e ka zhvilluar tregun e saj për të ofruar shërbime telekomunikacioni të një cilësie të lartë për komunitetin e biznesit, individët, qeverinë dhe entet publike, etj. Ajo nxit konkurrencën e drejtë, e cila ka një impakt të qenësishëm në zhvillimin e industrisë dhe vetë vendit. Në vitin 2013, kundrejt kompanisë nuk është kryer asnjë hetim dhe nuk është vendosur asnjë gjobë për sjelle jo-etike apo anti-konkurrese.

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

4.3.1 Veprimtaritë për një Treg të Përgjegjshëm

Teknologjia po ndryshon botën ku jetojmë, dhe lojtarët e saj janë shndërruar në lojtarë kryesorë për zhvillimin dhe qëndrueshmërinë ekonomike në të ardhmen. AMC përpiqet që të kontribuojë në treg jo vetëm përmes iniciativave të saj, por edhe nëpërmjet promovimit që i bën ajo çështjeve të qëndrueshme me organizatat e tjera. Në vitin 2013, kompania zhvilloi aktivitetet kryesore të mëposhtme:

- Nënshkroi vullnetarisht Kodin Kombëtar të Sjelljes për "Përdorimin e Sigurt dhe të Përgjegjshëm të Rjeteve të Komunikimeve Elektronike". Kompania bashkëpunoi me ofruesit e tjerë të telekomunikacioneve në Shqipëri për të zhvilluar një Kod Sjellje të

përbashkët për Përdorimin e Sigurt dhe të Përgjegjshëm të Rrjeteve të Komunikimeve Elektronike. Ky dokument synon të arrijë mbrojtjen e publikut dhe të fëmijëve sidomos nga rreziqet që lidhen me Aksesin në Internet, në përputhje me nivelin e mbrojtjes në Vendet e tjera Europiane;

- Është pjesë e koalicionit të Drejtorëve Ekzekutivë për ta bërë Internetin një Vend më të sigurt për Fëmijët dhe të Rinjtë. AMC mori pjesë si anëtare e Grupit të Deutsche Telekom në këtë iniciativë vullnetare të përbashkët për Navigim të Sigurt të Fëmijëve dhe të Rinjve në Internet. Kompanitë që kanë nënshkruar koalicionin janë zotuar të ndërmarrin masa pozitive gjatë të gjithë vitit 2012 dhe 2013 në 5 fusha: mjete të thjeshta për përdoruesit për të raportuar përmbajtje dhe kontakte të dëmshme, parametra privatësie të përshtatshme sipas moshës, një përdorim më të gjerë të klasifikimit të mirëmbajtjes, disponueshmëri më të gjerë dhe përdorim të kontrolleve prindërore, heqjen e efikase të materialeve për abuzimin e fëmijëve; dhe
- Si anëtare e Rrjetit Shqiptar për PSK, AMC merr pjesë vazhdimisht në takime dhe evente dhe kontribuon në projekte dhe rregullore që promovojnë Përgjegjësinë e Korporatës në Shqipëri.

4.4 Shtrirja e Internetit Celular në Shqipëri

Disponueshmëria e shërbimit të internetit në brez të gjerë në Shqipëri për shërbimet e rrjetit fiks dhe celular së bashku është më shumë se 90%. Megjithatë norma e penetrimit është ende më e ulët se norma mesatare e BE-së, progres i konsiderueshëm është bërë sidomos në internetin në brez të gjerë në rrjetin fiks. Në fund të vitit 2013, numri i abonentëve me akses në internet në brez të gjerë fiks dhe operatorëve celularë ishte rreth 294,000, i cili ishte 36% më shumë në krahasim me vitin 2012 dhe vlen për një normë penetrimi prej 10.4% në nivel popullsisë. Numri i përdoruesve të internetit celular të AMC është afërsisht 22 mijë.

4.5 Penetrimi

Numri i shërbimeve 3G të ofruara nga operatorët celularë u rrit ndjeshëm në vitin 2013. Numri aktiv i abonentëve celularë u rrit me 4% në krahasim me vitin 2012, ndërkohë që numri total i abonentëve celularë ishte 5.3 milionë; kjo është një ulje prej 6% në krahasim me vitin e mëparshëm. Norma e penetrimit të përdoruesve aktiv ishte 130%, ndërkohë që totali normës së penetrimit të përdoruesve ishte 187%, që është më e lartë se mesatarja në vendet e BE-së.

Në vitin 2013, numri i abonentëve AMC ishte 2.07 milionë, ndërkohë që numri i abonentëve që përdorin internetin ishte 0.28 milionë dhe numri i abonentëve që përdorin internet në brez të gjerë qe 22 mijë. Gjatë vitit të kaluar, penetrimi i telefonave inteligjentë u rrit me 46% në vit.

4.5.1 Investimet kyçe

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

- Që nga privatizimi i saj në vitin 200, AMC ka investuar rreth 500 milionë Euro në teknologji dhe në rrjetet në Shqipëri;

- Në 2013, AMC investoi 2.4 milionë Euro për zgjerimin e rrjetit të saj GSM 2G; dhe
- Në 2013, AMC 2.5 milionë Euro në shtrirjen e rrjetit 3G gjatë periudhës së raportimit. Si rezultat, mbulimi me rrjet 3G (UMTS/HSPA +) u rrit nga 93 në 94.5% të popullsisë.

4.6 Sensibilizimi publik

Përveç ofrimit të produkteve dhe shërbime të sigurta dhe cilësore, kompania është angazhuar që të informojë klientët dhe publikun e gjerë rreth përdorimit të sigurt të teknologjisë, produkteve dhe shërbimeve të saj. AMC përdor të gjitha kanalet e mundshme të komunikimit për të komunikuar mesazhe të dobishme dhe praktike lidhur me çështje të telefonisë celulare. Në këtë kontekst, kompania ka vepruar si më poshtë:

- E nxitur nga bindja se parandalimi dhe informimi siç duhet mund të garantojnë përdorimin e sigurt të internetit dhe të celularit, AMC zhvilloi një fushatë sensibilizuese në 60 shkolla të mesme në të gjithë vendin, duke informuar rreth 1.800 fëmijë për përdorimin e përgjegjshëm të internetit, dhe si të trajtohen dhe të raportohen materialet me përmbajtje të paligjshme. Seancat sensibilizuese u organizuan si orë të veçanta mësimi me ekspertë që punojnë në organizatat në ndihmë të fëmijëve. Punonjës të AMC morën pjesë gjithashtu si të ftuar të veçantë.
- AMC përdori kanalet e saj të medias sociale për të ndërgjegjësuar me qindra mijëra ndjekës për rreziqet me të cilat përballen ndërkohë që lundrojnë në internet. Ndërsa në faqen zyrtare në internet të kompanisë u postuan disa tema mbi përdorimin e mbrojtur dhe të përgjegjshëm të telefonisë dhe internetit.
- Në ambientet e AMC janë kryer një sërë trajnimesh për të informuar punonjësit rreth mbrojtjes së të dhënave, sigurisë së informacionit dhe rrezikut të aktivitetit online. Në intranetin e Kompanisë gjendet gjithashtu i disponueshëm informacioni dhe kuadri ligjor përkatës mbi sigurinë e internetit dhe përdorimin e përgjegjshëm.
- Nëpërmjet broshurave informuese u shpërndanë gjithashtu edhe informacionet e mëposhtme:
 - **"Jeta me celularin tonë"** ofron informacion të dobishëm për etiketën që duhet të përdorim me telefonat celularë, si të shmangim vjedhjen e telefonave, etj;
 - **"Si funksionon telefonia celulare"** ofron informacion për të kuptuar telefoninë celulare dhe për t'iu përgjigjur shqetësimeve të publikut për çështje të tilla si Fushat Elektromagnetike dhe standardet e sigurisë;
 - **"Telefonia celulare dhe prindërit"** ofron informacion të dobishëm për prindërit se si të këshillojnë fëmijët e tyre mbi përdorimin e sigurt të shërbimeve të telefonisë celulare.

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

4.6.1 Produktet dhe Shërbimet

Telekonferenca

AMC ofron shërbimin e telekonferencës për abonentët e saj biznes, të cilët i kanë përdorur gjerësisht mundësitë që ofron ai. Ky shërbim do të zgjerohet më tej në vitet në vazhdim dhe do t'ju ofrojë ndërmarrjeve mundësinë për të zhvilluar një telekonferencë të

menjëhershme praktikisht kudo që ndodhen, nëpërmjet telefonave inteligjentë, tabletave apo laptopve.

Shërbimi për Manaxhimin e Automjeteve

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

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

Përdorimi i përgjegjshëm i produkteve dhe shërbimeve nga të miturit

Përdorimi i telefonave celularë është i disponueshëm për përdorim edhe nga të miturit, gjë e cila kërkon një mbikëqyrje të vazhdueshme nga prindërit. Këta të fundit duhet të informohen siç duhet rreth funksioneve të telefonit celular, dhe të jenë në gjendje të vendosin siç duhet se çfarë duhet t'i lejojnë të përdorin fëmijët e tyre.

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

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

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

Këshilla nga Stafi i Shitjeve

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

Aparatë celulare të Veçantë

Në Shtator 2013, Kompania nxorri në treg një celular të krijuar posaçërisht për të moshuarit dhe dhuroi 50 nga këta celulare në një qendër për të moshuarit.

Explore Albania

Explore Albania është një platformë praktike për të gjithë ata që dëshirojnë të njohin më mirë Shqipërinë. Ky aplikacion në celular na ofron mundësinë të eksplorojmë dhe të informohemi rreth kategorive të ndryshme, psh. destinacionet turistike, vendet argëtuese, udhëtimet, gastronominë, si dhe qytetet dhe hotelet e vendit. Ai është një aplikacion shumë praktik për përdoruesin dhe mund të instalohet pa pagesë në të gjithë telefonat inteligjentë dhe tabletët Android dhe Apple. Explore Albania përdor opsionin e gjeolokacionit për të

sugjeruar rezultatet më të përshtatshme pranë vendndodhjes së përdoruesit. Nga ana tjetër, përdoruesit mund të kërkojnë informacion rreth zonave të tjera të vendit.

4.6.2 Bashkëpunimi me Organizmat e Njohur

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

ALO 116 komunikon me fëmijët në periudhën më të vështirë të jetës së tyre. Ne punojmë për të mbrojtur mirëqenien e fëmijës, nëpërmjet këshillimit me telefon, rekomandimeve dhe mbrojtjes pro-aktive të të drejtave të fëmijëve. Në vitin 2013, nëpërmjet ALO 166 u morën 53.519 thirrje.

Që nga viti 2013, AMC po bashkëpunon me të njëjtën organizatë për të kryer seanca informuese në shkollat e mesme për përdorimin e përgjegjshëm të shërbimeve të telefonisë celulare nga fëmijët.

4.6.3 Pjesëmarrja në Iniciativat Vetë-Rregulluese

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

Sëbashku me operatorë të tjerë të biznesit, kompania ka kontribuar në hartimin dhe ka nënshkruar Kodin e Sjelljes për "Përdorimin e Sigurt dhe të Përgjegjshëm të Rrjeteve të Komunikimeve Elektronike". Ky kod synon të mbrojë publikun dhe fëmijët sidomos nga rreziqe që kanë lidhje me aksesin në internet.

4.7 Marketingu i Përgjegjshëm

AMC vepron në përputhje me të gjitha ligjet dhe rregulloret në fuqi në lidhje me marketingun, siç kërkohet nga legjislacioni shqiptar, dhe materialet e marketingut shqyrtohen me kujdes përpara se të nxirren. Të gjitha departamentet përqendrohen në krijimin e vlerave afatgjate, me objektivin për të ruajtur fitimin e bizneseve tona.

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

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

Çdo shqyrtim i praktikave të marketingut përtej asaj çka kërkohet nga legjislacioni kombëtar kryhet nga departamentet përkatëse dhe aprovohet nga Drejtori Ekzekutiv.

4.7.1 Praktikrat për një Marketing të Përgjegjshëm

AMC i lançon produktet e saj në treg në mënyrë të thjeshtë dhe transparente. Sloganet, tekstet dhe subjektet synojnë që të jenë mos-diskriminuese dhe respektuese në ton dhe kuptim. Për të pasur nën kontroll mesazhin e transmetuar, departamenti i marketingut ekzaminon gjithçka përpara hedhjes së tyre në treg.

Kompanitë e telekomunikacionit mbulojnë një gamë të gjerë produktesh, shërbimesh dhe ofertash, të cilat mund të kombinohen për t'i ofruar përfitime maksimale abonentëve. AMC bën përpjekjet maksimale për të prezantuar një mesazh të qartë dhe të thjeshtë për t'u kuptuar në reklamat e saj dhe mjetet e tjera të komunikimit. Personeli i shitjeve në dyqanet e saj i ndihmon gjithashtu klientët për të kuptuar programet dhe ofertat.

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

Në vitin 2013 nuk u raportua asnjë rast për moszbatimin e legjislacionit përkatës.

4.8 Transparenca në përcaktimin e Çmimeve

AMC i jep rëndësi të madhe komunikimit të qartë, të thjeshtë dhe transparent të produkteve dhe shërbimeve të saj, dhe çmimeve të tyre, në mënyrë që ato të jenë në përputhje me kërkesat ligjore dhe standartet e larta të vendosura nga vetë kompania. Në zbatim të detyrimeve ligjore, kompania vë në dispozicion informacionin mbi çmimet dhe e bën atë publik në portalin e kompanisë, nëpërmjet linjave të shërbimit për klientët, në broshura dhe fletëpalosje informuese, në shtyp, dhe nëpërmjet mjeteve të tjera të komunikimit. AMC ofron fatura me tarifim të detajuar për klientët që dëshirojnë t'a kenë këtë informacion, i cili është i disponueshëm si për faturat e printuara ashtu edhe për ato elektronike. Gjithashtu, janë të disponueshëm edhe mekanizma të ndryshëm të kontrollit të kostos për klientët, që ata të mund të kontrollojnë faturat e tyre telefonike.

Gjatë viteve të fundit, kompania i ka reduktuar çmimet e saj në masë dramatike. Sipas, AKEP, çmimet e komunikimit celular në Shqipëri sot janë 2-3 herë më të ulëta se mesatarja në vendet e BE-së.

Përveç përmirësimit të konsiderueshëm në cilësinë e shërbimeve, AMC u është përgjigjur kërkesave të klientëve për çmime më të ulëta. Disa shembuj të këtyre rasteve të implementuara nga kompania në vitin 2013, janë:

- Paketat me parapagesë "AMC Mobile Broadband" të cilat ofrojnë çdo muaj 4GB Internet 3G për vetëm 750 Lek;
- Paketa AMC Universal, që ofron 60 minuta kombëtare, 4,000 minuta drejt të gjithë numrave AMC, 4,000 SMS brenda rrejtit AMC, dhe 2 GB Internet 3G për vetëm 1,200 Lek;
- Konsumatorëve me kontratë iu ofruan zbritje më të mëdha në tarifat e pajtimit mujor dhe përdorimin e kohës bisedore falas, si dhe në pikët bonus të fituara për trafikun e gjeneruar. Bonusi përdoret për të përfituar zbritje ose në faturat e tyre telefonike ose në blerjen e ndonjë **seti të ri kufjesh**(headset); dhe
- Paketa AMC Traveller që u mundëson të gjithë abonentëve komunikimin jashtë vendit në shumë destinacione të preferuara me të njëjtat tarifa si të ishin brenda vendit, duke tarifuar vetëm një çmim minimal për lidhjen.

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

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

Shërbime të tjera të kontrollit të kostos përfshijnë:

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

4.8.1 Etiketimi i Sigurisë tek Pajisjet

Të gjitha pajisjet që shoqërojnë produktet dhe shërbimet, e ofruara nga AMC janë të çertifikuara dhe kanë shenjat dhe përshkrimet e detyrueshme të kërkuara nga legjislacioni vendas. AMC nuk tregëton apo nuk shet produkte apo shërbime që janë objekt i ndalimit në tregje ose që grupe interesi të rëndësishme ose publiku i ka kërkuar të ndalohen. Në vitin 2013, nuk janë konstatuar raste mos-zbatueshmërie të kësaj natyre.

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

Kompania nuk ka patur asnjë rast mospajtueshmërie me rregulloret për etiketimin dhe informacionin mbi produktet dhe shërbimet gjatë vitit në shqyrtim.

4.9 Prokurim i Përgjegjshëm dhe Manaxhim i Zinxhirit të Furnizimit

Angazhimi i kompanisë për përgjegjësinë e korporatës reflektohet gjithashtu edhe në mënyrën sesi ajo i përzgjedh dhe punon me furnitorët e saj. Në AMC, procesi i prokurimit përfshin shumë furnitorë që ofrojnë një gamë të gjerë mallrash dhe shërbimesh, dhe është një pjesë e rëndësishme e ofrimit të produktit final tek klientët. Ata të gjithë kanë ndikimin e tyre në mënyrën se si operon kompania dhe kompania ka ndikimin e saj në mënyrën e tyre të operimit. Për këtë arsye, parimet e PK inkorporohen në Politikën e Prokurimit të Kompanisë, për të ofruar orientim për furnitorët e kompanisë.

4.9.1 Politika e Prokurimit

Kompania ka hartuar Kodin e saj të Sjelljes për Furnitorët, i cili përmban të gjitha termat dhe rregulloret për kryerjen e prokurimit në AMC. Objektivat kryesorë të kësaj politike janë:

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

Proçesi i përzgjedhjes dhe vlerësimit të furnitorëve bazohet në kriteret e mëposhtme:

- Specifikimet Teknike;
- Çmimi;
- Termat Komerciale;
- Çështje Kontraktuale;
- Auditim Sistematik; dhe
- Të tjera, sipas specifikimeve.

Në kërkesat e tenderit mund të shtohen edhe kërkesa specifike të Përgjegjësisë së Korporatës nga departamenti iniciues. Të gjithë furnitorëve ofertues, në depozitimin e propozimeve të tyre, u kërkohet të deklarojnë që ata bien dakort shprehimisht të zbatojnë Kodin e Sjelljes të Kompanisë, i cili formalizon vullnetin e AMC për të qënë e ndjeshme nga

ana sociale dhe ndaj mjedisit. Kodi i Sjelljes për Furnitorët është i publikuar në faqen e internetit të kompanisë.

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

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

Politika e Prokurimit e kompanisë nuk bën dallim mes furnitorëve vendas dhe atyre jo-vendas. Sidoqoftë, praktika e zakonshme tregon se për punët që mund të realizohen me furnizime vendase, ato merren në konsideratë. Pra, 63% e punës së kontraktuar nga kompania realizohet me kompani të rregjistruara në Shqipëri.

Kompania ka ruajtur standartet e larta përsa i përket pagesave në kohën e duhur kundrejt furnitorëve të saj, siç përcaktohet në kontratat e nënshkruara me ta. Koha mesatare e pagesës nga kompania për furnitorët, për vitin 2013, ishte 60-90 ditë.

4.9.2 Vlerësimi i Furnitorëve

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

Furnitorët që vlerësohen përzgjidhen kryesisht në bazë të urdhër-pagesave të lëshuara brenda një periudhe 12 mujore. Në vitin 2013, furnitorët e vlerësuar u përzgjedhën në bazë të totalit të urdhër-pagesave/faturave të lëshuara në periudhën 1/10/2011 – 30/9/2012.

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

Pesë kriteret e përdorura për vlerësimin e tyre janë:

- Vlerësimi i Kompanisë;
- Përmbledhja për Produktin ose Shërbimin (ose për të Dy);
- Performanca;
- Manaxhimi i Marrëdhënieve me Furnitorët; dhe
- Sistemet e Manaxhimit të Cilësisë/Përgjegjësia e Korporatës

Për më shumë informacion në lidhje me vlerësimin e furnitorëve të AMC, ju lutemi referojuni Raportit OTE 2013 CR, Seksioni 3.10.2.

4.10 Shërbimi ndaj Klientit dhe Kënaqësia

AMC ka një reputacion të fuqishëm si një nga kompanitë më të rëndësishme në Shqipëri dhe për ofrimin e shërbimeve me cilësi të lartë në tregun e telekomunikacionit shqiptar. Kompania i kushton rëndësi të madhe dhe çdo vit investon burime dhe energji të mëdha në ofrimin e një shërbimi të shkëlqyer tek klientët në të gjitha vendndodhjet e mundshme në Shqipëri dhe përmes një game të gjerë instrumentesh.

Kompania monitoron vazhdimisht cilësinë e shërbimit të saj dhe opinionin e klientëve të saj në lidhje me shërbimin që ata marrin.

4.10.1 Manaxhimi i Ankesave

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

- Duke dërguar një shkresë në zyrat e AMC-së;
- Duke dërguar një e-mail në: complaints@amc.al;
- Duke telefonuar në numrat e Qendrës së Kujdesit ndaj Klientit; dhe
- Duke kontaktuar personalisht në pikat e shitjes së kompanisë.

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

Në vitin 2013, AMC mori 885 ankesa me shkrim, 1,163 ankesa me email, dhe 858 ankesa nëpërmjet thirrjeve telefonike, nga klientët e saj. 83.1% e këtyre ankesave u trajtuan menjëherë brenda 4.2 ditësh mesatarisht.

Tipi i ankesave	Numri	Ankesat e zgjidhura në një kohë të shkurtër (5 ditë)	Mesatarja e ditëve për zgjidhjen e tyre	Çështjet e ngritura në këto ankesa
Ankesat e marra me e-mail	1,163	81.5%	3.6	Tarifimet për shërbimin Roaming, për Data traveller, për shërbimin me parapagesë
Ankesat e marra me shkrim	885	78.8%	4.1	Tarifimet për thirrjet zanore, kombëtare & ndërkombëtare
Ankesat e marra nëpërmjet telefonit	858	89.7%	4.9	Ofert të paaplikuara, shërbim i pakërkuar, mbulimi me sinjal
Totali i ankesave	2,906	83.1%	4.2	

4.10.2 Anketimi i Klientëve

Për të vlerësuar kënaqësinë e klientëve, kompania kryen çdo vit një numër anketimesh, ku më kryesoret janë:

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

Mënyra më e zakonshme për të kryer një anketim mbi kënaqësinë e klientit është nëpërmjet SMS-ve, e cila është një praktikë shumë e përhapur në Grupin DT dhe përdoret nga AMC që nga viti 2012. Anketa manaxhohet nga Response Tek, një kompani kanadeze e mirënjohur që bashkëpunon me partnerë të rëndësishëm (banka, kompani telekomunikacioni, etj). Qëllimi i kësaj ankete është matja e kënaqësisë së klientëve nga tre

pika kontakti kryesore me AMC (qendra e kujdesit ndaj klientit, vetë-shërbimi 142, dyqanet).

Çdo ditë, një numër abonentësh të përzgjedhur rastësisht marrin një SMS, ku pyeten për opinionin e tyre në lidhje cilësinë e shërbimit në një nga pikat e kontaktit të përmendura më lart. Abonentët përgjigjen falas nëpërmjet një SMS-je, duke përdorur një sistem vlerësimi nga 1 në 5 (ku 1 është më i ulëti, dhe 5 më i larti). Rezultatet e kësaj ankete për periudhën Janar-Dhjetor 2013 jepen më poshtë:

Nivelet e Vlerësimit	Qendra e Kujdesit ndaj Klientit	IVR (Përgjigjia zanore interaktive)	Dyqanet
Shumë i kënaqur	44.50%	49.40%	52.50%
I kënaqur	21.20%	17.50%	21.10%
Disi i kënaqur	13.10%	10.70%	11.60%
I pakënaqur	6.90%	5.20%	4.50%
Shumë i pakënaqur	14.30%	17.10%	10.30%

* **Shënim:** Pjesëmarrja nëpërmjet IVR = 3.082 persona, nëpërmjet dyqaneve = 190.672 persona, nëpërmjet qendrave së Kujdesit ndaj Klientit = 6.733 persona.

4.11 Siguria e të Dhënave dhe Privatësia

Rritja e sistemit të komunikimit dhe lidhjes me rrjet dhe rritja e volumit të të dhënave kërkon mekanizma të besueshëm për mbrojtjen e të dhënave. AMC i siguron klientët e saj, partnerët e shitjeve, punonjësit dhe aksionerët në lidhje me sigurinë e shërbimeve dhe produkteve që ajo ofron. Ata duhet të jenë sigurt se të gjitha të dhënat dhe informacioni i besuar kompanisë përpunohet vetëm për qëllimin për të cilin është mbledhur dhe është i mbrojtur ndaj keqpërdorimeve.

Politika e Përgjithshme e Sigurisë (GSP) është dokumenti i parë prej dokumentave që janë pjesë e Projektit të Harmonizimit të Politikave të Sigurisë së Grupit Deutsche Telekom. Ky projekt bazohet në vendimin ISSC të AMC and atë në nivel të Grupit DT që konsiston në adaptimin e Politikave të AMC për Sigurinë e Informacionit referuar formatit të politikës së OTE dhe DT. Implementimi i kësaj politike do të udhëheqë implementimin e politikave të tjera mbi Sigurinë e Informacionit që janë krijuar dhe implementuar në AMC dhe të gjitha Politikave për Sigurinë e Informacionit që do të krijohen gjatë implementimit të Projektit të Harmonizimit të Politikave të Sigurisë të Grupit DT.

Qëllimi i këtij Projekti të Harmonizimit të Politikave të Sigurisë të Grupit DT dhe të kompanisë është pajtueshmëria e Sigurisë dhe Privatësisë së të Dhënave me kërkesat e ISO 27001 dhe 27002.

Parimet e Mbrojtjes së të Dhënave në Deutsche Telekom

Besimi:

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

Transparenca:

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

Përgjegjësia:

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

Shmangia:

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

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

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

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

- AMC aktualisht implementon Standartin European të Sigurisë ISO 2700: 2005, ETSI dhe 3GPP. Këta janë sistemet e manaxhimit të sigurisë (ISMS) më gjithëpërfshirës të përdorur sot. Ata konsistojnë në politika dhe procedura që përmbajnë të gjitha kontrollet ligjore, fizike dhe teknike të përfshira në proceset e manaxhimit të riskut të informacionit në një organizatë.
- Aplikacionet janë në përputhje me kërkesat e Standarteve të Sigurisë së të Dhënave (DSS) (ISO 27001/2: 2005) dhe realizohen nëpërmjet: Firewall-eve të Aplikacioneve të Internetit (WAF-eve), Sistemeve të Kodeve të Sigurisë dhe Sistemeve Anti-Virus.
- Infrastruktura e rrjetit 3G network është implementuar në bazë të Standartit të Sigurisë ISO 27001/2.
- Transferimi i të dhënave në pajisjet e rrjetit AMC përdor sinjal me link radio të enkriptuar.
- “Testet për shkelje” janë të shpeshta.

4.11.1 Zhvillimet në linjë me standartet e sigurisë së Deutsche Telekom

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

Seanca Ndërgjegjësimi në lidhje me Seancat Stërvitore për Sigurinë

Seancat stërvitore të zhvilluara online në lidhje me dhjetë Parimet e Sigurisë, realizohen nëpërmjet një aplikacioni në internet që sigurohet nga DT dhe është pjesë e seancave të Ndërgjegjësimit mbi Sigurinë. Në vitin 2013, AMC përfshiu disa pyetje të lidhura me sigurinë në një pyetësor të brendshëm që u publikua në Intranetin e kompanisë. Pyetësori u bazua mbi të kuptuarin e përceptimin e njohurive për Sigurinë e Informacionit nga punonjësit e AMC-së.

Portali i Sigurisë

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

Sistemi i Manaxhimit të Aksesit

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

Projekti HoneyNet

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




4.12 Manaxhimi i Sigurisë së Biznesit

AMC ka vendosur një Sistem të Manaxhimit të Vazhdimësisë së Biznesit (SMVB) për të vepruar në përputhje me standartet e ISO 22301. Në vitin 2013 pati një progres të dukshëm në marrjen e masave që të gjithë punonjësit të kishim përceptimin e duhur të roleve dhe përgjegjësi të tyre lidhur me programin e Vazhdimësisë së Biznesit. Qëllimi është të auditohet SMVB-ja për të parë pajtueshmërinë me ISO 22301 sipas Institutit të Standarteve Britanike brenda vitit 2014. Për të arritur këtë, në vitin 2013 kompania ndërmori:

- **Ndërgjegjësimi i Brendshëm për MVB** – Informimi i punonjësve dhe ndërgjegjësimi i tyre në lidhje me qëllimin e MVB-së në AMC.
- **Ushtrimi Desktop SMK (Skuadra për Manaxhimin e Krizave)** – Për të bërë prova dhe për të përmirësuar bashkëpunimin dhe komunikimin ndërmjet anëtarëve, nëse kërkohet përfshirja e SMK gjatë një incidenti.
- **AIB e përditësuar sipas ndryshimeve në organizatë.** Vlerësimi i Riskut rishikohet rregullisht çdo tre muaj.
- **Strategjia e AMC për MVB** – Komiteti Drejtues i MVB konstatoi dhe përzgjedhi strategjitë e duhura që përcaktojnë se si do të realizohet vazhdimësia dhe rikuperimi nga ndërprerja.
- **Dokumentacioni i MVB** – Janë krijuar dhe përditësuar shumë forma. Politika dhe Kuadri janë të njëjta me ato të kompanive të Grupit OTE.
- **Simulime evakuimi të përvitshme** që kryhen në të dyja vendndodhjet e kompanisë.

4.13 Arritjet e vitit 2013 dhe Objektivat për vitin 2014

Rezultatet e arritura në lidhje me objektivat e tregut gjatë vitit 2013, të publikuara në 2012, Raporti PK dhe objektivat për vitin 2014 jepen më poshtë:

Objektivat e 2013	Progresi në 2013	Seksioni në Raport	Objektivat për 2014
Publikimi dhe shpërndarja e dy tipeve të broshurave informative për Telefoninë Celulare dhe Fushën Elektromagnetike.		5.7	Publikimi dhe shpërndarja e dy tipeve të broshurave informative për Telefoninë Celulare dhe Fushën Elektromagnetike.
Vazhdimi i programit tonë informativ mbi përdorimin e sigurt të telefonave celularë. Publikimi i një broshure/fletëpalosje.		5.7	Vazhdimi i programit tonë informativ mbi përdorimin e sigurt të telefonave celularë. Publikimi i një broshure/fletëpalosje.
Publikimi i një broshure mbi kontrollin prindëror.		5.7	Trajtimi i 83% të ankesave lidhur me shërbimin ndaj klientit në më pak se 5 ditë.
Organizimi i një Fushate për Sigurinë gjatë Drejtimit të Automjetit në Shqipëri.		-	
Kryerja e anketimi me klientët ose me publikun në lidhje me çështje të PK.		5.2, 5.4	Kryerja e anketimi me klientët ose me publikun në lidhje me çështje të PK.

5 Punonjësit

5.1 Qasja e Manaxhimit

AMC është një nga kompanitë më të mëdha në Shqipëri, duke numëruar 471 profesionistë të dedikuar nga data 31 Dhjetor 2013. Paravësisht madhësisë së saj, janë njerëzit ata që luajnë një rol domethënës në suksesin e vazhdueshëm të kompanisë. Pasioni dhe profesionalizmi i tyre e ka çuar kompaninë drejt arritjeve dhe sukseseve të mëdha.

Prandaj, manaxhimi i kompanisë bën të gjitha përpjekjet që punonjësit e kompanisë të... Manaxhimi beson se rezultatet e biznesit varen plotësisht në... e tyre, si punëdhënës atraktiv i profilit të lartë dhe një vend ideal ku ata të performojnë dhe të rriten. Kompania është e angazhuar në përmirësimin e performancës së fuqisë punëtore, duke investuar në zhvillimin e punonjësve, duke u dhënë atyre mundësi për zhvillim personal dhe profesional si dhe duke u ofruar të gjithëve një vend pune të sigurt dhe të padëmshëm për shëndetin.

Një mjedis pune i sigurt, i drejtë dhe mbështetës është kritik në pasjen e një fuqi punëtore ku produktiviteti dhe morali është i lartë dhe njerëzit janë të motivuar dhe të angazhuar. AMC është e vetëdijshme se kur njerëzit janë të angazhuar, ata janë më të aftë të ofrojnë performancë më të mirë dhe marrin një kënaqësi më të madhe nga puna e tyre.

Për këtë qëllim, kompania ka zhvilluar programe gjithëpërfshirëse që rrisin angazhimin kënaqësinë e punonjësve dhe mbështesin strukturën e re organizative duke promovuar kulturën e korporatës në punën e përditëshme, që karakterizohet nga shpirti i skuadrës, efektshmëria dhe performanca e lartë. Më tej, AMC ka zhvilluar shumë aktivitete, ku punonjësit e saj mund të angazhohen, përfshirë edhe ato ku ata mund të marrin pjesë vullnetarisht.

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

Manaxheri i burimeve njerëzore raporton direkt tek Drejtori Ekzekutiv i kompanisë dhe është pjesë e bordit të manaxherëve të AMC.

5.1.1 Arritjet kryesore gjatë 2013

- U krye me sukses auditimi përsa i përket pajtueshmërisë me OHSAS 18001;
- U shënuar një vit tjetër pa aksidente fatale gjatë orëve të punës;
- Përqindja e grave në pozicione të manaxhimit të mesëm arriti në 54%;
- Përqindja e pjesëmarrjes së punonjësve në anketimin për vlerësimin e kënaqësisë në punë arriti në 84% dhe nga punonjësit që plotësuan pyetësin, 87% ishin të kënaqur me kompaninë;
- Përqindja e plotësimit të vendeve vakante nga brenda kompanisë arriti në 35%;
- 60% e manaxhimit të lartë që raporton direkt tek Drejtori Ekzekutiv janë gra.

5.2 Punësimi

5.2.1 Fuqia Punëtore

Me qëllim rritjen e performancës së punonjësve të rinj dhe të vjetër dhe optimizimin e kostove të personelit, kompania ka bërë përpjekje për mbajtjen e një numri optimal të fuqisë së saj punëtore, e cila më date 31 Dhjetor 2013 ishte 471 punonjës.

Diversiteti i Fuqisë Punëtore në AMC në vitin 2013		
Tipi i punësimit		
Me kohë të plotë	471	100%
Me kohë të pjesshme	0	0%
Të përhershëm (me kontratë pa afat)	459	97%
Të përkohshëm (me kontratë me afat)	12	3%
Gjinia		
Mashkull	191	41%
Femër	280	59%
Mosha		
Nën 30	131	28%
30-50	321	68%
Mbi 50	19	4%
Pozicioni		
Drejtorë (Drejtor Ekzekutiv, Drejtor Divizioni)	5	1%
Mashkull	1	20%
Femër	4	80%
Manaxherë të Nivelit të Lartë (Departamente/Zyra)	19	4%
Mosha nën 30	0	0%
Mosha 30-50	4	80%
Mosha mbi 50	1	20%
Mashkull	9	53%
Femër	10	47%
Manaxherë të Nivelit të Mesëm (Përgjegjës Sektori/Njësie)	74	16%
Mashkull	34	46%
Femër	40	54%

Arsimi

Shkollë e Mesme	47	10%
Universitet	386	82%
Master/Doktoraturë	38	8%

Për shkak të dinamikave të sektorit të telekomunikacionit, AMC ka të punësuar një diversitet të gjerë formimesh dhe ekspertize të sektorit brenda divizioneve të ndryshme, dhe kërkon gjithmonë për njerëz të talentuar të rinj që kanë dëshirë të punojnë në një kompani si AMC-ja në sektorin e telekomunikacionit.

Në 2013 ndryshimet strukturale qenë të pakta. Kur ka ndryshime të tilla, kompania bën përpjekjet maksimale për të informuar punonjësit në një stad sa më të hershëm. Sidoqoftë, në çdo rast, ndiqen kërkesat ligjore. Periudha minimale e njoftimit në këtë rast është 30 ditë. Ndryshimet në fuqinë punëtore të kompanisë janë ilustruar më poshtë:

Ndryshimet në Fuqinë Punëtore të Kompanisë

Përshkrimi	Të Rekrutuar		Të Larguar	
Gjinia	Nr.	%	Nr.	%
Mashkull	10	27%	17	38%
Femer	27	73%	38	84%
Mosha	Nr.	%	Nr.	%
Nën 30	30	81%	16	36%
30 -50	7	19%	39	87%
Mbi 50	0	0%	0	0%
Struktura	Nr.	%	Nr.	%
Teknike	2	5%	3	7%
Komerciale	30	81%	36	80%
Finance	1	3%	1	2%
Administratë	4	11%	5	11%

Kompania ofron të njëjtat mundësi rekrutimi dhe zhvillimi të karrierës si për punonjësit vendas ashtu edhe ata të huaj. Megjithatë, për disa pozicione që kërkojnë njohuri të mirë të gjuhës shqipe dhe preferenca e mjedisit vendas është për shtetasit shqiptarë, të cilët përbëjnë 58% të manaxhimit të lartë dhe 100% të manaxhimit të mesëm.

AMC ofron mundësi të mira punësimi për studentët dhe programme internshipi për ta me qëllim që ata të fitojnë experience reale pune dhe të trajnohen në vendin e punës duke fituar aftësi të vlefshme që do t'i ndihmojnë ata të performojnë më mirë në punë apo gjatë studimeve të tyre. Në vitin 2013 kompania ofroi dy internshipe afatgjata dhe 27 internshipe afatshkurtra për studentët e Telekomunikacionit, Informatikës dhe Elektronikës.

Në vitin 2013, AMC mori pjesë në një numër eventesh me fokus tek karriera, të cilat u organizuan nga universitetet dhe/ose institucione të tjera të rëndësishme që mbështesin të sapodiplomuarit ose studentët të gjejnë punë. Disa nga këto eventë ishin:

- Panairi i Punës në Tiranë i organizuar nga Ministria e Punës e Shqipërisë dhe Shërbimi Kombëtar i Punësimit.
- Panairi i Punës në Universitetin e Nju Jorkut Tiranë (UNYT), organizuar nga UNYT. Studentët patën mundësi të takojnë specialistë rekrutimi dhe e prezantuan veten në mënyra të ndryshme, duke shfrytëzuar mekanizma të ndryshëm siç janë, prezantimet me programin powerpoint, foto, video, prezantime verbale (në disa raste jashtë kontekstit të prezantimit klasik).
- Panairi i Karrierës i organizuar nga Universiteti Epoka në Tiranë. Përfaqësuesit e Burimeve Njerëzore të AMC patën mundësinë të takojnë të diplomuar në fusha të ndryshme akademike, që kanë studiuar në Universitetin Epoka.

5.2.2 Kuadri i Politikave për Panairin e Punës

AMC zbaton praktika punësimi të drejta dhe jo-diskriminuese, në përputhje me:

- Kodin e Punës dhe kuadrin rregullator përkatës, që ndalon përdorimin e punësimit e të miturve dhe punën e detyruar.
- Politikën e kompanisë për Marrëdhëniet me Punonjësin dhe Kodin e Sjelljes, që njohin shprehimisht të drejtën themelore të lirisë së organizimit kolektiv dhe të drejtën për t'u angazhuar në negociata kolektive, brenda kuadrit të legjislacionit vendas, dhe shprehimisht ndalon ngacmimin dhe diskriminimin e paligjshëm, në bazë të moshës, gjinisë, besimit fetar, prirjeve, prejardhjes ose orientimit seksual.
- Manuali i punonjësit i AMC-së, i cili thekson parimet dhe jep udhëzime për sjelljen e punonjësve të kompanisë.

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

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

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

5.2.3 Mosdiskriminimi, Shanset e Barabarta dhe Diversiteti

Paga Jo-diskriminuese

Nuk ka diskriminim mbi bazë gjinie, origjine apo drikriminim i ndonjë lloji tjetër në lidhje me përcaktimin e pagave në AMC. Siç thuhet në Manualin e Punonjësit dhe Kodin e Sjelljes së kompanisë, zbatohet pagesë e drejtë dhe e barabartë si për burrat ashtu edhe për gratë. Pagesa përcaktohet në bazë të pozicionit të punës, kualifikimit, performancës individuale,

konkurrueshmërisë së tregut, eksperiencës, kërkesave ligjore në vend dhe vendimeve shtetërore.

Paga më e ulët në kompani është 113% më e lartë se paga minimale e përcaktuar me ligj.

Leja e Lindjes

Kompania aplikon lejen e lindjes për lindje fëmije dhe lejen prindërore për përkujdesje ndaj fëmijës. Leja prindërore konsiderohet dhe paguhet si kohë pune dhe u ofrohet nënave dhe baballarëve të punësuar, menjëherë pas përfundimit të lejes së lindjes.

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

Edhe burrat gëzojnë të drejtën për të marrë lejen prindërore të përmendur më lart, me kusht që bashkëshortet e tyre të mos e kenë marrë këtë leje nga punëdhënësi i tyre. Për më tepër, burrat mund të marrin deri në 4 muaj leje prindërore për t'u përkujdesur për fëmijët e tyre në gjashtë muajt e parë të jetës së fëmijës. Asnjëri nga punonjësit burra që punojnë në AMC nuk zgjodhi të përfitonte nga e drejta e lejes prindërore në 2013. Nga ana tjetër, gjatë vitit 2013, lejen prindërore e morën 16 gra punonjëse të AMC.

Diversiteti Gjinor

Diversiteti gjinor respektohet në të gjitha nivelet e kompanisë, përfshirë edhe pozicionet e manaxhimit të lartë dhe atij të mesëm. Gratë përbëjnë 59% të fuqisë punëtore të kompanisë, dhe 54% të të gjithë pozicioneve manaxhuese, 40% të pozicioneve të Bordit Drejtues dhe 47% të pozicioneve të manaxhimit të lartë. Në vitin 2013, numri i grave që raportojnë direkt tek Drejtori Ekzekutiv qe 60%.

Diversiteti i Kombësisë

Mbi 97% e punonjësve të AMC janë Shqiptarë. Manaxhimi i lartë është i përbërë nga profesionistë me kombësi të ndryshme: Shqiptarë, Grekë, Gjermanë dhe Maqedonas.

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

Strukturat e AMC	Viti 2010		Viti 2011		Viti 2012		Viti 2013	
	Vendas	Të Huaj	Vendas	Të Huaj	Vendas	Të Huaj	Vendas	Të Huaj
Bordi Mbikëqyrës	1	2	0	3	0	3	0	3
Bordi Drejtues	0	5	0	5	0	5	0	5
Manaxhimi i Lartë	13	8	16	9	18	7	11	8
Komitetet Ndërdepartamentale	3	10	5	7	5	7	8	7

Punonjësit e AMC gëzojnë të drejtën dhe mundësinë e këshillimit kokë më kokë me personelin e Departamentit të Burimeve Njerëzore në lidhje me çështjet e diskriminimit. Në vitin 2013, nuk u raportua asnjë rast diskriminimi.

Më kuadër të meritokracisë, AMC plotësoi zhvillimin e roleve të pozicioneve të punës ("orientimi i karrierës"). Vlen të përmendet se gjatë vitit 2012 u zhvillua një aplikacion

kompjuterik për mundësimin e manaxhimit të të dhënave me qëllim plotësimin e nevojave të punonjësve përmes auto-aplikimit si dhe lejimit të manaxherëve për të aplikuar politika dhe procedura në mënyrë elektronike. Ky aplikacion po përdoret edhe gjatë vitit në shqyrtim.

5.3 Shëndeti dhe Siguria

Garantimi i shëndetit dhe sigurisë për punonjësit, partnerët dhe klientët e saj është një prioritet për AMC. Për këtë kompania merr në konsideratë dispozitat e legjislacionit dhe rregulloreve shqiptare si dhe standartet dhe politikat e tjera për shëndetin dhe sigurinë që kompania ka vendosur të zbatojë.

Që nga viti 2012, AMC ka implementuar një sistem manaxhimi të Shëndetit dhe Sigurisë, që është i bazuar në standartet ndërkombëtare OHSAS 18001 në lidhje me shëndetin dhe sigurinë në punë.

5.3.1 Politika e Shëndetit dhe Sigurisë

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

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

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

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

- Pajtueshmëria me të gjitha kërkesat e legjislacionit vendas;
- Çertifikimi i të gjitha operacioneve sipas kërkesave të OHSAS 18001;
- Përditësimi i Vlerësimeve të Riskut në Punë, të paktën çdo tre vjet dhe përditësimet të tjera, kur kushtet ndryshojnë me implikacione risku të konsiderueshme, ose kur prezantohen aktivitete ose shërbime të reja;
- Pasja e një sistemi gjithëpërfshirës të Komitetit dhe Skuadrës së Shëndetit dhe Sigurisë, duke përfshirë punonjësit nga baza dhe nga manaxhimi për të zhvilluar konsultime;
- Trajnime sistematike të punonjësve të kompanisë për parimet dhe praktikën e Shëndetit dhe Sigurisë në Punë (SH&SP), me trajnime të specializuara shtesë në lidhje me punë me rreziqe potenciale përsa i përket instalimeve;
- Sistem gjithëpërfshirës i Raportimit të Aksidenteve-Incidenteve, që mirëmbahet nga Skuadra e Shëndetit dhe Sigurisë në Punë, që mbulon hetimin e eventeve, rekomandimet dhe raportimin statutor;
- Simulime të rregullta për sigurinë dhe evakuimin e godinës;

- Ofrimi i workshop-eve, buletinëve informativë dhe artikujt e Intranetit në lidhje me çështje të rëndësishme të shëndetit dhe sigurisë, gjatë gjithë vitit; dhe
- Kontrollë mjekësore të programuara për të gjithë punonjësit në gjithë vendin çdo vit, me qëllim krijimin e dosjeve individuale të shëndetit për çdo punonjës dhe parandalimin e problemeve shëndetësore potenciale.

5.3.2 Ecuria e Shëndetit dhe Sigurisë në vitin 2013

Në vitin 2013, kompania ka vijuar të theksojë fort çështjen e parandalimit të problemeve të Shëndetit dhe Sigurisë nëpërmjet trajnimeve dhe inspektimeve, të cilat përmbledhen në tabelën më poshtë:

Ecuria e Shëndetit dhe Sigurisë në 2013	
Fatalitetet	
Fatalitetet në Punonjës	0
Fatalitetet në Kontraktorë	n/a
Aksidentet e lidhura me Punën (Punonjësit)	
Numri i Punonjësve me plagosje	0
Burra	0
Gra	0
Totali	0
Përqindja e Plagosjeve¹	
Burra	0
Gra	0
Totali	0
Përqindja e Sëmundjeve Profesionale²	
Burra	0
Gra	0
Totali	0
Përqindja e Ditëve të Humbura³	
Burra	0
Gra	0
Totali	0
Occupational Diseases Rate⁴	
	0

Shënim:

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

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

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

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

5.3.3 Ndërgjegjësimi & Parandalimi i problemeve të Shëndetit dhe Sigurisë

Masat parandaluese për Shëndetin dhe Sigurinë vazhduan edhe gjatë vitit 2013. Hartimi i planit vjetor për trajnimet e SH&S është i bazuar në vlerësimin e përgjithshëm të veprimeve të vitit të kaluar, siç janë rezultati i inspektimit të kryer nga stafi mjekësor dhe teknik, të dhënat e rregjistruara për aksidentet në punë, dhe sukcesi i programeve të trajnimit. Gjatë vitit në shqyrtim, u morën masat e mëposhtme.

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

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

Trajnimi për Ndhimën e Shpejtë

Sipas programit të "Trajnimit për Ndhimën e Shpejtë" trajnimi ofrohet për të gjithë punonjësit e angazhuar në punë të klasifikuara si të vështira (puna në lartësi, puna me elektricitetin, magazina, etj) dhe për të gjithë punonjësit që janë pjesë e Strukturës së Reagimit ndaj Emergjencave, (Kontrollorët e Emergjencave, Skuadra e Reagimit ndaj Emergjencave). Kjo përfshin trajtimin me ndihmën e shpejtë të plagosjeve të vogla në lëkurë nga prerja me letër, gërvishtjeve, aleggjive të lëkurës, matjen e tensionit të gjakut kryesisht tek individët e rinj dhe gratë shtatëzëna që "vuajnë" nga tensioni i ulët i gjakut, etj. Në vitin 2013, 40 punonjës u trajnuan për dhënien e ndihmës së shpejtë.

Ndihmesa fizike në rast problemesh shëndetësore

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

Studimet mbi Rreziqet në Punë

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

Fushatat e brendshme të informimit

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

Programe trajnimi për sigurinë e punës në lartësi

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

Inspektimet e Sigurisë në Vendin e Punës

Në ambientet e kompanisë zhvillohen inspektime të rregullta çdo muaj dhe çdo tremujor.

Në vitin 2013, kompania zhvilloi këto programe trajnimi për shëndetin dhe sigurinë:

Trajnimet për Shëndetin & Sigurinë	Numri i Punonjësve	Orë pune/person
Cështje të Shëndetit & Sigurisë në programin fillestar	40 (1 orë)	40
Simulime për Emergjencë	437 (1 orë)	437
Trajnim i Gatishmërisë për Emergjencë & Mbrojtje nga Zjarri – Skuadra e Reagimit ndaj Incidenteve	55 (2 orë)	110
Ngjitja në kulla & puna në lartësi	9 (16 orë)	144
Puna me pajisje & instalime elektrike	19 (8 orë)	152
Trajnim për Ndhimën e Shpejtë	46 (7 orë)	322
Drejtimit i sigurt të automjetit	Asnjë	
Siguria në dyqane	70 (1 orë)	70
Seanca të ndërgjegjësimit për shëndetin & sigurinë në punë -	16 (1 orë)	16

Totali**711****1,291**

5.4 Zhvillimi i Punonjësit

Qëllimi i kompanisë është të krijojë një vend pune të sigurt, të drejtë dhe të krijojë lehtësira për zhvillimin personal dhe profesional të punonjësve të saj. Zhvillimi i punonjësit përfshin:

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

5.4.1 Manaxhimi i Performancës

Kompania përdor një Sistem Vlerësimi të Performancës të mirëpërcaktuar, që jepet në Udhëzimet e Vlerësimit të Performancës dhe është i disponueshëm për të gjithë punonjësit përmes kompanisë Intranet. Performanca e çdo punonjësi vlerësohet çdo vit nga eprori direkt i tij/saj bazuar mbi objektiva të paracaktuar. Përmes këtij sistemi, mundësohet identifikimi i pikave të forta dhe i atyre që kanë nevojë për përmirësim.

Në vitin 2013, u vlerësuan të gjithë punonjësit e kompanisë, manaxherët e nivelit të mesëm and të lartë u trajnuan për përdorimin e sistemit të vlerësimit të performancës përpara se të kryhej procesi i vlerësimit.

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

5.4.2 Zhvillimi i Performancës

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

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

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

Proçesi i rekrutimit për kandidatët e brendshëm dhe të jashtëm bazohet në kriterin e transparencës dhe meritokracisë. Në vitin 2013, 35% e pozicioneve të hapura në AMC u plotësuan nga brenda kompanisë. Rekrutimi i brendshëm përfshin njoftimin e brendshëm, intervistimin dhe proçesin e përzgjedhjes, kur shikohet e nevojshme, edhe testimin.

5.4.3 Trajnimi i Punonjësit

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

Në vitin 2013, kompania zhvilloi 9 programe trajnimi të cilët rezultuan në 3,966 orë trajnimi në total, me një mesatare prej 8.3 orësh trajnimi për punonjës.

Statistikat e Trajnimit të Punonjësve	
Tematika e Trajnimeve	Nr. i Punonjësve
Këshillim i Këshilluesve	4
Manaxhim Projektsh	13
Manaxhimi i Përfaqësuesve të Shitjeve	14
Aftësi Negociimi	16
Aftësi Prezantimi	7
Trajnim për ACCA & IFRS	3
Trajnim për CISCO	1
Trajnim për SAP	-

Tematikat e Trajnimit

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

- **Vlerësimet e Performancës;** programi i trajnimit u përpilua dhe u implementua si mbështetje për politikën e re të vlerësimit të performancës (VP) dhe ka në fokus proçeset e manaxhimit.
- **Këshillimi i Këshilluesve;** ky program trajnimi u dizenuar për drejtorët e kompanisë, të cilët u trajnuan për:
 - Zhvillimin e një stili këshillimi që mund t'u mësohet të tjerëve.
 - Mbështetjen e zhvendosjes pozitive në aftësitë e skuadrës së tyre dhe besim në kërkesën dhe marrjen e angazhimeve.
 - Rritjen e konsiderueshme të përqindjes së reagimit pozitiv që merr skuadra e tyre për rritje të efektivitetit në lidhshmëri.
 - Rishikimin e Platformës së Këshillimit për të aksesuar, këshilluar dhe monitoruar përmirësimin e vazhdueshëm në strategjinë e marrjes së angazhimit.
 - Praktikimin e stilit të Këshillimit në takime individuale.

- **Trajnim për Manaxhim Projektsh;** është dizenuar për punonjësit që marrin pjesë në projekte komplekse për t'i ndihmuar ata të gjejnë zgjidhje më të zgjuara, në kohën e duhur dhe brenda buxhetit.
- **Trajnim për Manaxhim të Përfaqësuesve të Shitjeve;** është dizenuar për personelin e shitjeve, për të rritur aftësitë e përgjegjësve dhe manaxherëve të shitjeve, në mënyrë që ata të rrisin performancën e skuadrës së tyre.
- **Trajnim për Aftësi Negociimi;** zhvillon taktikat në një shumëllojshmëri situatash negociimi dhe është dizenuar për personelin e prokurimit dhe shitjeve.
- **Trajnim për Aftësi Prezantimi;** synon të zhvillojë vetëbesimin dhe aftësinë për të bërë prezantime të mira, dhe për të qëndruar përpara një publiku dhe për të folur mirë, që nga ana tjetër janë edhe aftësi të dobishme për vetë-zhvillim dhe në situata shoqërore.
- **Trajnim për ACCA & IFRS;** ky trajnim është përshtatur për punonjësit që punojnë në financë dhe kontabilitet.
- **Trajnimet për CISCO;** këto trajnime janë dizenuar për inxhinierët që kryejnë shërbime në stacione për produktet Cisco.
- **Trajnimet për SAP;** këto trajnime iu ofruan shumë punonjësve që punojnë në departamente të ndryshme, të cilët përdorin SAP në operacionet e tyre. Qëllimi i trajnimeve ishte për të nxitur zotësi dhe aftësi më të mëdha në kompani përmes shfrytëzimit të zgjidhjeve SAP.

5.5 Benefitet e Punonjësit

Përveç pagës dhe benefiteve të tjera të përcaktuara me ligj, çdo vit AMC u ofron punonjësve të saj benefite shtesë, të cilat bazohen në plane benefitesh. Në vitin 2013, ato më kryesoret ishin:

Për punonjësit

- Ekzaminime mjekësore të përvitshme;
- Fizioterapisti në kompani (dy herë në javë);
- Vizita mjekësore ORL dhe Audiogramë falas;
- Kamp veror për fëmijët e punonjësve;
- Shërbime të kujdesit dhe mirëqënies personale; dhe
- Zgjedhje të tjera për të përfituar benefitin e palestrës, në bashkëpunim me qendra të ndryshme fitnesi.

Në parim, AMC u ofron benefite të gjithë punonjësve, me ndryshime të vogla mes stafit manaxherial dhe atij jo-manaxherial.

Produktet e telefonisë celulare

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

Benefitet në punë

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

Familja

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

Shpirti i skuadrës

- Pjesëmarrja në skuadrën e AMC dhe kampionate dhe aktivitete të brendshme, me qëllim balancimin e jetës profesionale dhe asaj personale të punonjësit (kampionati i volejbollit 6x6, kampionati i bowling, kampionati i ping pong-ut, etj.);

Të ndryshme

- Shërbim autobuzi për transportimin e personelit, për në punë, zyrat e kompanisë në Laprakë dhe Kashar, dhe nga puna për në shtëpi.
- Aksesimi në aktivitete të ndryshme social-kulturale, përmes biletave të shpërndara me shorte;
- Bashkëpunimi me shumë kompani për të siguruar trajtimin preferencial të punonjësve dhe zbritjet e veçanta ofruar atyre për produkte dhe shërbime.

5.6 Komunikimet e Brendshme

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

Në vitin 2013, për të informuar punonjësit e saj, kompania:

- Përdori intranetin e saj të bërë postime dhe publikime të ndryshme.
- Dërgoi 64 komunikime elektronike (email) për çështje të kompanisë dhe çështje të tjera; disa prej më të rëndësishmeve ishin komunikimet për Ditën e Privatësisë së të Dhënave, Ditën e Parimeve Udhëzuese, Kodin e Sjelljes, Ditën Botërore të Internetit të Sigurt, rifreskimin e imazhit të markës, etj.
- Promovoi 12 fushata ndërgjegjësimi të ndryshme përmes Intranetit, duke përfshirë përdorimin e banderolave, konfigurimet tematike të elementëve të faqes kryesore të portalit të kompanisë dhe përmbajtjen e lidhur me fushatën, si dhe përmes posterave, fletëpalosjeve, broshurave dhe materialeve të tjera promovionale.
- U komunikoi të gjithë punonjësve rezultatet e detajuara të dy Anketimeve Puls, në Nëntor 2013.
- Organizoi 10 evente të brendshme të kompanisë; dhe
- Organizoi 3 aktivitete vullnetarizmi në kompani. Numri i punonjësve të AMC që morën pjesë në iniciativat e ndryshme vullnetare, siç ishin pastrimi i parqeve dhe bregdetit, kalimi i kohës me njerëzit në nevojë, etj., është rritur.

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

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

5.7 Angazhimi dhe Kënaqësia e Punonjësit

5.7.1 Angazhimi i Punonjësit

Në mjedisin e sotëm të biznesit që ndryshon me shpejtësi, bëhet gjithmonë e më e vështirë të motivosh punonjësit dhe të sigurosh rritjen dhe produktivitetin. AMC e konsideron angazhimin e punonjësve thelbësor për lidhjen e punonjësve me suksesin e kompanisë, duke u dhënë atyre ndjesinë e përkatësisë ndaj kompanisë dhe suksesit të saj, dhe duke krijuar një kulturë që mbështet dhe ndërton një markë punëdhënësi të fuqishme.

AMC inkurajon punonjësit e saj të komunikojnë hapur, përmes kanaleve të ndryshme, që ata mund të zgjedhin, siç janë takimet dhe prezantimet, workshop-et, memot e brendshme dhe anketimet e kënaqësisë. janë në dispozicion të. Gjithashtu, punonjësit kanë në dispozicion adresa emaili specifike për të komunikuar.

5.7.2 Kënaqësia e Punonjësit

AMC i kushton vëmendje të veçantë opinionin e punonjësve. Ajo shpesh i mbledh, i analizon dhe i monitoron ato. Mekanizmi kryesor i përdorur nga kompania për të marrë opinionet e tyre është anketimi për kënaqësinë e punonjësit që zhvillohet çdo dy vjet, dhe anketa puls që zhvillohet çdo vit. Anketimet janë një mekanizëm i besueshëm, ndër metodat e tjera të mbledhjes së informacionit, për ndryshime e përmirësime të mundshme dhe plane veprimesh.

Anketa Puls

Një prej treguesve më të rëndësishëm që tregon kënaqësinë e punonjësit ndaj kompanisë, janë opinionet e mbledhura përmes Anketës Puls, që organizohet rregullisht në nivel të Grupit DT. AMC është një nga kompanitë e Grupit DT me nivelin më të lartë të pjesëmarrjes. 84% të punonjësve të AMC morën pjesë në këtë anketim dhe kënaqësia e tyre qe sërish e lartë. Këto rezultate tregojnë që tendenca në rritje e rezultateve të vitit të kaluar vazhdon. Përqindja e kënaqësisë së punonjësit në anketimin e muajit Nëntor 2013 qe 87%, por edhe niveli i atraktivitetit së punëdhënësit qe në të njëjtin nivel, 87%. Një komponent tjetër që lidhet me ndërgjegjësimin e punonjësve të AMC përse i përket të qenit pjesë e një grupi ndërkombëtar të madh është rritur në masë të konsiderueshme në 71%. Bashkëpunimi mes kolegësh përmes funksioneve të ndryshme, ndërmjet departamenteve dhe kompanive është një zhvillim tjetër pozitiv me 87%. Opinioni i punonjësve i dhënë në anketë shqyrtohet gjithmonë nga manaxhimi i lartë, me qëllim identifikimin dhe ndikimin në zonat që kanë nevojë për përmirësim.

Të Dhënat e Anketës Puls 2013

Çështjet	Rezultatet
Përqindja e Pjesëmarrjes së Punonjësve	84%
Përqindja e Kënaqësisë së Punonjësve	87%
Ndërgjegjësimi për Markën e Punëdhënësit	87%

Ndërgjegjësimi për Grupin DT	71%
Bashkëpunimi me të Tjerët	87%

5.8 Arritjet e vitit 2013 dhe Objektivat për vitin 2014

Rezultatet e arritura përsa i përket objektivave për vitin 2013, publikuar në Raportin PK të vitit 2012 dhe objektivat e vëna për vitin 2014 jepen më poshtë:

Objektivat e 2013	Ecuria në 2013	Pjesa në Raport	Objektivat për 2014
Zhvillimi i një ankete për kënaqësinë e punonjësit		6.7.2	Zhvillimi i një ankete puls
Vazhdimi i zhvillimit të kulturës së vullnetarizmit të punonjësit. Organizimi i 4 llojeve/modeleve të veprimeve të vullnetarizmit.		6.6, 7.4	Vazhdimi i zhvillimit të kulturës së vullnetarizmit të punonjësit. Organizimi i 4 llojeve/modeleve të veprimeve të vullnetarizmit.
Organizimi i një programi PK për formim skuadre në 3 institucione të reja.		7.4	Trajnim zhvillimi për 15% të punonjësve
			Prezantimi i aktiviteteve të reja me fokus shpirtin e skuadrës, në formën e benefiteve të punonjësit për socilaizim dhe argëtim.

6 Shoqëria

6.1 Qasja e Manaxhimit

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

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

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

- Aktivitetet e kontributit social dizajnohen dhe implementohen nga Zyra e Çështjeve të Korporatës nën drejtimin dhe mbështetjen e Drejtorit Ekzekutiv.
- Të gjitha sponsorizimet dhe donacionet e aprovuara nga Drejtori Ekzekutiv i kompanisë shqyrtohen fillimisht nga Zyra e Pajtueshmërisë së AMC për të verifikuar pajtueshmërinë e tyre me rregulloret e kompanisë. Në vitin 2013, në fokus të kompanisë qenë grupet shoqërore me disavantazhe dhe fëmijët.
- Reagimi nga grupet e interesit në lidhje me kontributin shoqëror mblidhet nga Zyra e Çështjeve të Korporatës, gjë që prodhon edhe bazat për propozime të reja, iniciativa të reja ose ndryshime në programin aktual të PK. Kjo Zyrë është përgjegjëse edhe për mbledhjen e të gjitha të dhënave në lidhje me matjen e impaktit në shoqëri të programeve.
- Suksesi i aktiviteteve të angazhimit shoqëror vlerësohet duke përdorur Treguesit Kryesorë të Performancës.

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

6.1.1 Arritjet Kryesore të vitit 2013

- U ofruan 14 bursa për studentët që studiojnë në Universitetet Shqiptare;
- 255 punonjës të AMC u aktivizuan në veprimtari të ndryshme vullnetarizmi;
- Punonjësit e AMC punuan vullnetarisht 3,300 orë & u dhanë mbështetje 1,485 njerëzve;
- Shtrinë edhe më tej programin e skuadër-formimit dhe përgjegjësisë komunitare Realizo një Endërr në tre institucione të tjera ku u ndihmuan fëmijët dhe njerëzit në nevojë;
- Ofruan eksperiencë pune përmes programeve të praktikimit në punë për 29 studentë.

6.2 Produktet, Shërbimet dhe Ofertat Sociale

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

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

Telefona Celularë të Veçanta

Në Shtator 2013, AMC hodhi në treg një aparat celular të dizenuar posaçërisht për të moshuarit dhe i dhuroi 50 të tillë një shtëpie të moshuarish. Këta telefonë u janë dhënë të moshuarve përmes dyqaneve në zotërim të AMC-së.

Plane Tarifore të Veçanta

Kompania ofron zbritje prej 66% në tarifën e pajtimit mujor për anëtarët e Shoqatës Shqiptare të të Verbërve. Këtë shërbim e morën rreth 1,000 njerëz.

Mesazhet Zanore

Ky shërbim u ofron njerëzve me probleme shikimi aftësinë për të manaxhuar mesazhet e tyre me lehtësi. Përdoruesit janë gjendje të dëgjojnë mesazhet e tyre zanore falas dhe gjithashtu t'i ruajnë ato në kutinë e mesazheve hyrëse.

6.2.2 Studentët

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

- Shpenzime komunikimi të reduktuara për studentët, me oferta speciale dhe dhurata unike. Studentët mund të zgjedhin mes ofertave të programeve tarifore What's Up, Cost Control dhe atyre për Internetin në Celular.
- Dhurimi i kompjuterave dhe pajisjeve të tjera të teknologjisë për shkollat dhe organizatat jofitimprurëse.

6.2.3 Linjat e Publike të Emergjencës, Shërbimet dhe Ofertat

AMC ofron thirrje pa pagesë për të gjithë abonentët e saj në raste emergjencash përmes përdorimit të numrave të shkurtër publikë të emergjencave. Numrat e shkurtër që përdoren janë 127, 128 dhe 129. Më tej, ajo ofron mbështetje në operimin e qendrës telefonike të këshillimit për fëmijët shqiptarë, "ALO 116".

Shërbimi i donacionit përmes numrave të shkurtër

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

6.3 Kontributi Shoqëror

AMC vazhdon të promovojë dhe të angazhohet në Aktivitete të Kontributit Shoqëror në përputhje me nevojat e komuniteteve ku ajo operon. Përmes këtyre aktiviteteve, kompania synon të përmbushë përgjegjësitë e saj sociale si qytetare e mire që kontribuon me zgjidhje të shumta në dobi të komuniteteve dhe të vendit. Zonat strategjike ku AMC fokuson kontributin e saj social janë:

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

6.3.1 Mbështetje e Mirëqënies dhe Zhvillimit të Fëmijëve

SMS e Dashurisë

Si pjesë e Projektit SMS e Dashurisë, në vitin 2013, AMC i dhuroi një pajisje ekokardiografie Spitalit Pediatrik të Tiranës. Makineria e re do të shërbejë për vlerësimin e shëndetit të përgjithshëm të zemrës së fëmijëve që nga lindja e deri në moshën 15 vjeç. Njësia e Ekokardiografisë është përgjegjëse për manaxhimin e 3,000 vizitave të pacientëve në vit, përfshirë fëmijët nën trajtim nga vendet fqinje.

Mbështetje për Shtëpitë e Foshnjave

AMC ka mbështetur Shtëpinë e Foshnjave të Tiranës që nga viti 2010, duke ofruar facilitete dhe artikuj për higjienën e foshnjeve.

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

Programet e Granteve për Universitetet

Nën sloganin "Novacioni vjen nga ju", AMC prezantoi programin e granteve të universiteteve, që synojnë të përmirësojnë infrastrukturën e fakulteteve përmes projekteve novatore. Risia e këtij programi është përfshirja direkte e të rinjve dhe e stafit akademik në dhënien e ideve dhe implementimin e tyre në praktikë. Programi "Novacioni vjen nga ju" i motivon studentët dhe profesorët të bëhen iniciues të ndryshimeve pozitive në universitete dhe të materializojnë zgjidhjet e propozuara përmes përdorimit të teknologjisë. Studentët dhe profesorët në universitetet publike formojnë një skuadër dhe aplikojnë për një grant për financimin e projektit teknologjik që i ndihmon ata në përmirësimin e infrastrukturës së

universiteteve të tyre. Në vitin 2013, u dhanë dy grante përkatësisht për a) dixhitalizimin e procesit të mësimdhënies dhe të dhënave, dhe për b) zhvillimin e një biblioteke dhe katalogu dixhital.

Programi i Bursave të Shkollës Agrare Amerikane të Selanikut

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

Programi i Bursave të Universitetit të Akademisë së Biznesit

Dy bursa u dhanë për dy studentë, që studiojnë Universitetin e Akademisë së Biznesit në Tiranë, në kuadrin e programit Fastip.

Programi i Bursave i Universiteteve Publike Shqiptare

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

Programi i Praktikës së Punës

AMC bashkëpunon me universitetet dhe mbështet studentët para diplomimit duke mundësuar që ata të bëjnë praktikën e punës në AMC. Studentët punojnë në departamente të ndryshme, që lidhen e fushën e studimit të tyre, për 3-4 javë. Në vitin 2013, 29 studentë kryen praktikën e tyre të punës në AMC.

Konferencat

AMC sponsorizoi koForum-in e 5^{të} Shqiptar të Telekomit InfoCom, i cili këtë vit pati tematikën "Porta dixhitale për në Bashkimin Europian".

6.3.3 Mbështetja e Grupeve Shoqërore me Disavantazhe dhe Njerëzve me Nevoja të Veçanta

Turneu i Fundvitit

Që viti i 7^{të} rresht që AMC organizoi një turne bamirësie në qendrat e të moshuarve dhe jetimoret e gjithë vendit. 5 institucione (jetimore dhe qendra të moshuarish) në Tiranë, Fier, Shkodër, Vlorë u vizituan nga AMC, dhe 233 njerëz morën dhuratat, siç ishin veshje dhe lodra, të gjitha të dhuruara nga kompania.

6.3.4 Promovimi i Artit dhe Kulturës

Konkursi i Artit të Rrugës

AMC mbështeti Galerinë FAB dhe Universitetin e Arteve në organizimin e të parës ekspozitë të artit grafik "Arti i Rrugës një Zë i RI", që përmbante një gamë punimesh të mahnitshme. Kjo përpjekje synon të identifikojë hapësira të lira publike në Tiranë, Vlorë dhe Kamëz, që janë të pakëndshme për syrin e shoqërisë rreth e rrotull.

Ekspozita konsiston në punime të ndryshme artistike nga artistë të rinj që propozojnë pikëpamjet për hapësirat publike të transformuara në art qytetar. Idetë më të mira u prezantuan në bashkitë lokale për t'u shqyrtuar për implementim.

Tetori Gjerman

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

Aktivitetet e Ditës së Verës

AMC organizoi një seri aktivitetesh në Elbsan dhe Tiranë për Ditën e Verës, një traditë e përvitshme kjo e kompanisë për vite me rradhë. Artistë dhe performues të shumtë sollën momente të gëzueshme dhe buzëqeshje në këtë ditë të shënuar, dhe ndanë vlerat e miqësisë dhe harmonisë. Për t'i dhënë një rëndësi të veçantë kësaj ditë domethënëse për Shqipërinë u angazhuan shumë artistë dhe performues.

6.3.5 Mbështetja për Mjedisin

Programin i Shkollës së Gjelbër

Në bashkëpunim me UNICEF dhe partnerë të tjerë projektsh, AMC mbështeti programin e Shkollës së Gjelbër në Shqipëri. Kjo është një iniciativë ambjentaliste, e para e këtij lloji në Shqipëri, dhe synoi të rrisë ndërgjegjësimin për mbrojtjen dhe përmirësimin e mjedisit, nga muaji Mars deri në Dhjetor 2013. Programi përfshinte çertifikata të shkollës së gjelbër, përreth shkollave u vendosën më shumë kosha mbeturinash, u mbollën lule dhe pemë, dhe u vendosën stola, për t'i kthyer shkollat fillore një mjedis më të mirë, dhe për t'i inkurajuar nxënësit të organizojnë aktivitete për mbrojtjen e mjedisit.

Konkursi i Ideve të Gjelbra

Në muajin Mars 2013, AMC mbështeti Partnerët në Shqipëri në konkursin kombëtar të Filantropisë së Gjelbër 2013, që synon të angazhojë komunitetet lokale dhe palët e interesuara në reduktimin e efekteve negative në mjedis.

Konkursi që i hapur për të gjitha organizmat e shoqërisë civile, sipërmarrjet sociale dhe ato të biznesit që identifikojnë, përzgjedhin dhe pastaj implementojnë idetë për një mjedis më të gjelbër. Një prej ideve fituese në vitin 2013 që u subvencionua në masën 3,000 Euro nga AMC që "Mobiljet dhe objektet e ricikluara", një projekt ku morën pjesë profesionistë në pension, i cili synonte të krijonte mobilje përmes riciklimit të paleteve të drunjta dhe objekteve dekorative, abazhurë dhe artikuj ndriçimi të ndryshme nga objekte prej qelqi të ricikluara. Ky projekt u konceptua si aktivitet që do t'u jepte fëmijëve jetimë dhe pensionistëve një mundësi për të zhvilluar aftësi krijuese dhe profesionale.

6.4 Vullnetarizmi i Punonjësve

Realizo një Ëndërr

Projekti i AMC "Realizo një Ëndërr" u zhvillua për të tretën herë në vitin 2013 dhe kombinoi vullnetarizmin e kompanisë me skuadër-formimin. Gjatë vitit në shqyrtim, 40 punonjës të AMC morën pjesë të ndarë në tre grupe, ku secilit grup iu dha një detyrë e caktuar që konsistonte në përmirësimin e kushteve të jetesës në një shtëpi fëmijësh jetimë, në një shkollë për nxënës me nevoja të veçanta dhe në një shtëpi të moshuarish, gjatë këtij projekti tre-mujor.

Nëntë nga partnerët e biznesit të AMC iu bashkuan projektit, duke dëshmuar kështu përgjegjësinë e tyre të përbashkët kundrejt shoqërisë. Pjesëmarrësit në vitin 2013 të projektit "Realizo një Ëndërr" treguan përgjegjësinë e tyre duke ndihmuar në realizimin e ëndrrave të tre institucioneve dhe duke dëshmuar për banorët e tyre që në fakt ka njerëz që kujdesen për ta dhe i dëgjojnë shqetësimet e tyre.

Le të Pastrojmë Shqipërinë në Një Ditë

Punonjësit e AMC iu bashkuan iniciativës kombëtare të organizatave jo-qeveritare vendase, duke pastruar hapësirën e gjelbër në kopështin e Spitalit Nënë Tereza në Tiranë, në një aktivitet të organizuar ditën e Shtunë.

Vizitat në Institucionet e Fëmijëve

Punonjësit e AMC vizituan Strehën Nënë Tereza dhe Shtëpinë e Foshnjeve në Tiranë me rastin e ditës së gruas. Punonjësit e AMC treguan ndërgjegjësimin e tyre për rolin e gruas në shoqërinë e sotme, duke u shërbyer drekën njerëzve të pastrehë në Strehën Nënë Tereza dhe duke u dhënë lodra dhe duke u dëfryer me fëmijët e Shtëpisë së Foshnjeve në Tiranë.

Pastrimi i plazhit

Në muajin Qershor, punonjësit e AMC morën pjesë në iniciativën e kompanisë për pastrimin e një pjese të konsiderueshme të plazhit të Divjakës. Punonjësit, të cilëve iu bashkuan edhe disa turistë dhe banorë, kryen pastrimin e një sipërfaqeje plazhi prej më shumë se një kilometër në zonën më të frekuentuar nga pushuesit. Kësaj iniciative iu bashkuan edhe shumë familjarë të punonjësve.

6.5 Arritjet e vitit 2013 dhe Objektivat për vitin 2014

Rezultatet e arritura në lidhje me objektivat sociale të vitit 2013, siç edhe janë publikuar në Raportin PK të vitit 2012, dhe objektivat për vitin 2014, jepen më poshtë:

Objektivat e 2013	Progresi në 2013	Seksioni në Raport	Objektivat për 2014
Dhënia e bursave për 10 studentë të Universiteteve Shqiptare		7.3.2	Dhënia e bursave për 10 studentë të Universiteteve Shqiptare
Vazhdimi i programit SMS e Dashurisë me institucionet që kujdesen për fëmijët në nevojë. Realizimi i një përmirësimi infrastrukturor në 1 institucion.		7.3.1	Ofrimi i praktikës së punës për të paktën 20 studentë që studiojnë në Universitetet Shqiptare
Ngritja e një programi novator për përmirësimin e infrastrukturës së universiteteve publike, dhe përmirësimin e infrastrukturës së dy universiteteve.		7.3.2	Kryerja e një fushate ndërgjegjësimi për të mbështetur fëmijët në nevojë dhe për të mbledhur fonde për organizatat që u ofrojnë mbështetje fëmijëve.

Mbështetja financiare e ideve të gjelbra novatore në Çmimet e Gjelbra.

7 Mjedisi

7.1 Qasja e Manaxhimit

Kompanitë që ofrojnë shërbime telekomunikacioni përgjithësisht konsiderohen si subjekte që nuk kanë impakt të lartë mjedisor në krahasim me shumë industri të tjera. Megjithatë, AMC beson se bizneset duhet të kombinojnë aspektet mjedisore me të gjitha aspektet e tjera të operacioneve të tyre, duke i kombinuar ato me rritjen financiare.

Në këtë kuptim, veprimet specifike të ndërmarra synojnë të reduktojnë ndikimet në mjedis dhe të ofrojnë zgjidhje teknologjike që fokusuar tek individ, bizneset dhe Sektori Publik për krijimin e një shoqërie dixhitale më të shëndetshme dhe më përfshirëse. Gjithashtu, paralelisht u ndërmorën edhe aktivitete për rritjen e ndërgjegjësimit të qytetarëve në mënyrë që ata të veprojnë më me përgjegjësi në dobi të çështjes së mbrojtjes së mjedisit.

Për të gjitha kompanitë e Grupit OTE, përfshirë edhe AMC-në, është hartuar një skemë e integruar e manaxhimit dhe politikës mjedisore, që përfshin Sistemet e Manaxhimit Mjedor (EMS), e çertifikuar nga një institucion i akredituar i pavarur sipas standartit ISO 14001:2004.

AMC analizon të gjitha aktivitetet, produktet dhe shërbimet në përputhje me kërkesat ligjore dhe impaktin e tyre në mjedis, përmes përpjekjeve të vazhdueshme për të përmirësuar performancën e saj mjedisore duke përcaktuar objektiva, duke përcaktuar nivelin e Treguesve Kryesorë të Përfomancës (KPI-të) dhe duke ndërmarrë veprime kost-efektive.

AMC Environmental Strategy



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

Po ashtu, AMC ka krijuar një Sistem të Manaxhimit Mjedisor (EMS) dhe strukturë, për të trajtuar çështjet e mjedisit në mënyrë më strategjike që përfshin gjithë kompaninë. Ky sistem është në përputhje me standartin ISO 14001:2004, siç është verifikuar nga një institucion i akredituar i pavarur.

7.1.1 Politika mjedisore

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

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

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

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

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

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

Dimitrios Blatsios,
Drejtori Ekzekutiv

7.1.2 Manaxhimi Mjedisor

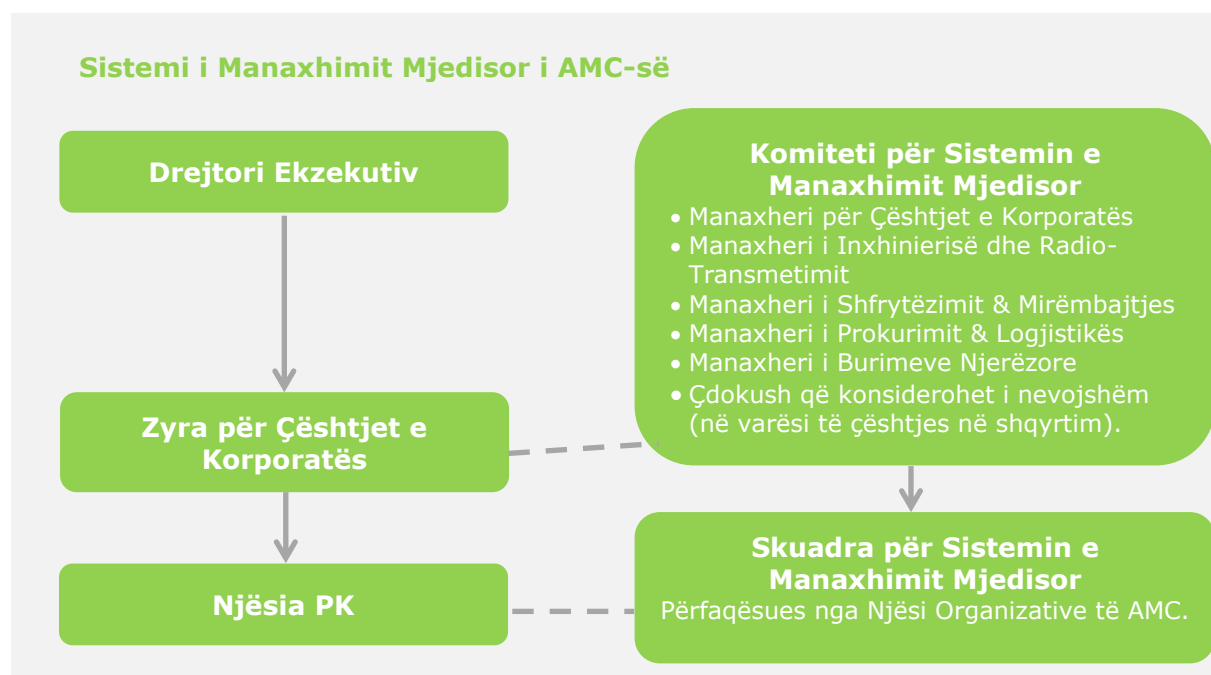
Aspektet e manaxhimit mjedisor mbikëqyren nga Drejtori Ekzekutiv. Për t'a ndihmuar atë është ngritur një Komitet Drejtues në kuadrin e Sistemit të Manaxhimit të Integruar (Cilësia, Shëndeti dhe Siguria, dhe Mjedisi).

Në Komitetin Drejtues për Sistemet e Integruara bëjnë pjesë manaxherë nga departamente, operacionet e të cilave kanë efekt më të madh në mjedis, dhe një Skuadër Mjedimore, që përbëhet nga ekspertë kyçë që merren me çështjet e mjedisit. Që të dy, edhe Komiteti Mjedisor edhe Skuadra Mjedimore janë të angazhuar fuqishëm në implementimin e programeve mjedisore dhe koordinojnë punën e punonjësve të tjerë (jo anëtarë skuadre) për arritjen e synimeve dhe objektivave të vëna paraprakisht.

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

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

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



7.1.3 Arritjet Kryesore në vitin 2013

Pikat më të rëndësishme të arritjeve kryesore lidhur me performancën mjedisore për 2013, janë si më poshtë:

- Kalimi me sukses i auditimit të jashtëm dhe marrja e një çertifikimi ISO 14001:2004 që mbulon të gjitha aktivitetet e tij;
- Manaxhimi i reduktimit të emetimit të CO2 nga burimet direkte dhe indirekte me 7.6%;
- AMC ka vazhduar përpjekjet për të siguruar se aktivitetet e saj janë në përputhje të plotë me legjislacionin mjedisor dhe për të minimizuar çdo penalizim shoqëruar dhe numrin e sanksioneve jo-monetare të vendosura. Për vitin 2013, AMC nuk ka patur asnjë gjobë/penalizim apo sanksion jo-monetar (lidhur me mjedisin); dhe
- Aprovimi dhe hyrja në fuqi e Kodit të Furnitorëve të AMC-së, i cili përshkruan kriteret që përdor kompania për të vlerësuar furnitorët e vet lidhur me çështjet e Punës, Shëndetit dhe Sigurisë në Punë, si dhe çështjeve Mjedisore dhe Etike.

7.2 Prioritetet në Trajtimin e Ndikimeve Mjedisore të Aktiviteteve të AMC-së

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

Si pjesë të procesit të planifikimit kompania ka ekzaminuar të gjithë aspektet mjedisore që kanë një ndikim negativ në mjedis dhe ka përcaktuar aspektet që janë më domethënëse dhe ato që janë më pak të rëndësishme bazuar në kriteret e njohura dhe që konsiderohen si më të rëndësishmet në sektorin e telekomunikimeve. Mbi këto baza, kompania ka hartuar programe që konsistojnë në plane veprimi, role dhe përgjegjësi, afate kohore dhe objektiva për të adresuar dhe trajtuar aspektet e identifikuara mjedisore.

Kompania është përkushtuar të trajtojë aspektet e mëposhtme, mbështetur në rëndësinë që ato kanë në aktivitetin dhe operacionet e kompanisë.

Aktiviteti	Aspektet Mjedisore	Përfshirja në SMM	Reagimi
Rrjeti Celuar	Energjia	Po	8.5.2
	Mbetjet Teknike	Po	8.6.2
	FEM	Jo	8.7
Asistenca e Operacioneve të Telekomunikacionit	Energjia	Po	8.5.1
	Mbetje të Rrezikshme	Po	8.6.1
Zyrat, Dyqanet, Magazinat	Energjia	Po	8.5, 8.5.3

	Mbetjet e Zyrave (Letra)	Po	8.6.3
	Largimi i Mbetjeve	Po	8.6.3
	Uji	Jo	8.8.1
Automjetet	Energjia	Jo	8.5.2, 8.5.4

7.3 Telekomunikacion për Mjedisin

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

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

Revolucioni i TIK po nxit akoma më shumë ide novatore nga ato që mund të imagjinoheshin më parë, duke çuar në një potencial më të madh për të ndërprerë emetimet e Gazrave të Efektit Serë, dhe në një gjurmë më të vogël TIK. SMARTer 2020 tregon se potenciali reduktues i TIK është shtatë herë më i lartë se shifra e emetimeve direkte të sektorit TIK. Nëse realizohet plotësisht ky potencial, atëherë mund të parandalohet 16.5% e emetimeve globale të gazrave të efektit serë. Teknologjia e Informacionit mund të drejtojë tranzicionin drejt të një ekonomie me karbon të ulët, me efikasitet të lartë dhe duke ruajtur ambjentin.

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

AMC ka qënë mjaft aktive duke marrë pjesë dhe duke ndërmarrë iniciativa të ndryshme për mbrojtjen e mjedisit. Detajet e këtyre aktiviteteve jepen në nën-kapitujt e mëposhtëm.

7.4 Manaxhimi i Përdorimit të Energjisë dhe Trajtimi i Ndryshimit Klimatik

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

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

- Monitorim i përdorimit të konsumit të energjisë, veçanërisht në sistemin e rrjetit;
- Reduktim i konsumit të energjisë dhe përmirësim i përdorimit për të patur më pak emetime;
- Ndërgjegjësim i mëtejshëm i punonjësve për të reduktuar konsumin e energjisë brenda dhe jashtë zyrës; dhe
- Përdorim i teknologjisë duke zhvilluar produkte dhe shërbime që kontribuojnë në konsum të reduktuar të energjisë në sektorë të tjerë.

7.4.1 Emetimet Direkte dhe Indirekte të Gazrave të Efektit Serë

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

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

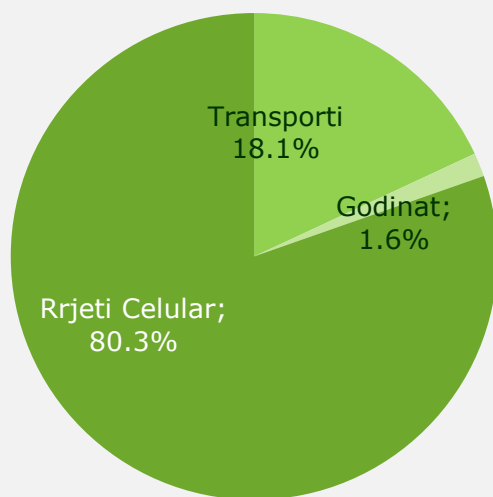
AMC është e përkushtuar të kuptojë dhe të manaxhojë me përgjegjshmëri ndikimet e ndryshimit klimatik në aktivitetin e saj tregtar, duke marrë në konsideratë:

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

AMC ka llogaritur emetimet e Gazrave të Efektit Serë (GHG) nga operacionet e veta bazuar në metodat e përshkruara në Protokollin GHG të zhvilluar nga Këshilli Botëror i Biznesit për Zhvillim të Qëndrueshëm (WBCSD) dhe Instituti i Burimeve Botërore (WRI). Emetimet e AMC-së (direkte ose indirekte) të CO₂ në total për vitin 2013, të cilat lidhen me konsumin e energjisë elektrike për zyrat, rrjetin dhe transportin, arritën në 3,075 ton. Burimet e

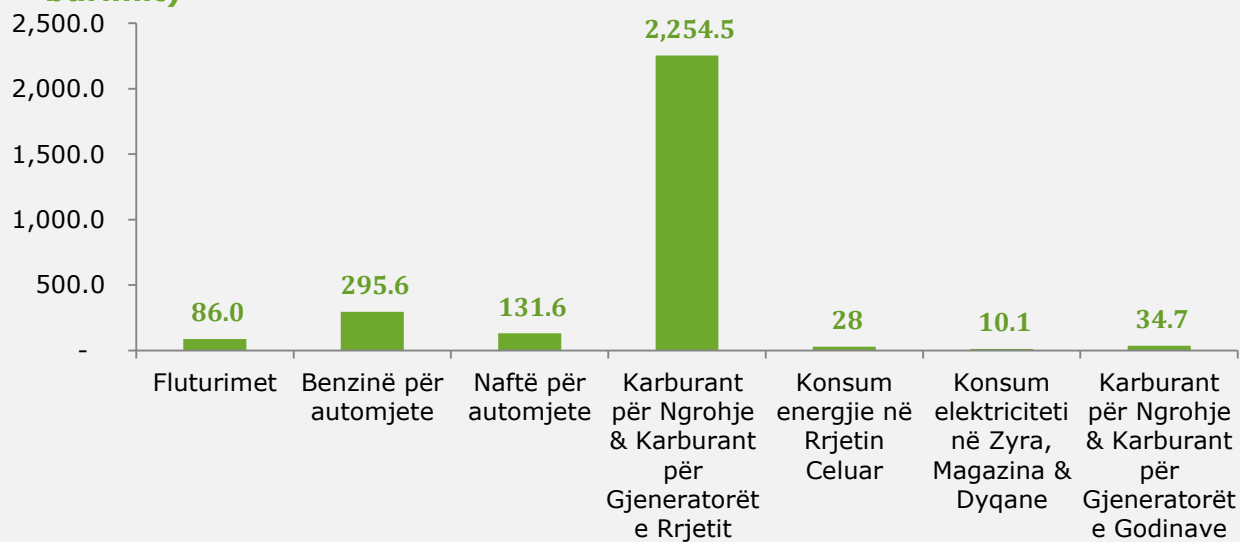
emetimeve të CO₂ për vitin 2012 janë dhënë në vijim sipas sektorit dhe aktivitetit përkatës. Kjo shifër i korrespondon një reduktimi prej 7.6% krahasuar me vitin e mëparshëm. Emetimet e Gazrave të Efektit Serë nga transporti dhe konsumi i karburanteve që përdoret për të furnizuar me energji rrjetin shfaqin reduktimin më të madh, me 20% dhe 5% përkatësisht.

Emetimet Direkte dhe Indirekte GHG të AMC -së për 2013



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

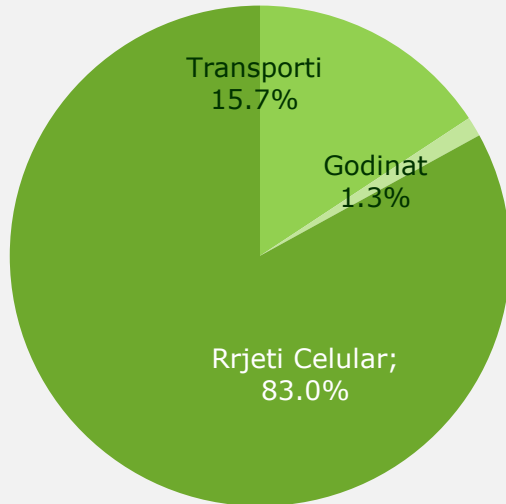
Emetimet Direkte & Indirekte GHG të AMC në 2013 (ton CO₂ sipas burimit)



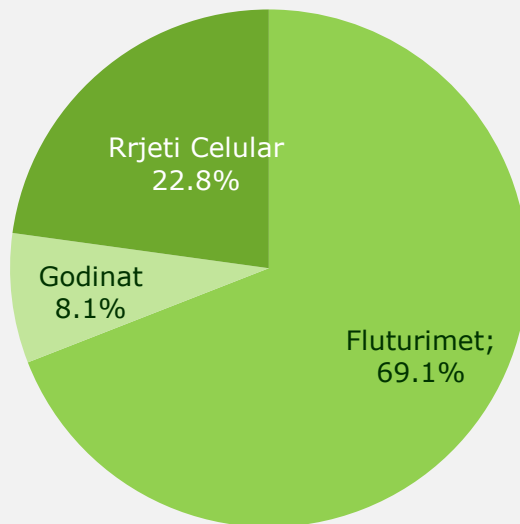
Emetimet Direkte GHG (që mbulojnë emetimet e flotës së automjeteve, gjeneratorët e përdorur për të furnizuar me elektricitet rrjetin dhe gjeneratorët që përdoren për të furnizuar me elektricitet godinat dhe për ngrohje) kanë rezultuar në 2.716 ton emetime CO₂ dhe emetimet Indirekte GHG (që mbulojnë emetimet e konsumit të energjisë) ishin afërsisht 38.5 CO₂. Një lloj tjetër emetimi që shoqërohet me operacionet e kompanisë, dhe

që konsiderohet dhe përcaktohet si sasi në burimet e emetimit të kompanisë është "Udhëtimet Ajrore të Biznesit", të cilat në vitin 2012 ishin 161 ton CO₂ me një distancë udhëtimi prej 80,360 km.

Emetime Direkte GHG të AMC në 2013



Emetimet Indirekte GHG të AMC në 2013



7.5 Përmirësimi i Efiçensës Energjitike dhe reduktimi i Emetimeve

7.5.1 Konsumi i Energjisë

Në vitin 2013, konsumi total i energjisë së AMC-së ishte 28.4 GWh, i cili është po aq sa dhe konsumi i vitit 2012. Përsa i përket burimit primar të energjisë së përdorur, ky konsum është i barabartë me 10.4 GWh konsum direkt energjie (ose 37.9 TJ), dhe 18 GWh konsum energjie (ose 64.7 TJ).

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

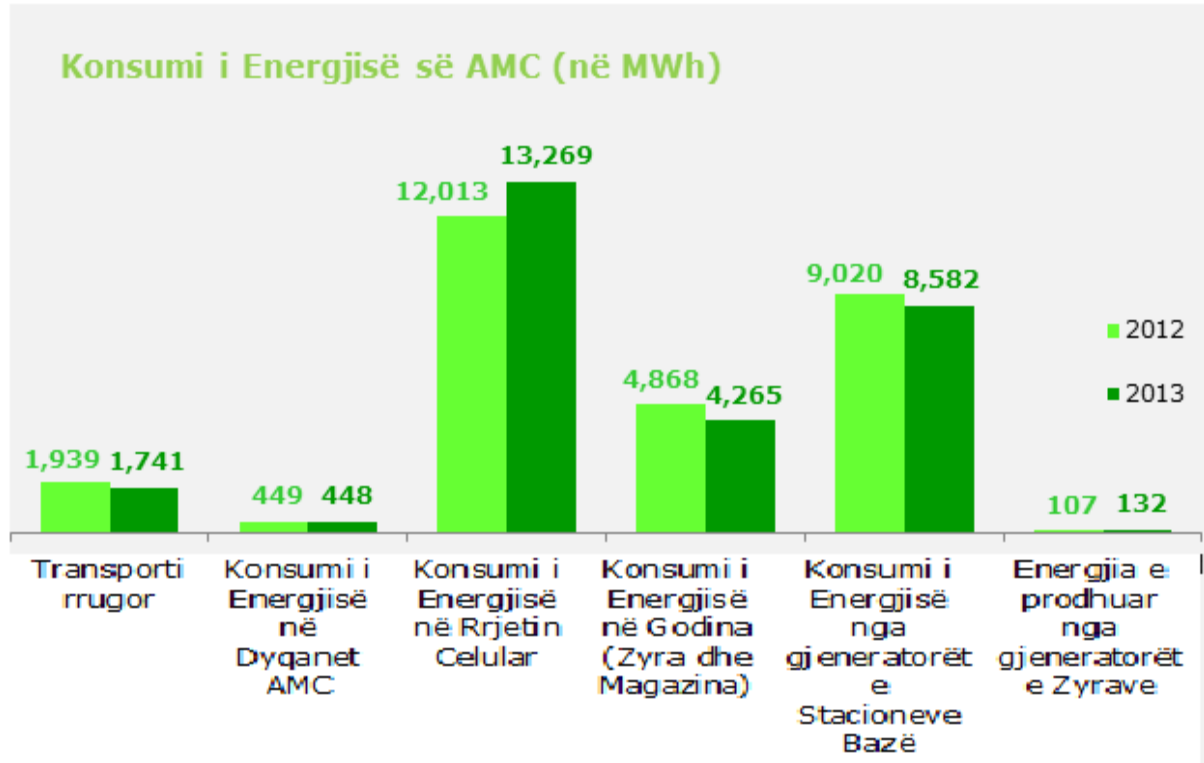
Aktualisht, konsumi i energjisë matet si i tërë duke përfshirë zyrat, qendrat e të dhënave dhe magazinat në Laprakë dhe Kashar, si dhe dyqani AMC në Laprakë. Në vitin 2013, konsumi energjetik i AMC për këtë rrjet ishte 4,265 MWh, që është 12.4% më pak se vitin e kaluar. Në këtë reduktim kanë ndikuar monitorimi, manaxhimi më i mirë i burimeve të disponueshme dhe fushatat e brendshme të ndërgjegjësimit.

Në vitin 2013, konsumi i karburanteve që u përdor për gjeneratorët që furnizojnë me energji rrjetin elektrik të godinave dhe ndërtesave ishte 13 ton, duke treguar një rritje prej 24% krahasuar me vitin 2012. Gjatë vitit 2013, ka patur ndërprerje më të shpeshta të furnizimit me energji nga kompania publike, të cilat kanë shkaktuar aktivizimin automatik të gjeneratorëve.

Konsumi energjetik për 16 dyqanet e AMC-së ishte 448.3 MWh, dhe konsumi mesatar për dyqan ka qënë 28 MWh. Ky konsum është 0.2% më i ulët se konsumi i dyqaneve të kompanisë në vitin 2012.

Gjatë vitit 2013, konsumi i energjisë në Rrjetin AMC ishte 13,267 MWh, që në tërësi është 10.5% më i lartë se vitin e kaluar dhe 9.2% më i lartë për stacion. Kjo rritje e konsumit i atribuohet kryesisht shtrirjes dhe mbulimit me rrjet 3G, gjë që kërkon më shumë energji për pajisjet mbështetëse të këtij rrjeti.

Në rastet kur nuk ka furnizim me elektricitet nga furnitori publik dhe në rastet e ndërprerjeve, Rrjeti i AMC-së mbështetet nga gjeneratorë ose alternativa të tjera energjie. Numri i stacioneve bazë të transmetimit (BTS) që furnizohen 24 orë pa ndërprerje nga gjeneratorët është rritur nga 4 në 5 stacione gjatë vitit 2013, dhe numri i stacioneve që punojnë me gjeneratorë në gjendje gatishmërie është rritur nga 214 në 223 gjatë vitit 2013. Konsumi i karburanti të përdorur nga gjeneratorët e kompanisë për të furnizuar rrjetin e AMC-së gjatë 2013 ka qënë 845.6 ton, që do të thotë 5.1% më pak se vitin e kaluar, për shkak të rrallimit të ndërprerjes së furnizimit me energji.



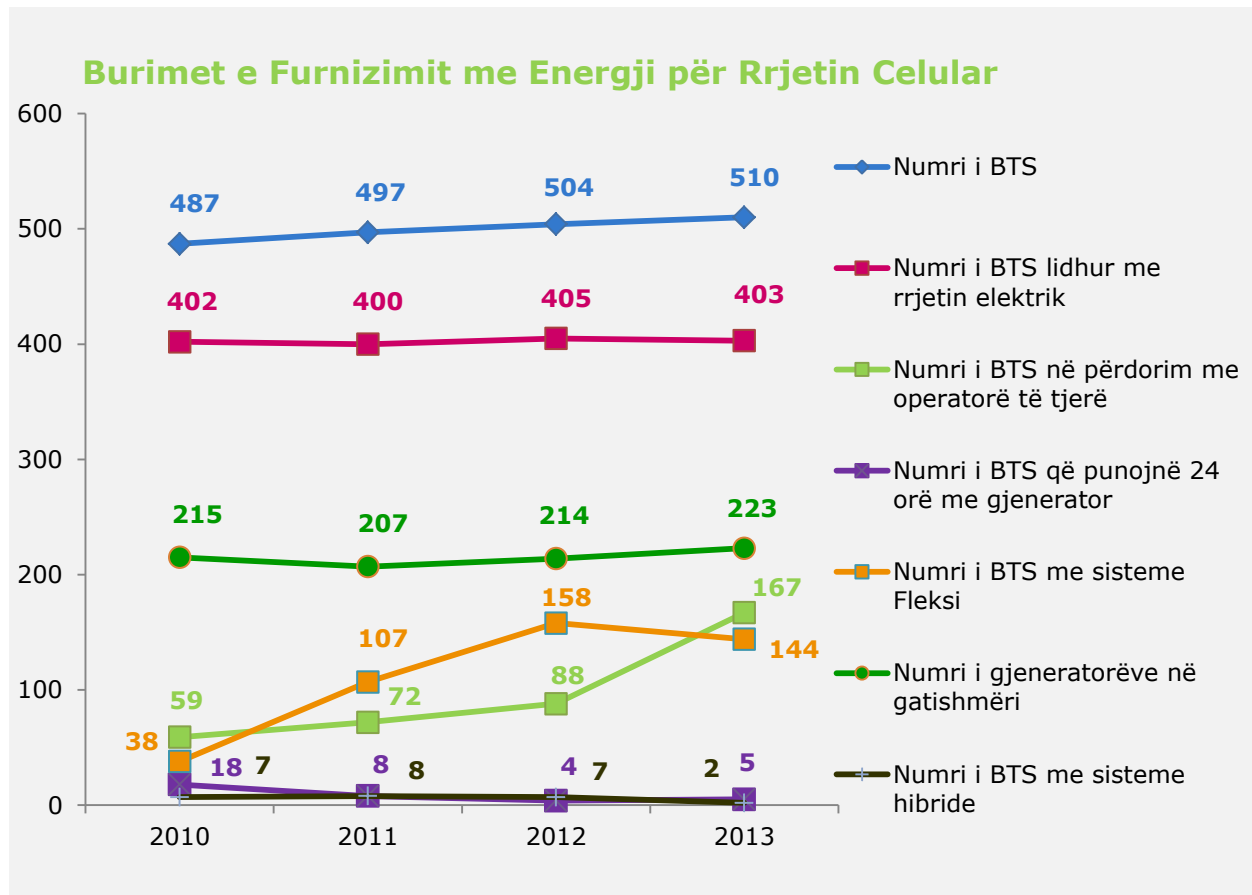
7.5.2 Monitorimi i Konsumit dhe Ruajtjes së Energjisë në Rrjetin AMC

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

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

- Ka pajisur 9 Stacione të tjera Bazë Transmetimi me gjeneratorë në gatishmëri; dhe
- Ka ndarë 79 stacione të reja bazë me operatorë të tjerë, duke rritur numrin e BTS-ve që ndahen me operatorë të tjerë me 90%.

AMC është e përkushtuar për të ndërtuar një rrjet celular të një cilësie të lartë, ndërsa optimizon aktivitetet e saj drejt reduktimit të gjurmës në mjedis. Mbulimi me rrjet i territorit është 91.1%, ndërsa mbulimi i popullsisë është afërsisht 100%. Grafiku i mëposhtëm tregon burimet e furnizimit me energji të Rrjetit AMC si dhe ndryshimet e arritura në optimizimin e burimeve të energjisë.



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

Konsumi i energjisë në ndërtesat dhe dyqanet e AMC përbën 17% të konsumit total të energjisë së kompanisë. Siç e kemi theksuar dhe më parë, në rrjetin elektrik të godinave përfshihen zyrat e AMC-së, magazinat dhe qendrat e të dhënave të instaluar në godinat në Laprakë dhe Kashar.

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

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

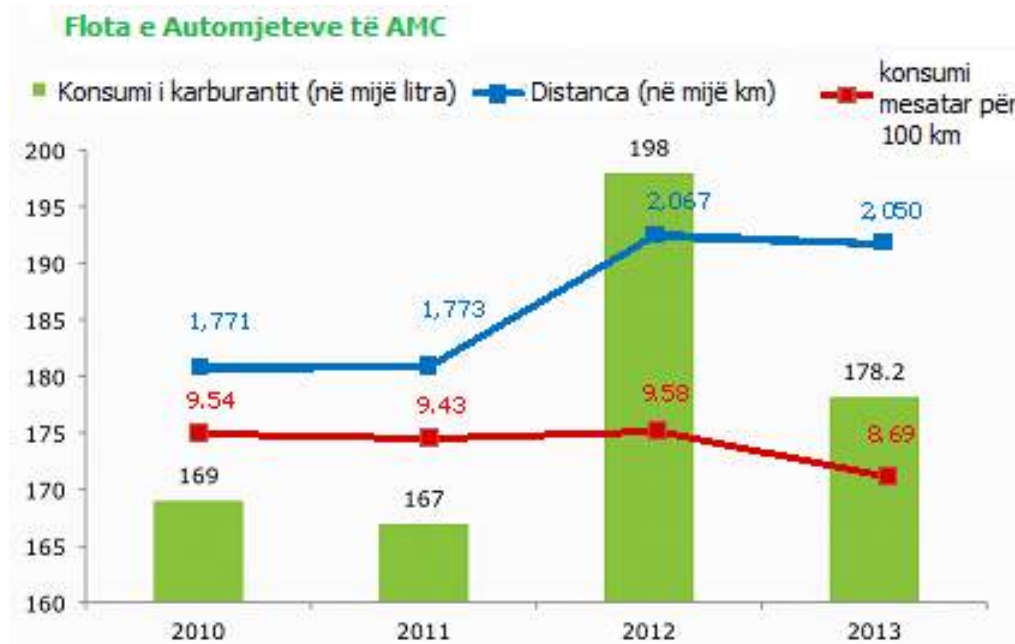
7.5.4 Konsumi dhe Ruajtja e Energjisë në Transportin e AMC-së

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

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

Gjatë vitit 2013, AMC ka patur në punë një flotë prej 77 automjesh (15 automjete me naftë dhe 62 me benzinë), dhe një flotë prej 23 mjetesh (1 me naftë që është mbajtur deri në Prill, dhe 22 me benzinë). Konsumi i karburantit të automjeteve në total ka qënë 178,245 (49,831 litra naftë dhe 128,414 litra benzinë), që është 10% më pak se në 2013.

Distanca e përshkruar nga automjetet e kompanisë në vitin 2013 ishte 2.05 milion kilometra, që tregon një zbritje prej 1% krahasuar me 2012. Lëvizshmëria e stafit të AMC ka qënë shumë e ngjashme me atë të vitit të kaluar. Konsumi mesatar i automjeteve të kompanisë ishte 8.69 lt/100 km, afërsisht 9.25% më pak se në vitin 2012.



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

- Rinovoi flotën e shërbimit të AMC-së; automjetet e vjetra u zëvendësuan me automjete të reja me konsum më të ulët karburanti; dhe
- Racionalizoi përdorimin e makinave përmes një platforme të përbashkët për të ndarë automjetet mes punonjësve të kompanisë (stafit jo-manaxherial). Kjo platformë është vënë në funksion përmes Intranetit dhe zbatohet për të gjithë punonjësit, me përjashtim

të stafit të shitjeve, të cilët si pasojë e specifikës së punës së tyre përdorin çdo ditë makinat e kompanisë.

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

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

Kompania për rastet e udhëtimeve drejt shteteve të tjera të punonjësve të saj, përdor shërbimet e udhëtimeve ajrore. Në vitin 2013, u prenotuan 150 fluturime me avion për stafin e kompanisë për udhëtime brenda Europës.

7.6 Përdorimi i Burimeve dhe Manaxhimi i Mbetjeve

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

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

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

7.6.1 Manaxhimi i Mbetjeve të Rrezikshme

Bateritë

Për të ofruar në mënyrë të vazhdueshme shërbime telekomunikacioni për abonentët e vet, kompania ka instaluar në shumë stacione bateri, të cilat aktivizohen kur ka probleme me furnizimin me energji. Në kohën kur mbaron cikli i jetës së këtyre baterive, ato duhen zëvendësuar. Në AMC e konsiderojmë të një rëndësie të veçantë manaxhimin e mbetjeve të akumulatorëve.

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

AMC ka nënshkruar një kontratë me një kompani të licencuar për riciklimin e baterive, e cila do të marrë dhe do të riciklojë akumulatorët që janë gati për t'u nxjerrë jashtë përdorimit. Në vitin 2013, kompania hoqi nga shërbimi një sasi totale prej 120.7 ton akumulatorësh dhe ricikloi të gjitha bateritë e nxjerra jashtë përdorimi.

Vajrat lubrifikues

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

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

Në vitin 2013, u mbledhën 7.6 ton vajra lubrifikues dhe 3606 filtra (1803 filtra ajri dhe 1803 filtra vaji) pa asnjë derdhje dhe u magazinuan për riciklim.

Si pasojë e një marrëveshje të re kontraktore për riciklimin e vajrave lubrifikues në vitin 2013, sasi të mbledhura në 2013 janë magazinuar në depozita të veçanta grumbullimi dhe do të dërgohen së shpejti për riciklim.

7.6.2 Manaxhimi i Mbetjeve Teknike

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

Mbetjet e Pajisjeve Elektrike dhe Elektronike

Pajisjet elektrike dhe elektronike që janë të papërshtatshme ose të vjetëruara çinstalohen dhe magazinohen përkohësisht në magazinat e kompanisë dhe, sa herë është e mundur, rivihihen në përdorim ose testohen për të përcaktuar gjendjen funksionale të pajisjes. Pajisjet që kategorizohen si "të papërdorshme" nga Inxhinierët përkatës të Departamentit të Shfrytëzimit dhe Mirëmbajtjes, etiketohen dhe magazinohen siç duhet nga Specialisti i Magazinës. Në vijim, këto pajisje dërgohen për përpunim të mëtejshëm (çmontim, riciklim dhe hedhje, sipas natyrës së materialit). Në vitin 2013, kompania nxori jashtë shërbimi 0.74 ton pajisje të kësaj kategorie dhe ricikloi 100% të tyre. Kjo sasi përfshin të gjitha llojet e mbetjeve teknike në përputhje me Kuantifikimin "MPEE Pajisje Telekomunikimi & Pjesë Kompjuteri" (mbetje elektronike nga TIK, aparatura, pjesë përbërëse, qarqe, kablo, kompjutera, aparate celulare, etj.). Duhet theksuar se sasi të mbetjeve MPEE ndryshojnë për sa i përket ciklit të jetëgjatësisë dhe programit të zëvendësimit të pajisjeve të veçanta..

Disa nga pajisjet e përdorura në zyrat e kompanisë (kompjuterat, printerat, monitorët, dhe pajisje të tjera periferike), të cilat janë tashme teknologji e vjetëruar për kompanitë e telekomunikacioneve, mund të përdoren sërish për qëllime të tjera. Këto pajisje u dhurohen

shkollave, institucioneve ose Organizatave Jo-Qeveritare (Jo-Fitimprurëse). Sasia e pajisjeve të dhuruara gjatë vitit 2013, nuk ishte shumë domethënëse.

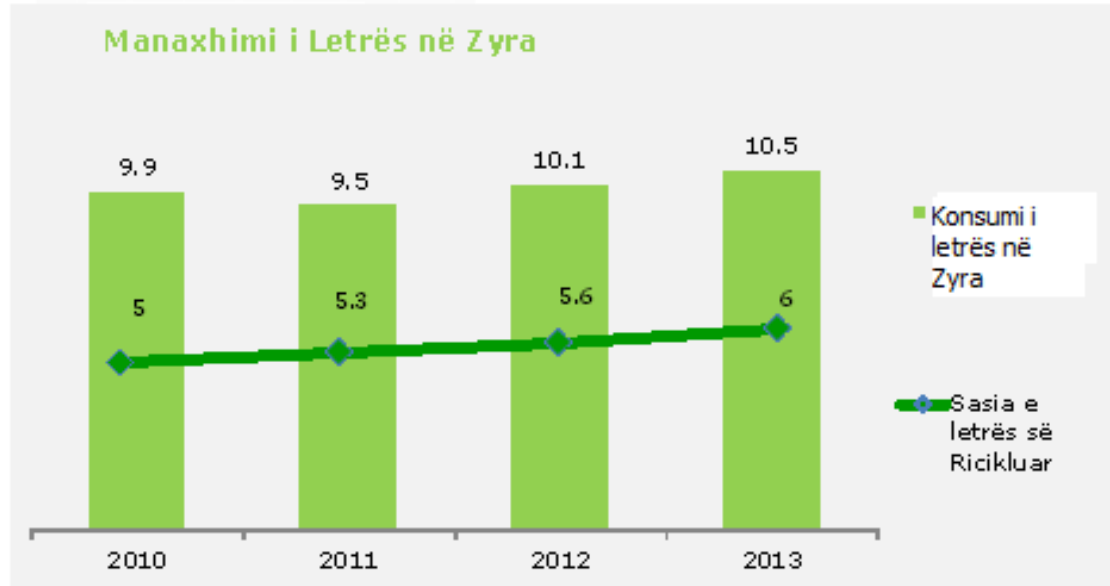
7.6.3 Manaxhimi i Mbetjeve të Letrës

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

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

Kompania ka nënshkruar një kontratë me një kompani dhe një OJF vendase për të ricikluar letrat e përdorura në zyrat e AMC në Laprakë dhe Kashar. AMC nuk e shet letrën e ricikluar, por ia ofron atë falas OJF-së që e grumbullon. Kjo e fundit i përdor të ardhurat e gjeneruara në favor të fëmijëve Romë. Programi i riciklimit të letrës është implementuar vetëm në zyrat e AMC-së. Që nga viti 2012, në programin e riciklimit të letrës janë përfshirë edhe Dyqanet e AMC-së në Tirana.

Në vitin 2013, AMC ka përdorur 10.5 ton letër për zyrat e saj, që është 4% më shumë se viti i kaluar, dhe riciklimi i letrës arriti në 6 ton, ose 57.1% të letrës së konsumuar. Norma e riciklimit është 2.4% më e lartë se viti i kaluar.



Qeset dhe Çantat prej Letre

Qeset e përdorura në dyqanet e kompanisë janë të një rëndësie të veçantë për mbrojtjen e mjedisit. Për të mposhtur këtë impakt mjedisor, kompania përdor vetëm çanta prej letre dhe qese plastike të biodegradueshme, të bëra me polietilen me teknologji të riciklueshme. Edhe nëse nuk riciklohen, këto çanta degradohen tërësisht brenda pak vitesh. Kompania i përdor këto çanta letre në të gjitha dyqanet e saj. Në vitin 2013, u prodhuan 14 mijë çanta.

7.7 Fusha Elektromagnetike

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

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

7.7.1 Duke Ndjekur Parimin e Parandalimit

Përfitimet e rëndësishme që telefonia celulare iu ofron qytetarëve në jetën e tyre të përditshme është arsyeja kryesore që ka çuar në një rritje dinamike të saj. Megjithatë, në të njëjtën kohë, AMC nje shqetësimet publike rreth pasojave të mundshme të rrezatimit elektromagnetik mbi shëndetin.

Telefonat celularë transmetojnë valë radio dhe krijojnë fusha elektromagnetike teksa komunikojnë me stacionet. Fuqia e valëve radio varet nga lloji specifik i aparatit celular, si edhe nga largësia me stacionin. Teknologjitë pa kabull përdoren si për telefonat ashtu edhe

për rrjetet dhe emëruesi i përbashkët i të gjitha teknologjive të tilla është se ato dërgojnë një sinjal të dobët, i cili ulet në bazë të largësisë. Sa më e fortë të jetë energjia elektrike, aq më e fortë është fusha elektromagnetike, dhe sapo pajisja elektromagnetike të fiket, e njëjta gjë ndodh edhe me fushën elektromagnetike. Për momentin, nuk ka asnjë provë shkencore që të vërtetojë se ekspozimi elektromagnetik nga antenat e telefonisë celulare është i dëmshëm për shëndetin. Megjithatë, kompania vepron si më poshtë:

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

7.7.2 Monitorimi i niveleve të Rrezatimit FEM

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

Komunikimi me Palët e Interesit

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

- Matje të rregullta në vend/terren të kryera nga kompania, me kërkesë të komunitetit lokal, dhe një dialog të vazhdueshëm me komunitetet lokale në zonat ku janë të instaluar stacionet e antenave. Niveli i rrezatimit, në të gjitha stacionet tona të antenave është në mënyrë të konsiderueshme më i vogël se sa limitet kombëtare dhe ato të njohura ndërkombëtarisht. Në 2013, u kryen 6 matje nga personeli i specializuar i AMC-së, si rezultat i kërkesave të ardhura nga komuniteti; dhe

- Publikimi dhe shpërndarja e broshurave me titull "Jeta me telefonin tonë Celular", "Si Funksionon Telefonia Celulare", "Disa pyetje lidhur me antenat e telefonisë celulare". Këto broshura janë të disponueshme në dyqanet e AMC-së, mund të shkarkohen nga faqja zyrtare në internet e kompanisë dhe i janë shpërndarë publikut të zakonshëm në evente të ndryshme publike.

7.7.3 Informimi i Shoqërisë dhe i Punonjësve

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

- Matjeve të rregullta në vend të kryera nga kompania, me kërkesë të komunitetit lokal, dhe një dialog të vazhdueshëm me komunitetet lokale në zonat ku janë të instaluar stacionet e antenave. Në 2013 u krye një matje nga personeli i specializuar i AMC-së si rezultat i kërkesave të ardhura nga komunitet. Përveç kësaj, kompania organizoi 8 takime informative me komunitetin lidhur me çështjet e FEM.
- Publikimit dhe shpërndarjes së broshurave me titull "Jeta me telefonin tonë Celular", "Si Funksionon Telefonia Celulare", "Disa pyetje lidhur me antenat e telefonisë celulare". Këto broshura janë të disponueshme në dyqanet e AMC-së, mund të shkarkohen nga faqja zyrtare në internet e kompanisë dhe i janë shpërndarë publikut të zakonshëm në evente të ndryshme publike; dhe
- Takimeve informuese dhe prezantimeve të kryera nga punonjësit e kompanisë për studentë nga 60 shkolla të ndryshme.

7.8 Aspekte të tjera Mjedisore të Operacioneve të AMC-së

7.8.1 Konsumi i Ujit

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

Edhe pse uji nuk ka një ndikim të rëndësishëm në aktivitetet e kompanisë, AMC monitoron konsumin e ujit dhe vazhdon të rrisë ndërgjegjësimin e punonjësve të saj mbi përdorimin me kursim të tij. Në vitin 2013, konsumi i ujit në ambjentet e AMC (në Laprakë dhe Kashar) ishte 12.071 m³, që është 56% më i lartë se konsumi i vitit të kaluar.

Uji i përdorur transportohet direkt nga tubacionet e ujrave të zeza në impjantin urban të përpunimit të ujrave të përdorura të bashkisë. Gjatë 2013, nuk ka patur shkarkime të planifikuara ose të paplanifikuara të ujit në mjedis, dhe as derdhje të mëdha të tij.

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

7.8.2 Biodiversiteti

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

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

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

7.8.3 Impakti Viziv

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

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

Në vitin 2013, kompania ndërtoi 4 (katër) stacione të reja (ndërtim dhe ri-instalim stacionesh), ku një është i bashkëvendosur me kompani të tjera. Në total, kompania ka ndërtuar 79 stacione me bashkëvendosje me kompani të tjera.

Të dhënat	2010	2011	2012	2013
Stacione të reja (numri)	46	24	20	4
Të bashkëvendosura (numri)	49	72	78	79

7.8.4 Zhurma

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

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

7.9 Iniciativat Sensibilizuese Mjedisore

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

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

- Festimin e Ditës Botërore të Mjedisit, ku AMC organizoi një aktivitet të brendshëm për të informuar punonjësit e saj lidhur me arritjet dhe angazhimet e kompanisë ndaj mjedisit;
- Pjesëmarrjen në orën e tokës të Fondit Botëror të Natyrës, duke ndërmarrë aktivitetet e mëposhtme:
 - Fikja e dritave në Zyrat Qendrore të AMC-së për një orë;
 - Fikja e instalimit reklamues mbi çatinë e godinës së Zyrave të AMC-së;
 - Njoftimin e iniciativës në intranetin e kompanisë, si dhe nxitja e punonjësve duke i ftuar dhe inkurajuar ata të shtrijnë këtë ide dhe në shtëpitë e tyre; dhe
 - Organizimi i dy aktiviteteve pastrimi, një në plazhin e Divjakës dhe një tjetër në zonën përballë "Spitalit Nënë Tereza" Tiranë, aktiviteti i cili ishte pjesë e iniciativës kombëtare të mbështetur nga shuë organizata "Le të pastrojmë Shqipërinë për një ditë". Në këtë aktivitet pastrimi morën pjesë 200 punonjës të AMC-së, disa prej të cilëve madje ftuan të afërmit dhe miqtë e tyre të marrin pjesë si vullnetarë. Sensibilizimi mjedisor, socializimi dhe argëtimi e bënë këtë aktivitet një nga eventet më të pritura të vitit. Punonjësve iu kërkua me email të përzgjidhnin plazhin të cilin donin të pastronin.

7.9.2 Iniciativat për të Rritur Ndërgjegjësimin Publik

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

- Me rastin e Ditës së Tokës, AMC lançoi fushatën "Dita e Tokës" përmes të gjitha rrjeteve të mediave sociale. Kompania iu drejtua qindra mijëra përdoruesve të rrjeteve sociale në këtë fushatë, moto e së cilës ishte "Planeti na përket të gjithëve". Për këtë u zhvillua një konkurs fotografie me synim sensibilizimin publik në mbrojtje të mjedisit ku njerëz të ndryshëm dërguan foto të mjedisit dhe natyrës Shqiptare;
- Mbështeti Partners Albania në konkursin kombëtar Green Ideas 2013, i cili ka për synim angazhimin e komuniteteve lokale dhe palëve të interesit në zvogëlimin e efekteve negative në mjedis. Konkursi ishte i hapur për të gjitha organizatat e shoqërisë civile, sipërmarrjet sociale dhe ndërmarrjet e biznesit të cilat identifikojnë, zgjedhin dhe më pas implementojnë ide novatore për një mjedis më të gjelbër. Një nga idetë fituese në vitin



2013, e cila do të subvencionohet nga AMC në shumën prej 3,000 €, është "Mobilje dhe objekte të ricikluara", një projekt i mbështetur nga profesionistë në pension të cilët kanë për qëllim të krijojnë mobilje përmes riciklimit të paletave të drurit dhe objekte ornamentale, syze dielli dhe orendi ndriçimi nga riciklimi i objekteve prej xhami. Kjo do u japë një mundësi fëmijëve jetimë dhe pensionistëve të zhvillojnë aftësitë e tyre profesionale; dhe

- Në bashkëpunim me UNICEF dhe partnerë të tjerë të projektit, AMC mbështeti programin Green Schools. Kjo iniciativë mjedisore, e para e llojit të saj në Shqipëri, kishte për synim rritjen e ndërgjegjësimit për mbrojtjen dhe përmirësimin e mjedisit duke filluar nga Marsi deri në Dhjetor 2013. Programi përfshinte çertifikime green school, vendosjen e më shumë koshave për mbeturina në shkolla, mbjelljen e luleve dhe pemëve, dhe vendosjen e stolave.

7.10 Arritjet në 2013 dhe Objektivat për 2014

Rezultatet e arritura në lidhje me objektivat e mjedisit për vitin 2013, siç u publikua në Raportin e Përgjegjshmërisë Sociale të vitit 2012, dhe objektivat për vitin 2014 janë dhënë si më poshtë:

Objektivat për 2013	Arritjet në 2013	Pjesa në Raport	Objektivat për 2014
Reduktimi i konsumit të energjisë në ndërtesa (konsumi për m ² ndërtesë) me 1%.		8.5.1	Reduktimi i konsumit të energjisë në ndërtesa (konsumi për m ² ndërtesë) me 1%.
Reduktimi i emetimit të CO ₂ nga veprimtaritë me 2%.		8.4.1	Reduktimi i emetimit të CO ₂ nga veprimtaritë me 2%.
Reduktimi i konsumit të letrës për zyrë me 3%.		8.6.3	Reduktimi i konsumit të letrës për zyrë me 3%.
Rritja e përdorimit të letrës së ricikluar të zyrës në krahasim me letrën e zyrës së konsumuar me 3%.		8.6.3	Rritja e përdorimit të letrës së ricikluar të zyrës në krahasim me letrën e zyrës së konsumuar me 3%.
Riciklimi 100% i MPEE të nxjerra jashtë përdorimit		8.6.2	Riciklimi 100% i MPEE të nxjerra jashtë përdorimit

Riciklimi 100% i akumulatorëve të ndërruar.		8.6.1	Riciklimi 100% i akumulatorëve të ndërruar.
Shtimi i hapësirave të gjelbra duke mbjellë 100 pemë.		-	Shtimi i hapësirave të gjelbra duke mbjellë 100 pemë.
			Riciklimi 100% i lubrifikantëve të ndërruar.

8 Shtojcat

8.1 Përmbledhje e Treguesve Kryesorë të Performancës

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

Performanca PK	2011	2012	2013
Treguesit GRI			
Treguesit GRI të Raportuar Plotësisht	59	61	76
Treguesit GRI të Raportuar Pjesërisht	32	33	22
Performanca Financiare			
Xhiroja (në milionë euro)	94.2	88.6	86.2
EBIDA (në milionë euro)	37.6	29.3	33.7
Kontribute të Sigurimeve Shoqërore (në milionë euro)	0.9	0.9	0.52
Investime (në milionë euro)	21	11.5	10.53
Taksa të paguara (në milionë euro)	15.6	9.7	8.73
Tregu			
Klientë (në milionë)	1.92	1.9	2.06
Pjesa e Tregut (sipas numrit të klientëve)	37%	34%	37%
Abonentë të shërbimit Internet (në milionë)	-	0.25	0.28
Abonentë të shërbimit Broadband (në mijë)	-	-	22

Numri i ankesave marrë nga klientët	2,603	3,137	2,906
% e ankesave të zgjidhura në kohë të shkurtër	89	88	83.1
Punonjësit			
Punonjësit	475	487	471
% e femrave	55.7	55	59
% e femrave në pozicioneve manaxheriale	47	50	54
Numri i punonjësve të trajnuar (numër)	347	88	58
Aksidente Fatale (numër)	0	0	0
Orë Trajnimi (numër)	14,256	2,018	3,966
Vullnetarizmi i punonjësve (persona x numri i herëve)	295	252	255
Rekrutime të brendshme për pozicione të lira (%)	20	36	35
Numri i Ankesave marrë në lidhje me Diskriminimin që kërkojnë për masa korigjuese	0	0	0
Shoqëria			
Njerëzit e Mbështetur	NA	NA	1,485
Numri projekteve vullnetare	5	5	4
Numri i orëve të investuara në aktivitete vullnetare të punonjësve	NA	NA	3,300
Bursa të ofruara për studentët (në numër)	17	20	14
Mjedisi			
Emetimi i përgjithshëm i CO2 (nga zyrat, transporti, rrjetet backbone, stacionet) (në ton)	2,900	3,075	2,841
Konsumi i përgjithshëm i energjisë (nga zyrat, transporti, rrjetet backbone, stacionet) (Mwh)	16.86	17.34	17.98
Çanta letre të biodegradueshme të blera (në mijë)	327	70	14
Konsumi i ujit (m ³)	6,700	7,700	12,071
Konsumi i karburanteve për ngrohje dhe gjeneratorët e përdorur në Stacione (në mijë litra)	788.0	888.7	858.6
Mbetje të rrezikshme (ton)	-	51	12.7
Mbetje teknike të parrezikshme nga Operacionet e Telekomunikacionit (ton)	-	5.91	0.74
Konsum karburanti nga makinat (në mijë litra)	167	198	178.2
Distancat e transportit rrugor (në mijë km)	1,773	2,067	2,050
Konsum i letrës në zyra (në ton)	9.5	10.1	10.5

Riciklimi i letrës së zyrave (në ton)	5.3	5.6	6
---------------------------------------	-----	-----	---

8.2 Tabela e Indeksit GRI

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

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

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

4.17	Temat dhe çështjet kryesore që janë ngritur përmes angazhimit të palëve të interesit, dhe reagimi i organizatës në përgjigje të këtyre temave dhe çështjeve, duke i përfshirë përmes raportimit të saj.	Plotësisht	4.7
INFORMACIONI STANDART PJESA II: Zbulimi i informacionit mbi Përqasjen Manaxheriale (DMAs)			
DMA EC Zbulimi i Informacionit mbi Përqasjen Manaxheriale EKONOMIKE			
Aspektet	Performanca Ekonomike	Plotësisht	1, 5.1, 5.12, 9.1
	Prania në Treg	Plotësisht	1, 5.1, 5.12, 9.1
	Ndikimet Indirekte Ekonomike	Plotësisht	1, 4.1, 5.1, 5.12, 9.1
DMA EN Zbulimi i Informacionit mbi Përqasjen Manaxheriale MJEDISORE			
Aspektet	Materiale	Plotësisht	8.1, 8.2, 8.6
	Energjia	Plotësisht	8.1, 8.2, 8.5
	Uji	Plotësisht	8.1, 8.2, 8.8.1
	Biodiversiteti	Plotësisht	8.1, 8.2, 8.8.2
	Emetimet, derdhjet dhe mbetjet	Plotësisht	8.1, 8.2, 8.4, 8.5, 8.6, 8.8.1
	Produktet she shërbimet	Plotësisht	8.1, 8.2, 8.5, 8.6, 8.7, 8.8
	Pajtueshmëria	Plotësisht	8.1, 8.2, 8.7
	Transporti	Plotësisht	8.1, 8.2, 8.4.1, 8.5.4
	Tërësia	Plotësisht	8.1, 8.2
DMA LA Zbulimi i Informacionit mbi Përqasjen Manaxheriale PRAKTIKAT E PUNËS			
Aspektet	Punësimi	Plotësisht	6.1, 6.2, 6.5
	Marrëdhëniet e Punës/manaxhimi	Plotësisht	6.1, 6.2.2
	Shëndeti dhe Siguria në Punë	Plotësisht	6.1, 6.3
	Trajnimi dhe arsimimi	Plotësisht	6.1, 6.4
	Diversiteti dhe shanset e barabarta	Plotësisht	6.1, 6.2,
	Pagesë e barabartë për femrat dhe meshkujt	Plotësisht	6.1, 6.2.3
DMA HR Zbulimi i Informacionit mbi Përqasjen Manaxheriale Të DREJTAT E NJERIUT			
Aspektet	Praktikat e investimeve dhe prokurimit	Plotësisht	5.9
	Mos –diskriminimi	Plotësisht	6.1, 6.2.3
	Liria e asocimit dhe marrëveshjet kolektive	Plotësisht	5.9.1, 6.1, 6.2.2
	Punësimi i fëmijëve	Plotësisht	5.9.1, 6.1, 6.2.2
	Parandalimi i punës së detyruar dhe me dhunë	Plotësisht	5.9.1, 6.1, 6.2.2
	Praktikat e sigurisë	Plotësisht	5.11
	Të drejtat vendase (indigjene)	Plotësisht	Not Relevant
	Vlerësimi	Plotësisht	4.5, 6.4.2
	Ndreqja	Plotësisht	6.1, 6.2.3

DMA SO	Zbulimi i Informacionit mbi Përjasjen Manaxheriale SHOQËRIA		
Aspektet	Komunitetet lokale	Plotësisht	4.1, 6.1, 7.3, 8.7
	Korrupsioni	Plotësisht	4.5
	Politika publike	Plotësisht	4.1, 4.5, 5.1, 5.3
	Sjellja anti-konkurrese	Plotësisht	5.1, 5.2, 5.3
	Pajtueshmëria	Plotësisht	4.5
DMA PR	Zbulimi i Informacionit mbi Përjasjen Manaxheriale PËRGJEGJËSIA PËR PRODUKTET		
Aspektet	Shëndeti dhe siguria e klientit	Plotësisht	5.1, 5.8.1, 8.6, 8.7
	Etiketimi i produktit dhe shërbimit	Plotësisht	5.1, 5.8.1, 8.7
	Komunikimet e Marketingut	Plotësisht	5.1, 5.7, 5.8.1
	Privatësia e klientit	Plotësisht	5.1, 5.11
	Pajtueshmëria	Plotësisht	5.1, 5.7, 5.8.1, 5.11
INFORMACIONI STANDART PJESA III: Treguesit e Performancës			
Ekonomike			
Performanca Ekonomike			
EC1	Vlera direkte ekonomike e gjeneruar dhe e shpërndarë, duke përfshirë të ardhurat, kostot e operacionit, kompensimet e punonjësve, donacionet dhe investime të tjera në komunitet, fitime të mbajtura, dhe pagesa ndaj furnitorëve të kapitalit dhe qeverive.	Pjesërisht	3.4, 3.5, 9.1
EC2	Implikimet financiare dhe rreziqet dhe mundësitë e tjera për aktivitetet e organizatës si pasojë e ndryshimit .	Plotësisht	5.6.1, 8.3, 8.4
EC3	Mbulimi i detyrimeve të planit të benefiteve të organizatës.	Pjesërisht	6.5
EC4	Asistencë domethënëse financiare marrë nga qeveria.	Plotësisht	3.1
Prania në Treg			
EC5	Radhitja e normave të nivelit standart të pagës së hyrjes nga gjinia krahasuar me pagën minimale lokale në vendndodhje të rëndësishme të operacionit.	Plotësisht	6.2.3
EC6	Politika, praktikat dhe proporcioni i shpenzimit për furnitorët në bazë-lokale në vendndodhje të rëndësishme të operacioneve.	Plotësisht	5.9
EC7	Procedurat për punësimin lokalisht dhe proporcioni i punësimit të manaxhimit të lartë nga komuniteti lokal në vendndodhje të rëndësishme të operacioneve.	Plotësisht	6.2.1, 6.2.3
Ndikimet ekonomike indirekte			

EC8	Zhvillimi dhe ndikimi i investimeve dhe shërbimeve infrastrukturore ofruar kryesisht për përfitim publik përmes angazhimit komercial, në natyrë ose të mira publike.	Plotësisht	5.4, 5.5 5.6.1, 7.2, 7.3, 8.3, 8.7, 8.8.2
EC9	Kuptimi dhe përshkrimi i ndikimeve domethënëse indirekte, duke përfshirë shtrirjen e ndikimeve.	Plotësisht	5.4, 5.5 5.6.1, 7.2, 7.3
Mjedisore			
Materialet			
EN1	Materialet e përdorura sipas peshës ose volumit.	Pjesërisht	8.6, 9.1
EN2	Përqindja e materialeve të përdorura të cilat janë materiale të ricikluara.	Plotësisht	8.6, 9.1
Energjia			
EN3	Konsumi i drejtëpërdrejtë i energjisë nga burimi parësor i furnizimit me energji.	Plotësisht	8.5, 9.1
EN4	Konsumi indirekt i energjisë nga burimi parësor.	Plotësisht	8.5, 9.1
EN5	Energjia e kursyer si pasojë e përmirësimeve të kursimit dhe efikasitetit.	Plotësisht	8.5.2, 8.5.3, 8.5.4
EN6	Iniciativat për të siguruar produkte dhe shërbime efikente në energji ose me bazë energjike të ripërtëritshme, dhe reduktimet në kërkesat e energjisë si pasojë e këtyre iniciativave.	Pjesërisht	8.3, 8.8.5
EN7	Iniciativat për të reduktuar konsumin indirekt të energjisë dhe reduktimet e arritura.	Pjesërisht	8.4.1, 8.5, 8.6
Uji			
EN8	Totali i ujit të marrë nga burimi.	Plotësisht	8.8.1
EN9	Burimet e ujit të ndikuara thelbësisht nga marrja e ujit.	Plotësisht	8.8.1
EN10	Përqindja dhe volumi total i ujit të ricikluar dhe të ripërdorur.	Plotësisht	8.8.1
Biodiversiteti			
EN11	Vendndodhja dhe përmasat e tokës në pronësi, të marrë me qira, të manaxhuar apo në afërsi të zonave të mbrojtura dhe zonave me vlera të larta biodiversiteti jashtë zonave të mbrojtura.	Plotësisht	8.8.2
EN12	Përshkrime të ndikimeve të rëndësishme të aktiviteteve, produkteve dhe shërbimeve në biodiversitetin e zonave të mbrojtura dhe në zonat me biodiversitet të lartë jashtë zonave të mbrojtura.	Plotësisht	8.8.2, 8.7.1, 8.7.2
EN13	Habitatet e mbrojtura ose të restauruara.	Plotësisht	8.8.2
EN14	Strategjitë, veprimet aktuale dhe planet e ardhshme për manaxhimin e ndikimit në biodiversitet.	Pjesërisht	8.8.2
EN15	Numri i specieve në Listën e Kuqe të IUCN (Unioni Ndërkombëtar për Ruajtjen e Natyrës) dhe lista kombëtare për ruajtjen e specieve me habitat në zonat e ndikuara nga operacionet, sipas nivelit të rrezikut.	Jo	

Emetimet, derdhjet dhe mbetjet			
EN16	Emetimet direkte dhe indirekte të gazrave të efektit serë sipas sasisë.	Plotësisht	8.4.1, 9.1
EN17	Emetime të tjera të rëndësishme të gazrave të efektit serë sipas sasisë.	Plotësisht	8.4.1, 9.1
EN18	Iniciativat për të reduktuar emetimet e gazrave të efektit serë dhe arritjet e reduktimeve.	Plotësisht	8.5
EN19	Emetimet e substancave që pakësojnë ozonin sipas sasisë.	Jo	
EN20	NOx, SOx, dhe emetime të tjera dmethënëse në ajër sipas llojit dhe sasisë.	Jo	
EN21	Shkarkimet në total të ujit sipas cilësisë dhe destinacionit.	Plotësisht	8.8.1, 9.1
EN22	Sasia totale e mbetjeve sipas llojit dhe mënyrës së trajtimit.	Pjesërisht	8.6, 9.1
EN23	Numri në total dhe volumi i derdhjeve të rëndësishme.	Plotësisht	8.6.1, 8.6.2, 8.8.1
EN24	Sasia e mbetjeve, që konsiderohen të rrezikshme, të cilat transportohen, importohen, eksportohen ose trajtohen sipas kushteve të Konventës së Bazelit - Aneksi I, II, III, dhe VIII, dhe përqindja e mbetjeve të transportuara që janë dërguar me rrugë detare ndërkombëtarisht.	Plotësisht	8.6.1, 8.6.2
EN25	Identiteti, përmasat, statusi i mbrojtjes, dhe vlera e biodiversitetit të ujrave dhe habitatit përkatës që ndikohen nga shkarkimet e ujit dhe derdhjet e raportuara nga organizata.	Plotësisht	8.8.1
Produktet dhe shërbimet			
EN26	Iniciativat për të reduktuar ndikimet mjedisore të produkteve dhe shërbimeve, dhe shtrirja e reduktimit të ndikimit.	Plotësisht	8.5, 8.6, 8.8
EN27	Përqindja e produkteve të shitura dhe materialet e paketimit të tyre që janë rivendosur sipas kategorisë.	Pjesërisht	8.8.3
Pajtueshmëria			
EN28	Vlera monetare e gjobave të rëndësishme dhe numri total i sanksioneve jo-monetare lidhur me mos-pajtimin me ligjet dhe rregulloret mjedisore.	Plotësisht	8.1.3, 8.8.2
Transporti			
EN29	Ndikime të rëndësishme mjedisore të transportit të produkteve dhe mallrave të tjera, si dhe materialeve të përdorura për operacionet e organizatës, dhe transporti i krahut të punës.	Plotësisht	8.4.1, 8.5.4
Tërësia			
EN30	Totali i shpenzimeve dhe investimeve për mbrojtjen mjedisore sipas llojit.	Jo	
Sociale: Praktikrat e Punës dhe Puna e Përshtatshme			

Punësimi			
LA1	Totali i krahut të punës sipas llojit të punësimit, kontratës së punësimit, dhe rajonit, e ndarë sipas gjinisë.	Plotësisht	6.2.1
LA2	Numri total dhe norma e punonjësve të rinj të punësuar dhe qarkullimit të punonjësve sipas grupmoshës, gjinisë dhe rajonit.	Plotësisht	6.2.1, 6.2.3
LA3	Përfitimet e ofruara punonjësve me kohë të plotë, të cilat nuk u ofrohen punonjësve të përkohshëm ose me kohë të pjesshme, sipas operacioneve madhore.	Plotësisht	6.5
LA15	Rikthimi në punë dhe normat e mbajtjes në punë pas lejes prindërore, sipas gjinisë.	Plotësisht	6.2.3
Marrëdhëniet e Punës/Manaxhimit			
LA4	Përqindja e punonjësve që mbulohet nga marrëveshjet e ujdive kolektive.	Plotësisht	6.2.2
LA5	Periodha(t) minimale të njoftimit lidhur me ndryshime të rëndësishme operationale, duke përfshirë faktin nëse specifikohet në marrëveshjet kolektive.	Plotësisht	6.2.1
Shëndeti dhe siguria në Punë			
LA6	Përqindja e totalit të krahut të punës të përfaqësuar në komitete të përbashkëta zyrtare manaxhim-punonjës lidhur me shëndetin dhe sigurinë në punë, që monitorojnë dhe këshillojnë mbi programet e shëndetit dhe sigurisë në punë.	Plotësisht	6.3.1
LA7	Norma e dëmtimeve, sëmundjeve profesionale, ditëve të humbura dhe mosparaqitjes në punë, dhe numri i fatkeqësive lidhur me punën sipas rajonit dhe gjinisë.	Plotësisht	6.3.2
LA8	Arsimimi, trajnimi, këshillimi, parandalimi dhe programet e kontrollit të riskut që janë në funksion për të ndihmuar anëtarët e krahut të punës, familjarët e tyre, ose anëtarët e komunitetit lidhur me sëmundje serioze.	Plotësisht	6.3.3
LA9	Temat e shëndetit dhe sigurisë në punë që janë mbuluar në marrëveshjet zyrtare me unionet tregtare.	Plotësisht	6.3.2
Trajnimi dhe arsimimi			
LA10	Mesatarja e orëve të trajnimit në vit për punonjës sipas gjinisë, dhe sipas kategorisë së punonjësve.	Pjesërisht	6.4.3
LA11	Programet për manaxhimin e aftësive dhe të mësuarit afatgjatë që mbështet punësimin e vazhdueshëm të punonjësve dhe i ndihmon ata në manaxhimin e mbylljes së karrierës.	Pjesërisht	6.4
LA12	Përqindja e punonjësve që marrin vlerësime të rregullta të performancës dhe zhvillimit të karrierës, sipas gjinisë.	Plotësisht	6.4.2
Diversiteti dhe shanset e barabarta			

LA13	Përbërja e bordeve drejtues dhe ndarja e punonjësve me kategori sipas gjinisë, grupmoshës, anëtarësimi në grupe minoriteti, dhe tregues të tjerë të diversitetit.	Plotësisht	4.4, 6.2.1, 6.2.3
Pagesë e barabartë për femrat dhe meshkujt			
LA14	Raporti i pagës bazë dhe shpërblimit të femrave dhe meshkujve sipas kategorisë së punonjësit, sipas vendndodhjeve të rëndësishme të operacioneve.	Plotësisht	6.2.3
Sociale: Të Drejtat e Njeriut			
Praktikat e Prokurimit dhe Investimet			
HR1	Përqindja dhe numri total i marrëveshjeve dhe kontratave të rëndësishme të investimeve që përfshijnë nene që përmbajnë çështje të të drejtave të njeriut, ose që kanë kaluar ekzaminimin mbi të drejtat e njeriut.	Plotësisht	5.9.1
HR2	Përqindja e furnitorëve, kontraktorëve dhe partnerëve të tjerë të rëndësishëm në biznes, të cilët kanë kaluar ekzaminimin mbi të drejtat e njeriut, dhe kanë ndërmarrë masa.	Jo	
HR3	Totali i orëve të trajnimit të punonjësve mbi politikat apo procedurat lidhur me aspektet e të drejtave të njeriut të rëndësishme për operacionet e organizatës, si dhe për qindja e punonjësve të trajnuar.	Pjesërisht	6.6
Mos-diskriminimi			
HR4	Numri total i incidenteve të diskriminimit dhe veprimet e ndërmarra.	Plotësisht	6.2.3, 9.1
Liria e asocimit dhe e marrëveshjeve kolektive			
HR5	Operacionet dhe furnitorët e rëndësishëm të identifikuar, ku e drejta për të ushtruar lirinë e asocimit dhe marrëveshjeve kolektive mund të jetë cenuar ose në rrezik, dhe veprimet e ndërmarra për të mbështetur këto të drejta.	Plotësisht	6.2.2
Punësimi i fëmijëve			
HR6	Operacionet dhe furnitorët e rëndësishëm të identifikuar se kanë rrezik domethënës për incidente të punësimit të fëmijëve, dhe veprimet e ndërmarra për të kontribuar në zhdukjen e punësimit të fëmijëve.	Plotësisht	5.9.1, 6.2.2
Puna e detyruar dhe me dhunë			
HR7	Operacionet dhe furnitorët e rëndësishëm të identifikuar se kanë rrezik domethënës për incidente lidhur me punën e detyruar dhe me dhunë, dhe veprimet e ndërmarra për të eliminuar të gjitha format e punës së detyruar ose me dhunë.	Plotësisht	5.9.1, 6.2.2
Praktikat e sigurisë			

HR8	Përqindja e personelit të sigurisë që është trajnuar në politikat ose procedurat e organizatës lidhur me të drejtat e njeriut që janë të rëndësishme për operacionet e saj.	Plotësisht	Nuk ka patur trajnime për të drejta specifike të njeriut gjatë 2013
Të drejtat vendase (indigjene)			
HR9	Numri total i incidenteve të shkeljeve që përfshijnë të drejtat e njerëzve vendas (indigjen) dhe veprimet e ndërmarra.	Jo	Jo domethënëse
Vlerësimi			
HR10	Përqindja dhe numri total i operacioneve që kanë qënë objekt i shqyrtimeve të të drejtave të njeriut dhe/ose vlerësimet e ndikimit.	Pjesërisht	4.5, 6.2.2
Ndreqja			
HR11	Numri i ankesave lidhur me të drejtat e njeriut që janë dorëzuar, trajtuar dhe zgjidhur përmes mekanizmave zyrtare të ankimimit.	Plotësisht	Nuk janë dorëzuar ankesa lidhur me të drejtat e njeriut.
Sociale: Shoqëria			
Komunitetet lokale			
SO1	Përqindja e operacioneve të implementuara me angazhimin e komunitetit lokal, vlerësimet e ndikimit, dhe programet e zhvillimit.	Plotësisht	4.7, 6.3.1, 7.1, 7.3, 8.7
SO9	Operacionet me ndikim të madh negativ potencial ose aktual në komunitetet lokale.	Plotësisht	8.2, 8.7, 8.8.2
SO10	Masat parandaluese dhe reduktuese të implementuara në operacionet e organizatës me ndikim negativ potencial ose aktual në komunitetet lokale.	Pjesërisht	8.7, 8.8.2
Korrupsioni			
SO2	Përqindja dhe numri total i njësive të biznesit të analizuar për rreziqet lidhur me korrupsionin.	Plotësisht	4.5
SO3	Përqindja e punonjësve të trajnuar në politikat dhe procedurat anti-korrupsion të organizatës.	Plotësisht	4.5
SO4	Veprimet e ndërmarra në përgjigje të incidenteve të korrupsionit.	Plotësisht	4.5
Politika publike			
SO5	Pozitat e politikës publike dhe pjesëmarrja në zhvillimet dhe lobimet në politikat publike.	Pjesërisht	5.3.1
SO6	Vlera totale e kontributeve financiare dhe në natyrë ndaj partive politike, politikanëve, dhe institucionet lidhur me to, sipas shtetit.	Plotësisht	4.5
Sjellja anti-konkurrese			
SO7	Numri total i veprimeve ligjore për sjelljen anti-konkurrese, anti-trust dhe monopolistike dhe rezultatet.	Plotësisht	5.3

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

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

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

TA4	Zbulimi i çdo preventivi të efekteve të kthimit mbrapsht (pasoja indirekte) të përdorimit nga klienti të produkteve dhe shërbimeve renditur më lart, dhe mësimet e nxjerra për zhvillime të ardhshme. Kjo mund të përfshijë pasoja sociale si dhe mjedisore.	Jo
TA5	Përshkrimi i praktikave lidhur me të drejtat e pronësisë intelektuale dhe teknologjitë e burimeve të hapura.	Jo

8.3 Kontrolli i Nivelit të Aplikimit (Deklarata nga GRI)