



ИНТЕГРИРАН ГОДИШЕН ДОКЛАД 2018



За доклада	3	4.3. Иновативни	64
Обръщение на главния изпълнителен директор на VIVACOM – Атанас Добрев	4	4.3.1. VIVA SMART – иновативна платформа за цялостни IoT услуги и решения	66
Обръщение на министъра на транспорта, информационните технологии и съобщенията – Росен Желязков	6	4.3.2. Умен паркинг в Община Бургас	69
		4.3.3. Пилотен проект за умно сметосъбиране в Община Пловдив	70
1. Нашата компания	8	4.3.4. @vivacombg в Instagram и други социални мрежи	71
1.1. Кои сме ние	10	4.4. Честни	72
1.2. Мисия, визия и ценности	12	4.4.1. Отношения с потребителите и подобряване на клиентското изживяване	74
1.3. Организационна структура и структура на собствеността	14	4.4.2. Регулация и управление на личните данни	76
1.4. Ключови теми и заинтересовани страни	15	4.4.3. Вътрешни инициативи за служители	77
1.5. Цели и постижения 2018	26	4.5. Динамични	78
1.6. Цели 2019	27	4.5.1. Пазар – позициониране на VIVACOM	80
		4.5.2. Световно първенство по художествена гимнастика 2018	83
2. Стратегия, създаване и разпределяне на стойност	28	4.5.3. Обмяна на опит с международни лидери в технологичния сектор	84
2.1. Стратегически акценти	30	4.5.4. VIVACOM Arena с изцяло нов облик	85
2.2. Създаване и разпределяне на стойност	33	4.6. Отговорни	86
		4.6.1. „Образование 4.0“ – дигитализация на българското училище	88
3. Корпоративно управление и спазване на законодателството	38	4.6.2. Стажантска програма – доброволческа акция на Златните мостове	90
3.1. Корпоративно управление	40	4.6.3. Електромагнитни излъчвания	91
3.2. Основни рискове и смекчаване на въздействието им	42	4.6.4. Здраве и безопасни условия на труд	91
3.3. Спазване на нормите	44	Членства	92
		Сертифициране и стандарти	93
4. Представяне	46	5. Приложения	94
4.1. Ефективни	48	5.1. Ключови показатели за представяне в съответствие с GRI Content Index	96
4.1.1. Финансови резултати	50	5.2. Съкратени финансови отчети	104
4.1.2. Мрежа и покритие	52	5.3. Речник на термините и дефинициите	108
4.1.3. Продукти и услуги	54	5.4. Специални условия	110
4.1.4. Енергийна ефективност и емисии на въглероден диоксид	56		
4.1.5. Кръгова икономика – управление на отпадъците	57		
4.2. Вдъхновени	58		
4.2.1. Служители	60		
4.2.2. Привличане и подбор	61		
4.2.3. Развитие и задържане на персонала	62		
4.2.4. Coder Dojo – първи стъпки на децата в програмирането	63		

Имаме удоволствието да ви представим третия годишен Интегриран доклад на Българска телекомуникационна компания ЕАД („VIVACOM“, „Компанията“). Докладът обхваща данни за дейностите на компанията през 2018 г. и има за цел да утвърди високата степен на прозрачност по всички значими теми, която компанията е изградила и следва при взаимодействието си с ключовите заинтересовани страни. Израз на тази дългосрочна политика са ежегодно издаваните до момента публични доклади за устойчиво развитие (за 2014 г. и 2015 г.) и интегрираните доклади (за 2016 г. и 2017 г.). Настоящото издание обхваща всички важни сфери на развитие, постижения и предизвикателства за VIVACOM за 2018 г., разгледани в контекста на икономическата и социална обстановка в страната, динамиката на пазара, конкурентното предлагане и клиентските нагласи.

Докладът е изготвен, следвайки принципите на прозрачност и включване на ключовите заинтересовани страни при дефиниране на процеса за създаване на стойност, като са вземани предвид значимите въпроси, които биха могли да повлияят способността на компанията да създава стойност, стратегическите ѝ цели и вземането на решения. Значимите за заинтересованите страни теми се определят чрез консултации с тях и отчитане на техните интереси и потребности. Съдържанието на този доклад е съобразено и с последните изменения в националното законодателство (Закон за счетоводството, 2016 г.).

Интегрираният годишен доклад за 2018 г. представя информация за VIAVCOM на индивидуална и консолидирана база. Количествените данни отразяват икономически, технически, социални и екологични показатели за представяне за периода 1 януари 2018 г. – 31 декември 2018 г., освен ако не е посочено друго. Настоящият доклад показва представянето ни спрямо целите и приоритетите за устойчиво развитие съгласно интегрирания доклад за 2016 г., нашата стратегия, вземайки предвид средата на въздействие, използването

на капитали, предизвикателствата и промените, пред които се изправяме, както и взетите мерки за преодоляването им. Всички отчетени данни са нагледно прегледани, анализирани, консолидирани и са в пълно съответствие с нашите официални отчети. Докладът включва също съкратени годишни финансови отчети. По-подробна информация може да се намери в консолидирания годишен финансов отчет, публикуван на нашия уебсайт.

Този доклад е изготвен в съответствие с GRI стандартите: „Core“ опция. Съобразен е и с рамката за отчетност, публикувана от Съвета по международно интегрирано отчитане (IIRC).

Управителният съвет и топ мениджмънтът на компанията взеха активно участие в изготвянето на този доклад, за да се гарантира целостта на информацията и привеждането ѝ в съответствие с Международната рамка за интегрирано докладване (IR).

Третият ни интегриран доклад е изготвен с консултантското съдействие на denkstatt България и премина успешно проверката за съответствие – Materiality Disclosure Service – на Глобалната инициатива за отчетност. Не е извършвана проверка от трета страна.

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

Цветелина Арсова
Корпоративни комуникации
Тел: +359 2 949 45 37
E-mail: sustainability@vivacom.bg

Атанас Велков
Връзки с инвеститорите
Тел.: +359 2 949 42 56
E-mail: ir@vivacom.bg

Прозрачност чрез отчетност – нашият напредък в процеса на отчитане

ПУБЛИКАЦИЯ	ОСНОВНИ АДРЕСАТИ	ОБЛАСТИ НА ИНТЕРЕС
Интегриран доклад за 2018 г.	▶ Инвеститори, акционери, клиенти, служители, бизнес партньори, държавни институции	▶ Създаване на стойност за ключови заинтересовани страни, бизнес модел и трансформация на капитала, дългосрочна стратегия за устойчиво развитие и принос към макроикономическата среда и обществото в България, оперативни резултати и постижения
Интегрирани доклади за 2016 и 2017 г.	▶ Инвеститори, акционери, бизнес партньори, доставчици, компетентни органи	▶ Създаване на стойност, бизнес модел и трансформация на капитала, дългосрочна стратегия, цели и визия, оперативни резултати и постижения
Доклади за устойчиво развитие 2014 и 2015 г.	▶ Клиенти, служители, доставчици, бизнес партньори, НПО, медии	▶ Устойчиво развитие за ключови заинтересовани страни, политика на компанията, програми и постигнати резултати спрямо целите за устойчивост
Финансови отчети, презентации и ключови индикатори за изпълнение	▶ Инвеститори, акционери, анализатори, компетентни органи	▶ Финансови отчети, преглед на дейността на компанията, финансово състояние и резултати от дейността, основни рискове



Атанас Добрев: Нашата индустрия е една от движещите сили на българската икономика

Уважаеми читатели,

Пред вас е Интегрираният доклад на VIVACOM за 2018 г. Докладът отразява всички значими постижения на компанията за този период, както и водещите глобални тенденции в развитието на технологиите. В него ще намерите отговори на въпросите защо анализаторите говорят за количества информация, измерена в зетабайти, и къде ще се съхранява тази информация, как умните системи в градовете ще разрешат проблемите с нарастващата урбанизация и какви нови бизнес модели ще породят дигитализацията на индустриите.

2018 беше годината, в която 5G излезе от етапа „мечта“ и се превърна в реалност. Първата мрежа от пето поколение стана факт в САЩ и темата за изграждането ѝ на Стария континент зае важно място в дневния ред на Европейския съюз.

Какво е 5G и какво ще ни даде? Мрежите от пето поколение дават възможност за свързване на много повече устройства едновременно. Те ще осигурят не само по-голям капацитет за потребителите на смартфони и планшети, но и ще дадат тласък за развитие на бизнеса. Тези мрежи ще позволяват по-лесна автоматизация на производствения процес, а високите скорости и мигновеното предаване на информация ще отворят възможност за развитие на изцяло нови ниши като автономни автомобили, използване на роботи в различни сфери, медицински процедури от разстояние

и други. В условията на тотална цифровизация за хората ще остане креативната и висококвалифицирана работа, което ще означава по-добро заплащане, по-висока удовлетвореност и респективно – подобряване на социално-икономическото състояние на обществата.

В тези условия на динамични промени България е една от страните с най-добри показатели за качество на телеком услугите. Вече традиционно сме на едни от водещите места по скорости и покритие както на широколентовия фиксиран интернет, така и на мобилната мрежа.

С гордост мога да заявя, че нашата индустрия е една от движещите сили на българската икономика. VIVACOM е лидер в развитието и въвеждането на съвременни технологии с инвестиции от 187 милиона лева само за 2018 г. и над 1 милиард лева общо за последните пет години.

Благодарение на стратегията ни за дългосрочно и устойчиво развитие на инфраструктурата и услугите успяхме да изградим мобилната мрежа с най-добро покритие на населението у нас¹, както и най-бързата 4G мрежа². Тези инвестиции направиха възможно през 2018 г. трафикът на мобилен интернет през 4G да надмине този през 3G. Това е годината, в която 4G спря да бъде иновация и се превърна в технология, на която потребителите реално разчитат и използват ежедневно. За да предложим още повече възможности на клиентите си, ние стартирахме и 4.5G, с още по-

високи скорости за мобилен интернет, както и услугата 4G Voice за кристално ясни разговори през LTE.

Истинските иновации през изминалата година се случиха и в сферата на Интернет на нещата и умните градове. След като в края на 2017 г. бяхме първият телеком у нас, стартирал мрежа LoRa, през 2018 г. реализирахме редица пилотни проекти със смарт решения за подобряване на градската среда. В партньорство с други прогресивни компании, стартъпи и общини показахме на практика как технологиите могат да подобрят паркирането, управлението на трафика, осветлението и дори сметосъбирането. Вярваме, че сътрудничеството между бизнеса, предприемачите и институциите е двигател на създаването на един свят на свързани устройства, където машините ще общуват помежду си, за да направят живота на хората по-добър.

Очаквам през настоящата година да излезем от тестовата фаза на смарт сити услугите и да преминем към реалното им търговско предлагане и по-широко внедряване в компании и общини. От работата ни до момента с местните администрации ясно се вижда, че българските градове не изостават от световните тенденции и са готови да използват новите технологии за подобряване на средата и живота на своите граждани и гости.

Във VIVACOM прилагаме тези технологии и в собствените си процеси. В момента в компанията се извършва дигитализация на вътрешните системи и процеси. Освен това променяме начина си на работа така, че всичко за клиентите ни да става по-бързо и лесно. Например, стартирахме приложението My VIVACOM, с което абонатите ни могат сами да управляват услугите си. Поставихме основите на цялостна трансформация на компанията и вярвам, че през 2019 г. потребителите ще усетят реалните ползи от това за самите тях.

Най-осезаемо промяната усещат младите хора, които в момента учат или започват вече да работят. Те израстват в свят, доминиран от технологиите, и ако не могат да използват потенциала им, са обречени на неуспех. Ключът към добрата им реализация е в образованието, отговарящо на съвременните изисквания на пазара на труда и базирано на новите технологии.

Като компания вярваме, че имаме отговорност към развитието на младите хора в страната и виждаме своя принос във въвеждането на технологиите в училище. Така обучението ще бъде по-интересно, полезно и най-вече – резултатно, като подготвя съвременните деца с реални знания и умения за навлизане в активната им житейска фаза. С редица ангажирани с темата за образованието партньори стартирахме инициативата „Образование 4.0“, която цели да помогне за дигитализацията на българското средно образование. Същевременно обучаваме постоянно своите близо 5 000 служители, за да са информирани и професионално подготвени в тази динамично развиваща се сфера.

Промените, на които вече ставаме свидетели, ще се случват с още по-бързи темпове в идните години. Практиката показва, че на всяка следваща технология – 2G, 3G, 4G – ѝ е отнемало по-малко време да навлезе масово, отколкото на предходната. Очакваме 5G да бъде факт в България през 2020–2021 г. Това е мрежата, която ще преобрази живота ни така, както преди 20 години го направи появата на мобилните телефони.

VIVACOM е готова за този нов, вълнуващ свят. Как се справихме дотук, какви са целите ни за следващите години и какво ще предложим на клиентите си във високотехнологичното бъдеще, може да прочетете на следващите страници.

Атанас Добрев,
Главен изпълнителен директор на VIVACOM

¹ Измерването на покритието на 4G технологията по население е направено от Global Wireless Solutions (GWS) по тяхна методология в периода 15.10 – 15.11.2018 г.

² Според анализ на Ookla®, основан на данните от Speedtest Intelligence® от тестове, проведени на територията на България през третото тримесечие на 2018 г. за средна скорост на изтегляне (download) в мобилната мрежа. Търговските марки на Ookla се използват с разрешение. Повече информация на www.vivacom.bg



Росен Желязков:
Примерът на компании
като VIVACOM и добрите
практики, които прилагат,
се явяват ценен ресурс

Телекомуникационната свързаност придобива все по-нови и важни мащаби в технологичното развитие на икономиката и обществото. Цифровите технологии поведоха Европа и света към етап, който променя изцяло бизнес модели, социални отношения, политики и визии във всички сфери на живота.

С масовото навлизане на 5G мрежите и услугите предстои поредният технологичен скок, за който трябва да бъдем предварително готови. Затова усилията ни в последните години са насочени към подобряването на свързаността на регионите, не само в транспортно, но и в комуникационно отношение. С навлизането на интернет до все повече неща в нашето ежедневие е важно да осигурим високоскоростна мрежа и до най-отдалечените и слабонаселени райони в страната. В това отношение примерът на компании като VIVACOM и добрите практики, които прилагат, се явяват ценен ресурс.

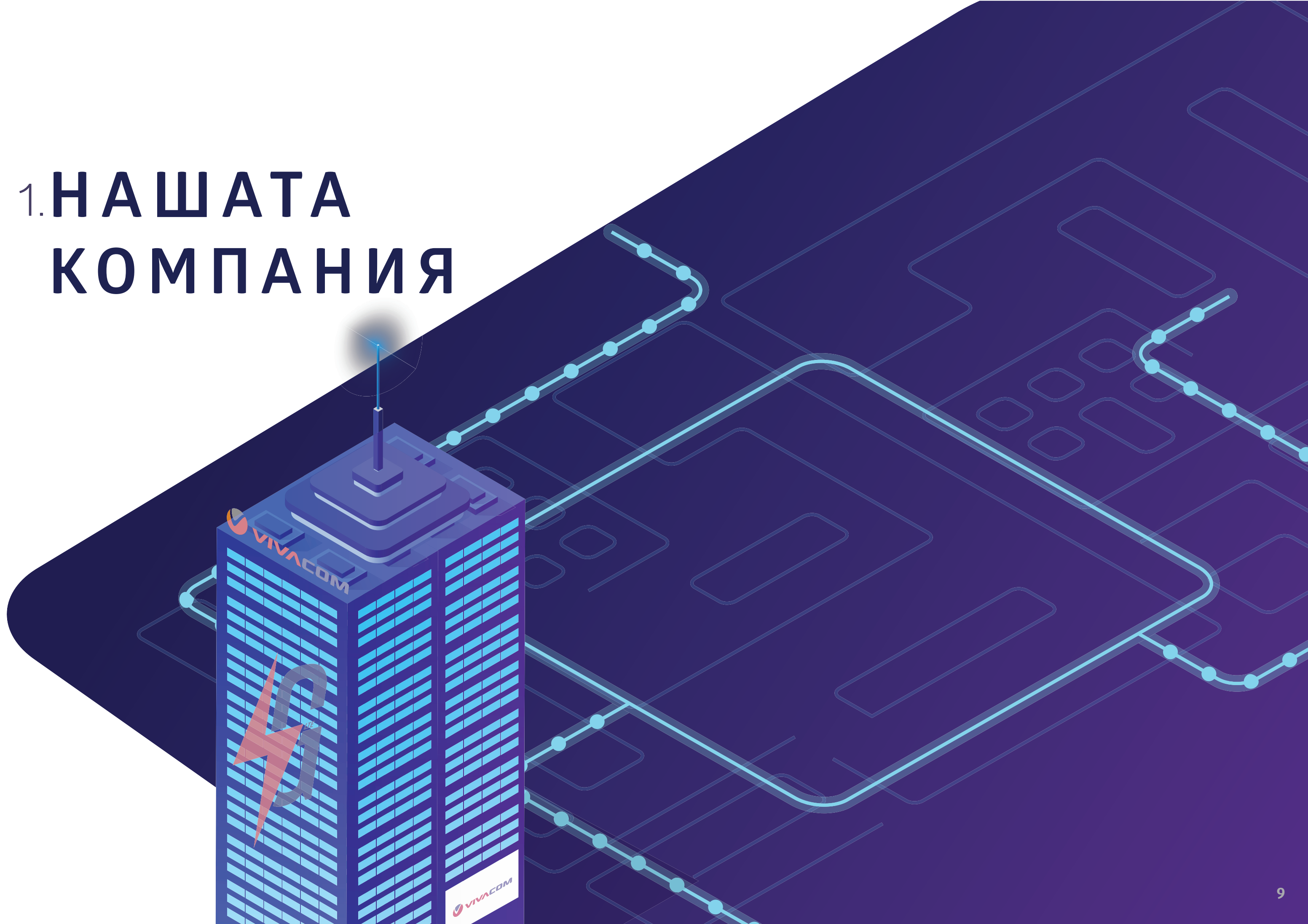
Тези процеси не трябва да остават капсуловани само в границите на нашата страна. Затова по време на Българското председателство на Съвета на Европейския съюз България направи първа стъпка към приобщаване на държавите от Западните Балкани към ценностите на Съюза. Благодарение на нашия силен политически ангажимент успяхме да подпишем меморандуми със съседните страни за намаляване на международните тарифи за роуминг за телекомуникационни услуги. Споразуменията насърчиха телекомуникационните оператори да предприемат поетапни действия за достигане на нива на цените, сходни с тези в Европейския съюз. Българските телеком компании предложиха специални условия за западните ни съседи и вече се отчитат повишаване на броя на разговорите и използвания достъп до интернет. Подобряването на достъпа до тези услуги играе

важна роля за улесняване на икономическите и социалните взаимодействия както в търговията, така и по отношение на пътуванията до тези държави. Съвсем скоро започва проучване на възможността за общо международно роуминг пространство между Европейския съюз и страните от Източното партньорство.

През 2018 г. телекомите започнаха да реализират и множество конкретни проекти за дигитализацията на обществото, икономиката и ежедневието ни, в тясно партньорство с администрацията. Това е пример за ефективно сътрудничество, целящо реализирането на цифровата стратегия на Европа след 2020 г. и подобряване на цифровите умения. Всичко това спомага да се гарантира, че гражданите, бизнесът и администрациите ще се възползват максимално от огромните възможности, предоставяни от цифровизацията.

Росен Желязков,
министър на транспорта, информационните
технологии и съобщенията

1. НАШАТА КОМПАНИЯ



1.1. Кой сме ние

Позната днес като един от най-иновативните технологични лидери у нас под марката VIVACOM, „Българска телекомуникационна компания“ е обособена като самостоятелна организация през 1992 г., след разделянето на държавното дружество „Български пощи и далекосъобщения“. Назад в историята организацията смело може да се заяви като наследник на Плевенската пощенска, телеграфна, телефонна и радио станция – първата структура, свързана с комуникации в България, основана през 1879 г. Стъпвайки на своите 140-годишни традиции и опит и преминавайки през различни трансформации, компанията ни е готова да посрещне предизвикателствата на Интернет на нещата (Internet of Things – IoT) – тенденция, която трайно става част от живота ни. Светът на свързани устройства и умни технологии безспорно е новата голяма революция в световен мащаб и България няма да изостане от нея благодарение на модерните технологични визионери, сред които се нарежда и VIVACOM.

Компанията ни се наложи на българския пазар като доверен доставчик на пълно портфолио от телеком решения за нуждите на всяко домакинство, бизнес или институция. Предлагаме **мобилни и фиксирани гласови услуги, високоскоростен мобилен и фиксиран интернет, интерактивна и сателитна телевизия**. Постоянно се стремим да разширяваме гамата на предлаганите услуги, за да осигурим максимално удобство на нашите клиенти. Така през изминалата година включихме продукти като задължителната застраховка Гражданска отговорност за притежатели на МПС. За нуждите на бизнес клиентите си предлагаме **специализирани M2M решения**, както и технологии, разработени конкретно за тяхната сфера и мащаб на дейност.

Богатото ни разнообразие от услуги се допълва и от широко портфолио от устройства – смартфони, таблети, лаптопи и технологични аксесоари във всички ценови категории, актуални според световните тенденции и нуждите на българските потребители.

Фокус в цялата ни стратегия през 2018 г. беше развитието на т.нар. „смайт“ или умни решения за клиенти от корпоративния сектор и за държавните институции с водещ акцент върху услугите „умен град“ за българските общини. Компанията ни обедини всичките си продукти в тези сфери в единна

платформа – VIVA SMART, чрез която предлага услуги в три направления: **умни градове, дигитално образование и облачни решения чрез система от дейта центрове**.

Наред с тези услуги, VIVACOM се отличава с **наземно и сателитно излъчване и пренос**, които осъществява чрез собствената си сателитна станция Плана. Телепортът е сред най-модерните съоръжения от този тип в света, като за това свидетелства полученият пълен международен сертификат Tier 3. Сателитните услуги извеждат компанията ни и на международния пазар, като на ден през телепорта минават и се излъчват над 200 радио и телевизионни канала към Европа, Африка, Близкия Изток и Азия.

Всички иновации в портфолиото ни от продукти и услуги станаха възможни благодарение на високото качество на мрежата и технологичната инфраструктура, които поддържахме. През 2018 г. VIVACOM отново бе отличена като компанията с **най-бързата мобилна мрежа в България за третото тримесечие на 2018 г. според анализ на информацията от Speedtest Intelligence® на Ookla®**.

За нас винаги водещ принцип в развитието на услугите е бил да ги предлагаме със сходни параметри на клиентите си в цялата страна, независимо дали се намират в големите градове или в малки и отдалечени населени места. Това е израз на разбирането ни, че за да се развива устойчиво компанията, тя трябва да има принос към устойчивото развитие на обществото като цяло. Именно технологиите са инструментът, който може да даде равен шанс за просперитет на хората във всяка точка на страната. Усилията ни за осигуряване на равен достъп до високоскоростен мобилен интернет бяха оценени от международния лидер в измерването на показателите на мобилните мрежи – Global Wireless Solutions (GWS). Според доклада им в края на 2018 г. 4G мрежата на VIVACOM отново беше с най-висок резултат за покритие на населението в страната – 99,25%.

През отчетната година компанията ни насочи много усилия и в увеличаване на броя населени места с достъп до високоскоростен фиксиран интернет. Общо 1 182 000 домакинства вече могат да се възползват от предимствата му, както и да гледат интерактивна телевизия.

Всички тези постижения бяха реализирани в изключително динамичния телеком пазар у нас, който през 2018 г. беше белязан от две знакови промени при основните ни конкуренти. Мтел, част от международната група на Telecomm Austria, се ребрандира изцяло и премина под марката А1, което беше съпроводено с наситена комуникационна кампания през цялата година. Другият основен играч на пазара в мобилния сегмент – Теленор, промени собствеността си, като вече не е част от едноименната норвежка централа, а от инвестиционния фонд RPF Group, опериращ в 22 държави. В тези условия на

сериозни промени в целия сектор VIVACOM успя да запази своята стабилна позиция и да продължи позитивната тенденция от последните години, като **за шеста поредна година стана оператор номер 1 по общи приходи у нас**. Клиентската ни база в най-ключовите сегменти като мобилни услуги, високоскоростен интернет и интерактивна телевизия расте. Това е доказателство за доверието на потребителите към нас и качеството не само на продуктите, услугите и мрежите ни, но и на високото ниво на клиентско изживяване, което им осигуряваме.

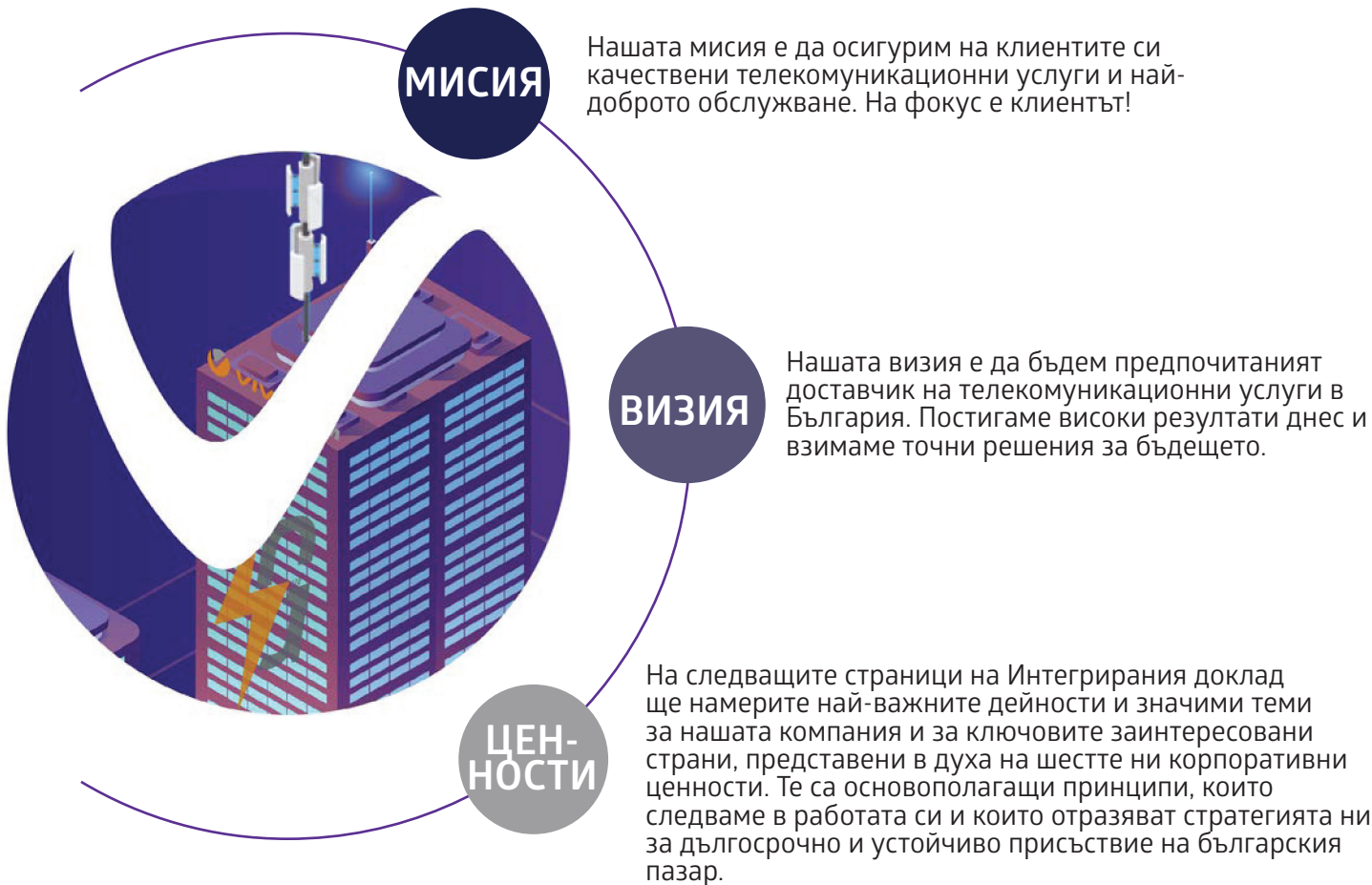


¹ Според анализ на Ookla®, основан на данните от Speedtest Intelligence® тестове, проведени на територията на България през третото тримесечие на 2018 г. за средна скорост на изтегляне (download) в мобилната мрежа. Търговските марки на Ookla се използват с разрешение. Повече информация на www.vivacom.bg.

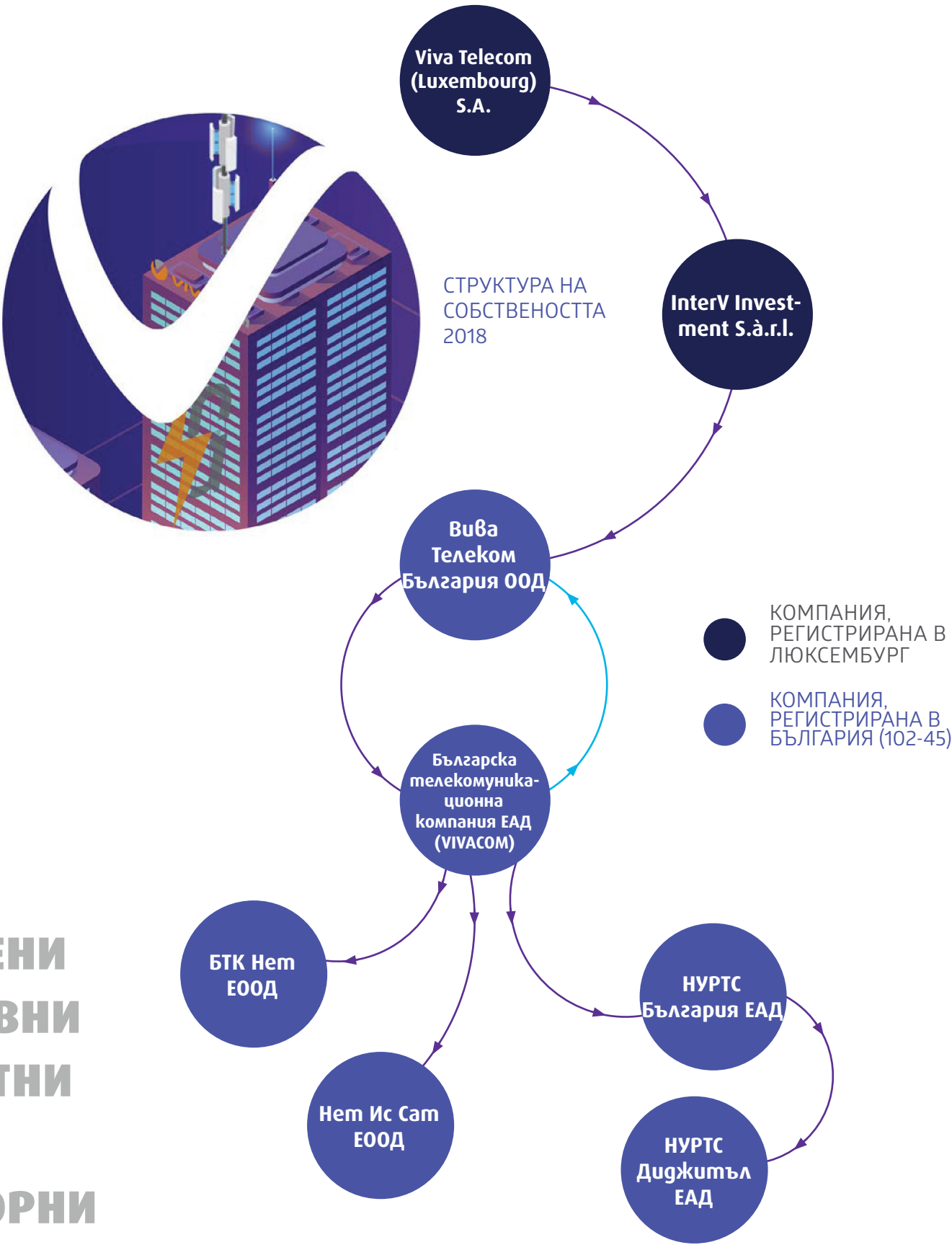
² Измерването на покритието на 4G технологията по население е направено от Global Wireless Solutions (GWS) по тяхна методология в периода 15.10 – 15.11.2018 г. Повече информация за изследването и мобилната мрежа на VIVACOM на www.vivacom.bg

Адрес на Централно управление
на „БТК“ ЕАД: гр. София,
бул. „Цариградско шосе“ 115 И

1.2. Мисия, визия и ценности



1.3. Организационна структура и структура на собствеността 2018



ЕФЕКТИВНИ ЕФЕКТИВНИ ЕФЕКТИВНИ ЕФЕКТИВНИ
ВЪДЪХНОВЕНИ ВЪДЪХНОВЕНИ ВЪДЪХНОВЕНИ ВЪДЪХНОВЕНИ
ИНОВАТИВНИ ИНОВАТИВНИ ИНОВАТИВНИ ИНОВАТИВНИ
ЧЕСТНИ ЧЕСТНИ ЧЕСТНИ ЧЕСТНИ ЧЕСТНИ ЧЕСТНИ
ДИНАМИЧНИ ДИНАМИЧНИ ДИНАМИЧНИ ДИНАМИЧНИ
ОТГОВОРНИ ОТГОВОРНИ ОТГОВОРНИ ОТГОВОРНИ



1.4. Ключови теми и заинтересовани страни

Нашият интегриран доклад адресира способността на организацията да създава стойност за заинтересованите страни в средата, в която оперира. Успехът ни в бизнеса зависи от нашата способност да се адаптираме и да отговорим на рисковете и възможностите, които са от значение за нашите ключови заинтересовани страни. Телекомуникационната индустрия се развива непрекъснато чрез технологично преобразяване и иновативни бизнес решения. Това е възможно единствено

посредством последователно взаимодействие по ключови теми с клиентите ни, чиито изисквания и интереси непрекъснато нарастват, с доставчиците ни, които ни дават информация за най-новите насоки в развитието на продукти, и с партньори, с които поддържаме стойностни бизнес взаимоотношения и на които можем да разчитаме. Идентифицирането на тези ключови теми е първата стъпка в разработването на по-добро разбиране на процеса на създаване на стойност в компанията.

Определяне на ключовите теми и ангажиране на заинтересованите страни (102-46)

Тъй като създаването на стойност се основава на взаимоотношенията с останалите, тук ще представим нашия подход към ангажиране на заинтересованите страни и определяне на важните за бизнеса ни теми. Важни теми за нас са тези, които са свързани с най-големите въздействия на бизнеса ни върху икономиката, околната или социалната среда и същевременно са от високо значение за заинтересованите ни страни. Това са области, където може да се създаде или намали стойност, ако рисковете не се управляват правилно.

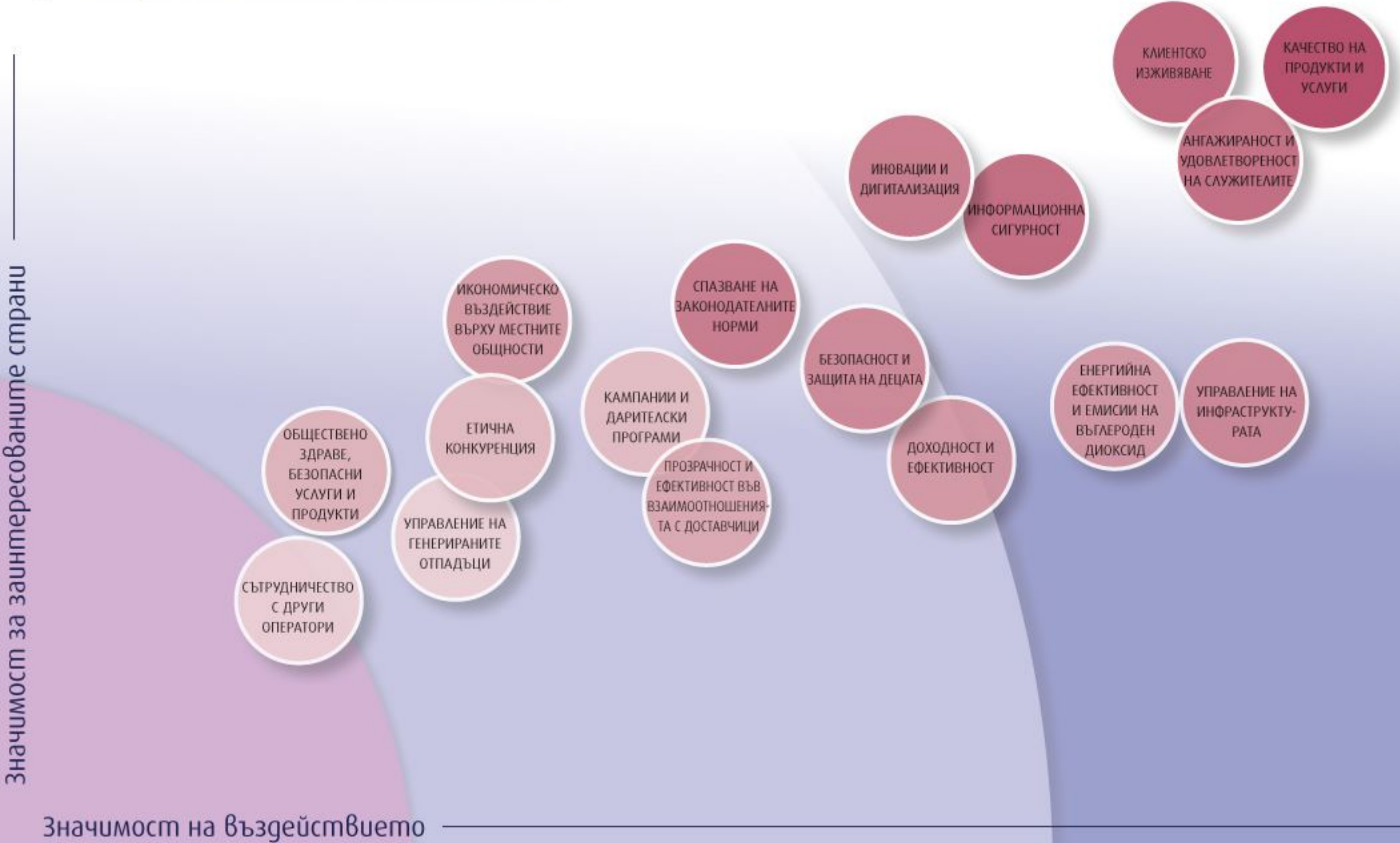
При изготвянето на този доклад се водихме от Стандартите на GRI и <IR> рамката за определяне на значимите теми, включването и отношенията със заинтересованите страни, изчерпателността и контекста. Направихме оценка на най-важните теми за нас, вземайки предвид оперативната среда за отчетния период. Като част от отчетния процес проведохме работна среща с представители

на различни отдели на компанията, както и поредица от разговори с нейните директори. Като цяло повечето от ключовите теми, описани в интегрирания доклад за 2017 г., остават актуални, въпреки че са променили нивото си на важност спрямо заинтересованите страни или въздействието си върху нашия бизнес. Изведохме някои нови теми на фокус, като тази за клиентското изживяване – тема, с която е ангажиран цял един нов отдел в компанията. Не са въведени други значителни промени в обхвата и по аспектите на границите (102-46).

Висшето управление на компанията, в това число и представители на Управителния съвет, одобри оценените и приоритизирани теми, идентифицирани с участието на заинтересованите страни. Всяка важна тема е представена в актуализирана матрица на значимите теми (фигура 1), както и в таблица според Стандартите на GRI и на <IR>.

[GRI 102-47]

Фигура 1 Матрица на значимите теми на VIVACOM



Оценката на значимите теми ни помага да насочим усилията си към тези области, където може да бъде създадена или намалена най-голяма стойност. Връзката между заинтересованите страни, значимите теми и стойността, която създаваме, е представена в следващата матрица за свързаност. Всеки материален аспект се оценява според това къде се проявява въздействието му и участието на компанията, и спрямо това се очертава неговото въздействие. Въздействието може да бъде вътрешно

за компанията или външно – свързано с организации по веригата на създаване на стойност. Описваме произлизащите от това рискове за намаляване на стойност и управленския ни подход за справяне с тях. Свързването на различните елементи подкрепя нашето интегрирано мислене и ни дава динамична рамка, използвана в стратегическото ни планиране. Следващите раздели в този доклад представят детайлно всеки елемент на матрицата за свързаност.

[GRI 102-47, GRI 102-49]

Таблица 1 Матрица за свързаност VIVACOM

Теми от значимост и въздействие	Водеща значимост за	Предложение за въздействие и създаване на стойност за заинтересованите страни	Рискове за намаляване на стойността	Управленски подход на VIVACOM
Качествени продукти Достъп до богато портфолио от телекомуникационни услуги и продукти. Въздействие: външно	Клиенти	Отлично свързани клиенти, навсякъде и във всеки един момент. Специално разработени продукти и услуги за клиентите. Висококачествено и своевременно предоставяне на услуги.	Свръхрегулация, която ограничава предлагането на клиентите. Грешки в обслужването поради технически проблеми или екстремни събития, закъснения с доставчици, кражба на инфраструктура. Неподготвени служители на съответните длъжности.	Инвестираме в модернизация на мрежата и поддържаме новаторски системи за управлението на мрежата и данните. Подсигуряваме мрежата си. Придържаме се към законовите изисквания и осигуряваме прозрачност и релевантна информация, когато предлагаме нашите услуги. Поддържаме постоянна връзка с нашите клиенти и доставчици. Работим в тясно сътрудничество с регулаторните органи.
Клиентско изживяване Въздействие: външно	Клиенти	Добро преживяване на клиентите при всяка една контактна точка с компанията: обслужване в магазини, колцентър, техническа поддръжка. Постоянна информираност за използваните услуги. Възможност за подобряване на услугите и ползване на нови според индивидуалните нужди на клиента.	Грешки в обслужването поради технически проблеми. Неподготвени служители на съответните длъжности.	Създаване на специализиран отдел „Клиентско изживяване“. Регулярни проучвания сред клиентите. Подобрени системи за селектиране и таргетиране на предложенията към клиентите.
Ангажираност и удовлетвореност на служителите Равни възможности за всички служители, развитие и задържане на служителите, здраве и безопасни условия на труд, благополучие. Въздействие: вътрешно	Служители	Широк спектър от възможности за кариерно развитие. Спокойната и приятна работна среда, екипната подкрепа и положителните взаимоотношения са благоприятни за доброто здраве и управлението на стреса. Гъвкавото работно време дава възможност за подобряване на баланса между работата и личния живот. Справедливо заплащане и равни възможности за растеж. Усилия за повишаване на личната продуктивност.	Силна конкуренция, предлагаща по-добри условия. Развитие на съществуващите и създаването на нови индустрии с висок потенциал за привличане на таланти.	Ние надхвърляме законовите изисквания и действаме в съответствие с международните стандарти за здраве и безопасност на труда. Предлагаме различни програми за кариерно развитие и специализирани обучения. Оценяваме регулярно представянето на служителите си, за да окуражаваме тяхното развитие, и ги поощряваме с подходящи награди, като в същото време обръщаме своевременно внимание на проблемите в работния процес. Инвестираме в дигитализация, за да улесним системните процеси. Подкрепяме не само нашия екип, но и семействата на служителите ни.
Доходност и ефективност Финансова стабилност, възвръщаемост на инвестициите, ефективност на бизнес процесите и управлението на рисковете. Въздействие: вътрешно	Инвеститори и акционери	Осигуряване на достатъчен финансов капитал за развитие на инвестиции и предприемаческа дейност. Плащания на дивиденди. Подобрена конкурентоспособност на бизнеса.	Недостатъчно (потенциални) служители с правилния набор от квалификации, умения, отношение към работата. Кражба на инфраструктура. Свръхрегулация и бюрокрация. Силна конкуренция.	Инвестираме в мотивацията на служителите чрез оценяване на самостоятелния им принос, с търсене на обратна връзка, осигурявайки менторски програми и обучения и признавайки усилията им. Прилагаме функционален контрол и мониторинг на проектите. Предлагаме услуги, които ни отличават от конкурентите. Редовно обновяваме нашите системи за управление на бизнеса. Работим в тясно сътрудничество с регулаторните органи.

[GRI 102-47, GRI 102-49]

Таблица 1 Матрица за свързаност VIVACOM

Теми от значимост и въздействие	Водеща значимост за	Предложение за въздействие и създаване на стойност за заинтересованите страни	Рискове за намаляване на стойността	Управленски подход на VIVACOM
Иновации и дигитализация Облачни, персонализирани услуги, безжичен достъп до интернет с по-висока скорост, IPTV, Интернет на нещата и др. Възможности за самообслужване Въздействие: вътрешно и външно	Общество и клиенти	Осигуряване на нови начини за по-бърза връзка, споделяне и откриване. Предоставяме възможност на клиентите за самообслужване. Намаляване на времето за предоставяне на услуги или за разрешаване на казуси. Отговаряне на новозараждащи се нужди на клиентите. Иновативни решения на съществуващи проблеми сред бизнес клиентите ни и в градовете.	Слабо търсене на продукти и услуги. Високофункционални изисквания за информация. Високообразователни изисквания към клиентите. Нарушаване на информационната сигурност.	Следим систематично и усвояваме иновативни технологии, когато пазарът е готов за тях. Развиваме партньорства с високотехнологични компании. Взимаме добре информирани решения, основани на проучвания на пазара. Надграждаме, подобряваме и автоматизираме нашите системи и процеси с цел даване възможност за разширяване на самообслужването на клиентите ни. Обучаваме клиентите си чрез информационни кампании.
Управление на инфраструктурата Модернизация на мрежата, предотвратяване загубата на инфраструктура. Въздействие: вътрешно и външно	Клиенти и акционери	Високо качество на обслужване на клиентите при оптимизирани разходи.	Екстремни природни явления, които биха могли да навредят на инфраструктурата. Ниско качество на обслужване от доставчиците. Инфраструктурни кражби.	Надграждаме постоянно мрежата с цел да гарантираме, че нуждите на клиентите ни са задоволени.
Спазване на законодателните норми Регулаторни изисквания, права на клиентите. Въздействие: вътрешно и външно	Общество и институции	Данъчни плащания. Зачитане на здравето и правата на клиентите.	Екстремни промени в регулаторния контекст и изисквания.	Редовно се осведомяваме относно новите законодателни промени. Редовно преминаваме през одити и проверки от трети страни.
Прозрачност и ефективност във взаимоотношенията с доставчици Критерии за подбор на доставчици, тръжни процедури. Въздействие: външно	Доставчици	Доверие и прозрачни отношения. Нови възможности за бизнес и прехвърляне на ноу-хау. Добра репутация и препоръки.	Неетични практики на доставчици. Неясни договорни споразумения. Нарушаване на договорите. Закъснения в плащанията.	Въведохме платформа за електронни търгове, която ускорява процеса на кандидатстване за потенциалните ни доставчици. Поддържаме взаимноизгодни отношения с доставчиците чрез установяване на добри отношения и справедливо и своевременно заплащане.
Информационна сигурност Процеси и инструменти за предотвратяване, установяване, документиране и неутрализиране на заплахи спрямо дигитална и недигитална информация като лични данни. Въздействие: външно	Клиенти	Личните данни и информация се пазят конфиденциално.	Загуба на информация поради неправилни вътрешни за компанията или за доставчиците практики. Технически затруднения, които могат да причинят загуба на информация. Високи изисквания на най-новите законови реформи.	Защитаваме данните на клиентите, следвайки ясни правила и законови норми. Компанията е в пълно съответствие с изискванията на GDPR. Внедрена е сертифицирана система за управление на информацията. Имаме мениджър по информационната сигурност, за да сме уверени, че всички правила се спазват и че всички служители са преминали обучение за тях.
Икономическо въздействие върху местните общности Индиректно създаване на работни места, възможности за по-добро образование, достъп до културни събития. Въздействие: външно	Обществото	Хората в малките населени места се облагодетелстват от възможности за добра заетост, за работа в модерен бизнес или за развитието на техен собствен такъв; възможности за растеж в кариерата и за подобряване жизнения стандарт. Възможност за дистанционна работа и развитие на бизнес в отдалечени населени места.	Демографските промени, отразяващи се в застаряването на населението и ниската раждаемост. Бизнес консолидация и автоматизация, които ще доведат до загуба на работни места. Усложняване тежестите на администрацията и социалното осигуряване.	Имаме Регионален грант, чрез който финансираме проекти, подкрепящи местното развитие. Чрез разширяването на нашия бизнес и предоставянето на услуги в отдалечени райони ние работим с повече доставчици и осигуряваме заетост в места, където е трудно да се намери работа.

[GRI 102-47, GRI 102-49]

Таблица 1 Матрица за свързаност VIVACOM

Теми от значимост и въздействие	Водеща значимост за	Предложение за въздействие и създаване на стойност за заинтересованите страни	Рискове за намаляване на стойността	Управленски подход на VIVACOM
Етична конкуренция Практики за борба с корупцията, борба със сивата икономика, етичен бизнес. Въздействие: вътрешно и външно	Конкуренти и клиенти	Справедливи пазарни правила.	Неетични практики. Създаване на контекст, който стимулира неетично поведение.	Придържаме се към принципите на нашия Етичен кодекс.
Безопасност и защита на децата Управление на продуктите, предлагани на семейства, по отношение на потенциалните рискове, които тези продукти може да създадат за децата. Въздействие: външно	Клиенти	Безопасно съдържание за деца. Родителите се чувстват спокойни, че децата им са защитени.	Бързо технологично развитие. Забавена реакция относно потенциални рискове на продукти и услуги.	Инвестираме в това да разберем тревогите на родителите по отношение безопасността на продуктите за техните деца. Уведомяваме родителите относно практиките и действията, свързани с безопасността на децата. Ние работим с Центъра за безопасен интернет Safe Net, където съвместно със сдружения, фондации и представители на бизнеса участваме активно във фокус групи за справянето със съществуващите и възникващи проблеми. Работим фокусирано и с нашите служители за мерките за безопасно сърфиране на децата им в интернет.
Енергийна ефективност и емисии на въглероден диоксид По-ниско потребление на енергия. Енергийна ефективност. Въздействие: вътрешно и външно	Инвеститори и акционери, общество, НПО	Минимизиране на негативните въздействия върху околната среда вследствие на изпълнение дейностите на компанията. Подпомагане на клиентите ни за минимизиране на собствените им въздействия върху околната среда чрез нашите услуги. Оптимизирани разходи за използването на ресурси. Подобрена репутация на компанията и привличане на клиенти и инвестиции.	Използване на стари технологии и на такива с високо потребление на енергия. Неефективни технологични решения за намаляване потреблението на енергия и генериране на енергия от възобновяеми източници. Недостатъчно капиталови инвестиции.	Въведена е сертифицирана система за екологично управление. Въвеждаме енергоспестяващи технологии в нашата мрежа. Предлагаме продукти и услуги, които водят до икономии на енергия за нашите клиенти. Гарантираме финансовата стабилност и паричните потоци в модернизацията на инфраструктурата.
Сътрудничество с други оператори Споделяне на мрежа. Въздействие: вътрешно и външно	Конкуренти, сдружения, акционери	Добри партньорски отношения. Бизнес възможности. Намаляване на разходи. Спестяване на ресурси за създаване на допълнителна инфраструктура.	Нелоялни отношения. Липса на прозрачност и открит диалог.	Разработване на съвместни проекти с други оператори (например споделяне на мрежови ресурси). Членство в браншови организации (ETNO, БАККО).
Обществено здраве, безопасни услуги и продукти Електромагнитни излъчвания, продукти с удостоверена безопасност. Въздействие: външно	Клиенти и общество	Добро здраве на гражданите. Добре осведомени клиенти и граждани за ефектите на електромагнитното лъчение върху човешкото здраве.	Регулаторни несъответствия. Продукти и услуги с ниски характеристики относно здраве и безопасност.	Оптимизираме управлението на влиянието от нашата дейност и информираме обществото за ефектите от ЕМИ (електромагнитни излъчвания). Придържаме се към европейските законови изисквания за безопасност на продуктите (CE). Провеждаме одит на продуктите и услугите на доставчиците.
Кампании и дарителски програми Спонсориране на кампании, дарения. Въздействие: външно	Общество, служители и НПО	Адресиране на основните човешки нужди от образование, култура, спорт, здраве.	Финансова нестабилност и намаляване на бюджети. Промяна на приоритетите. Използване на дарения за неподходящи цели.	Идентифицирахме ключови области на въздействие на нашия бизнес като образованието и културата и допринасяме за тях чрез специалната ни платформа VIVACOM Fund, включваща Образование 4.0, Операция Жълти стотинки, VIVACOM Регионален грант, VIVA People, VIVACOM Cares и др. Нашите служители участват като доброволци в различни социални каузи.
Управление на генерираните отпадъци Опасни и безопасни отпадъци от оборудването на телекома и от работата в офисите. Въздействие: вътрешно и външно	Общество и НПО	Свободна от отпадъци околна среда. Повишаване събираемостта на отпадъците и възможностите за рециклиране. Удължаване живота на оборудването чрез повторна употреба.	Регулаторни несъответствия. Неадекватен регулаторен контрол. Партньорство с рециклиращи организации без разрешителни документи.	Въведена е сертифицирана система за екологично управление. Следваме строги правила за партньорства. Реновираме и използваме повторно крайното клиентско оборудване, когато е възможно.

1. НАШАТА КОМПАНИЯ

Създаването на стойност се извършва в рамките на нашия оперативен контекст чрез интензивни взаимодействия със заинтересованите страни. За да се подобри представянето на бизнеса ни, ние се стремим да разширяваме границите на нашата отговорност и да включваме в бизнес управлението и вземането на решения ясно определени потребности и интереси на нашите ключови заинтересовани страни. На практика се стремим да се информираме за интересите и очакванията на всички наши заинтересовани страни – както външни (клиенти, партньори, доставчици и други),

така и вътрешни (служители, акционери). С тези страни, които имат най-голямо влияние върху бизнеса ни и най-висок интерес от дейностите ни, реализираме инициативи и проекти от съвместна полза. (102-42)

Обобщихме накратко част от очакванията на различните групи заинтересовани страни, как достигахме до тях и как адресираме темите, които ги вълнуват. Подробна информация за инициативите ни с различни заинтересовани страни ще откриете в различните глави на доклада.

Таблица 2 Ангажиране на заинтересованите страни

ГРУПА ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ 102-40	КЛИЕНТИ	СЛУЖИТЕЛИ
Очаквания 102-44	Нашите клиенти очакват сигурни, надеждни и качествени услуги на разумни цени. Това включва доставка на една и съща услуга, независимо от местоположението, метеорологичните условия и натоварването на мрежата. Налице е нарастващ интерес към IPTV. Ясни договорни споразумения и предложения за оферти, своевременен и изчерпателен отговор на въпроси и жалби, отлично управление на лични данни. Възможност за бързо и самостоятелно управление на услугите.	Служителите са доволни от работата си, когато се предвиждат достатъчно възможности за професионално развитие, справедливо отношение и уважение на всички нива. Отношенията, които се изграждат върху доверие и признание, се ценят от нашия екип. Служителите също очакват вътрешна информация за развитието на компанията и стратегическия ѝ фокус. Справедливо заплащане, повишаване на благосъстоянието, корпоративни придобивки.
Ангажиране и честота 102-43	Ангажираме се с ежедневен диалог с клиентите в магазините, чрез нашите колцентрове, по пощата, в социалните медии. Редовно прилагаме инструменти от типа на NPS и други проучвания, за да оценим степента на удовлетвореност на клиентите.	Ежедневно се консултираме с нашите служители чрез вътрешни и мениджърски срещи, чрез обучения, оценки на представянето, проучвания за ангажираност на служителите.
НАШИЯТ ОТГОВОР	Непрекъснато се усъвършенстваме и инвестираме в нашата мрежа. Разширяваме покритието на оптичната мрежа, добавяме повече съдържание в пакетите за мобилни и фиксирани услуги. Непрекъснатото подобряване на бизнес процеса се осъществява чрез въвеждането на системи за управление на услуги, основаващи се на ITIL. Подобряваме обслужването на клиентите ни от колцентъра чрез прилагането на SLA. Създадохме платформа за самообслужване MyVIVACOM.	Проведени са фокус групи за разработване на планове за действие въз основа на резултатите от проучването на ангажираността на служителите. Разработваме специални програми за обучение на експерти в различни области.
ГРУПА ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ 102-40	ИНВЕСТИТОРИ И АКЦИОНЕРИ	КОМПЕТЕНТНИ ОРГАНИ
Очаквания 102-44	Инвеститори, анализатори, търговци и акционери приемат за ключова редовната и прозрачна информация относно финансовото представяне, стратегията, визията, дългосрочните цели и корпоративното управление. Те изискват управлението да поддържа добър корпоративен имидж чрез следване както на законодателството, така и на етичната конкуренция.	Регулаторите очакват от нас да спазваме законодателството, което засяга сектора и да защитаваме правата на потребителите, служителите, конкурентите и всички свързани заинтересовани страни.

Ангажиране и честота 102-43	Общуваме с инвеститорската общност чрез участия в конференции. Редовно се съветваме с акционери чрез срещи.	Поддържаме редовни контакти с институциите, свързани с телекомуникационния пазар.
НАШИЯТ ОТГОВОР	Постигахме непрекъснато финансово подобряване чрез модернизиране на мрежата, подобряване на вътрешните процеси, стратегически придобивки, прилагане на постоянна успешна стратегия „стойност срещу пари“. Следвайки ангажимента си за прозрачност, изготвяме годишен интегриран доклад, годишни финансови отчети и финансови отчети на всяко тримесечие.	Редовно следим последните промени в законодателството и се консултираме с нашите правни съветници относно правилното им прилагане. Извършваме вътрешни одити, за да управляваме рисковете от неизпълнение.
ГРУПА ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ 102-40	ДОСТАВЧИЦИ	БИЗНЕС ПАРТНЬОРИ
Очаквания 102-44	Доставчиците се нуждаят от ясни условия за участие в тръжните процедури, от оптимизация на бизнес процесите и своевременно вземане на решения, свързани с доставките. Те също очакват добро отношение, спазване на договорните споразумения и плащане в срок.	Бизнес партньорите се интересуват от възможностите за сътрудничество.
Ангажиране и честота 102-43	Поддържаме добри отношения с доставчиците, като организираме редовни срещи, преговорни сесии за обсъждане на възможности за подобрения по отношение на нашите нужди и услугите, предлагани от доставчиците.	Възможностите за партньорство редовно се обсъждат на индивидуални срещи.
НАШИЯТ ОТГОВОР	Постоянно увеличаваме броя на електронните търгове. Следваме нашата политика за възлагане на обществени поръчки.	Даваме възможност на бизнес партньори да предлагат наши услуги на свои клиенти. Предлагаме услугите на наши партньори чрез собствените ни търговски канали.
ГРУПА ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ 102-40	МЕДИИ	БРАНШОВИ ОРГАНИЗАЦИИ
Очаквания 102-44	Актуална и достоверна информация за дейностите, продуктите и услугите на компанията.	Активно участие в диалог по казуси и теми, които засягат сектора.
Ангажиране и честота 102-43	Постоянна комуникация с медиите. Срещи с медии, за да разберем от каква информация се нуждаят.	Регулярно участие в срещи и събития на браншовите организации, в които членуваме.
НАШИЯТ ОТГОВОР	Проактивно изпращане на информация с новини от компанията. Организиране на специални събития за журналисти.	Компанията е излъчила представители, които участват активно в дейностите на организациите.
ГРУПА ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ 102-40	УНИВЕРСИТЕТИ И УЧИЛИЩА	НПО
Очаквания 102-44	Предлагане на възможности за кариерно развитие на възпитаници, споделяне на практически опит, подпомагане в развитие на технологичната база.	Финансова и комуникационна подкрепа на социалнозначими инициативи.
Ангажиране и честота 102-43	Регулярни срещи и постоянен диалог с учебните заведения за подобряване подготовката на учениците и студентите с цел по-доброто им реализиране на пазара на труда.	Участие в събития и дискусии на НПО, с които си партнираме. Постоянен диалог за подобряване на социалната среда.
НАШИЯТ ОТГОВОР	Постоянни партньорства с университети и училища, участия в кариерни форуми. Развитие на Техническа академия към ТУ София. Стажантска програма за наемане на студенти за летен стаж. Провеждане на лекции на наши експерти в университети. Изграждане на технологични лаборатории.	Подкрепа на социални инициативи. Партньорства с експерти от НПО за инициране на конкретни социални кампании, които да бъдат подкрепени или реализирани от VIVACOM.

1.5. Цели и постижения 2018

Да ●
Частично ●
Не ○

МРЕЖА И ПОКРИТИЕ	Резултат
Стартиране на услугата VoLTE	●
Разширяване на оптичната мрежа с 60 000 нови домакинства	●
Разширяване на FTTC покритието с 200 000 нови домакинства	●
Модернизиране на 42 локации от MAN мрежата	●
Подобряване на автономността и резервираността на електрозахранване и свързаност с мрежата за важни за работоспособността на мрежата обекти:	●
- Инвестиция в мобилни генератори	●
- Инвестиция в оборудване за контрол на горивото на дизел генератори	●
- Инсталиране на отделни енергозахранващи системи за трансмисионните възли с цел повишаване автономността на трансмисионната мрежа	●
ДОСТАВКИ	
Увеличаване на хибридните автомобили в автопарка и въвеждане на електрически автомобили	●*
<i>*Компанията взе решение да инвестира повече в увеличаване на хибридните автомобили (31 през 2018 г. спрямо 11 през 2017 г.) вместо в електрически автомобили, които на този етап не отговарят на нуждите ни за служебни превозни средства.</i>	
Преговаряне и оптимизиране на търговските условия в стратегически договори за доставки – минимум 20 договора	●
Разработване на е-магазин	●
Разработване на повторно тестване, преупаковане и повторно използване на устройства и програма за оборудване на клиентите	●
СЛУЖИТЕЛИ	
Продължаване на процеса на опростяване на процесите	●
Оптимизиране на административните структури и разходи за персонала	●
Увеличаване на ангажираността на служителите с 2% в сравнение с 2017 г.	●
КЛИЕНТСКО ИЗЖИВЯВАНЕ	
Създаване на стандарти за обслужване на клиенти въз основа на начина на живот и ценностите на клиентите	●*
<i>*Изпълнена на 50% – обособени са групи клиенти според начина им на живот и техните ценности и предстои създаване на „клиентски пътешествия“ и стандарти за обслужване спрямо тях.</i>	
Преглед на основните процеси, засягащи запитванията на клиентите	●
Преразглеждане на начина на комуникация с клиентите чрез различни документи и комуникационни канали	●
Събиране на отзиви от клиенти след всеки контакт с нас	○*
<i>* Отложена за 2019 г.</i>	
Стартиране на вътрешна програма за популяризиране на идеята за „клиентско изживяване“ в компанията	●
ДИГИТАЛНИ КАНАЛИ И ДИГИТАЛНИ ИНОВАЦИИ	
Стартиране на дигиталната платформа „My VIVACOM“ и на мобилно приложение за крайни потребители	●
Най-малко една трета от всички мобилни клиенти на телекома да имат профили в платформата, създадени до края на 2018 г.	●
Осъществяване на 1% от общите продажби и преподписване на мобилни услуги на компанията чрез онлайн магазина	●

1.6. Цели 2019

МРЕЖА И ПОКРИТИЕ
Разширяване на оптичната мрежа с 50 000 нови домакинства
Разширяване на FTTC покритието със 100 000 нови домакинства
Разширяване на 4.5G покритието на мобилната мрежа, повишаване на капацитета и максимално постижимите скорости
Модернизация на платформата за интерактивна телевизия и подобряване на клиентското изживяване с добавяне на нови функционалности
Преминаване на сателитната телевизия (DTH) към нов спътник
ПРОДУКТИ И УСЛУГИ
Разширяване на допълнителното съдържание, включено в мобилните планове
Засилено предлагане на комбинирани оферти според нуждите на клиента с цел увеличаване на средния брой ползвани услуги
Развитие на портала за самообслужване – MyVIVACOM
Нови предложения за хора в неравностойно положение
ЧОВЕШКИ РЕСУРСИ
Надграждане на програмите и мерките за привличане, задържане, развитие и мотивиране на служителите
Преструктуриране на компанията и оптимизиране на разходите за персонала
ОБСЛУЖВАНЕ НА КЛИЕНТИ И ПОДОБРЯВАНЕ НА КЛИЕНТСКОТО ИЗЖИВЯВАНЕ
Създаване на „клиентски пътешествия“ за различните групи клиенти според техния начин на живот, така че да имат максимално удовлетворяващ контакт с компанията
Създаване на карта за дейности от страна на компанията към клиента според етапа, в който ползва нашите услуги
Измерване на изживяването на нашите потребители в различни точки на контакт
Ревизиране на основни процеси в сферата на фиксираните услуги
Промяна на вида и съдържанието на месечните фактури
Подмяна на платформата за обслужване на клиенти
СНАБДЯВАНЕ
Развитие и продължаващо подобряване на системата за електронно снабдяване
Оптимизация на процеса по доставка – намаляване на времето за създаване на поръчка за доставка с 30%
30% от всички процедури за избор на доставчик да се провеждат чрез свободни търгове
Провеждане на вътрешно проучване за измерване нивото на удовлетвореност на служителите от работата и ефективността на процесите за снабдяване в компанията

2. СТРАТЕГИЯ, СЪЗДАВАНЕ И РАЗПРЕДЕЛЯНЕ НА СТОЙНОСТ



2.1. Стратегически акценти

Водещата ни позиция като доставчик на напълно интегрирани телекомуникационни услуги е продиктувана от нашите възможности и конкурентни предимства, постигнати чрез оценка на стратегическите възможности в една много динамична оперативна среда. За да поддържаме своето конкурентно предимство, ние анализираме възможностите и предизвикателствата, пазарните тенденции и очакванията на заинтересованите страни.

Разглеждаме нашето стратегическо развитие като изградено върху четири стратегически стълба, доразвити в мерки и цели, които считаме, че ще ни дадат възможност да разширим и засилим портфолиото си от продукти и услуги, да утвърдим основните си компетенции, да повишим ефективността си и да се възползваме от възможностите за растеж.



Как се променихме

През последното десетилетие бяхме част от процеса на постепенна трансформация на телекомуникационния пейзаж. Промяна, при която се превърнахме в модерен интегриран оператор, способен да предоставя пълна гама от телекомуникационни услуги и комплексни решения.



2.2. Създаване и разпределяне на стойност

Създаване на стойност

VIVACOM създава стойност посредством своя бизнес модел, като използва капитали и ги трансформира чрез бизнес дейности и взаимодействия, за да предоставя решения и резултати, които създават или намаляват стойност за организацията и заинтересованите страни в краткосрочен, средносрочен и дългосрочен план, в зависимост от техните очаквания. Създаването на стойност се влияе положително или отрицателно от факторите на външната среда, взаимоотношенията със заинтересованите страни, както и от бизнес

дейностите на VIVACOM. Те включват пълна гама от иновативни и надеждни услуги за пренос на глас, данни, фиксиран широколентов достъп, телевизия и специфични инициативи – широки решения и услуги. За да осигури дългосрочно устойчиво развитие, нашият гъвкав бизнес модел взема под внимание социално-икономическата и регулаторна среда, като включва мисията, визията и ценностите на VIVACOM, подкрепяни от ръководните ни структури и ефективен контрол на процесите.

БИЗНЕС МОДЕЛ

Инвестиции в мрежата и хората

Ние вярваме, че внимателно обмислените капиталови инвестиции гарантират ефективно покритие, капацитет и качествени мрежи. Това включва и инвестиции, направени за подпомагане на развитието на нови източници на доходи, използване на нов спектър, докато инвестициите в нашите хора и служители гарантират, че разполагаме с необходимите умения, за да осъществим стратегията си. Също така отчитаме, че нашата дейност зависи силно от електрическата енергия и използването на гориво за автопарка ни. Следователно, чрез инсталиране на енергийно-ефективни решения като по-хибридни фотоволтаични системи, ние гарантираме висока пригодност на нашите мрежи и намаляваме разходите за дизелово гориво и отрицателните въздействия върху околната среда.

Продуктово развитие и иновации

Ние вярваме, че внимателно обмислените капиталови инвестиции гарантират ефективно покритие. Чрез изграждането на висококачествена мрежа, VIVACOM предлага на своите клиенти широка гама от иновативни продукти и услуги и изгражда лоялност към марката. Настоящият етап на развитие на бизнеса изисква непрекъснати иновации и дълбоко познаване на клиентската база. Необходими са служители с подходящи умения, а за засилване на ползите от по-широк асортимент от предлагани продукти е нужна силна марка и солиден пазарен дял. Нещо повече, нашият иновативен капацитет включва и ефективни връзки с ключови бизнес партньори и доставчици. Разработването на точния продукт на точната цена е от решаващо значение за спечелване на стратегическо предимство и запазване на конкурентоспособността в дългосрочен план.

Продажби и дистрибуция

Широката ни дистрибуторска мрежа гарантира, че голямата част от населението на България има достъп до нашите продукти и услуги. Дълбоките и широки канали за дистрибуция и сегментираните маркетингови кампании, както и постоянно високо ниво на обслужване във всички точки на продажби на VIVACOM ни позволяват да се конкурираме ефективно. В допълнение, нашите канали за дистрибуция служат като важна точка на физическо взаимодействие с клиентите и предоставят продукти и услуги извън традиционните граници. Ние вярваме, че нашето национално присъствие и дистрибуторска мрежа ни дават големи възможности за кръстосани продажби.

Клиентско изживяване

Ние се фокусираме върху изграждането на висококачествено клиентско изживяване, с цел да задържим клиентите в нашата мрежа и да удовлетворим очакванията им. Усилията ни не се ограничават само до случаите, когато клиентите се свързват с нашите точки на продажба или кол центровете – освен това ние се стремим да им предоставяме висококачествено обслужване чрез менажиране през целия „жизнен цикъл“ на взаимоотношенията ни с тях с компетентност, достъпност на услугите и ефективност на ниво, надхвърлящо средните за българската телекомуникационна индустрия. За да задържим клиентите си, трябва да им осигурим последователно и качествено клиентско изживяване, което включва и високото качество на нашата мрежа. Обратната връзка на клиентите също е важен инструмент за оценка на напредъка на усилията ни.

СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКА И
РЕГУЛАТОРНА СРЕДА

МИСИЯ, ВИЗИЯ, ЦЕННОСТИ И
ОРГАНИЗАЦИЯ НА УПРАВЛЕНИЕТО

ИНВЕСТИЦИИ В
МРЕЖАТА И ХОРАТА

ПРОДУКТОВО РАЗВИТИЕ
И ИНОВАЦИИ

ПРОДАЖБИ И
ДИСТРИБУЦИЯ

КЛИЕНТСКО
ИЗЖИВЯВАНЕ

КАПИТАЛ

Финансов капитал

Нашата финансова сила се базира на основните източници на финансовия ни капитал, като акционерен капитал, вътрешно генерирани парични потоци и повишен дял на капиталовите пазари. Тези ресурси служат за поддържане на нашата мрежа, функционални единици, разширяване и модернизация на фондовете и изплащане на дивиденди на акционерите в миналото.

Парични потоци от оперативна дейност: **309,8 млн. лева**

Производствен капитал

Нашите услуги са силно зависими от доброто функциониране на мрежата ни. Следователно, непрекъснатото подобряване и поддържане качеството и устойчивостта на технологичните ни системи е най-важният елемент в употребата на производствения капитал.

Капиталови разходи за придобиване на активи: **187,5 млн. лева**
Имоти, машини и съоръжения: **757,9 млн. лева**

Човешки капитал

В основата на всеки бизнес са хората, а ние не сме изключение от този принцип. Предлагането на най-доброто изживяване на клиента е възможно със силно мотивирани и талантлив хора. Нашите служители са основната ни връзка с клиентите, което ги прави движеща сила в предоставянето на неповторимото изживяване, което се стараяме да им предложим.

Брой на служителите: **5 433**
Обучение и развитие на служителите: **1,8 млн. лева**

Интелектуален капитал

Нашите корпоративни процедури, управление, системи за ръководство и организационни знания, технологии и интелектуална собственост ни служат за разработване на най-добрите решения и оптимизиране на клиентското изживяване, както и за предоставяне на иновативни продукти.

Инвестиции в системи за ръководство, иновативни технологии и интелектуална собственост: **10,3 млн. лева**

Социален капитал

Ние изграждаме и поддържаме взаимоотношения на сътрудничество с нашите ключови заинтересовани страни – клиенти, служители, акционери, бизнес партньори – чрез инвестиции в стратегически партньорства, подкрепа на общински програми и изграждане на доверие с доставчиците. Взаимоотношенията с клиентите са в основата на нашия бизнес и ние се стремим да надминем техните очаквания.

Инвестиции в социалната сфера и спонсорства: **4,3 млн. лева**

Природен капитал

Нашият бизнес не се счита за интензивно използващ природни ресурси. Въпреки това, нарастващите потребности на клиентите за по-голям пренос на данни при по-висока скорост в близко бъдеще ще доведе до увеличаване потреблението на енергия. Радио честотният спектър е ограничен и важен ресурс за дигиталното общество, от което зависи нашият бизнес. Използваме ценни метали за телекомуникационното си оборудване и апаратура.

Консумация на енергия: **148,2 ГВтч**

РЕСУРСИ И РЕЗУЛТАТИ

Финансова стойност

Телекомуникационният бизнес е важен фактор за стимулиране на икономическото развитие, особено в малките населени места. Ние допринасяме пряко чрез плащане на държавни такси и данъци и непряко чрез осигуряване на достъп до услуги, които свързват хората, подкрепят приемачеството и икономическата активност. Придържаме се към принципите на лоялна конкуренция, допринасяйки за растежа на икономическата продуктивност и осигуряването на ползи за клиентите.

Производствена стойност

Доставяме стойност за нашите клиенти чрез надеждна, сигурна и стабилна мрежа с висока гъвкавост и устойчивост. В момента сме в процес на продължаваща дигитализация на дейностите, ориентирани към клиента, което ни дава възможност да бъдем по-адаптивни и подготвени за бъдещето.

Стойност за хората

Стремим се да привлечем, развиваме и задържаме най-добрите служители чрез изграждане на силна корпоративна идентичност, създаване на култура на високи постижения и подпомагане на служителите в създаването на най-доброто място за работа за тях. Поддържаме високо ниво на трудови практики, за да гарантираме справедливото заплащане и свързани със здравеопазването и безопасността, гъвкаво работно време, позитивна работна среда, добро отношение, тели в страната. VIVACOM осигурява постоянно обучение, за да се гарантира, че екипът ни разширява своя потенциал и има достатъчно възможности за растеж.

Интелектуална стойност

Непрекъснато укрепваме възможностите на нашата система, разширяваме предлагането на дигитални услуги и променяме модела на разпределение, за да отговорим на непрестанно променящите се потребности на клиентите. Активно търсим сътрудничество с външни партньори за разширяване на нашия капацитет за иновации, споделяне на ноу-хау и предоставяне на ултрамодерни услуги в други сектори.

Социална стойност и значимост на взаимоотношенията

Поддържаме редовен контакт с нашите ключови заинтересовани страни чрез регулярен диалог и проактивно поведение по отношение на важни въпроси. Това ни позволява да укрепим отношенията на сътрудничество с тях и да изградим доверие. Също така, инвестираме в местни социално ориентирани програми чрез стимулиране на предприемачеството и създаване на споделяна стойност. Положителното въздействие на тези отношения за репутацията е важен фактор за навлизането в нови пазарни ниши. Фокусираме се и върху стойността, която създаваме за обществото и укрепването на нашата репутация.

Природна стойност

Ефективно използване на природните ресурси. Чрез нашите екологични инициативи и използвайки експертен опит, ние намаляваме вредното влияние, използването на ограничени природни ресурси и отпадъците. Освен подобряване на екологичните показатели, това има и допълнителни ползи, изразени в по-ниски оперативни разходи и грижата за човешкото здраве извън границите на компанията. Усилията в тази област съдействат за изграждане и поддържане на репутацията ни пред потенциални служители и инвеститори.

КЛЮЧОВИ
ПОКАЗАТЕЛИ ЗА
ЕФЕКТИВНОСТ (КРП)

Общ размер на приходите:
948,0 млн. лева

Печалба преди данъци,
лихви и амортизации
(EBITDA): **359,8 млн. лева**

4G мобилна мрежа: **99,25%**
покритие на населението

Брой домакинства, покрити с
оптична връзка: **1,182 млн.**

Брой промотирани
служители: **380**

Ангажираност на
служителите: **59%**

9 нови мобилни гласови
тарифи

6 нови мобилни тарифни
линии за пренос на данни

5 нови мобилни
допълнителни пакети

5 нови IPTV пакета, **1** нов DTH
пакет

3 нови тарифи за фиксирани
гласови услуги

Стойност, разпределена
към доставчици: **446,9 млн.**
лева, от които **84%** към
местни доставчици

Емисии на парникови
газове: **80 993 т CO₂e**

Общо отпадъчен продукт
от мрежата: **1 094 т**

Разпределение на стойността

Твърдо вярваме, че устойчивото развитие на бизнеса до голяма степен зависи от справедливото разпределение на създадената стойност между групитеотзаинтересованистрани.Нашеторазбиране е, че като лидер на пазара на телекомуникационни услуги, ние създаваме стойност за нашите служители, акционери, инвеститори и доставчици, както и за обществото като цяло. Уверени сме, че основните ни компетенции и опит ни дават възможност да работим по начин, който е насочен

към обществените потребности, като същевременно подпомагаме социални каузи и генерираме ползи за бизнеса.

Вярваме в едно развито общество, в което телекомуникационните технологии обогатяват живота, подобряват ежедневната работа и имат важна роля. Ето защо разпределяме създадената стойност в търсене на положителни ефекти за голяма част от обществото.



3. КОРПОРАТИВНО УПРАВЛЕНИЕ И СПАЗВАНЕ НА ЗАКОНОДАТЕЛСТВОТО



3. КОРПОРАТИВНО
УПРАВЛЕНИЕ И СПАЗВАНЕ
НА ЗАКОНОДАТЕЛСТВОТО

3.1. Корпоративно управление

Ефективното ръководство и демонстрация на лидерство се отразява на начина, по който управляваме екологичните, социалните и икономическите въпроси при създаване на стойност за ключовите заинтересовани страни. Поддържането на стабилността в управленската структура на организацията е от решаващо значение за гарантиране на устойчивост срещу рискови промени на вътрешната и външна среда, и оттам – в процеса на създаване на стойност.

Ангажираност

VIVACOM се ангажира с най-високите стандарти на етично поведение от страна на нашите директори, ръководство и служители. В съответствие с тази ангажираност, ние продължаваме да подобряваме и хармонизираме политиките, системите и процесите, за да внедрим принципи на добро корпоративно управление и етични стандарти. Водени от тези принципи и стандарти, директорите и управленският състав са длъжни да упражняват строга етична преценка при управлението на компанията и да действат в интерес на ключовите заинтересовани страни.

Основната цел на VIVACOM е създаването на стойност за всички заинтересовани страни чрез предоставяне на иновативни решения за клиентите, ориентирани към пазара. В преследването на тази цел, ние сме ангажирани с най-високите стандарти на управление и се стремим да утвърдим култура, при която се ценят и възнаграждават образцовите етични стандарти, личния и корпоративен интегритет, както и уважението към другите.

Вярваме, че корпоративното управление е етично ръководен бизнес процес, който е обвързан с ценности, ориентирани към повишаване на капацитета на организацията за генериране на приходи. Това се гарантира посредством вземане на етични бизнес решения и правене на бизнес с ангажираност към ценностите, отговаряйки на очакванията на заинтересованите страни.

Управленски подход

Нашият подход към управлението се основава на убеждението, че съществува връзка между висококачественото управление и създаването на дългосрочна стойност за всички заинтересовани страни. Нашето виждане е, че управлението не е съсредоточено

само в Управителния съвет – добрата култура на управление трябва да се насърчава в цялата организация.

Настоящата икономическа обстановка извежда на преден план необходимостта от прилагане на най-високи стандарти на корпоративно управление. В този момент ангажираността към заинтересованите страни е по-важна от всякога. Основна част от нашия подход към управлението е да се гарантира, че гледната точка на заинтересованите страни ще бъде чута и разбрана. Управителният съвет ръководи компанията в съответствие с ангажимента си за прозрачна и висококачествена система за управление.

Нашата рамка за корпоративно управление гарантира своевременното разкриване и споделяне на точна информация относно финансовото ни състояние и резултати, както и на информация за ръководството и управлението на компанията. Във VIVACOM е задължително условие дейността на компанията да се управлява по справедлив и прозрачен начин. Това е от ключово значение за спечелването и запазването на доверието на заинтересованите страни и ни помага да се развиваме заедно с променящите се времена.

Ръководни органи

Съгласно Устава на дружеството, управлението му се извършва от два ръководни органа: Управителен съвет, отговорен за стратегическото управление на компанията, и Надзорен съвет, който упражнява надзор и контрол. Тази традиционна система за управление на две нива дава възможност за ясна обмяна на мнения между ръководството и акционерите по основните елементи на управлението.

Надзорен съвет

Членовете на Надзорния съвет се избират от едноличния собственик на компанията за срок от пет години и могат да бъдат преизбирани без ограничения. Надзорният съвет контролира политиката, следвана от Управителния съвет, изпълнението на управленските задължения на Управителния съвет и общо дейността на компанията, като взема под внимание интересите на всички заинтересовани страни. Надзорният съвет може да одобрява бизнес сделки, отчетени от Управителния съвет, съгласно Устава на дружеството и съществуващото законодателство,

както и да подпомага Управителния съвет посредством консултиране. През 2018 г. Надзорният съвет проведе общо 10 срещи.

Управителен съвет

Управителният съвет осъществява управлението на дружеството. Неговите членове се избират от Надзорния съвет за срок от пет години и могат да бъдат преизбирани без ограничение. Управителният съвет е отговорен за стратегията на компанията, управленската политика, разпределението на човешки и капиталови ресурси, системата за управление на риска и финансовите резултати. Управителният съвет е упълномощен да назначи финансов директор и главен счетоводител на дружеството, определя счетоводната политика, одобрява програмите за подпомагане на персонала, изготвя и представя на Надзорния съвет годишния финансов отчет, предлага схема за разпределение на печалбата, взема решения относно управлението на стратегически активи и т.н. След одобрение от страна на Надзорния съвет, Управителният съвет взема решения по стратегическите и оперативните планове, годишните бюджети и бизнес планове на дружеството. Управителният съвет се отчита за дейността си пред Надзорния съвет и едноличния собственик. През годината Управителният съвет проведе общо 80 срещи.

Възнаграждения

Политиката ни относно възнагражденията е свързана с нашия управленски подход и цели подпомагане на настоящите и възникващите бизнес приоритети. Философията ни включва желанието да привлечем, мотивираме и задържим таланти служители, както и устойчиво изпълнение на нашата бизнес стратегия в дългосрочен план.

Целта ни е да насърчим изграждането на култура, ориентирана към действието и фокусирана върху резултатите, затова нашите програми за възнаграждение включват променливи нива и създаване на стойност в дългосрочен план. Членовете на Управителния съвет имат право на годишен бонус в размер на 50% от платеното за предходната календарна година годишно брутно трудово възнаграждение, ако дружеството е изпълнило планираните си и съгласувани годишни цели. Ако компанията надвиши тези цели, на членовете на Управителния съвет ще бъде изплатен бонус в размер до максимум 100% от платеното за предходната календарна година годишно брутно възнаграждение. Нашето мнение е, че тази взаимовръзка и съотношение между основна заплата и стимули, свързани с постигнатите резултати, адекватно отразява баланса между целите на компанията и нейния предприемачески дух. Нещо повече, ние сме уверени, че нивото и структурата на възнагражденията на Управителния съвет са в съответствие с целите за развитие на ръководния екип и заплащането в рамките на компанията. Това ни дава възможност да привлечем, мотивираме и задържим висше ръководство от необходимия калибър и с нужния управленски опит.

Също така, членовете на Надзорния и Управителния съвет са задължени да депозират гаранции за изпълнението на техните управленски задължения. Точната сума на гаранциите се определя с решение на едноличния собственик, но не може да бъде по-малка от договорното тримесечно брутно трудово възнаграждение на всеки член. Гаранциите за съответните периоди се освобождават с решение на едноличния собственик за освобождаване от отговорност, което може да се извърши единствено въз основа на одитиран годишен отчет за финансовата година.

За годината, приключваща на 31 декември 2018 г., на членовете на Управителния съвет и на ключовия управленски персонал е начислено възнаграждение в размер на 3 772 000 лв.



3.2. Основни рискове и смекчаване на въздействието им



3.3. Спазване на нормите

VIVACOM е обект на местни, регионални и между-народни закони и разпоредби, регулаторен кон-трол и практики. Нашите правни и регулаторни експерти следят и се адаптират към значителни и бързо настъпващи промени в широка гама от зако-нови и нормативни сфери, за да се гарантира, че разпоредбите и нашите вътрешни правила отгова-рят на целите и се прилагат коректно.

Следим за това всички служители да са наясно и да спазват законите и регулациите, свързани с тяхната специфична роля, както и Етичния кодекс и свърза-ните с него вътрешни правила.

Етичен кодекс

Етичният ни кодекс влезе в сила на 1 юли 2010 г. Той дава насоки на служителите да постъпват от-говорно, етично и законно, в съответствие с Етич-ния кодекс и с всички други политики, закони и разпоредби, касаещи компанията, както и с на-шите стратегическите ценности, нашите основни принципи и бизнес правила.

Запознаването на новите служители с Етичния кодекс започва от момента, в който те се присъе-динят към VIVACOM, и включва обучение, даващо им възможност подробно да се запознаят с рам-ката на изпълнение и кодекса. Редовно провеж-даме и кампании и други дейности за обучение в рамките на организацията, с цел повишение на осведомеността на служителите за поведението на работното им място, както и за личното им и социално поведение. Назначили сме служители, отговорни за следване на бизнес нормите, и сме създали комитет, отговарящ за спазването на из-искванията.

24 часа в денонощието е на разположение „горе-ща линия“, чрез която служителите се насърчават да докладват предполагаеми нарушения на Етич-ния кодекс. Проучват се всички предполагаеми нарушения на кодекса, които са представени на вниманието на комитета, отговарящ за спазването на изискванията му.



Вътрешен контрол

Управителният съвет на VIVACOM упражнява не-зависим надзор над дейността и вътрешния кон-трол, установен от компанията, включително чрез създадения отдел за вътрешен одит. Цел-та на системата за вътрешен контрол е по-ско-ро да управлява, отколкото да елиминира ри-ска от неизпълнение на корпоративните цели.

Независим одитен комитет

Членовете на независимия одитен комитет се назна-чават с решение на едноличния собственик на ком-панията. Независимият одитен комитет има следните отговорности:

- мониторинг на процеса на финансова отчет-ност, ефективността на системите за вътрешен контрол и системите за управление на риска на компанията;
- консултиране и мониторинг на външните оди-тори по отношение обхвата на техния независим финансов одит на компанията и осигуряване на гаранции, че външните одитори спазват изиска-нията на закона и Етичния кодекс на професио-

налните счетоводители, както и мониторинг на представянето на всякакви допълнителни услу-ги, предоставяни от външни одитори;

- препоръки към акционерите за назначаването на външни одитори.



4. ПРЕДСТАВЯНЕ



- 4.1. Ефективни
- 4.2. Вдъхновени
- 4.3. Иновативни
- 4.4. Честни
- 4.5. Динамични
- 4.6. Отговорни

4.1. ЕФЕКТИВНИ



- **Оператор номер 1** по общи приходи за шеста поредна година
- **Номер 1 доставчик на интерактивна телевизия (IPTV)**
- **Номер 1 в предоставянето на широколентов достъп до интернет**
- **Най-бързата мобилна мрежа в България** за третото тримесечие на 2018 г. според Speedtest Intelligence® на Ookla
- **4G мрежата с най-добро покритие на населението в България – 99,25%** според Global Wireless Solutions (GWS) в доклад от месец декември 2017 г.
- **615 населени места с покритие на 4.5G или LTE Advanced**
- **1 182 000 домакинства в 25 града с оптична мрежа**
- **296 304 домакинства в 112 населени места с покритие на технологията FTTC**
- **Нова платформа за самообслужване на клиенти – My VIVACOM**
- **Нова гласова услуга през 4G мрежата – 4G Voice**
- **Пакет за роуминг „Западни Балкани“ с преференциални условия**

4. ПРЕДСТАВЯНЕ
4.1. Ефективни

4.1.1. Финансови резултати

Показатели за финансова ефективност

Ние сме водещият телекомуникационен оператор в България на база общи приходи за шеста поредна година. Ние сме напълно интегриран оператор, който осигурява мобилна и фиксирана телефония, фиксиран широколентов интернет и платени телевизионни услуги в национален мащаб, както за битови така и за бизнес клиенти. За годината, приключваща на 31 декември 2018 г., генерирахме общо консолидирани приходи от 948,0 милиона лева, а печалбата преди лихви, данъци и амортизация (Коригирана EBITDA) е 359,8 милиона лева.

През 2018 г. общите приходи на групата нараснаха с 6,6% спрямо същия период на предишната година, благодарение на постоянното нарастване на приходи-

те от мобилни, платени телевизионни услуги и фиксирани широколентови услуги.

Коригираната EBITDA нарасна с 12,8% спрямо същия период на предишната година до 359,8 милиона лева за годината, приключваща на 31 декември 2018 г., подкрепена от ръста на приходите и по-ниски оперативни разходи

Въпреки силно конкурентната среда на телекомуникационния пазар VIVACOM запазва лидерската си позиция благодарение на силните страни при предлагането на добавена стойност за нашите клиенти, силната ни марка и големия обхват на предлаганите продукти и услуги, които обслужват широк спектър от демографски и потребителски профили.



Нефинансови показатели

Мобилни услуги

В момента сме третият по големина мобилен оператор в България според броя на абонатите, с 3 071 000 абонати към 31 декември 2018 г., което представлява намаление от 2,0% спрямо 3 133 000 абонати към 31 декември 2017 г. Пазарният ни дял на база приходи от мобилни услуги е достигнал 30% за годината, приключваща на 31 декември 2018¹.

Отдаваме това намаление в клиентската база на мобилни услуги на ефекта от задължителната регистрация и последващото изтриване на предплатената база. В резултат 89% от клиентската ни база към 31 декември 2018 г. се състои от клиенти с абонаментен договор.



Фиксирани гласови услуги

Ние сме доминиращият оператор на фиксирани гласови услуги в България, с водещ пазарен дял от 82% на база генерирани приходи към 31 декември 2018 г.

Общият брой на нашите абонати на фиксирани гласови услуги спадна с 14,5% до 689 000 към 31 декември 2018 г., спрямо 806 000 към 31 декември 2017 г. Намаляването на броя на абонатите на фиксирани гласови услуги се дължи главно на силната ценова конкуренция в този сегмент, като услугите се предлагат по-евтино в допълнение към мобилните, фиксирани широколентови и платени телевизионни услуги, както и поради продължаващото преминаване от фиксирани към мобилни услуги.



Фиксирани широколентови услуги

Към 31 декември 2018 г. VIVACOM е лидер на пазара на фиксирани широколентови услуги с 27% пазарен дял². Общият брой на нашите абонати на фиксиран широколентов достъп се е увеличил с 2,8% до 444 000 към 31 декември 2018 г., спрямо 432 000 към 31 декември 2017 г. Ръстът се дължи основно на нарастването на броя клиенти на оптичен интернет, подхранван от увеличаващото се търсене на високоскоростен капацитет и надеждна широколентова услуга.



Продължаващото надграждане на оптичната мрежа ни дава възможност да се възползваме от установената тенденция на преминаване към високоскоростни широколентови технологии. През 2018 г. постигнахме значителен напредък в разширяването на нашата оптична мрежа, като към 31 декември 2018 г. обхванахме 1 182 000 домакинства в страната.



Платени телевизионни услуги

Нашите абонати на платени телевизионни услуги са се увеличили с 4,8% до 468 000 към 31 декември 2018 г., спрямо 447 000 към 31 декември 2017 г. Това се дължи основно на повишеното търсене на висококачествени интерактивни услуги, с високо ниво на обслужване потребителите и богато съдържание за удовлетворяване на предпочитанията на клиентите. Към 31 декември 2018 г. VIVACOM е позициониран като водещият IPTV оператор с 50% пазарен дял³.



¹Източник: данни на компанията, отчети на Telekom Austria, отчети на Telenor

²Източник: матрица на телекомуникационния пазар на Analysys Mason и Европейската система за прогнози

³Източник: матрица на телекомуникационния пазар на Analysys Mason и Европейската система за прогнози

4. ПРЕДСТАВЯНЕ

4.1. Ефективни

4.1.2. Мрежа и покритие

В последните години развитието на VIVACOM се основава на ясна и дългосрочна стратегия: да предлага на клиентите си това, което реално може да изпълни. За различните мрежи, с които оперира, това означава плавно и еволюционно надграждане с най-актуалните технологии на пазара. Управленският подход на компанията винаги е бил насочен към това да удовлетворява по ефективен начин нуждите на пазара в момента, като същевременно инвестира в иновации и решения за бъдещето.

През 2018 г. фокусът в мобилния сегмент се запази върху високоскоростния пренос на данни и осигуряването на по-голямо покритие на населението. Последователните ни и дългосрочни усилия в тази посока бяха оценени и от водещи анализатори на бранша на световно ниво. След като в продължение на цялата 2017 г. бяхме носител на наградата на Ookla за най-бърза мобилна мрежа, VIVACOM получи признание и за най-бързата мобилна мрежа в България за третото тримесечие на 2018 г., отново според анализ на информацията от Speedtest Intelligence® на Ookla®¹. Популярното мобилно приложение за измерване на скоростта събира информация от реални потребителски тестове и дава своята оценка на база техния анализ.

И тъй като за нас е важно не само високото качество на мрежата, но и нейното добро покритие на територията на страната, продължихме да работим за развитието ѝ и в тази посока. В края на годината получихме и резултатите от измерването на един от международните лидери в областта – Global Wireless Solutions (GWS). Според техния доклад от месец декември 2018 г. 4G мрежата на VIVACOM отново бе с най-висок резултат за покритие на населението в България – 99,25%.

През 2018 г. компанията реализира една значима иновация в мрежата си от четвърто поколение – надгради 4G технологията в 4.5G или LTE Advanced. Това осигурява на клиентите на телекома по-високи скорости на сваляне на информация от интернет – до 150 Mbps за download. Потребителите трябва единствено да ползват смартфон, поддържащ LTE Advanced. 4.5G мрежата стартира през април в 5 големи града – София, Пловдив, Бургас, Русе и Стара Загора, като към края на годината общо 615 населени места в цялата страна са с покритие на новата технология.

Всички усилия на компанията за модернизиране на мобилната мрежа са и стъпка към следващата голяма революция – 5G. В технологично отношение VIVACOM е готова да посрещне предизвикателствата на мрежата от пето поколение, каквато се очаква да има работеща в България за крайни потребители през 2020 – 2021 г. През 2019 г. дори имаме готовност да стартираме първата частна индустриална 5G мрежа.

За момента това, което задържа развитието на новата технология, е разпределянето на честотния спектър от държавата между различните оператори, както и свръхстрогий строителен режим, който третира подмяната на старо с ново оборудване в базовите станции като построяване на изцяло нова инфраструктура.

При предоставянето на фиксирани услуги през изминалата година акцентът продължи да бъде високоскоростен широколентов достъп до интернет (broadband) и интерактивна телевизия. За целта компанията инвестира в развитието на оптичната си мрежа (FTTx – Fiber To The x). С нея през 2018 г. бяха покрити два нови града – Русе и Банско, и така общо 1 182 000 домакинства в 25 града имат възможност да ползват оптичен интернет и IPTV. А 296 304 домакинства в още 112 по-малки населени места имат достъп до модерните фиксирани услуги благодарение на мрежата, изградената посредством технологията FTTc (Fiber To The curb).

През цялата година течеше и модернизация на самата услуга IPTV, така че през 2019 г. потребителите да я ползват с още по-лесен интерфейс и повече възможности за интерактивност на съдържанието.

Високото качество на всяка една услуга винаги е било водещо за VIVACOM. Ето защо концентрираме усилия и върху подобряване на сателитната ни телевизия, като през 2018 г. проведохме мащабна системна подготовка за преминаване на услугата към нов сателит през 2019 г. Планираното преместване цели както по-добро качество на сигнала, така и по-широко териториално покритие на услугата.

Компанията не подценява и своята мрежа за фиксирана телефония, с която започна да оперира на пазара като телеком. Усилията при нея са насочени главно към оптимизиране на електроенергията, която тя изразходва. По-остарелите TDM технологии се модернизират с по-новите NGN (Next Generation

Network), което води до по-ниска консумация на електроенергия, по-малки заети площи и оптимизирана транспортна инфраструктура.

Един от ключовите обекти в мащабната технологична инфраструктура на VIVACOM – сателитната станция Плана, също се модернизира постоянно. Телепортът, чрез който предаваме радио и телевизионен сигнал и данни чрез сателит, вече излъчва над 200 ТВ канала на 3 континента – Европа, Азия и Африка. През 2018 г. обновихме системата за обработка на ТВ канали (Head end) и инвестирахме в нова платформа (VSAT HUB) за предоставяне на сателитен интернет на кораби. Телепорт Плана вече е сертифициран от World Teleport Association (WTA) с ниво Tier 3, което го прави един от 27-те сертифицирани телепорта в света и гарантира на клиентите най-високо ниво на обслужване и резервираност. Телепорт Плана е в активна подготовка за сертифициране с максималното ниво Tier 4.

Големият брой мрежи и системи, с които оперира VIVACOM, изисква сериозна интеграция помежду им, както и постоянна поддръжка, за да работят като една платформа и клиентите ни да получават услугите си безпроблемно. Сблъсквайки се с казуса, че на пазара няма подобна всеобхватна система за управление на толкова многокомпонентна инфраструктура, ние стигнахме до решението сами да разработим такава. В резултат създадохме нашата собствена OSS среда или Operational Support System. Чрез нея успяваме двустранно да управляваме физическата инфраструктура и устройства в мрежата, както и услугите, които са изградени върху тях. Ако например видим

неизправност в даден компонент от мрежата, веднага знаем кои са засегнатите услуги и можем да информираме потребителите им. И обратно – ако установим проблем в някоя крайна услуга, еднозначно идентифицираме мрежовите елементи, които участват в предоставянето ѝ, и отстраняваме проблема в изключително кратки срокове.

Проучванията ни показаха, че подобна цялостна OSS среда няма не само на българския, но и на международния пазар. Ето защо заедно Italtel, в качеството на наш глобален партньор, в началото на 2019 г. я представихме на най-големия форум за технологии в света, който се провежда в Барселона, Испания – MWC (Mobile World Congress).

Постиженията на VIVACOM в технологично отношение са резултат както на стратегическия подход на топ мениджмънта и политиката за постоянни и дългосрочни инвестиции, така и на екипа с висока техническа експертиза. Главна техническа дирекция е едно от най-големите звена в компанията, в което всяка година се полагат много усилия за поддържане на високо качество при създаването и поддържането на услугите. У нас няма друга компания с толкова голям собствен ресурс от хора за техническо обслужване на мрежата и услугите. Това ни дава възможност да следваме единен стандарт за качество и изпълнение на ангажиментите ни към клиентите в цялата страна. За целта всяка година над 1 500 служители от дирекцията преминават редица обучения не само за повишаване на професионалната си квалификация, но и за развитие на т.нар. „меки умения“ за работа с клиенти.



Радослав Златков, Главен технически директор и член на УС на VIVACOM:

„2018 година беше една от най-успешните за VIVACOM в технологично отношение. Постигнахме най-бързата мобилна мрежа в България за третото тримесечие на 2018 г. според анализ на информацията от Speedtest Intelligence® на Ookla®. Но за нас е важна не само скоростта на мобилния интернет, а и да предложим качествено покритие на услугите. Работихме усилено в тази посока и резултатът не закъсня – 4G мрежата на VIVACOM беше с най-висок резултат за покритие на населението в България: 99,25% според доклад от месец декември 2018 г. на GWS. Разширихме и броя на домакинствата с оптична мрежа, така че да им предложим високоскоростен фиксиран интернет и интерактивна телевизия. Вярвам, че тези постижения ни нареждат сред технологичните лидери у нас. Ще продължим да отстояваме и позицията си на иноватор с разработване и предлагане на технически решения за Интернет на нещата и умни градове. Всичко това е възможно благодарение на професионализма, енергията и екипния дух на всички наши служители.“

¹ Според анализ на Ookla®, основан на данните от Speedtest Intelligence® от тестове, проведени на територията на България през третото тримесечие на 2018 г. за средна скорост на изтегляне (download) в мобилната мрежа. Търговските марки на Ookla се използват с разрешение. Повече информация на <http://www.vivacom.bg> www.vivacom.bg.

² Измерването на покритието на 4G технологията по население е направено от Global Wireless Solutions (GWS) по тяхна методология в периода 15.10 – 15.11.2018 г.

4.1.3. Продукти и услуги

VIVACOM следва дългосрочна и устойчива стратегия да поставя акцент при своите продукти и услуги върху по-голямото и по-многообразно съдържание, което предлага на потребителите си. През 2018 година тази тенденция беше ключова за цялостното развитие на портфолиото на телекома. Компанията реализира общо 16 нови тарифи за мобилни гласови и дейта услуги от линията Smart, с които предложи повече минути и мегабайти за свободна комуникация.

През 2018 г. VIVACOM стартира своята нова платформа за самообслужване – My VIVACOM, чрез уеб версия и мобилно приложение. Апликацията дава възможност на клиентите да следят и управляват потреблението си бързо и лесно през мобилния си телефон. Те могат също да плащат месечната си сметка, да активират роуминг и да зареждат допълнителни минути и мегабайти с няколко клика, както и да презареждат предплатени карти.

В средата на годината компанията стартира една изцяло нова услуга – 4G Voice, целяща да предложи на клиентите още по-качествено преживяване в мобилната мрежа на VIVACOM. Тя представлява гласова услуга през 4G мрежата на телекома, която до този момент беше използвана само за високоскоростна мобилна интернет връзка. Новата услуга дава възможност за разговори с много по-кристален и отчетлив звук чрез LTE технологията. Едно от основните предимства на 4G Voice е, че съкращава времето за свързване, тъй като разговорът се провежда само в 4G мрежата, без

необходимост от превключване към 2G или 3G. Така и самите устройства работят по-ефективно и пестят живота на батерията си. В допълнение, потребителите могат едновременно да говорят по телефона и да сърфират в мрежата, където да гледат видеоклипове, да слушат музика или да общуват с приятели в социалните мрежи. За да използват 4G Voice, клиентите трябва да имат устройство, което я поддържа. VIVACOM постоянно разширява портфолиото си от смартфони, отговарящи на това условие.

Едно от най-значимите събития от гледна точка на потребителите беше стартирането на нов допълнителен пакет за роуминг – „Западни Балкани“. От края на месец май 2018 г. VIVACOM даде възможност на своите клиенти да говорят, да изпращат SMS-и и да ползват мобилен интернет при преференциални условия, докато пътуват в Албания, Босна и Херцеговина, Косово, Македония, Сърбия и Черна Гора. Пускането на допълнителния пакет беше от голямо значение за българските потребители, които често посещават като туристи или пътуват по работа до балканските страни, а цените на телекомуникационните услуги в роуминг ги ограничаваха сериозно да общуват или да вършат служебните си задължения, докато са там. В резултат на клиентски ориентираната си политика VIVACOM успя да предложи възможност за 100 минути за изходящи разговори, 100 SMS-а и 100 MB на ден на цена от 4 лв., като за сравнение стандартните цени за роуминг в тези страни започват от 2,29 лв. за минута разговор, от 0,59 лв. за изпратен SMS и от 14,99 на MB.

Друга добавена стойност към пакетите за мобилните услуги, която телекомът осигурява, е до 128GB облачно пространство с pCloud. Така потребителите могат да съхраняват своите снимки, клипове, музика и всякакви важни файлове с информация без притеснение, че ще ги загубят. Облачното пространство се предоставя безплатно с всички мобилни планове от линията Smart, като само обемът му е различен.

В областта на фиксираните услуги компанията също следва политиката си да предлага по-богато съдържание, отговарящо на разнообразните нужди на клиентите. През 2018 г. стартираха 5 нови пакета за интерактивна и 1 за сателитна телевизия. Високооценени от потребителите бяха новите допълнителни пакети със спортно съдържание, като по този начин в ефира на VIVACOM се предостави възможност на всички спортни и футболни фенове да не пропускат събития от най-гледаните клубни първенства като Шампионска лига, La Liga, Висша лига и много други.

Жителите на два изцяло нови града в оптичната мрежа на телекома могат да гледат интерактивна телевизия и да се възползват от високоскоростен интернет – Русе и Банско. Модерните услуги, които улесняват ежедневието на съвременния човек, вече се предлагат в още 112 по-малки населени места посредством технологията FTTc (Fiber To The curb).

Компанията не оставя на заден план и своите клиенти на фиксирани гласови услуги. Макар технологията да отстъпва по популярност на мобилната връзка,

VIVACOM продължава да развива тарифните си планове в този сегмент, като ги обогатява с повече минути за разговори към мобилни мрежи в чужбина. Така потребителите им могат да общуват със своите близки и роднини, които са постоянно в движение или зад граница. През 2018 г. пуснахме на пазара 3 нови пакета за фиксирани гласови услуги за частни клиенти – VIVAFIX S/M/L, 3 нови за бизнес клиенти – B Fix S/M/L, както и допълнителни пакети за международни разговори към тях.

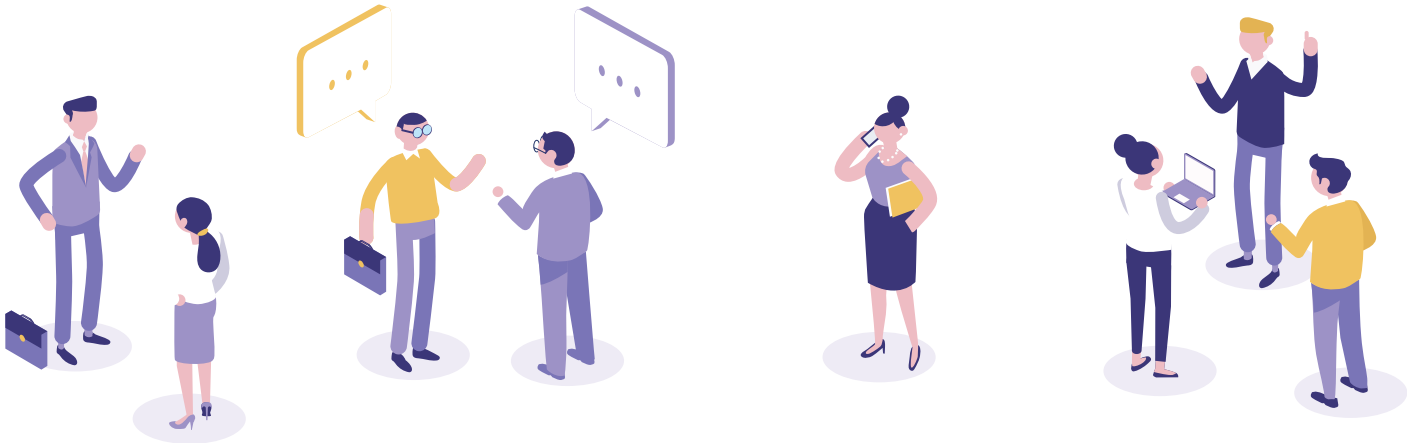
Търсейки възможност за изцяло нови продукти и услуги, които да предложи на своите клиенти, с цел да улесни живота им, към края на 2018 г. VIVACOM стартира проект за сключване на застраховка Гражданска отговорност във всички магазини на телекома. По този начин на собствениците на МПС се спестява допълнително посещение на друго място за сключване на задължителната застраховка.

Като отговорна компания VIVACOM работи в партньорство с редица институции за създаване и реализиране на услуги в полза на гражданите. Такъв е съвместният проект от 2018 г. с Министерство на външните работи на Република България. Благодарение на него всеки български гражданин, притежаващ СИМ-карта на български мобилен оператор, при влизане на територията на чужда държава получава кратко текстово съобщение с информация за номера на денонощната дежурна телефонна линия в МВнР (+359 2 948 24 04), на която може да потърси помощ в случай на извънредна ситуация. Проектът е подкрепен от трите телеком оператора у нас.



Моника Зетсон,
началник Комуникации в Ericsson:

„С внедряването на нашето решение Fast VoLTE Launch, VIVACOM значително намали времето за предоставяне на комуникационни услуги, като същевременно предостави широк спектър от нови възможности за комуникация на своите клиенти.“



4.1.4. Енергийна ефективност и емисии на въглероден диоксид

Увеличаването на броя и типа услуги, ръстът в трафика на потребителите и разширяването на покритието са процеси, свързани с изграждане и поддържане на инфраструктура, която консумира значителни количества енергия. Повече от половината енергия, нужна за да могат нашите потребители да се възползват от мобилни или фиксирани услуги, се консумира в мрежата и центрове за данни. Наш постоянен стремеж е увеличаването на ефективността им и постигането на оптимално потребление спрямо ръста на бизнеса ни.

През 2018 г. потреблението на енергия за мобилната ни мрежа е нараснало до 42 ГВч, а делът ѝ в общото потребление на електричество се е увеличил до 34%. При сравнение с последните 2 години, мобилната мрежа е представлявала 25% от потреблението ни на електричество през 2016 г. и 28% – през 2017 г. Тенденцията за ръст е напълно очаквана с оглед увеличаването на потреблението на мобилни услуги и качеството на скорост и надеждност, които поддържаме. Консумацията на електроенергия от мобилната мрежа се ограничава главно до DTX и функциите за регулиране на мощността, които са активирани за 100% от мрежата. Друг голям потребител на електроенергия е охлаждането. Освен стандартното техническо решение, като системите за свободно охлаждане, допускаме по-високи работни температури за телекомуникационното оборудване и поставяме само батериите в охлаждащ контейнер.

Водещ консуматор на електричество остава фиксираната мрежа, която през 2018 г. регистрира потребление на 74 ГВч. Особено голямо внимание отделяме на оптимизациите в този тип мрежа. Макар през тази година обхватът ни на потребители да продължи да се увеличава, успяхме да намалим потреблението с 1,4 ГВч. През годината направихме редица подобрения по фиксираната телефония. Прехвърляме абонатите към по-енергийноефективни съоръжения, базирани на NGN технология, и изваждаме от употреба TDM технология. Това ни позволи през 2018 г. да спрем 17 телефонни централи от стария тип.

Общото потребление на енергия за 2018 г. на VIVACOM, под формата на електрическа, топлинна енергия и горива, е 150,3 ГВч. В сравнение с 2017 г. има общо увеличение от 4%. За VIVACOM инвестициите в енергийна ефективност са неразделна част от бизнеса. Решенията за тях не са самоцелни, а се правят на база детайлен анализ на възвръщаемостта във всеки конкретен случай и технология.

През 2018 г. енергията, потребена от VIVACOM, генерира 69,1 хил. тона въглеродни емисии (преки и непреки), което е 6% повишение спрямо 2017 г. Ако добавим потреблението на енергия на НУРТС, общото количество въглеродни емисии се равнява на 80,9 хил. тона.

През последните няколко години правим стъпки в търсенето на алтернативни източници на енергия чрез тестове за захранване на базови станции с ВЕИ. Няколко наши точки имат инсталирани фотоволтаични клетки, но засега резултатите не носят необходимата ефективност. Въпреки това продължаваме усилията за разработване на проекти и търсенето на възможности за интегриране на такъв тип решения.

За да са максимално близо до клиентите ни и да им предоставят обслужване на очакваното високо ниво, търговските ни представители и техническите екипи ежедневно пътуват между различни локации. Автопаркът ни се състои от 1401 автомобила, предимно дизелови,

бензинови, няколко LPG и от миналата година – 31 хибридни автомобила, с 20 повече от предходната година. Важна задача е оптимизирането на пътуванията и маршрутите на служителите ни. Това ни позволява да намалим потреблението на горива и емисиите на замърсители на въздуха, особено в градска среда, където е най-нужно. Специално за

управлението на колите, използвани от техническите екипи, използваме софтуерна система, чрез която оптимизираме максимално графика за посещения при крайни клиенти и избираме най-добрите маршрути за изпълнението им. Така спестяваме ресурси и намаляваме въглеродния отпечатък на компанията.

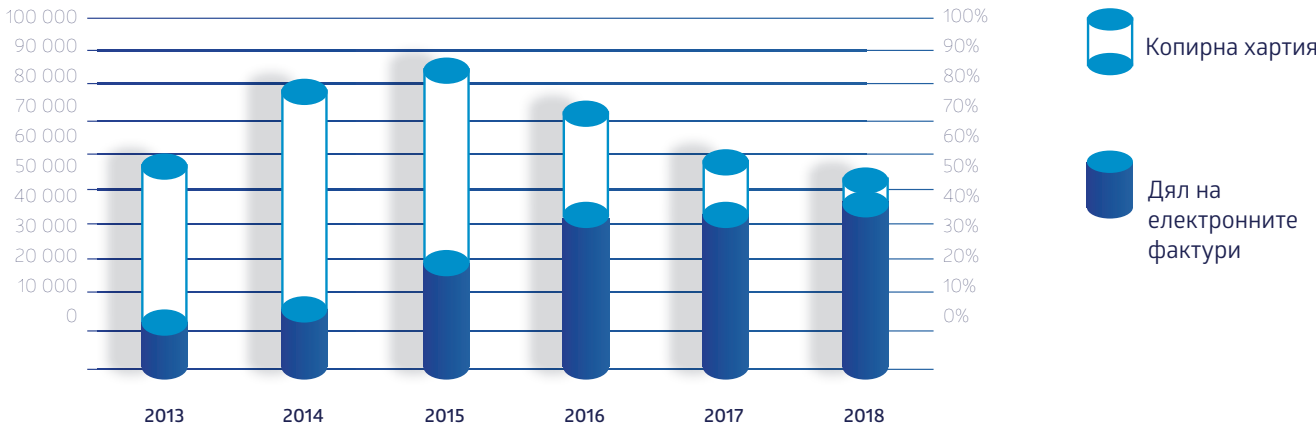
4.1.5. Кръгова икономика – управление на отпадъците

Като голям бизнес, с обхват на услугите и инфраструктура практически в цялата страна, VIVACOM има отговорната задача за оптимално управление на отпадъците, генерирани в изпълнението на операции. Всички наши оперативни точки разполагат със значително количество електронно оборудване, което има определен цикъл на живот и краят му следва да бъде адекватно планиран. Стремим се минимално количество отпадъци да бъдат депонирани и максимално количество оборудване да получава втори живот чрез повторна употреба или рециклиране.

През 2018 г. 278 тона телеком оборудване беше извадено от употреба и предадено за рециклиране. В допълнение към това сме използвали повторно 181 197 броя или 41% от цялото оборудване, което предоставяме на крайни потребители.

Фиксираната ни мрежа също търпи регулярни обновления, което през 2018 г. генерира 561 тона кабели, предадени за рециклиране.

Продължаваме да полагаме усилия за намаляване на издадените хартиени фактури и да стимулираме клиентите ни да преминат на електронни такива. Издаването на хартиени фактури е свързано с потребление на хартия, транспорт на документа до адрес, човешки ресурс за реализиране на доставката, всички от които могат да бъдат заместени от едно електронно съобщение. С всяка година все повече абонати осъзнават значимостта на подобна оптимизация и преминават към електронна фактура. През 2018 г. това са 814 624 или 46% от всички издадени фактури. С това потреблението ни на копирна хартия намалява за поредна година, като достига до 50 457 пакета за 2018 г.



4.2.ВДЪХНОВЕНИ



- **5 433 служители, разпръснати в 130 точки в цялата страна**
- **4% повишаване на нивото на ангажираност на служителите** през 2018 г. спрямо 2017 г.
- **380 промотирани служители**
- **Видео обяви** – иновативен подход за привличане на квалифицирани кадри
- **39% от участниците в лятната стажантска програма са останали на работа в компанията**
- **VIVACOM Academy** – нов собствен бранд, обединяващ всички обучения
- **100% от нашите служители са преминали най-малко едно електронно обучение**
- **Изцяло нова програма за задържане и развитие на мениджъри**
- **Партньорство на събития за първи стъпки на децата в програмирането** – Megadojo 1.0 и 2.0, с участие на 80 ментори, 5 училища, 110 доброволци, 3 робота и над 1 000 деца от цялата страна

4.2.1. Служители

VIVACOM се нарежда сред най-големите работодатели в България, с 5 433 служители, разпръснати в 130 точки в цялата страна. Всички те със своята индивидуалност, различен демографски профил, образование и професионален опит допринасят за многообразието в компанията и създаването на пъстра и динамична работна среда.

2018 година премина без сериозни структурни промени, отбелязахме и спад в текучеството, което затвърди усещането за стабилност у служителите. В тези условия мениджмънтът се фокусира върху:

- подобряване на вътрешните процеси за организиране на работата в цялата компания;
- актуализиране на системата за управление на човешките ресурси;
- подобряване на работната среда;
- засилване на диалога между мениджърите от високо и средно ниво с техните екипи;
- въвеждане на нови методи за привличане и подбор на персонал;
- интегриране на разнообразни методи за обучение като част от политиката за задържане и развитие на служителите.

През 2018 г. основният фокус в стратегията на компанията по отношение на служителите беше повишаване на нивото им на ангажираност. Това е един от ключовите измерители за успеха на дадена организация, тъй като по-високата степен на ангажираност е показател за това доколко хората са удовлетворени от работодателя и дейността си, дали промотират компанията си като добро място за работа и извън нейните граници, свързват ли бъдещето си с нея. Ангажираността показва също дали служителите

припознават целите на компанията като свои собствени и дали са силно мотивирани да дадат личния си принос в постигането им. Конкретно за VIVACOM и нашата корпоративна мисия, според която „На фокус е клиентът!“, по-високата ангажираност на служителите води и до повече удовлетворени клиенти.

В четвъртото поред проучване за ангажираността взеха участие 87% от служителите, което гарантира представителност на резултатите. Нивото ни на ангажираност през 2018 г. се е повишило с 4% спрямо предходната година, което е с 2% повече от заложената през 2017 г. цел. Резултатът е съизмерим със средния за сектора на високотехнологичните компании. През изминалата година имаме ръст в абсолютно всички оценявани области, като топ 5 най-високо оценени от служителите са:

- Работа с преки ръководители;
- Управление на различията;
- Работни задачи;
- Работа в екип;
- Репутация.

Обективното мнение на служителите мотивира мениджмънта да продължи да полага усилия за превръщането на VIVACOM в още по-добър работодател и предпочитано място за кариерно развитие. И тази година сферите на оценяване, в които служителите са идентифицирали нужда от подобряване, ще бъдат дискутирани в работни групи, които да предложат конкретни мерки за промяна. Благодарение на този систематичен подход, прилаган след всяко годишно проучване на ангажираността от 2015 г. насам, общото ниво на показателя се е вдигнало с 9%.



Брой служители:
5 433



56% мъже и
44% жени



Брой назначени
през отчетния
период: 704

4.2.2. Привличане и подбор

Борбата за кадри в технологичната индустрия е постоянно предизвикателство, с което компанията трябва да се справя. За да сме успешни и да подбираме най-добрите бъдещи телеком професионалисти, през 2018 г. опростихме и улеснихме процеса, като паралелно с това разнообразихме и разширихме каналите за подбор.

Вярваме, че за да привлечем още по-качествени специалисти, е важно те да разберат от първа ръка какво е да имаш кариера в един от високоценените работодатели в България. Ето защо заложихме на един от най-актуалните формати за представяне на работодателската марка, създавайки поредица от видеообяви за различни дирекции. В рамките на 1,5 минути те представят по достъпен и интересен начин съответната позиция, така че кандидатите да придобият ясна представа как преминава един работен ден и какви са ежедневните предизвикателства. Видеовизитката реалистично представя работната среда, приятелската обстановка и екипа, който очаква новите си попълнения.

Иновативният ни подход беше оценен и от външна за компанията ни аудитория – получихме отличие в престижния конкурс Employer Branding Awards 2019, който се организира от b2b Media категория „Employer Branding Video“.

Заедно с новия начин на представяне на свободните позиции, запазихме и вече утвърдените практики за достигане до потенциални бъдещи служители, като през изминалата година:

- Представихме атрактивните позиции в общо 13 кариерни форума в цялата страна;
- Продължихме успешния ни съвместен проект с Факултета по телекомуникации на Технически университет – „VIVACOM Техническа академия“ – за идентифициране на млади инженери с потенциал;
- Разширихме програмата за вътрешно насърчаване при процеса за търсене на кадри – „Препоръчай приятел“, като тя вече е активна не само за дирекции „Продажби Магазинна мрежа“, „Обслужване на клиенти“ и „Информационни технологии“, но и за „Експлоатация и поддръжка на мрежата“;
- 39% млади таланти са останали на работа в компанията, благодарение на мащабната ни Стажантска програма през отчетната година, спрямо 31% през 2017 г.



4.2.3. Развитие и задържане на персонала

Във VIVACOM знаем, че най-ценният капитал са служителите. Ето защо непрекъснато инвестираме в нови методи за тяхното мотивиране и задържане, стремим се да осигуряваме максимално гъвкава работна среда и целогодишно да предоставяме нови възможности за професионално обучение и развитие.

Постоянно актуализираме и работим за подобряването не само на възнаграждението, но и на пакета от придобивки на нашите служители, както и на баланса работа–личен живот.

- Възнаграждение – през изминалата година въведохме нови нива на възнаграждение в отделите, в които служителите ни работят пряко с крайния клиент – „Продажби Магазинна мрежа“, „Изграждане и поддръжка на телекомуникационни услуги“, „Кабелна мрежа“, „Обслужване на клиенти“.
- Придобивки – надградихме пакета от придобивки така, че професионалното развитие и личните интереси да вървят ръка за ръка, като:
 - Увеличихме индивидуалния бюджет за закупуване на мобилно устройство;
 - Пуснахме нова, специално създадена за служители тарифа за различните VIVACOM услуги.
- Подобряване на баланса работа–личен живот:
 - Въведохме възможност за „Кратък петък“ за функциите, при които работният процес го позволява;
 - Увеличихме броя дни за работа от вкъщи, като автоматизирахме и улеснихме максимално административния процес по заявяването им.
- Подобряване на работната среда и условията на труд.

Високото ниво на професионална подготовка на служителите във VIVACOM винаги е било от съществено значение за компанията. Вярваме в концепцията за „учене през целия живот“ и осигуряваме тази възможност на служителите си в максимална степен. Ежегодно инвестираме в

обучения с външни доставчици, като заедно с тях провеждаме и множество вътрешни такива. През 2018 г. създадохме и собствен бранд – VIVACOM Academy, – за да популяризираме в цялата компания идеята за постоянното учене и ползите от него.

Като телеком за нас е важно всички служители да имат основни технологични познания относно възможностите на мрежата, продуктите и услугите ни, както и да са информирани за иновациите в сектора. В тази връзка създадохме годишна програма с вътрешни обучения – VIVATech, в които експертите по тези теми споделят знанията си на достъпен език с колеги от всички дирекции.

Технологиите променят света, в който живеем, и естествено променят и начина, по който обучаваме служителите си. Именно затова всяка година добавяме нови функционалности и обогатяваме съдържанието на електронната ни платформа за обучения E-academy. За изминалата година 100% от нашите служители преминаха най-малко едно дистанционно обучение. Пример за това са обученията, свързани с новия европейски Регламент за защита на физическите лица във връзка с обработването на лични данни (GDPR). Платформата E-academy осигурява удобство на служителите, които избират най-подходящото за тях време за самообучение според работните им задачи и наличност. Ползата за компанията се изразява в спестени разходи и време, а за обществото – в повишените квалифицираност и професионализъм на служителите.

През 2018 година проведохме и напълно нова за компанията мениджърска програма, ситуирана главно в електронната платформа за обучение. Целта ѝ е както да надгради управленските умения чрез използване на дигитални средства за обучение, така и да инициира процес по непрекъснато учение и споделяне на опит между участниците.

Мениджърската програма представлява минисериал от 12 онлайн епизода, съчетани с виртуална класна стая, постоянен онлайн чат канал и присъствено събитие. През цялата година участниците бяха в ролята на виртуални консултанти на един от мениджърите в сериала. Обучението беше разработено съвместно с The Business Institute, проведе се в рамките на 10 месеца и 200 участници го завършиха успешно.

4.2.4. Coder Dojo – първи стъпки на деца в програмирането



Мениджмънтът на компанията ни стои твърдо зад убеждението, че имаме отговорност не само към развитието на технологичната среда у нас в момента, но и към подготовката на бъдещото поколение създатели и потребители на хай-тек продукти и услуги. Работата в тази иновативна индустрия често се асоциира с високо ниво на сложност, дълбочени познания в точните науки като математика, компетенции в информационните технологии. Това не рядко води до отказ на младежите да се насочват към нея, още преди да са я опознали. Високите технологии обаче могат бъдат и много вдъхновяваща и привлекателна сфера за развитие, ако децата бъдат привлечени към нея от най-ранна възраст.

Ето защо през 2018 г. подкрепихме събитията MegaDojo, в рамките на които близо 1 000 деца имаха възможност да се докоснат до света на иновациите и да направят своите първи стъпки в програмирането.

Организатор на мероприятията е Глобалното движение CoderDojo, което осигурява безплатни обучения на деца между 7 и 17 години в различни технологични направления. VIVACOM припознава философията на организацията и целите на нейните събития, а именно, че технологиите напълно промениха начина, по който живеем и общуваме, и е важно децата да разберат това, като същевременно насърчаваме интереса им към ИТ и програмиране от най-ранна възраст.

Megadojo 1.0 и 2.0 бяха организирани под патронажа на министерството за Българското председателство на Съвета на ЕС 2018 и в тях взеха участие

над 80 ментори, 5 училища, 110 доброволци, 3 робота и над 1 000 деца от цялата страна.

Наред с тези събития продължихме партньорството си с CoderDojo, като ги подкрепихме в:

- EU Code Week: Safe Internet – събитие, част поредицата за Световния ден за безопасен интернет, на което заедно с Dojo-представители напомнихме на малчуганите с интерес към технологиите колко е важно да сърфират безопасно, какви са начините да се предпазват онлайн и да защитят съдържанието, което генерират в интернет;
- CoderDojo workshops – курсове за деца в 36 локации в цялата страна, които се провеждат по време на учебната година. Посещавани са от близо 2 000 деца, които се вдъхновяват от поднесените чрез игрови елементи различни програмни езици и работят по свои проекти на Scratch, JavaScript, HTML, както и по бази данни.

През 2019 г. ще продължим да подкрепяме каузата за повече вдъхновени от технологиите деца и съответно – повече бъдещи ИТ професионалисти. През тази година ще се включим в третото издание на събитието Free Tech Events for Kids, където хиляди деца ще имат възможност по интересен начин да навлязат в света на иновациите и предприемачеството – чрез собствен разработен проект, който дава алтернативи или решава конкретни проблеми. Проектите, по които младежите са работили в продължение на 3 месеца, ще бъдат оценени от експертно жури, което ще даде обратна връзка на участниците за първия им реален опит в стартъп сферата.



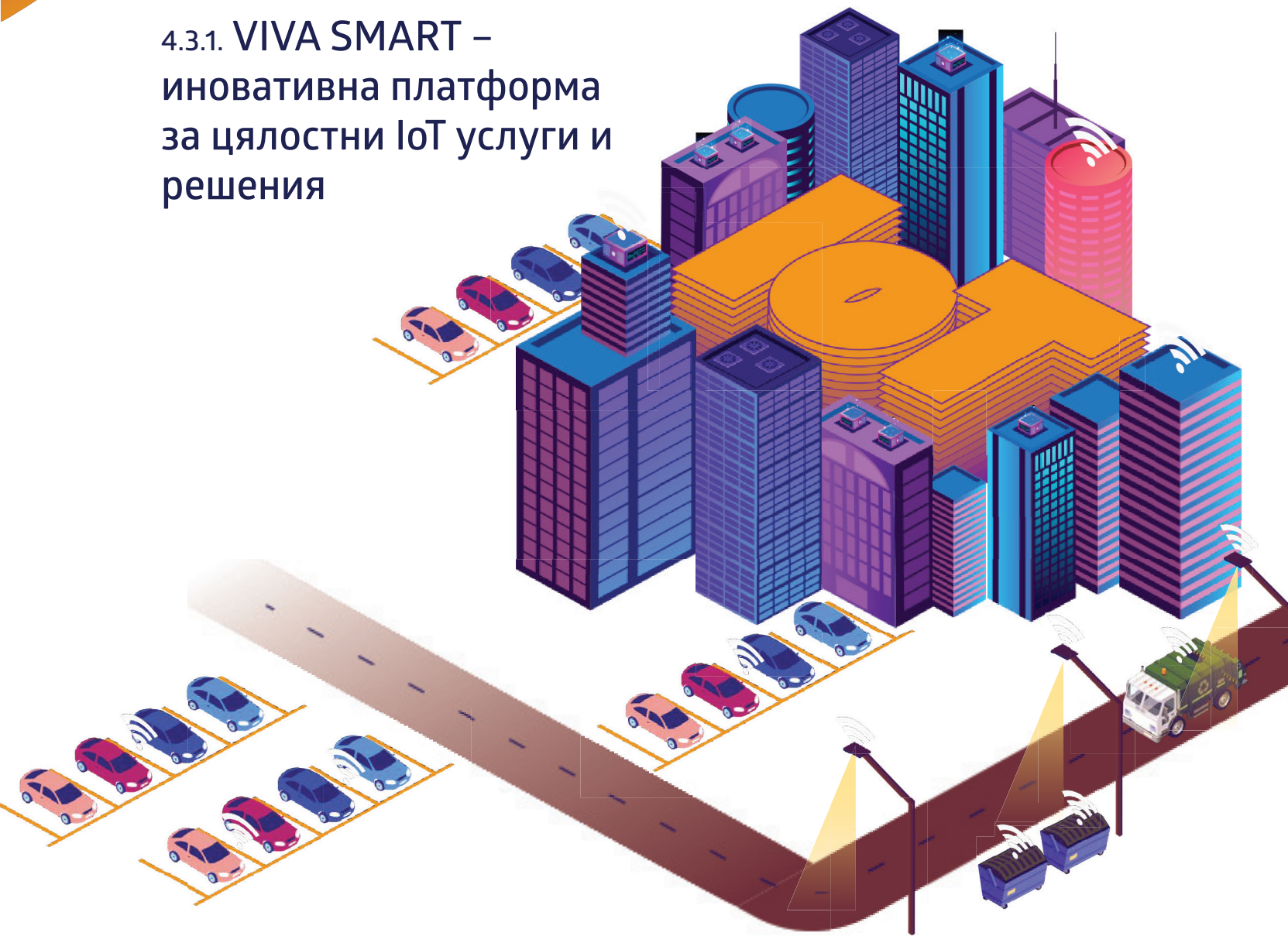
Гергана Паси,
председател Сдружение Дигитална национална коалиция (ДНК):

„Образование 4.0“ успя да създаде алтернативна дискусийна платформа, в която се очертаха конкретни очаквания за промяна в образователната сфера на заинтересованите страни – учители, ученици и родители. Дигитална национална коалиция се включи активно в организацията и промотирането на инициативата, защото вярва, че умното навлизане на технологиите в съвременното образование изисква нов тип обществен договор, в който бизнесът трябва да има ключова роля. Ученето на факти в свят, където интернет може да отговор на всеки въпрос, е все по-маловажно. Нужно е да се развиват умения, които ще дадат възможност на децата да успеят в утрешния ден, сред които е и програмирането. Децата в CoderDojo са изобретатели и откриватели и независимо каква професия изберат ще са активна част от утрешния свят. Щастливи сме, че VIVACOM подкрепя активно мисията на CoderDojo България и допринася за нейното развитие и популяризиране в цялата страна.“

4.3. И Н О В А Т И В Н И



- **VIVA Smart** – създаване на изцяло нова платформа за IoT услуги в 3 направления: умен град, центрове за данни и дигитално образование
- **VIVA Smart City** – умно решение с 13 различни модула в областите мобилност, околна среда, енергия, безопасност, управление
- Стартиране на **умен паркинг в община Бургас**
- Пилотен проект за **умно сметосъбиране в община Пловдив**
- **Smart Data Hub** – платформа за цялостно съхранение, пренос, обработка и използване на данни с общо 11 дейта центъра
- **Дигитални класни стаи** в над 220 училища и повече от 90 детски градини в цялата страна, над 6 000 обучени преподаватели
- **WiFi мрежи в над 100 училища**
- **@vivacom.bg** – стартиране на профил в Instagram

4.3.1. VIVA SMART –
иновативна платформа
за цялостни IoT услуги и
решения

Иновациите са движещата сила на телеком пазара. Всяка компания, която иска да бъде технологичен лидер, трябва не просто да следва тенденциите, но и сама да работи за развитието на изцяло нови продукти и решения. В последните години водещото направление в хай-тек сектора е Интернет на нещата (Internet of Things – IoT) или свързването на всички заобикалящи ни устройства, които да обменят информация помежду си, като така се натрупват на данни за начина на живот и поведението на потребителите. Крайната цел е анализът на тези данни да послужи за адекватни промени в заобикалящата ни среда, които да улеснят ежедневието на хората.

VIVACOM има дългогодишен опит в областта на разнообразни M2M решения, които осигуряват комуникация между отделни машини. Но в динамично развиващия се свят, в който живеем, те вече не са достатъчни. Според прогнозите на световни технологични гиганти като Cisco и Ericsson свързаните с интернет устройства в глобален мащаб ще бъдат около 29 милиарда до 2022 г. Предвижданията показват, че ще има 5,7 милиарда потребители на мобилни услуги и 12,3 милиарда свързани мобилни устройства.

Същевременно, според данни на ООН, в момента 55% от световното население е съсредоточено в градовете, но до 2050 г. се очаква тази цифра да

достигне 68%. Прогнозите за засилена урбанизация водят със себе си много въпроси за управлението на градската среда и справяне с проблеми като увеличен трафик, мобилност на жителите, енергийна и ресурсна ефективност, опазване на околната среда, достъп до работа, качествено образование и здравеопазване, сигурност и други. И именно развитието на технологиите може да даде така нужното решение за тях.

Като компания, която винаги се стреми да бъде технологичен лидер и в настоящето да търси решения за утрешния ден, през 2018 г. VIVACOM стартира изцяло нова платформа, обединяваща всичките ѝ проекти в областта на IoT – VIVA SMART. Чрез нея телекомът предлага „умни“ услуги в три направления: умен град (VIVA Smart City), облачни решения и колокация на оборудване (Smart Data Hub) и дигитално образование. Платформата беше представена през месец ноември 2018 г. и в следващите години престои компанията да събира обратна връзка от ползвателите ѝ и да отчита успешно реализираните проекти.

VIVA Smart City е иновативна платформа за управление, мониторинг и анализ на градска среда, която предлага както софтуер за съответната община, така и мобилно приложение за всички нейни жители и гости. VIVACOM стъпва на добрия международен опит на градове като Дубай, Измир и Дъблин, в които решението вече работи успешно. Компанията ще предлага за българските общини 13 различни модула, които в максимална степен да отговарят на техните нужди. Те са разпределени в следните жизненоважни за всеки град области: мобилност, околна среда, енергия, безопасност, управление. В сферата на мобилността системата позволява наблюдение и контрол на трафика, градския транспорт, паркирането, наема на велосипеди и други. За мониторинг на околната среда са предвидени измерване на водите и отпадъците, както и метеорологична станция. В подменното за енергия фигурират модули за интелигентни сгради, интелигентни измерватели, улично осветление, електромобили, инфраструктура. За безопасността на града се грижат функции за видеонаблюдение, трафик нарушения, нарушители и аварийни системи. С особен акцент върху удовлетвореността на гражданите е отделната секция управление, която включва обществени услуги.

Системата е максимално прозрачна и към съвременните потребители, които са изключително активни по отношение на управлението и развитието на градовете си. Тя има мобилно приложение с лесен интерфейс и различни опции за проверка на всичко най-важно за всеки жител или посетител на даденото населено място.

Най-ценното предимство на платформата е, че тя е приложима за нуждите на всяка община, независимо от размера ѝ, броя жители и наболените проблеми, с които трябва да се справи. Местната управа може да избере кои модули да използва, като с течение на времето има възможност да ги надгражда и да включва допълнителни услуги. Всички те се управляват през единна система, което прави събирането на данни и последващия анализ много по-ефективен.

Масовото навлизане на технологиите води до огромно нарастване на обема на информация, която се създава. Според друго изследване на Cisco, до 2021 г. обемът генерирани данни в световен мащаб ще се разраства до 847 зетабайта (ZB) на година, в сравнение с 218 ZB през 2016 г. Тези тенденции повдигат въпроса за съхраняването и защитата на създаващата се информация. Според същото проучване, на глобално ниво данните, съхранявани в дейта центровете, ще се увеличат почти пет пъти до 2021 г. спрямо 2016 г.

Тези прогнози мотивират решението на VIVACOM да развива своята платформа за цялостно съхранение, пренос, обработка и използване на данни – Smart Data Hub, която е и второто направление на VIVA SMART. Тя обединява всичките 11 дейта центъра на VIVACOM в страната и създава условия за развитие на успешен дигитален бизнес на клиентите на телекома, като едновременно с това оптимизира оперативните им разходи. Всички центровете осигуряват най-висока степен на сигурност, надеждност и достъпност на данните. Те отговарят на международните стандарти за електрозахранване, охладителна система, телеком свързаност и резервираност на всяка една от системите за такъв тип обекти. Чрез тях компанията предлага облачни услуги и колокация на ИТ оборудване.→

→ Облачните услуги генерално се делят на три сфери – софтуер, платформи и инфраструктура, като най-бързо разрастващата се на годишна база е „инфраструктура като услуга“ (Infrastructure as a Service / IaaS), а най-голямата – „софтуер като услуга“ (Software as a Service / SaaS). VIVACOM предлага „инфраструктура като услуга“. При нея потребителят наема изчислителни ресурси: RAM памет, дисково пространство и изчислителна мощ. Основното предимство за фирмите е, че това им помага да са по-ефективни, да пестят разходи, както и специализиран ИТ ресурс. Вместо да инвестират в скъп хардуер, който има кратък жизнен цикъл, да осигуряват изолирано помещение с подходящи условия като непрекъсващо електрическо захранване, специфична температура и влажност, пожаробезопасност и ограничен достъп, и след това да заплащат всеки месец високи скрити разходи като електроенергия, те могат просто да наемат IaaS. VIVACOM предлага модел на наемане на инфраструктура, при който клиентите използват такъв обем сървърно пространство, какъвто им е необходим в момента, като той може лесно да се увеличава или намалява според нуждите.

Услугата за колокация, от своя страна, дава възможност на корпоративните клиенти да разполагат лично ИТ оборудване в дейта центровете на телекома. Така те ползват изцяло сертифицираните и отговарящи на най-високи стандарти зали за колокация и не инвестират в свои помещения. В същото време имат 24/7 достъп до машините си и могат да разчитат на експертна техническа и ИТ поддръжка при необходимост. Като компания със силен фокус върху нуждите на своите

клиенти, през 2018 г. VIVACOM стартира специално решение за колокиране на ИТ оборудване за фирми от малкия и среден бизнес. Те могат да наемат по-малък обем телекомуникационен шкаф – 1U / 2U или дори ¼ или ½, с индивидуално заключване, и така да спестят финансови и човешки ресурси за поддържане на ИТ системи и оборудване.

Третият елемент на VIVA SMART е умното образование. През последните години компанията инвестира в редица инициативи, насочени към развитие на българското образование. През 2018 г. стартира и най-голямата ѝ кампания за дигитализация на образователната система у нас – „Образование 4.0“. Тя се реализира съвместно с в. „24 часа“, Министерство на образованието и науката, Столична община, Регионален инспекторат по образованието София и Дигитална национална коалиция. Целта на инициативата е да промени нагласите и да създаде рамка за дигитализация на българското образование. Фокусирана е в три основни направления: образование на учители, създаване на дигитално съдържание и дигитализация на класните стаи и училищната среда.

Заедно с това, компанията предлага на българските училища технологично решение за дигитализация, наречено Smart school или „Умно училище“. До момента телекомът е оборудвал дигитални класни стаи в над 220 училища и повече от 90 детски градини в цялата страна, а с помощта на партньори са обучени и над 6 000 преподаватели. По проект на МОН компанията е изградила Wi-Fi мрежи в над 100 училища.



Никола Гечев,
директор „Корпоративни продажби“, VIVACOM:

„Обособяването на VIVA SMART в отделна платформа налага VIVACOM като иновативния технологичен лидер на пазара. Зад тази инициатива стои разбирането ни, че свързаността, свободата и независимостта са основни ценности на модерното общество. Ние работим за това обществото да се развива и хората да живеят по-добре благодарение на комуникациите и технологиите.“

4.3.2. Умен паркинг в Община Бургас

VIVACOM работи в тясно сътрудничество с българските общини, за да им предложи работещи решения, които отговарят конкретно на техните нужди и ще подобрят живота на жителите и гостите им. На основата на доверието и доброто взаимодействие между VIVACOM и Община Бургас, постигнати през времето, в което компанията осигурява комуникационна свързаност на системите за отдаване на велосипеди под наем, интелигентно видеонаблюдение на градската среда и интегрирания градски транспорт, през 2018 г. стартира и разработването на пилотно решение за умно паркиране в града.

Иновативната система започна да работи на 30 паркоместа в платената „синя зона“ в централната част на Бургас. За тестовата фаза беше избран един от най-невралгичните участъци, в които паразитният трафик за търсене на свободно място и образуващите се опашки от чакащи автомобили са силно изразени. Целта на Общината е да събере информация за натовареността на зоната, след което да я анализира и да предприеме конкретни мерки за справяне с проблема.

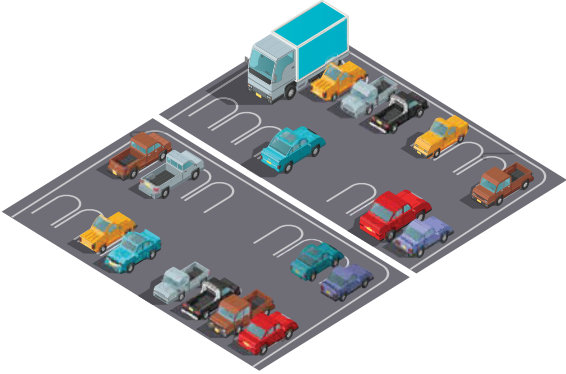
Системата работи чрез вграден във всяко паркоместо датчик, който чрез LoRaWAN мрежата на телекома отчита в реално време дали там има паркиран автомобил. Датчиците представляват херметично затворени кутии с батерия, която е с над 7 години живот. Това предполага лесна поддръжка и дълготрайна експлоатация.

В допълнение, от двете посоки, на влизане/излизане в зоната, се монтират и две информационни табла, които показват динамична информация в реално време за броя на свободните паркоместа. Така шофьорите разбират дали въобще да навлизат в зоната

или да се отправят към друга, което спестява времето им, отделени въглеродни емисии от автомобила им в атмосферата и не на последно място – намалява стреса за всички участници в движението.

Благодарение на специализиран софтуер за управление в помощ на оператора „ОП Транспорт“ и гражданите, умната система за паркиране обединява информацията от всеки един датчик, отчитайки в реално време свободните и заетите паркоместа. Системата може да алармира при надхвърлено разрешено/платено време за паркиране. Тя има и специална функционалност на мобилното приложение, което осигурява и по-голямо удобство за осъществяване на плащанията за почасово паркиране.

Системата има и още едно предимство – събраната информация може да бъде предоставяна на заинтересованите оторизирани институции, както и на фирми, които имат желание да разработват нови мобилни и уеб приложения с информация за града.



Димитър Николов,
кмет на Община Бургас:

„Пилотният проект е едно добро начало. През следващата година на дневен ред стои надграждането и разширяването на системата по обхват и функционалности. Интелигентното паркиране е само един от аспектите, в които са насочени усилията на екипа на Общината. Обединяването на данните на града в обща градска платформа, осигуряваща на жителите и гостите услуги, информация и място за гражданско включване и обратна връзка с администрацията, е следващото ни предизвикателство.“

4.3.3. Пилотен проект за умно сметосъбиране
в Община Пловдив



Нарастващият туристически поток за даден град може да се отразява позитивно върху неговото икономическото благосъстояние и това на жителите му, но създава и предпоставка за генериране на повече отпадъци и замърсяване. Пред такъв казус се изправи вторият по големина град в България през 2018 г., на прага на мащабната програма „Пловдив – Европейска столица на културата 2019“. В подготовката си за очаквания многохиляден поток от посетители, местната управа тества иновативно решение за сметосъбиране и сметоизвозване, реализирано от VIVACOM. Върху контейнерите за смет на избрана улица бяха монтирани датчици, които да следят нивото на отпадъци и да предават данните към мобилно приложение. Чрез него в реално време сметосъбиращата фирма може да следи доколко са пълни кофите и да оптимизира маршрута си за изхвърлянето им. Въвеждането на решението за умно сметосъбиране е сред постиженията, с които Община Пловдив спечели националния приз „Най-иновативна община“ на Асоциацията на Българските градове и региони. Подобна услуга може да бъде надградена и да има редица други приложения, като това датчиците в

контейнерите да показват дали те не са станали обект на вандализъм, запалване или кражба, както често се случва. Сензорите са приложими както за кофи за разделно събиране на отпадъци, така и за подземните такива, които ще стават все по-предпочитано решение от българските общини. А мобилното приложение, което следи данните, би могло да бъде инсталирано на таблети в извозващите камиони, така че в случай на неочакван инцидент те да реагират своевременно. Това би довело до значително оптимизиране на маршрутите, респективно и на разходите на фирмите за сметосъбиране. За удобство на гражданите, от друга страна, апликацията може да показва кога кофите в техния район са свободни, за да изхвърлят боклука си. Възможни са и разработки, в които жителите подават сигнали през апликацията за препълнени контейнери, които трябва да бъдат събрани. Ползите за общината също са значителни: по-добър контрол върху почистващите фирми, което води до оптимизиране на разходите, облекчаване на трафика от боклукчийските камиони и, разбира се, по-чиста градска среда.

4.3.4. @vivacombg в Instagram и други социални мрежи

В стремежа си да бъдем иновативни както в областта на технологиите, така и в отношенията със съвременните потребители, и през 2018 г. продължихме да общуваме с тях по всички важни въпроси в социалните мрежи. Официалната ни страница във Facebook продължава да бъде най-популярният ни онлайн канал със своите 288 969 последователи към края на годината.

Въпреки промените в алгоритъма на Facebook, въведени през 2018 г., успяхме да увеличим почти двойно средната дневна ангажираност на последователите ни спрямо 2017 г., както и органичния брой на хората, до които достигаме с всяка една публикация.

Постигнахме това, като:

- Създадохме и публикувахме повече видеоклипове
- Отразахме световните премиери на мобилни устройства и всичко най-интересно от света на технологиите
- Показахме нагледно на феновете ни как да се възползват от последните ъпдейти на телефоните си

Водещият ни стремеж беше да сме полезни. Показвахме параметрите и предимствата на устройствата, които продаваме. През 2018 г. въведохме и т.нар. Facebook Shop, благодарение на който потребителите могат по-лесно да намерят и закупят желания от тях продукт. През изминалата година броят на потребителите, използващи мобилни устройства за достъп до интернет, достигна повече от 60%, което ни провокира да въведем и нов тип постове в instant experience формат. Това са само част от нововъведенията, които направихме със съдържанието на стра-

ницата, в търсене на по-технологично адекватно присъствие в социалните мрежи и по-човешки език, но запазвайки като водещи интереса и потребностите на нашите клиенти.

През 2018 г. Instagram премина прага от 1 милиард потребители. Ето защо в края на юни дойде моментът да създадем и наш профил там. Започнахме с тийзър кампания под името #КодОранжево, а две седмици по-късно разкрихме, че това е официалният профил на VIVACOM. Провокирахме феновете ни да търсят оранжевото около тях, да го снимат и споделят с #кодоранжево, като ние самите останахме верни на хаштага и публикувахме само снимки с оранжеви елементи. До края на годината събрахме малко над 900 снимки с отличителния хаштаг и си спечелихме симпатиите на 3 434 последователи. Направихме и поредица от Instagram Stories с различни модели смартфони, запазвайки метода „Един ден с...“ като отличителен начин да разкриваме възможностите на дадено устройство на последователите ни в Instagram.

Поведението на поколението Z все повече се влияе от известните личности, които следва в социалните мрежи. Ето защо през 2018 г. започнахме да работим както с инфлуенсъри като Рут Колева, така и с микроинфлуенсъри като технологични журналисти, подкастъри, спортисти и редица съмишленици и партньори на компанията.

През 2019 г. планираме да разширим активно присъствието на компанията в социалните мрежи, не само в каналите на комуникация на VIVACOM, но и извън тях, партнирайки си с известни личности, блогъри и влогъри, за да интегрираме посланията си по органичен начин в онлайн ежедневието на нашите клиенти, партньори и последователи.

ОБЩ БРОЙ ПОСЛЕДОВАТЕЛИ ЗА ОТДЕЛНИТЕ
МРЕЖИ:

-  Facebook – 288 969
-  Twitter – 7 820
-  Instagram – 3 434
-  LinkedIn – 8 631

Средна дневна ангажираност на последователите ни във Facebook

2018 г. - 4 010
2017 г. - 2 462

Среден брой на хората, до които достигат публикациите ни дневно във Facebook

2018 г. - 190 772
2017 г. - 116 053

ПОСЛЕДВАЙТЕ НИ И Вие!

4.4. ЧЕСТНИ



- **Подобряване на общия „Фактор ниво на обслужване“** в дирекция „Обслужване на клиентите“ спрямо 2017 г.
- **Информирание на потребителите за промоции и предложения спрямо техните конкретни нужди**
- **Подобряване на сервизното обслужване** на закупени устройства
- **Оптимизиране процеса за активиране на роуминг услугата**
- **Изпращане на всички SMS-и на кирилица**
- **Привеждане на всички процеси в компанията в съответствие с GDPR** – Европейския Регламент (ЕС) 2016/679, касаещ защита на физическите лица във връзка с обработване на личните им данни
- **Провеждане на три вътрешни срещи на служители с топ мениджмънта на компанията** – с Главния изпълнителен директор, с директорите от търговските функции, както и с директорите от Главна дирекция „Маркетинг“
- **Специално събитие за служители и техните деца на тема „Безопасен интернет“** в партньорство с дирекция Компютърни престъпления към ГДБОП-МВР и Център за безопасен интернет

4.4.1. Отношения с потребителите и подобряване на клиентското изживяване

Като компания, работеща в сферата на услугите, вярваме, че удовлетворението и лоялността на клиентите ни е сред основните измерители за нашия успех. Широкото ни портфолио от телеком решения се определя от голямото разнообразие на клиенти по демографски, икономически и социални показатели – от традиционните потребители на фиксирана телефония през почитателите на модерни технологии като интерактивна телевизия до съвременното Z-поколение, за което водеща ценност е свободата да върши всичко бързо и лесно, когато и където пожелае. Тази широка палитра от хора, предпочели именно VIVACOM да осигурява връзката им и комуникацията със света, мотивира компанията да използва различни подходи за контакт с тях. Целта ни е не просто да предоставим добро обслужване на клиентите си, а да им създадем изцяло позитивно изживяване във всяка точка на контакт с нас – от момента, в който се информират за услугите ни, през желанието им да ги изпробват и опита от реалното им използване. Това е цялостна политика на компанията, която се отразява в работата на всяка една дирекция.

Повече от една година в организацията ни функционира отделно звено „Клиентско изживяване“, чиято основна цел е да има повече удовлетворени и лоялни клиенти, които да бъдат посланици на марката VIVACOM в своето лично обкръжение. Работата му се фокусира в три основни направления:

1. По-доброто разбиране на очакванията, нуждите и начина на живот на нашите потребители, което е в основата на личния подход към всеки един клиент.

- ▶ В ежедневието, в което информацията ни преследва навсякъде, потребителите ценят високо организации, които не губят времето им с неподходящи предложения, а насочват вниманието им само към персонално направени за тях такива;
- ▶ Ето защо, правилното и навременно таргетиране на маркетинговите и информационните кампании има ключово значение не само за успеха на компанията, но и за отношението на клиентите към нея.

2. Промяна на основни бизнес процеси с голямо значение за крайните потребители.

За една година редица вътрешни процеси и системи претърпяха трансформация, като крайните потребители бяха поставени в центъра на тази промяна. Най-съществените от тях са:

- ▶ Подобряване на сервизното обслужване на закупени от VIVACOM устройства с по-ефективна система за информиране на клиентите на всеки етап, както и обновяване на моделите, които се предоставят като заместващи за периода на поправка;
- ▶ Подобряване на процеса за събиране на жалби и оплаквания, така че клиентите да използват най-удобния за тях начин и да получават отговор в еднакъв срок и при еднакви условия;
- ▶ Оптимизиране на процеса за активиране на роуминг услугата, в резултат на което над 98% от нашите клиенти могат да я използват, без да заплащат депозит, и могат свободно да я активират не само набирайки 123, но и през платформата My VIVACOM.

3. Фокусиране върху изживяването на клиентите: подобряване на цялостното им впечатление от досега с компанията.

В тази посока бяха реализирани множество активности като:

- ▶ Редица подобрения в SMS-комуникацията с потребителите: всички SMS-и се изпращат на кирилица; изпращане на SMS за потвърждение на платена сметка – по този начин осигуряваме спокойствие на клиентите си, че независимо какъв канал за заплащане са избрали, месечната им фактура е платена; и др.;
- ▶ Въвеждане на благодарствени картички към потребителите, които подават оплаквания. За нас те са източник на данни, които анализираме и откриваме къде бихме могли да подобрим работата си;
- ▶ Корпоративен темплейт за презентиране на предложенията ни за бизнес клиенти, които да разберат от първия досег с нас кои са предимствата на компанията като доставчик на телеком услуги;
- ▶ Проактивно информиране на потребителите на мобилни услуги как да подобрят своето изживяване, докато използват мобилни данни през нашата 4G мрежа.

Дирекция „Клиентско изживяване“ работи не само за подобряване на настоящите процеси в компанията, но и за изграждане на изцяло нови „клиентски пътешествия“ в зависимост от начина на живот и ползване на услугите от клиентите. Целта е на

всеки етап на контакт с компанията очакванията на клиентите да бъдат надвишени и у тях да бъдат предизвикани позитивни емоции. Това води до създаването на лоялни клиенти, които са посланици на марката. Процесът по създаване на т. нар. „клиентски пътешествия“ стартира през 2018 г. с количествено проучване на това кои са факторите, влияещи върху лоялността на потребителите. След редица анализи бяха групирани и различните типове клиенти според техните ценности и начин на живот. През 2019 г. предстои да бъдат създадени и конкретните „клиентски пътешествия“ – от момента на информиране на потребителите за нашите услуги до превръщането им в лоялни клиенти, посланици на марката.

Другата ключова дирекция в компанията, която работи пряко за удовлетвореността на потребителите, е „Обслужване на клиенти“. През 2018 г. основният й стремеж беше да подобри нивото на ключовите показатели за работата на кол центъра. Такива са „Коефициент на пропуснати повиквания“, „Средно време за чакане при обаждане на номер 123“ и други показатели, формиращи общия „Фактор ниво на обслужване“. През 2017 г. се отбелязва спад в тях, дължащ се най-вече на въведени редица регулаторни промени на европейско и национално ниво, които повишават броя на клиентските запитвания и трафика към линията за обслужване на клиенти. През 2018 г. екипът, сътрудници, отговарящи на 123, технически експерти и специалисти, успя да подобри резултатите по всички измерители. Това беше постигнато чрез системни промени и проактивна предварителна комуникация към клиентите по всички важни за тях

въпроси и нововъведения, които биха предизвикали въпроси – като технически профилактики, промяна в съдържание или тарифиране на услуги, регулаторни изменения и други. За целта се използват различни канали като SMS, e-mail, съобщения на телевизионните екрани, гласов запис при позвъняване на 123, социални мрежи и уебсайта на компанията.

Изминалата година бе от изключителна важност, защото през нея дирекция „Обслужване на клиенти“ започна работа по ключов проект за подмяна на платформата на обслужване, който ще даде възможност обслужването да бъде изведено на съвсем различно ниво, отговарящо на стремежа на компанията за дигитализация.

Отвъд количествените показатели, дирекцията си поставя предизвикателства, свързани изцяло с качеството на предоставяната услуга, като промените са изцяло в полза на клиентите. Стремежът е всяко запитване да бъде разрешавано след първия контакт с компанията, независимо от канала на комуникация, който е избрал потребителят.

В постоянния стремеж да подобряваме качеството на услугите си и тяхното следпродажбено управление, правим анализ на основните въпроси, получавани по всички канали за контакт с клиентите. Като една от най-често повдиганите теми се откроява информацията във фактурите. Установихме, че потребителите имат нужда от различен начин на описание на ползваните услуги и предстои процес за промяна на съдържанието на месечните сметки.



Георги Апостолов,
координатор на Център за безопасен интернет:

„Като дългогодишен член на Обществения съвет към националния Център за безопасен интернет компанията VIVACOM нееднократно е подкрепяла различни дейности и инициативи, свързани с информиране и популяризиране на основните принципи за онлайн безопасност и предотвратяване на злоупотребите с деца в интернет, насочени към учители, родители и към самите деца. През 2018 г. беше проведено обучение на служители на VIVACOM с участието на експерти от националния Център за безопасен интернет и представители на отдел „Киберпрестъпност“ към Главна дирекция „Борба с организираната престъпност“ на МВР. Участващите в обучението служители придобиха представа за най-новите тенденции в ползването на интернет и мобилни комуникации от деца, както и за най-новите онлайн рискове за тях и начините за предотвратяването им.“

4.4.2. Регулация и управление на личните данни

През 2018 г. едно от основните предизвикателства за цялата компания беше подготовката за влизане в сила европейски Регламент (ЕС) 2016/679, касаещ защита на физическите лица във връзка с обработване на личните им данни – GDPR (General Data Protection Regulation). Темата набира все по-голяма популярност и важност за всички заинтересовани страни. Компанията ни винаги е спазвала стриктно изискванията на националното законодателство за събиране и обработка на личните данни, работи в тясно сътрудничество с компетентния орган – Комисията за защита на личните данни (КЗЛД), и продължава да полага необходимите усилия за защита на данните на всички свои клиенти и партньори.

Новата регулация наложи преразглеждане и промяна както на множество вътрешни процеси, политики, процедури и системи, така и на взаимоотношенията с външни организации, които участват при работата с лични данни.

Привеждането в съответствие с Регламент (ЕС) 2016/679 засегна пряко дейностите не само на всички дирекции, имащи директен контакт с клиентите на компанията като „Обслужване на клиенти“, „Продажби“, „Техническа дирекция“, но и на почти всички подпомагащи функции като „Финанси“, „Кли-

ентско изживяване“, „Маркетингови комуникации“, „Корпоративни комуникации“ и други. Всяка от тях преразглежда своите процеси и заедно с Длъжностното лице по защита на данните направи необходимите корекции, за да отговарят те на новите европейски изисквания. Процесът по подготовка за влизане в сила на Регламента започна още през 2017 г., а през 2018 г. всеки един служител на компанията премина през 2 обучения по темата – едно общо за цялата организация, засягащо принципите на GDPR, и едно специализирано за промените в неговата конкретна работна функция. И двете обучения завършиха със задължителни тестове за проверка на усвоените знания, които всички служители преминаха успешно.

Преразглеждане и промяна претърпяха и процесите на дирекция „Човешки ресурси“, най-вече във връзка с обработката на данни на кандидати за работа и на наети служители. Те също постигнаха високо ниво на съответствие с изискванията на Регламент (ЕС) 2016/679.

За отчетния период са образувани само 20 преписки в КЗЛД по повод жалби на наши клиенти и няма установени потвърдени случаи на кражби или загуба на данни на клиент.



Георги Средков,
мениджър „Защита на корпоративната информация“
във VIVACOM:

„В изпълнение на новите правила за защита на личните данни, наложени от Регламент (ЕС) 2016/679 (GDPR), през 2018 година бе извършена значителна работа по всички аспекти: административни, процесно-организационни, правни и технологични.

Верни на принципите за прозрачно и законосъобразно обработване на личните данни и поддържане на отчетност, през годината въведохме подходящи технически и организационни мерки, обучения и тренинги, с което БТК последователно следва пътя към изграждане и поддържане на цялостна система за управление на защитата на личните данни.“

4.4.3. Вътрешни инициативи за служители

Поддържането на честна и открита комуникация със служителите е един от основните приоритети на топ мениджмънта в компанията. Членовете на Управителния съвет твърдо стоят зад убеждението, че служителите в една организация трябва да бъдат нейни посланици и да я промотират в своето обкръжение. А това може да се случи единствено ако се чувстват навременно информирани за всичко важно и актуално.

За тази цел през 2018 г. нагърахме вече утвърдилите се кампании „За VIVACOM с Атанас Добрев“ и Tech Talk с Главния технически директор, като проведохме срещи на служителите с ръководителите на още две дирекции – „Маркетинг“ и „Продажби“. Целта им беше мениджърите на различните функции да представят по-детайлно работата, постиженията и плановете за развитие на своите звена.

► Колегите от дирекция „Маркетинг“ представиха възбудящите дейности по създаване на реклами и позициониране на бранда VIVACOM, предизвикателната задача да поддържат винаги актуален официалния уебсайт на компанията и да увеличават клиентската удовлетвореност, както и отговорността да създават клиентски-ориентирани тарифни планове.

► От Главна дирекция „Продажби“ споделиха как успяват да привличат нови и да задържат доволни настоящите клиенти чрез персонален подход за нуждите на всеки потребител и съдействие при избора в многообразието от телеком услуги и устройства.

Всяка среща беше предавана на живо онлайн във вътрешния портал на компанията и имаше средна

гледаемост от около 2 000 души, а капацитетът на залата от 100 човека се запълваше.

Подобен тип инициатива беше проведена и в по-малък мащаб – само за нуждите на ИТ звеното ни. Основната й цел беше мениджърите от дирекцията да представят ключовите проекти и да получат конкретни предложения от своите служители за повишаване на ефективността в цялата структура. Срещите отново бяха предавани на живо онлайн, за да се включат максимален брой хора.

Като телекомуникационна компания за нас е изключително важно да поддържаме открит диалог в обществото за възможностите, но и за опасностите, които крие интернет, особено за уязвимата детска аудитория. Вярваме, че всеки потребител трябва да е добре информиран по темата, за да успее да предпази както себе си, така и децата в обкръжението си. Ето защо използвахме празничното настроение около 1-ви юни, за да насочим вниманието на служителите ни към актуалната и значима тема за безопасния интернет. Кампанията се проведе в две части. Първата беше публична информационна лекция за възрастни, съдържаща полезни съвети за какво да внимават онлайн и как да предпазят децата около себе си. Втората част беше специално събитие за самите деца на служителите, в което чрез увлекателни презентации с изгрови елементи бяха представени различните „лица“ на мрежата. Партньори на инициативата бяха дирекция „Компютърни престъпления“ към ГДБОП-МВР, Център за безопасен интернет, приложението за безопасно сърфиране Bulbera, Cartoon Network и Buba Play. Събитието беше посетено от над 100 деца.



4.5. ДИНАМИЧНИ



- **VIVACOM е предпочитана компания от потребители, за които семейството е една от основните ценности** наред с общуването, позитивизма и честността, според маркетингово проучване на тема „Позициониране на телекомуникационни компании“
- **Най-висок резултат за телеком сектора за цялата 2018 г. по най-важния измерител на телевизионните реклами – SOS vs. SOV (Share of Spending /Share of Voice) – 3%**
- **Ръст в NPS (Net Promoter Score) за всички ключови услуги** – мобилни гласови, мобилен интернет, домашен интернет и телевизия, – измерен за второто тримесечие на 2018 г. спрямо същия период през 2017 г.
- **Подкрепа на Световното първенство по художествена гимнастика в София**
- **Участие в годишната среща на Европейската асоциация на телекомуникационните оператори (ETNO)**
- **Партньорство на конференцията IT Hub Connect,** проведена под патронажа на Българското председателство на Съвета на Европейския съюз през 2018 г.
- **Домакинство на първото за София и второ за региона телеком събитие – iCU Sofia 2018,** което събра дигитални експерти от цял свят
- **Изцяло нов облик на собствения ни филмов канал VIVACOM Arena**

4.5.1. Пазар – позициониране на VIVACOM

2018 г. беше изключително динамична за телеком пазара, с мащабни промени при две от основните компании на него. Едната от организациите премина процес на цялостна смяна на името на марката, с която оперира. Кампанията по ребрандинга беше подкрепена с мащабна комуникация чрез различни канали – телевизионна, печатна, онлайн и външна реклама; позициониране в разнообразни събития; засилено пиар присъствие в медиите.

За другия сериозен играч на телеком пазара у нас годината премина под знака на смяна на собствеността на компанията. Сделката беше широко отразена в медиите у нас и в продължение на няколко месеца се превърна в една от най-коментираните икономически теми в публичното пространство.

В тези условия на засилена публична комуникация по отношение на двата ѝ най-големи конкурента на пазара VIVACOM успя да запази своето стабилно присъствие в медиите и да повиши доверието на потребителите си.

Свидетелство за това е проведеното в периода декември 2018 – януари 2019 проучване на тема: „Позициониране на телекомуникационни компании“. Неговите основни цели бяха да установи какви са потребителските нагласи и нужди относно телеком услугите, както и как са позиционирани водещите оператори у нас според степента на удовлетвореност на клиентите им. В обхвата на запитването бяха включени най-важните услуги от потребителска гледна точка – мобилна гласова услуга, мобилен интернет, цифрова сателитна телевизия, пакет IPTV и оптичен интернет от един доставчик. Данните показаха, че VIVACOM се позиционира като предпочитана компания от потребители, за които семейството е една от основните ценности, наред с общуването, позитивизма и честността. За тях телекомуникационните услуги са начин да бъдат във връзка с близките си или да си осигуряват развлечение и удоволствие. Те търсят удобни и лесни за използване услуги от компания, на която могат да се доверят и разчитат и която предлага добро съотношение цена-качество. Това позициониране е резултат от дългосрочната стратегия на VIVACOM да предлага и комуникира широко портфолио от продукти и услуги за цялото семейство. За целта сериозна роля има и стартиралата през 2017 г. цялостна комуникационна платформа „Различни заедно“, с основни герои в рекламните кампании четиримата члена на екранното „семейство“ на VIVACOM. Резултатите от проучването са доказателство, че тя работи успешно за позиционирането на бранда ни като доверен

партньор, правещ живота на всяко семейство по-лесен и приятен. Те показват също, че рекламните ни активности са били ефикасни за постигане на поставените цели.

Като компания се стремим да бъдем максимално ефективни във всичко, което правим, и затова мерим и ефективността на комуникационните си кампании. За 2018 г. постигаме изключително висок резултат от 3% в най-важния измерител на телевизионните реклами – SOS/SOV (Share Of Spending/Share Of Voice). Той показва съотношението между инвестиция рекламен бюджет и аудиторията, до която са достигнали рекламните, според официалните рейтинги на каналите за даден период от време. Според данни на Nielsen 3% е най-високият резултат за телеком сектора за цялата 2018 г. и най-добрият на VIVACOM за последните няколко години.

Потребителите на телекомуникационни услуги описват VIVACOM като:

- ▶ Оператор, който предоставя атрактивни и разнообразни пакетни услуги;
- ▶ Оператор, който предоставя иновативни продукти и услуги и е постоянно в крак с тенденциите на пазара.

Основни резултати

- ▶ Позициониране на мобилна гласова услуга от VIVACOM (от потребителска гледна точка):
 - Най-добро покритие на мрежата, вкл. 4G/LTE мрежа;
 - Неограничени включени минути към всички мрежи;
 - Най-добра (атрактивна) месечна такса;
 - Голям избор от тарифни планове.
- ▶ Позициониране на мобилен интернет от VIVACOM (от потребителска гледна точка):
 - Най-добро покритие на 4G/LTE мрежата;
 - Постоянна и висока скорост на връзката, стабилна връзка.
- ▶ Позициониране на пакет IPTV и оптичен интернет от VIVACOM (от потребителска гледна точка):

Мобилни гласови услуги



Мобилен интернет



Интернет свързаност до дома



Телевизия



Национално представително проучване, извършено от „Галъп Интернешънъл“, сравняващо данни за второто тримесечие на 2018 г. спрямо същия период на 2017 г.

- Оператор, който предоставя най-добрата интерактивна телевизия, голям избор от телевизионни канали;
- Постоянна и надеждна интернет връзка;
- Висока скорост на интернет връзката.

- Надежден телевизионен сигнал (без прекъсвания);
- Атрактивни цени.

- ▶ Позициониране на цифрова сателитна телевизия от VIVACOM (от потребителска гледна точка):
 - Голям избор от телевизионни канали, вкл. филмови канали;
 - Високо качество на телевизионната картина и звук;

Проучване на тема „Позициониране на телекомуникационни компании“, проведено от „Галъп Интернешънъл“ в периода декември 2018 – януари 2019, с представителна извадка: градско население 15-60 г. (с допълнителна подизвадка от селско население за покритие на услуга цифрова сателитна телевизия); 2032 изпълнени лични интервюта.

Високата качествена оценка, която потребителите дават в цитираното проучване, е подкрепена и от

резултатите в регулярните ни проучвания за NPS (Net Promoter Score) – доколко клиентите ни биха препоръчали на други хора ползваните от тях услуги на компанията. За всички ключови услуги (мобилни гласови, мобилен интернет, домашен интернет и телевизия) отбелязваме ръст в този показател, който на практика показва удовлетвореността на абонатите ни.

Една от областите, в които компанията инвестира най-много ресурси – както финансови, така и комуникационни, е развитието на 4G мрежата и предлаганите през нея мобилни гласови и интернет услуги. За да знаем дали управляваме правилно

този процес и оправдаваме очакванията на потребителите ни, направихме мащабно проучване за разпознаваемостта на 4G сред населението. Националното представително омнибус проучване, реализирано от „Галъп Интернешънъл“, показва, че към месец септември 2018 г. VIVACOM има най-висок резултат сред трите телекома у нас с мрежи от четвърто поколение за усещането на потребителите по всички зададени критерии:

- ▶ **Най-бърза 4G мобилна мрежа;**
- ▶ **4G мрежа с най-добро покритие;**
- ▶ **Най-надеждна 4G мрежа.**



Диана Симеонова,
директор „Маркетингови комуникации“ във VIVACOM:

„Начинът на общуване между хората се променя, но нещата, които си казват, и емоциите, които споделят, са същите. Затова създадохме комуникационната платформа „Различни заедно“, в която представихме по достъпен и човешки начин услугите, предоставяни от VIVACOM на всеки клиент от различните сегменти, които определихме с национално представително изследване, базирано на ценностите и начина на живот на хората. Сега, почти две години след старта на платформата, хората определят бранда ни като честна компания, която им дава усещане за сигурност и увереност, че могат да бъдат постоянно във връзка със семейството си, да споделят лесно с общността, към която принадлежат, да се забавляват, както и да бъдат постоянно информирани.

VIVACOM се определя от потребителите като компания, която е близо до хората.“

4.5.2. Световно първенство по художествена гимнастика 2018

VIVACOM традиционно подкрепя българския спорт. През годините компанията е спонсорира както професионални отбори и играчи, така и редица детски школи и масови активности, насърчаващи спортуването за здраве. Освен в развитието на футбола, баскетбола и волейбола, през 2018 г. инвестирахме средства и в подкрепа на един от най-харесваните спортове с дългогодишни традиции и сериозни успехи в световен мащаб – художествената гимнастика. През месец септември миналата година София за втори път в историята на грациозния спорт беше домакин на Световното първенство по художествена гимнастика. Компанията ни подкрепи 36-тото издание на престижния турнир и даде възможност на българската публика да проследи на живо надпреварата между най-добрите гимнастички от държави от всички континенти. Отлично се представиха и българските гимнастички, които спечелиха златен медал на финала на пет обръча. Организирахме специална Facebook игра и подарихме на петима късметлии двойни покани за цялото първенство.

Компанията ни внимателно подбира активностите, които подкрепя, и когато станем партньор на дадена организация или събитие, се стремим да развием сътрудничеството си на всички възможни нива – комуникационно; като включваме своите служители; даваме добавена стойност на клиентите си; ангажираме партньорите си и местните общности в обща кауза и др. Следвайки този цялостен подход, през месец юли организирахме

специална среща между „Златните момичета“ и техни почитатели в гр. Варна. Жителите и гостите на морската столица имаха възможността да се срещнат лично и да поздравят състезателките от националния ни отбор по художествена гимнастика. Магазинът на компанията на бул. „Осми приморски полк“ във Варна събра десетки почитатели на новото поколение български спортни надежди, които имаха шанса да се запознаят с гимнастичките и да вземат автографи от тях. Седемте шампионки бяха на тренировъчен лагер във Варна, но отделиха няколко часа от усилената си програма за своите фенове. Срещата беше организирана и в партньорство с един от големите ни доставчици на мобилни устройства – Motorola. Момичетата се снимаха с почитателите си с три модела телефони на Motorola и демонстрираха предимствата и ефектите на камерите им. Така успяхме да обединим стратегията си за позициониране на качествени продукти в портфолиото ни, каузата за подкрепа на българския спорт, доброто сътрудничество с ключови доставчици и приноса ни към местните общности с организиране на полезни и значими събития.

Гимнастичките заснеха и **специално видео**, с което поздравиха последователите на VIVACOM в социалните мрежи.

И през 2019 г. ще продължим да инвестираме в развитието на художествената гимнастика. През април в София ще се проведе Световната купа, която също ще подкрепим.



Росина Атанасова,
Главен секретар на Българската федерация по художествена гимнастика:

„С VIVACOM успяхме да изградим партньорство, което минава отвъд приетите рамки, и сме благодарни да работим заедно за развитието на художествената гимнастика, която въпреки трудностите в България не спира да ни радва и да носи медали и усмивки. По време на Световното първенство в София заедно с VIVACOM имаме специални представяния на момичетата, благодарение на които успяхме да стигнем по-близо до хората и да ги запалим за нашия спорт. През тази година, отново заедно, работим по DMS-кампанията за набиране на средства за възстановителния център на момичетата, с който сме уверени, че успехите на нашия спорт ще вървят само нагоре.“

4.5.3. Обмяна на опит с международни лидери в технологичния сектор

Динамиката на технологичния сектор ни задължава постоянно да сме информирани за най-новите тенденции във всички аспекти на дейността ни – мрежи и инфраструктура, иновативни продукти и услуги, регулации, клиентско търсене и поведение. Нашият стремеж надхвърля това просто да следваме промените, като целта ни е да сме тяхна движеща сила за българския пазар. Стремим се ключовите заинтересовани страни – клиенти, служители, партньори и обществото като цяло, да ни припознават като носител на експертно знание за сектора и да ни се доверяват като източник на иновации.

Като част от тази стратегия през годината участвахме в няколко ключови форума по специализирани за индустрията ни теми:

▶ Главният изпълнителен директор на VIVACOM Атанас Добрев взе участие в **годишната среща на Европейската асоциация на телекомуникационните оператори (ETNO)** заедно с изпълнителните директори на най-значимите компании от сектора в Европа, сред които Deutsche Telekom, Telefonica, Orange, Telecom Italia и други. VIVACOM е единственият български оператор член на ETNO, а от 2017 г. сме част и от Управителния съвет на браншовата организация, която е основна група за инициране на политики на европейските оператори на електронни съобщителни мрежи. Нейните 40 членове и наблюдатели от Европа и извън нея са гръбнакът на цифровия прогрес на Европа, както и главните двигатели на цифровите мрежи и услуги на Стария континент. Основната тема на годишната среща през 2018 г. беше политиката на ЕС за глобално лидерство в областта на цифровите технологии и визията на телекомите за техния собствен принос в този процес. Членовете на ETNO са обединени около идеята, че операторите трябва да осигурят дигитализацията на услугите за гражданите и бизнеса чрез свръхбърза висококачествена свързаност през 5G-мрежите си и увеличаване на техните възможности чрез интегрирането на

изкуствен интелект. Анализаторите изчисляват, че до 2020 г. стойността на икономиката на данни на ЕС ще нарасне до 739 млрд. евро или 4% от общия БВП на ЕС. В този смисъл, регулациите не трябва да възпрепятстват иновациите, а да съдействат за увеличаване доверието на клиентите към новите технологии;

▶ Компанията ни беше партньор на провела се в София двудневна конференция IT Hub Connect под патронажа на Българското председателство на Съвета на Европейския съюз през първата половина на 2018 г. Темата на форума беше **„Иновации, регулации и инвестиции“**. По нея дискутираха представители на държавните институции, изпълнителни директори на технологични компании, сред които и Атанас Добрев, както и бизнес експерти и стартъпи;

▶ VIVACOM беше домакин на първото за София и второ за региона телеком събитие **iCU Sofia 2018**, което събра за два дни в столицата експерти по дигитализация от цял свят, превръщайки България в ноу-хау център за новите технологии. Международната платформа е създадена за обмен на опит и знания, както и за експертни заключения относно бъдещето на телекомуникациите, мобилните технологии, интернет на нещата и дигиталното съдържание. Събитието привлече повече от 300 ръководители и представители на водещи телеком компании, оператори на мрежи, доставчици на Интернет и облачни услуги, разработчици на умни решения и на Internet eXchange Point (IXP), както и стрийминг медии и доставчици на съдържание. Те обсъдиха дигиталните трансформации под влиянието на бързоразвиващите се интернет на нещата, облачни услуги и платформи за умни градове. Участниците изразиха своето мнение, че за да запазят активна роля на пазара, телекомите се ориентират към надграждане на базовата им роля в момента, а именно – към пренос на данни и осигуряване на инфраструктура.

4.5.4. VIVACOM Arena с изцяло нов облик

Като компания, оперираща в един от най-динамичните сектори на пазара, се стараем да надграждаме не само качеството, но и съдържанието на услугите, които предлагаме. Тенденциите в потреблението на телевизионно съдържание в последните години показват увеличаване на интереса на зрителите към тематично обособени програми според личните им предпочитания – филмови, спортни, музикални и т.н. За да удовлетвори тези потребности, още през 2012 г. VIVACOM стартира свой филмов канал – VIVACOM Arena, а през 2018 г. променихме напълно облика му и той вече излъчва цялото си съдържание във FULL HD качество. Промяната е част от цялостното обновление на програмата, която от есента на миналата година вече е с ново лого и визия. Ребрандингът на телевизията носи със себе си множество промени и подобрения, които допринасят за по-доброто филмово преживяване на зрителите.

VIVACOM Arena е единствената българска телевизия, която не излъчва търговски реклами, а вече е и интерактивна. Съдържанието на канала е налично до 24 часа назад с функция „ТВ Архив“, а функцията „ТВ Пауза“ дава възможност за поставянето на пауза до 2 часа назад. Продължава излъчването и на отделна позиция с функцията „Delay TV“, която позволява забавянето на програмата с 1 час.

„За мен, за теб, за нас“ е новият слоган, в който заляга философията на канала да дава качествено

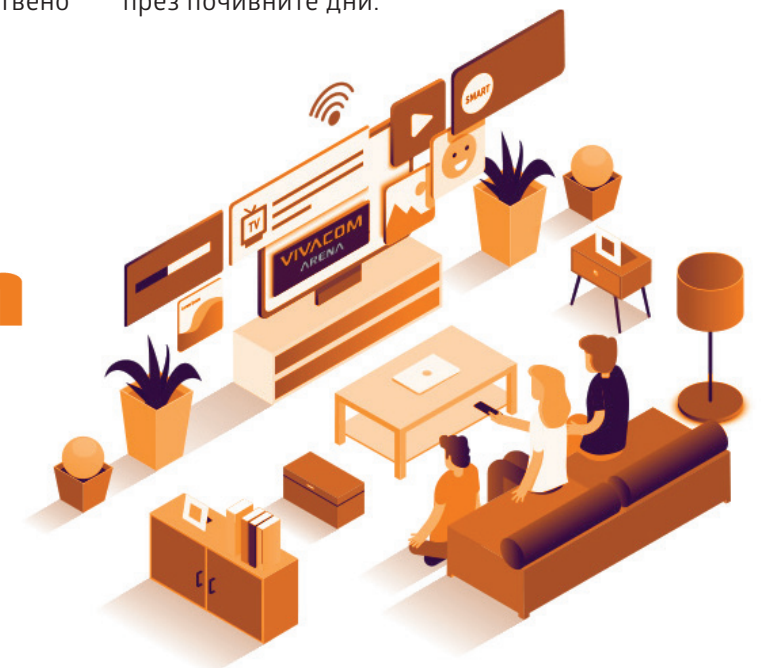
и интересно съдържание за цялото семейство. VIVACOM Arena предлага на зрителите голямо разнообразие от вълнуващи сериали, филмови премиери, анимация, както и съвременно българско кино.

Освен че направихме промени в съдържанието и функциите, подобриме и визуалния облик на програмата. Новото лого слага акцент върху съдържанието и интерактивността на канала, а при изработването на визуалната идентичност се ръководем от най-модерните тенденции, насочени към по-широка аудитория и с по-разнообразни вкусове за филмово съдържание. Графичната концепция за новата идентичност на канала е разработена от агенция HAVAS, а видеореализацията е на продуцентска къща Screen Brothers. Музикалният подпис и оформлението са дело на композитора Виктор Стоянов, създател на филмова музика за родни и холивудски продукции. Автор на цялостната арт и видео концепция е Сергей Георгиев за агенция HAVAS.

Каналът е достъпен за всички наши клиенти, които ползват сателитна, интерактивна или мобилна телевизия TV GO.

През 2019 г. ще продължим да добавяме ново съдържание, подходящо за цялото семейство, както и да обособяваме тематични слотове с филми и сериали, като например „Детска зона“ през почивните дни.

VIVACOM
ARENA



4.6. ОТГОВОРНИ



- **Стартиране на кампания за дигитализация на българското образование – „Образование 4.0“** в партньорство с Министерство на образованието и науката, Столична община, Дигитална национална коалиция
 - „Образование 4.0“ привлече 700 активни гости на общо 5 събития и популяризира темата чрез повече от 150 публикации в медиите
- **97 младежи се включиха в 15-тата лятна стажантска програма на „VIVA Race: Победителят си ти“**
- **Над 80 стажанти участваха в доброволческа акция** за почистване и реставриране на пейки, беседки и еко пътеки в местността „Златните мостове“ във Витоша
- **През 2018 г. няма фатални инциденти със служители**
- **28 обучени служители за оказване на първа долекарска помощ** съвместно с Български червен кръст
- **639 обучени служители за осигуряване на здравословни и безопасни условия на труд**
- **2 771 служители са преминали профилактични медицински прегледи**, проведени в 38 града в цялата страна

4.6.1. „Образование 4.0“ – дигитализация на българското училище



Образованието винаги е било една от основните социални сфери, в които VIVACOM инвестира. Във времето подкрепяхме редица организации и проекти, насочени основно към обучението в точните науки (платформата www.vivacognita.org) и българската история (Сдружение „Българска история“, www.vivahistory.bg), а през 2018 г. идентифицирахме и сериозната нужда от включване на бизнеса в процеса за дигитализация на училищата. В последните няколко години компанията ни предлага иновативни решения за интегриране на модерните технологии в учебния процес и към края на 2018 г. работим с над 200 училища. Въпреки тези успешни стъпки, през изминалата година установихме нужда темата за дигитализацията на образованието да бъде поставена надневенред в публичното пространство, за да се провокира открит и продуктивен диалог с участието на всички заинтересовани страни – учители, родители, ученици, институции, неправителствени организации, медии и бизнес. Водещо за нас беше разбирането, че съвременните деца са изключително активни онлайн и се справят отлично с ползването на новите технологии. При подходящи условия, ресурси и подкрепа тези техни умения могат да се насочат към подобряване на

учебния процес, така че той да им е по-интересен и полезен за бъдещата им реализация на пазара на труда.

В резултат на това съвместно с националния ежедневник „24 часа“ стартирахме инициативата „Образование 4.0“. Проектът има за цел да подпомогне процеса по дигитализация на образованието чрез въвеждане на нови методи, технологии и подходящо съдържание в българските училища.

Инициативата беше подкрепена от Министерство на образованието и науката, Столична община, Дигитална национална коалиция и се реализира под патронажа на еврокомисаря по цифрова икономика и цифрово общество Мария Гарбиел. Като партньори или участници в дебатите бяха привлечени и редица организации, имащи отношение към образованието, като Уча.се, Асоциация Родители, Център за безопасен интернет, КАН академия, Център за приобщаващо образование, Фондация СофтУни и др.

Началото на кампанията „Образование 4.0“ беше поставено с национална дискусия в началото на юни 2018 г., която събра институциите, представители

на училища, родителски настоятелства и НПО, работещи в сектора, за да обсъдят какво представлява дигиталното образование, какви са неговите цели, доколко е навлязло в българските училища и как това трябва да се случва по-ефективно в бъдеще. Кампанията продължи с три отделни дебата сред най-важните участници в образователната система – учители, ученици и родители, които споделиха своите препятствия, предложения и цели за процеса на въвеждане на модерните технологии в класната стая.

Първият етап на проекта завърши с обобщаваща среща през февруари 2019 г., на която пред МОН и останалите отговорни институции за пръв път беше представена дефиниция за дигитално образование, отразяващата общото разбиране на всички заинтересовани страни. А именно: „Дигиталното обучение представлява преподаване, учене и цялостно общуване между учители-ученици-родители с помощта на дигитални устройства и нови технологии. Новаторският подход при дигиталното образование използва уменията и активността на децата в интернет, като развива тяхната креативност, аналитично мислене и възможности за работа в екип.

За да отговаря на съвременните нужди на учениците и да бъде „дигитална“, една паралелка трябва да използва основни технологични инструменти, като:

- ▶ защитена интернет среда;
- ▶ електронен дневник;
- ▶ електронен бележник;
- ▶ електронни учебници;
- ▶ дигитални канали за комуникация;
- ▶ интерактивни учебни дъски;
- ▶ виртуални уроци и тестове за изпитване;

- ▶ дигитални демонстрации и преподаване чрез дискусии;
- ▶ използване на облачно пространство за обмяна и съвместна работа.“

В рамките на закриващата дискусия бяха поети и конкретни ангажименти от страна на МОН за следващите институционални стъпки за масово навлизане на дигитализацията в българските училища.

„Образование 4.0“ събра 700 активни участници на общо 5 събития и популяризира темата чрез повече от 150 публикации в различни медии.

Големият обществен интерес, партньорството на институциите и реалната нужда от промяна в образователната система превръщат инициативата „Образование 4.0“ в дългосрочен проект на компанията, който ще продължим да развиваме и надграждаме и през 2019 г.



Дарин Маджаров,
основател на онлайн платформата с видео уроци за училище „Уча.се“:

„Поздравления, че сте активни в българското образование. Не само на думи, но и действате. „Уча.се“ се включи в „Образование 4.0“, защото видяхме, че ще има реални практически резултати. Аз съм много благодарен, че инвестирахте в тази инициатива, защото така, стъпка по стъпка, заедно подобряваме България.“

4.6.2. Стажантска програма – доброволческа акция на Златните мостове

Като отговорна компания, инвестираща в образованието, VIVACOM подкрепя и насърчава кариерното развитие на младите хора. През 2018 г. 97 младежи се включиха в 15-тата лятна стажантска програма на компанията. Всяка година VIVACOM дава възможност на амбициозни млади хора да работят в екип с доказани професионалисти от почти всички дирекции като „ИТ“, „Архитектура, планиране и изграждане на мрежата“, „Продажби“, „Човешки ресурси“, „Маркетингови комуникации“, „Корпоративни комуникации“, „Финанси“ и други. В продължение на три месеца те са ангажирани с реални проекти и казуси и развиват нови умения в дигитална и иновативна среда. Освен заетост на трудов договор, с конкурентно заплащане и пакет социални придобивки, стажантите преминават през специализирани обучения, участват в конкурси и състезания, получават препоръка и сертификат за успешно завършване на програмата. Всеки стажант има индивидуално назначен ментор, който го въвежда в корпоративната среда, поставя му задачи и го напътства по време на стажа. Всяка година голяма част от младежите остават на постоянна работа в компанията след приключване на стажантската програма, а през 2018 г. този процент се повиши до 39% спрямо 31% през 2017 г.

Освен че придобиват нови знания и умения, стажантите научават и как да бъдат социално-отговорни, да работят в екип и да допринасят за развитието на обществото. Всяка година те участват в различна мащабна доброволческа акция. През 2018 г. над 80 младежи почистиха и реставрираха пейки, беседки и еко пътеки и



построиха изцяло нов мост в местността „Златните мостове“ на Витоша. Стажантите работиха съвместно със служители от природния парк, за да облагородят местността, от която тръгват всички главни туристически еко пътеки в планината. Как протече денят им, може да видите тук.

Доброволческата инициатива, в която взеха участие младите надежди на VIVACOM, е част от приобщаването им към основните ценности на компанията, сред които е тя да се развива устойчиво и с грижа към околната среда. Тази година предстои 16-тото издание на стажантската програма, което ще протече под надслов „VIVA Game: Открий своето място“.



Маргарита Динева,
стажант в дирекция „Корпоративни комуникации“
от лятната стажантска кампания „VIVA RACE:
Победителят си ти“, проведена през 2018 г.:

„Стажантската програма на VIVACOM ми помогна да се изградя не само професионално, но и като личност. Компанията обръща сериозно внимание на общественоназначими каузи и позволява на стажантите също да дадат своя принос към тях. Реставрирането на местността „Златните мостове“ ни обогати, предоставяйки ни възможност да помогнем на обществото и природата. Акцията ни напомни да бъдем по-загрижени за околната среда, показа ни, че с общи усилия можем да постигнем всичко и ни достави истинско удоволствие. Гордея се, че бях част от това незабравимо преживяване.“

4.6.3. Електромагнитни излъчвания

Електромагнитните излъчвания присъстват по различен начин в ежедневието ни – от кухненски уреди през радиопредаватели и мобилни телефони до базови станции, които осигуряват функционирането на мобилните мрежи. Дългогодишният дебат за потенциалните ефекти върху човешкото здраве е до голяма степен разрешен – различни изследвания не откриват връзка между електромагнитните излъчвания и хипотетични негативни въздействия върху човешкия организъм.

Въпреки тези обективни резултати, когато става въпрос за човешкото здраве, ние подходяме отговорно и предпочитаме да се отнасяме с

необходимото внимание към електромагнитното излъчване. С въвеждането на нови технологии гарантираме, че нашата мрежа и потребителско оборудване отговарят на всички държавни стандарти за безопасност. Например, изграждането на базови станции се контролира на два етапа: в началото и в края на строителния процес. Изграждането на базова станция отнема между 6 и 24 месеца и включва консултации с 15 различни официални органи и институции. Работим и в тясно сътрудничество с нашите доставчици, за се гарантира, че доставените продукти отговарят на всички приложими изисквания и критерии за безопасност.

4.6.4. Здраве и безопасни условия на труд

Като отговорна компания, в грижата за своите служители VIVACOM поставя на първо място осигуряването на безопасна работна среда. Имаме разработена Корпоративна политика за здраве и безопасност при работа, която прилагаме стриктно. VIVACOM е сертифицирана по OHSAS 18001:2007 „Системи за управление на здравето и безопасността при работа“, като през 2018 г. сертификатът е защитен успешно пред външни одитори.

Специфичната ни дейност, свързана с изграждане

и поддържане на сериозна технологична инфраструктура, налага определена част от служителите да работят в условия на риск. За целта им осигуряваме лични предпазни средства, специално работно облекло и регулярни специализирани обучения.

През 2018 няма фатални инциденти, а инцидентите, довели до отсъствие от работа повече от 3 дни, са сведени до 6 бр. в сравнение с 9 бр. за 2016 г. и 7 бр. за 2017 г.

С ЦЕЛ НАМАЛЯВАНЕ НА УСТАНОВЕНИТЕ РИСКОВЕ ЗА БЕЗОПАСНОСТТА НА СЛУЖИТЕЛИТЕ, ПРЕЗ 2018 Г. СА ПРЕДПРИЕТИ СЪОТВЕТНИТЕ МЕРКИ:

28 обучени служители за оказване на първа долекарска помощ, съвместно с Български червен кръст

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

195 обучени служители за работа на височина

1 801 обучени служители по електробезопасност



14 учебни евакуации, като 9 от тях са с практически обучение на персонала по пожарогасене в реална обстановка

Осигурени лични предпазни средства и специално работно облекло за 2 062 служители

2 771 служители са преминали профилактични медицински прегледи, проведени в 38 града в цялата страна

- ▶ АИКБ – Асоциация на индустриалния капитал в България
- ▶ AmCham – Американска търговска камара
- ▶ Асоциация GSM
- ▶ АСТЕЛ – Асоциация „Телекомуникации“
- ▶ БАИТ – Българска асоциация по информационни технологии
- ▶ БАККО - Българска асоциация на кабелните и комуникационните оператори
- ▶ БДВО – Българско дружество за връзки с обществеността
- ▶ БДФ – Български дарителски форум
- ▶ БФБЛ – Български форум на бизнес лидерите
- ▶ Германо-българска индустриално-търговска камара
- ▶ DE-CIX Management GmbH
- ▶ ЕТНО – Европейска асоциация на телекомуникационните оператори
- ▶ Италианска търговска камара в България
- ▶ КРИБ – Конфедерация на работодателите и индустриалците в България
- ▶ Plesk International GmbH
- ▶ RIPE NCC
- ▶ Сдружение Българска асоциация за управление на хора
- ▶ Сдружение Българо-скандинавска търговска камара
- ▶ Съвет на жените в бизнеса в България
- ▶ ТЕРАПРО – Сдружение за защита на легалното разпространение на програми

Интегрираната система за управление на VIVACOM е сертифицирана и непрекъснато поддържаема в съответствие с изискванията на международните стандарти:

- ▶ **ISO 9001:2015** „Системи за управление на качеството“,
- ▶ **ISO 14001:2015** „Системи за управление по отношение на околната среда“ и
- ▶ **BS OHSAS 18001:2007** „Системи за управление на здравето и безопасността при работа“ с обхват:

„Предоставяне на електронни съобщителни услуги чрез фиксирана и/или мобилна мрежа по стандарти GSM, UMTS и LTE, в т.ч. фиксирана гласова услуга, мобилна гласова услуга, телевизия, фиксиран достъп до интернет, мобилен достъп до интернет, пренос и предаване на данни, предоставяне на преносна среда, колокиране и комплексни технически решения. Разработване и внедряване на софтуер, разработване и внедряване на интегрирани решения и ИТ одит, включително доставка, инсталиране, тестване и внедряване на системи за електронно наблюдение, изграждане на цялостна платформа, включваща хардуер и софтуер, поддържащо обучение за инсталиране и диагностика, консумативи, гаранционна поддръжка и обучение на персонала за работа със системите“.
- ▶ **ISO/IEC 27001:2013** „Системи за управление на сигурността на информацията“ с обхват: „Централно управление, Център за данни – Хайдушка поляна и Център за данни – Каспичан“.
- ▶ **ISO/IEC 20000-1:2011** „Системи за управление на информационни услуги – част 1: изисквания относно системата за управление на услуги“ с обхват: „Предоставяне на електронни съобщителни услуги и ИТ услуги в съответствие с каталог на услугите на бизнес клиенти“.
- ▶ Телепорт Плана притежава **Tier 3** сертификат от Световната телепорт асоциация.

5. ПРИЛОЖЕНИЯ



5.1. Ключови показатели за изпълнение и индекси на съдържанието (GRI Content Index)

GRI Content Index

ИНДИКАТОР	ГЛАВА ОТ ДОКЛАДА	СТРАНИЦА	КОМЕНТАР
GRI 101: Основи 2016			
GRI 102: Основни индикатори 2016			
102-1 Име на организацията	Нашата компания	10	
102-2 Дейности, марки, продукти и услуги	Представяне	54-55	
102-3 Местоположение на централата	Нашата компания	11	
102-4 Местоположение на операциите	Нашата компания	13	
102-5 Собственост и правна форма	Нашата компания	13	
102-6 Поддържани пазари	Нашата компания	10	
102-7 Мащаб на организацията	Нашата компания, Представяне, Приложения	10-11, 50, 60, 102	
102-8 Информация за служителите и други работници	Представяне	60	
102-9 Верига на доставките	Стратегия, създаване и разпределяне на стойност	34-35	
102-10 Значителни промени в организацията и нейната верига на доставки	Стратегия, създаване и разпределяне на стойност	32	
102-11 Предпазен принцип или подход	Корпоративно управление и спазване на законодателството	42-43	
102-13 Членство в асоциации	Членства	92	
102-14 Изявление на висшия ръководител	Обръщение на главния изпълнителен директор	4-5	
102-16 Стойности, принципи, стандарти и норми на поведение	Корпоративно управление и спазване на законодателството	40	
102-17 Механизми за обратна връзка и въпроси, свързани с бизнес етиката	Корпоративно управление и спазване на законодателството	44	
102-18 Управленска структура	За доклада	14	



"For the Materiality Disclosures Service, GRI Services reviewed that the GRI content index is clearly presented and the references for Disclosures 102-40 to 102-49 align with appropriate sections in the body of the report."

ИНДИКАТОР	ГЛАВА ОТ ДОКЛАДА	СТРАНИЦА	КОМЕНТАР
102-40 Списък на групите заинтересовани страни	Нашата компания	24-25	
102-41 Споразумения за колективно договаряне	Приложения	103	
102-42 Идентифициране на заинтересовани страни	Нашата компания	24-25	
102-43 Ангажиране на заинтересованите страни	Нашата компания	24-25	
102-44 Основни теми и въпроси, повдигнати от заинтересованите страни	Нашата компания	24-25	
102-45 Субекти, включени в консолидирания финансов отчет	Нашата компания	13	
102-46 Дефиниране на съдържанието на отчета и на обхвата на темите	Нашата компания	15	
102-47 Списък на значимите теми	Нашата компания	16-17	
102-48 Поправки на информация	GRI Content Index	97	Няма поправки в текста
102-49 Промени в отчитането	GRI Content Index	97	Няма промени в отчитането
102-50 Отчетен период	За доклада	3	
102-51 Дата на последния доклад	За доклада	3	
102-52 Цикъл на докладване	За доклада	3	
102-53 Лице за контакт за въпроси относно доклада	За доклада	3	
102-54 Съответствие със стандартите на GRI	За доклада	3	
102-55 GRI Content Index	Приложения	96-97	
102-56 Проверка от трета страна	За доклада	3	

GRI Content Index: Specific Disclosures

СФЕРА	ЗНАЧИМА ТЕМА	СПЕЦИФИЧЕН GRI ИНДИКАТОР	ГЛАВА ОТ ДОКЛАДА	СТРАНИЦА
Ангажираност и удовлетвореност на служителите	GRI 103: Принципи на управление 2016	103-1 Обяснение на значимата тема и нейните граници 103-2, 103-3 Принципи на управление и неговите компоненти; Оценка на принципите на управление	Нашата компания	18-19
	GRI 405: Разнообразие и равни възможности 2016	405-1 Разнообразие на управленски екип и служителите	Представяне	60
	GRI 403: Безопасност и здраве на работното място 2018	403-9 Наранявания, свързани с работния процес	Представяне, Приложения	86, 91, 103
	GRI 401: Обучения и образование 2016	404-1 Часове обучения на служител за година	Приложения	103
Икономическо въздействие върху местни общности	GRI 103: Принципи на управление 2016	103-1 Обяснение на значимата тема и нейните граници 103-2, 103-3 Принципи на управление и неговите компоненти; Оценка на принципите на управление	Нашата компания	20-21
Безопасност и закрила на детето	GRI 103: Принципи на управление 2016	103-1 Обяснение на значимата тема и нейните граници 103-2, 103-3 Принципи на управление и неговите компоненти; Оценка на принципите на управление	Нашата компания	22-23
	Специфичен индикатор на Vivacom	Кампании за безопасна работа в интернет	Представяне	59, 63, 77, 88, 89
Обслужване на клиенти и качество на продуктите	GRI 103: Принципи на управление 2016	103-1 Обяснение на значимата тема и нейните граници 103-2, 103-3 Принципи на управление и неговите компоненти; Оценка на принципите на управление	Нашата компания	18-19
	Специфични индикатори на Vivacom	Коефициент на пропуснати повиквания	Представяне	75
		Средно време за чакане на опашка	Представяне	75
		Фактор за ниво на обслужване	Представяне	75

СФЕРА	ЗНАЧИМА ТЕМА	СПЕЦИФИЧЕН GRI ИНДИКАТОР	ГЛАВА ОТ ДОКЛАДА	СТРАНИЦА
Доходност и ефективност	GRI 103: Принципи на управление 2016	103-1 Обяснение на значимата тема и нейните граници 103-2, 103-3 Принципи на управление и неговите компоненти; Оценка на принципите на управление	Нашата компания	18-21
	GRI 201: Икономически резултати 2016	201-1 Генерирана и разпределена пряка икономическа стойност	Стратегия, създаване и разпределяне на стойност, Приложения	34, 35, 102
Енергийна ефективност и въглеродни емисии	GRI 103: Принципи на управление 2016	103-1 Обяснение на значимата тема и нейните граници 103-2, 103-3 Принципи на управление и неговите компоненти; Оценка на принципите на управление	Нашата компания	22-23
	GRI 302: Енергия 2016	302-1 Потребление на енергия в организацията	Представяне, Приложения	56, 102
Иновации и дигитализация	GRI 103: Принципи на управление 2016	103-1 Обяснение на значимата тема и нейните граници 103-2, 103-3 Принципи на управление и неговите компоненти; Оценка на принципите на управление	Нашата компания, Представяне	20-21, 66-71
Етична конкуренция	GRI 103: Принципи на управление 2016	103-1 Обяснение на значимата тема и нейните граници 103-2, 103-3 Принципи на управление и неговите компоненти; Оценка на принципите на управление	Нашата компания	22-23
	Специфичен индикатор на Vivacom	Механизъм за проследяване на спазването на нормите на Етичния кодекс или за неетично бизнес поведение	Корпоративно управление и спазване на законодателството	44-45
Обществено здраве, безопасни услуги и продукти	GRI 103: Принципи на управление 2016	103-1 Обяснение на значимата тема и нейните граници 103-2, 103-3 Принципи на управление и неговите компоненти; Оценка на принципите на управление	Нашата компания	22-23

GRI Content Index: Specific Disclosures

СФЕРА	ЗНАЧИМА ТЕМА	СПЕЦИФИЧЕН GRI ИНДИКАТОР	ГЛАВА ОТ ДОКЛАДА	СТРАНИЦА
Управление на инфраструктурата	GRI 103: Принципи на управление 2016	103-1 Обяснение на значимата тема и нейните граници 103-2, 103-3 Принципи на управление и неговите компоненти; Оценка на принципите на управление	Нашата компания	20-21
	GRI 203: Непреки икономически въздействия 2016	203-1 Инфраструктурни инвестиции и подкрепа на услуги	Представяне	66-71
Управление на отпадъци	GRI 103: Принципи на управление 2016	103-1 Обяснение на значимата тема и нейните граници 103-2, 103-3 Принципи на управление и неговите компоненти; Оценка на принципите на управление	Нашата компания, Представяне	22-23, 57
	GRI 306: Отпадъчни води и отпадъци 2016	306-2 Отпадъци по вид и метод на обезвреждане	Приложения	102
Кампании и програми за дарения	GRI 103: Принципи на управление 2016	103-1 Обяснение на значимата тема и нейните граници 103-2, 103-3 Принципи на управление и неговите компоненти; Оценка на принципите на управление	Нашата компания	22-23
	Специфичен индикатор на Vivacom	Дарения и инвестиции в обществото	Приложения	102
Прозрачни и ефективни отношения с доставчиците	GRI 103: Принципи на управление 2016	103-1 Обяснение на значимата тема и нейните граници 103-2, 103-3 Принципи на управление и неговите компоненти; Оценка на принципите на управление	Нашата компания	20-21
	Специфичен индикатор на Vivacom	Процент от бюджета, изразходван за местни доставчици в България	Приложения	102

СФЕРА	ЗНАЧИМА ТЕМА	СПЕЦИФИЧЕН GRI ИНДИКАТОР	ГЛАВА ОТ ДОКЛАДА	СТРАНИЦА
Клиентско изживяване	GRI 103: Принципи на управление 2016	103-1 Обяснение на значимата тема и нейните граници 103-2, 103-3 Принципи на управление и неговите компоненти; Оценка на принципите на управление	Нашата компания	18-19
Спазване на законодателството	GRI 103: Принципи на управление 2016	103-1 Обяснение на значимата тема и нейните граници 103-2, 103-3 Принципи на управление и неговите компоненти; Оценка на принципите на управление	Нашата компания	20-21
	GRI 205: Антикорупция 2016	205-3 Потвърдени случаи на корупция и предприети действия	Приложения	103
Сътрудничество с други оператори	GRI 103: Принципи на управление 2016	103-1 Обяснение на значимата тема и нейните граници 103-2, 103-3 Принципи на управление и неговите компоненти; Оценка на принципите на управление	Нашата компания	22-23
Информационна сигурност	GRI 103: Принципи на управление 2016	103-1 Обяснение на значимата тема и нейните граници 103-2, 103-3 Принципи на управление и неговите компоненти; Оценка на принципите на управление	Нашата компания	20-21
	GRI 418: Поверителност на клиента 2016	418-1 Обосновани жалби относно нарушения на поверителността на клиентите и загуба на клиентски данни	Представяне	76

Ключови показатели за изпълнение

ИНДИКАТОРИ ПО ЗНАЧИМИ ТЕМИ	МЕРНА ЕДИНИЦА	2017	2018
ИКОНОМИЧЕСКИ*			
Общи приходи	хил. лв.	889 503	948 043
Оперативни разходи	хил. лв.	583 026	597 602
Банкови лихви	хил. лв.	56 931	40 021
Капиталови разходи	хил. лв.	180 976	187 500
Дивиденди	хил. лв.	0	0
Процент от бюджета, изразходван за местни доставчици в България	%	91%	84%
Разходи за заплати	хил. лв.	103 091	106 343
Такси, данъци, осигуровки към държавата и общини	хил. лв.	36 800	42 334
Инвестиции в обществото, дарения и спонсорства	хил. лв.	5 988	4 344
ПОТРЕБЛЕНИЕ НА ЕЛЕКТРИЧЕСТВО			
Общо	кВч	139 676 636	148 207 952
Мобилна мрежа	кВч	32 699 617	42 229 846
Фиксирана мрежа	кВч	75 444 624	74 040 821
Магазини	кВч	5 979 389	5 995 225
Офиси (в т.ч. Корпоративни продажби)	кВч	2 877 308	3 504 783
НУРТС	кВч	22 675 698	22 437 278
ОТОПЛЕНИЕ			
Офиси	МВч	3 858	3 172
Магазини	МВч	345	340
ГОРИВА			
Дизел за отопление	литри	6 000	2 788
в т.ч. НУРТС	литри	6 000	2 788
Дизел за производство на електроенергия	литри	262 886	187 845
в т.ч. НУРТС	литри	37 964	21 367
АВТОПАРК			
Дизелови автомобили	литри	1 823 847	1 697 700
в т.ч. НУРТС	литри	157 189	148 004
Бензинови автомобили	литри	449 192	418 597
в т.ч. НУРТС	литри	5 140	7 409
Автомобили с газови системи	литри	7 213	3 284
в т.ч. НУРТС	литри	4 310	0
ХЛАДИЛНИ АГЕНТИ			
R407C	кг	348	356
R410	кг	127	125
ОТПАДЪЦИ			
Акумулатори	тонове	185	255
Кабели	тонове	646	561
Телеком оборудване	тонове	318	278

ТРУДОВИ ПРАКТИКИ			
Брой служители (жени)	брой	2 496	2 403
в т.ч. НУРТС и НЕТ ИС САТ		5	2
Брой служители (мъже)	брой	3 165	3 039
в т.ч. НУРТС и НЕТ ИС САТ		18	7
Брой служители с безсрочен или постоянен договор (жени)	брой	2 338	2 254
Брой служители с безсрочен или постоянен договор (мъже)	брой	3 078	2 953
Брой служители с временен договор или договор с фиксиран период (жени)	брой	158	150
Брой служители с временен договор или договор с фиксиран период (мъже)	брой	87	85
Брой служители на пълно работно време (мъже)	брой	3 159	3 030
Брой служители на пълно работно време (жени)	брой	2 485	2 393
Брой служители на непълно работно време (мъже)	брой	6	9
Брой служители на непълно работно време (жени)	брой	11	10
Брой членове на управления екип	брой	10	10
Категория: Нискоквалифициран персонал	брой	10	10
Категория: Средноквалифициран персонал	брой	2 963	2 796
Категория: Висококвалифициран персонал	брой	2 003	1 934
Категория: Ръководител екипи	брой	440	458
Категория: Мениджъри	брой	158	161
Категория: Мениджъри на високо управленско ниво	брой	87	83
Служители на колективни трудови договори	%	67	65
Текучество на служителите	%	15	14
Средна възраст на служителите	години	37	39
Стажанти, останали на работа в компанията (% от общия брой стажанти)	брой	31	38
Брой фатални инциденти	брой	1	0
Инциденти, довели до отсъствие от работа повече от 6 месеца	брой	0	1
Брой инциденти, довели до отсъствие от работа повече от 3 дни	брой	7	6
в т.ч. НУРТС и НЕТ ИС САТ	брой	0	0
Инциденти, довели до прехвърляне на друго работно място	брой	0	0
Инциденти, довели до провеждане на медицинско лечение, различно от оказване на първа помощ	брой	8	6
Инциденти, довели до загуба на съзнание	брой	1	0
Изгубени календарни дни поради инциденти	брой	319	535
в т.ч. НУРТС и НЕТ ИС САТ	брой	0	0
Инциденти на дискриминация	%	0	0
Потвърдени случаи на корупция и предприети действия	брой	0	0
Изработени часове	брой	9 485 880	8 892 011
Среден брой часове за обучение на година (мениджъри)	брой	39	45
Среден брой часове за обучение на година (жени)	брой	17	29
Среден брой часове за обучение на година (мъже)	брой	20	26
Процент на служителите, редовно получаващи оценки за своето представяне и професионално развитие	%	100	100

Източник: Консолидиран финансов отчет; Данните за НУРТС и НЕТ ИС САТ се отчитат от периода на придобиване

5.2. Съкратени финансови отчети

Консолидиран отчет за всеобхватния доход
Всички суми са в хиляди български лева

	Към 31.12.2018	Към 31.12.2017
Приходи	948,043	889,503
Разходи за взаимно свързване	(77,773)	(79,609)
Други оперативни разходи	-214,801	(213,094)
Разходи за материали и консумативи	(172,201)	(161,568)
Разходи за персонала	(132,827)	(128,755)
Амортизации	(198,552)	(200,131)
Финансови разходи	(40,857)	(57,635)
Финансови приходи	7,528	6,010
Други печалби, нетно	17,602	17,857
Печалба / (загуба) преди данъчно облагане	136,162	72,578
(Разходи за) / Приходи от данъци	(8,434)	(1,474)
Печалба / (загуба) за годината	127,728	71,104
Друг всеобхватен доход за годината, нетно от данъци	4,136	29
Общо всеобхватен доход за годината	131,864	71,133

Консолидиран отчет за паричните потоци

	Към 31.12.2018	Към 31.12.2017
Парични потоци от оперативна дейност	309,755	375,345
Получени лихви	41	260
Платени лихви	(58,965)	(52,939)
Платен корпоративен данък	(3,105)	(7,655)
Нетен паричен поток от оперативна дейност	247,726	315,011
Парични потоци от инвестиционна дейност		
Продажба на имоти, машини и съоръжения	6,976	38,653
Закупуване на имоти, машини, съоръжения и нематериални активи	(156,061)	(171,953)
Придобиване на инвестиции	(193,627)	(59,565)
Депозити с матуритет над три месеца	221	352
Получени дивиденди	-	125
Предоставени заеми на свързани лица	(16,087)	(13,485)
Изплатени заеми от свързани лица	-	-
Нетен паричен поток от инвестиционна дейност	(358,578)	(205,873)
Паричен поток от финансова дейност		
Изплатени заеми	(1,028,562)	-
Постъпления от нови заеми	1,003,136	-
Плащания по задължения за финансов лизинг	(2,415)	(5,411)
Нетен паричен поток от финансова дейност	(27,841)	(5,411)
Нетно увеличение / (намаление) на пари и парични еквиваленти	(138,693)	103,727
Ефект от промените на обменните курсове	53	-98
Парични средства и парични еквиваленти в началото на периода	175,973	72,344
Парични средства и парични еквиваленти в края на периода	37,333	175,973

Консолидиран отчет за финансовото състояние

	Към 31.12.2018	Към 31.12.2017
АКТИВИ		
Текущи активи		
Парични средства и парични еквиваленти	37,333	175,973
Търговски и други вземания	155,842	101,954
Вземания за корпоративен данък	10	-
Материални запаси	45,401	37,005
Инвестиции	-	5
Други текущи активи	17,146	14,075
Активи, класифицирани като държани за продажба	13	193
Общо текущи активи	278,364	329,205
Нетекущи активи		
Репутация	2,049	2,049
Имоти, машини и съоръжения	757,948	751,489
Инвестиционни имоти	151,587	145,401
Нематериални активи	172,195	196,301
Инвестиции	261,709	59,057
Търговски и други вземания	32,191	53,256
Други нетекущи активи	30,157	10,558
Отсрочени данъчни активи,, нетно	4,067	3,981
Договорни активи	9,259	-
Общо нетекущи активи	1,421,162	1,222,092
Общо активи	1,699,526	1,551,297
ЗАДЪЛЖЕНИЯ И СОБСТВЕН КАПИТАЛ		
Текущи задължения		
Търговски задължения	102 482	102,482
Други текущи задължения	34,973	38,764
Отсрочени приходи	-	21,893
Задължения за корпоративен данък	1,360	556
Провизии	2,431	3,073
Заеми	45,399	787,295
Договорни пасиви	23,723	-
Общо текущи задължения	221,978	954,063

Нетекущи задължения		
Заеми	700,296	856
Отсрочени данъчни задължения нетно	15,437	10,204
Дългосрочни доходи на персонала	7,445	6,187
Провизии	15,078	12,180
Търговски задължения	2,020	2,502
Други задължения	1,965	-
Отсрочени приходи	-	2,717
Договорни пасиви	2,470	-
Общо нетекущи задължения	744,711	34,646

Собствен капитал		
Основен капитал	288,765	288,765
Резерви	154,969	150,835
Неразпределена печалба	289,103	122,988
Общо собствен капитал	732,837	562,588
ОБЩО ЗАДЪЛЖЕНИЯ И СОБСТВЕН КАПИТАЛ	1,699,526	1,551,297

Консолидиран отчет за промените в собствения капитал

	Основен капитал	Законови резерви	Преоценъчен резерв	Резерв от справедлива стойност	Резерв от хеджиране	Други резерви	Неразпределена печалба	Общо собствен капитал
Баланс на 1 януари 2017, както беше оповестено	288,765	28,876	144,420	-	282	-	29,112	491,455
Преоценка	-	-	-	-	-	-975	975	-
Баланс на 1 януари 2017	288,765	28,876	144,420	-	282	-975	30,087	491,455
Всеобхватен доход за годината				-				
Печалба за годината	-	-	-	-	-		71,104	71,104
Общо друг всеобхватен доход	-	-	2,391	-	-896	(1,466)	-	29
Общо всеобхватен доход за годината	-	-	2,391	-	-896	(1,466)	71,104	71,133
Прехвърляне към неразпределена печалба - отписване на земя	-	-	(24,238)	-	-	-	(24,238)	-
Баланс на 31 декември 2017	288,765	28,876	122,573	-	-614	(2,441)	125,429	562,588
Баланс на 1 януари 2018, както беше оповестено	288,765	28,876	122,573	-	-614	-	122,988	562,588
Преоценка	-	-	-	-	-	(2,441)	2,441	-
Въздействие от смяна на счетоводната политика	-	-	-	2,669	-	-	35,716	38,385
Баланс на 1 януари 2018	288,765	28,876	122,573	2,669	-614	(2,441)	161,145	600,973
Всеобхватен доход за годината								
Печалба за годината	-	-	-	-	-	-	127,728	127,728
Общо друг всеобхватен доход	-	-	3,298	4,459	(1,155)	(2,466)	-	4,136
Общо всеобхватен доход за годината	-	-	3,298	4,459	(1,155)	(2,466)	127,728	131,864
Прехвърляне към неразпределена печалба - отписване на земя	-	-	-230	-	-	-	230	-
Баланс на 31 декември 2018	288,765	28,876	125,641	7,128	(1,769)	(4,907)	289,103	732,837

5.3. Речник на термините и дефинициите

2G, 3G, 4G и 4.5G

Буквата „G” в наименованието означава генерация безжични технологии. Всяка следваща генерация предполага по-бърз, сигурен и надежден начин за пренос на данни.

EBITDA

Оперативна печалба: приходи преди данъци, такси, лихви и амортизация.

FTTx

Fiber to the x (FTTx) е общ термин за всяка широколентова мрежова архитектура, ползваща оптични влакна, за да се осигури свързаност до дома.

FTTC

Fiber to the Curb

GSM/GPRS/EDGE и UMTS/HSPA+/LTE технологии

Различни стандарти за пренос на данни, които са забележими за потребителя на мобилен телефон предимно в различната скорост на трансфер на данни.

Head-end

Контролен център на телевизионна система, който приема и разпределя сигнали.

HLR

Регистърът на местоположението на домакинствата (HLR) е централна база данни, съдържаща информация за всеки мобилен абонат, който е упълномощен да използва централната GSM мрежа.

ICT

Информационна и Комуникационна Технология (ИКТ) е конвергенция на аудио-визуални и телефонни мрежи с компютърни мрежи чрез единно окабеляване или линк система.

IPTV

Телевизията през интернет протокол (IPTV) е доставката на телевизионно съдържание с помощта на сигнали на базата на логически Интернет Протокол (IP), а не чрез традиционните наземни, сателитни и кабелни телевизионни формати.

ITIL

ITIL осигурява рамка от добри практики за управление на ИТ услуги. Тя се фокусира върху непрекъснатото измерване и подобряване на качеството на доставените ИТ услуги, едновременно от гледната точка на бизнеса и на клиента.

IoT (Internet of Things)

Интернет на нещата – цялостна концепция за много на брой свързани устройства, които обменят данни помежду си, използвайки различни технологии и телекомуникационни мрежи.

KPI

Ключов показател за ефективност – система за оценяване, която помага на организацията да определи степента на достигане на своите стратегически цели.

LoRa

LoRaWAN ™ е спецификация за мрежа с ниска мощност с широк обхват (Low Power Wide Area Network – LPWAN), предназначена за безжична работа, захранвана от батерии и с обекти в регионална, национална или глобална мрежа. LoRaWAN е насочена към ключови изисквания на Интернет на нещата, като сигурни услуги за двупосочна комуникация, мобилност и локализация.

Значима тема

Тема, която отразява значими икономически, екологични и социални въздействия на отчетната организация; или такава, която съществено влияе на оценките и решенията на заинтересованите страни.

M2M

Machine-to-Machine – автоматичен обмен на информация между машини и устройства.

Mbps (мегабита в секунда)

Mbps е единица за измерване на скорост на трансфер на данни по мрежа. 1 Mbps се равнява на 1 000 000 бита в секунда.

NGN

Next Generation Network е отворена, базирана на стандарти инфраструктура, способна ефективно да поддържа широк спектър от приложения и услуги.

OSS

Operational Support System – група от компютърни програми или ИТ системи, използвана от телеком компаниите за мониторинг, анализ, контрол и управление на мрежата.

SLA

Споразумение за ниво на обслужване (SLA) е споразумение между две или повече страни, където едната е клиентът, а другите са доставчици на услуги. Това може да бъде правнообвързващ формален или неформален „договор“.

SRAN (Single RAN)

Единичната мрежа за радио достъп (Single Radio Access Network – SRAN) позволява на мобилните телекомуникационни оператори да поддържат множество мобилни комуникационни стандарти и безжични телефонни услуги на една мрежа.

Заинтересована страна

Организация или физическо лице, за които може да се очаква да бъдат сериозно засегнати от дейността на докладващата организация, нейните продукти и услуги, или чиито действия може да се очакват да повлияят на способността на организацията да приложи успешно своите стратегии и да постигне целите си.

TCO

Обща цена на притежание (Total Cost of Ownership – TCO) – финансов модел, който има за цел да помогне на купувачите и собствениците да определят преките и непреки разходи за даден продукт или система.

TDM

Мултиплексиране по време (Time-Division Multiplexing – TDM) е предаване на информация чрез последователно, циклично редуване в една линия на цифрови сигнали от няколко различни съобщителни канала.

Верига за създаване на стойност

Веригата за създаване на стойност в организацията обхваща дейностите, които превръщат вложени материали или усилия в продукти, добавящи стойност. Включва други организации, с които тя има директни или индиректни бизнес взаимоотношения и които: (а) или доставят продукти и услуги, допринасящи към собствените продукти и услуги на организацията; (б) или получават продукти или услуги от организацията.

Тема, която отразява значими икономически, екологични и социални въздействия на отчетната организация; или такава, която съществено влияе на оценките и решенията на заинтересованите страни.

VDSL

Цифрова (дигитална) линия с висока скорост на предаване на информация през медна мрежа.

ZB (зетабайт)

Мерна единица за количество информация. 1 зетабайт е равен на трилион гигабайта.

5.4. Специални условия

Декларация за бъдещи периоди

Настоящият интегриран доклад включва информация и изявления, които са или могат да бъдат възприети като декларации, отнасящи се за бъдещи периоди.

Декларациите за бъдещи периоди включват всички въпроси, които не са исторически факти и касаят намеренията на компанията, убеждения или настоящи очаквания по отношение – наред с други неща – на резултатите от дейността, финансовото състояние, ликвидността, перспективите, растежа и стратегиите на дружеството и на индустрията, в която то реализира своята дейност. Въпреки това, доколко реалните резултати и развитието ще отговорят на нашите очаквания и прогнози, е предмет на редица рискове, несигурност и предположения. Дружеството предупреждава, че декларациите и изявленията за бъдещи периоди не са гаранция за реалните бъдещи резултати и че действителните резултати от дейността, финансовото състояние и ликвидността, както и развитието на целия отрасъл, в който компанията реализира своята дейност, могат да се различават съществено от заявените, подразбиращи се или прогнозираните в направените в настоящия интегриран доклад декларации за бъдещи периоди. Дружеството не поема никаква отговорност и от него не се очаква да преглежда или да потвърждава каквито и да било анализи за очаквания или прогнози, както и да прави публично каквито и да било ревизии на изявления относно бъдещи периоди, отнасящи се за обстоятелства или събития, които биха могли да се случат след датата на изготвяне на настоящия интегриран доклад.

Analysys Mason

Цифрите, прогнозите и пазарните анализи на Analysys Mason, които се съдържат в настоящия интегриран доклад, се базират единствено на публично достъпна информация и се изготвят и публикуват от отдела за проучвания на Analysys Mason Limited независимо от специфичната работа по отношение на който и

да било индивидуален клиент, извършена от Analysys Mason Limited. Мненията, изразени в материала на Analysys Mason и цитирани тук, са мнения единствено на съответните автори от Analysys Mason. От Analysys Mason Limited заявяват, че са положили цялата очаквана експертиза и отговорност при съставянето на публикации и на цифровите данни, предоставени от техния отдел за проучвания и цитирани в този документ. Въпреки това, Analysys Mason Limited не носи каквато и да било отговорност за понесени загуби или щети (включително явяващи се като ефект от последващи предприети действия), възникнали по какъвто и да било начин в резултат на използването на предоставените от Analysys Mason публикации, цифри, прогнози или пазарни анализи в настоящия документ пред VIVACOM, персонала на това дружество, неговите агенти, който и да било ползвател на документа или която и да било трета страна.

Цифровите данни и прогнози на Analysys Mason, цитирани в настоящия доклад, са предоставени единствено с информационна цел и не представляват пълен анализ на всички материални факти, касаещи което и да било дружество, индустрия, сигурност или инвестиция. Цифровите данни и прогнозите на Analysys Mason, отразени в този документ, не трябва да служат за основа при взимането на решения вместо реализирането на отделно обективно изследване. От Analysys Mason може да са издали, а в бъдеще може и отново да издадат, други материали и да стигнат до различни изводи, които да се окажат в противоречие с материалите, цитирани в настоящия документ. Тези материали отразяват различните предположения, мнения и ползваните методи от страна на анализаторите, които ги подготвят, и екипът на Analysys Mason не е задължен да се ангажира, че подобни различаващи се резултати ще бъдат сведени до знанието на всеки ползвател на настоящия документ. Материалът, представен в този документ от Analysys Mason, не може да бъде възпроизвеждан, разпространяван или публикуван от който и да било ползвател и за каквито и да било цели без писменото разрешение на Analysys Mason Ltd.

VIVACOM 2018

