

odpowiedzialność społeczna TP 2005



Szanowni Państwo,

Oddaję do rąk czytelników raport odpowiedzialności społecznej Telekomunikacji Polskiej.

Jestem przekonany, że publikacja raportu pozwoli Państwu zobaczyć TP w nowym świetle i poznać nas od nieznanego i być może zaskakującej strony.

Odpowiedzialność społeczna biznesu jest zagadnieniem bardzo złożonym. Wpojenie filozofii myślenia w kategorię odpowiedzialności społecznej jest procesem długotrwałym i trudnym, a przykład dla pracowników muszą dawać najwyżsi menedżerowie firmy.

Czy Telekomunikacja Polska jest firmą odpowiedzialną społecznie? Z pewnością w oczach wielu Polaków byłoby to określenie na wyrost. Wiele naszych działań, zwłaszcza tych związanych z codziennym funkcjonowaniem, dalekich jest jeszcze od poziomu, który uznałbym za w pełni satysfakcjonujący. Niemniej nie można pominąć w działalności TP takich inicjatyw, które są dowodem naszej odpowiedzialności i które to praktyki są dobrymi przykładami do naśladowania przez innych przedsiębiorców.

Pragnę zapewnić, że w zakresie szeroko rozumianej społecznej odpowiedzialności biznesu zrobimy wszystko, żeby coraz lepiej wypełniać zobowiązania, które zaciągnęliśmy wraz z kredytem zaufania w roku 2001, rozpoczynając proces przekształcania państwowego przedsiębiorstwa TP w firmę rynkową.

Z poważaniem



Marek Józefiak
Prezes Zarządu TP



Indeks

| | |
|---------------------------------------------------------|----|
| 1. Indeks | 3 |
| 2. Wizja i strategia | 4 |
| 3. Profil organizacji i działalność biznesowa | 4 |
| 3.1. Zakres raportu | 5 |
| 3.2. Misja, System Wartości i Zasada Strategiczna | 6 |
| 3.3. Struktura i zasady zarządzania | 6 |
| 3.4. Podnoszenie efektywności operacyjnej | 7 |
| 3.5. Dialog z otoczeniem | 8 |
| 3.6. TP a życie społeczno-gospodarcze | 9 |
| 4. Społeczne aspekty działalności | 11 |
| 4.1. Społeczeństwo | 11 |
| 4.2. Odpowiedzialność za produkty i usługi | 14 |
| 4.3. Ochrona prywatności | 15 |
| 4.4. Prawa człowieka i etyka | 15 |
| 4.5. Zatrudnienie | 16 |
| 5. Działalność TP a środowisko naturalne | 18 |

2. Wizja i strategia

Kluczowym celem Grupy TP jest wdrożenie w organizacji filozofii myślenia w kategoriach społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR¹), która bezpośrednio wynika z ogłoszonej w 2003 roku Misji, Wizji i Zasady Strategicznej. W ten sposób Zarząd chce nie tylko zapewnić wzrost wartości Grupy TP, ale przede wszystkim budować trwałe, dobre relacje z otoczeniem. Prezentowany raport ma w sposób rzetelny i przejrzysty zaprezentować dotychczasowe działania w tym zakresie.

**Pełen raport CSR TP można znaleźć w Internecie pod adresem www.tp.pl.
Niniejszy dokument stanowi jedynie jego streszczenie.**

3. Profil organizacji i działalność biznesowa

Działalność rynkowa. Telekomunikacja Polska S.A. prowadzi działalność we wszystkich segmentach rynku telekomunikacyjnego w Polsce. Spółki wchodzące w skład Grupy TP oferują usługi w zakresie telefonii stacjonarnej i komórkowej, transmisji danych, dostępu do Internetu, a także komunikacji radiowej i transmisji satelitarnej.

Głównymi podmiotami wchodzącymi w skład GK TP są:

- Telekomunikacja Polska S.A. – telefonia stacjonarna oraz dostęp do Internetu,
- Polska Telefonia Komórkowa Centertel Sp. z o.o. – telefonia komórkowa,
- TP Emitel Sp. z o.o. – usługi radiokomunikacyjne,
- Wirtualna Polska S.A. – portal internetowy.

Głównymi rynkami obsługiwanymi przez Grupę są rynek telefonii stacjonarnej i usług dostępu do Internetu (TP) oraz rynek telefonii komórkowej (PTK Centertel działający pod marką Orange).

Na rynku telefonii stacjonarnej TP kontynuowała w 2005 roku działania promujące nowe plany taryfowe, powodując przesunięcie przychodów w stronę stałych opłat abonamentowych (46 proc. w 2005 roku wobec 38,5 proc. w 2004 roku). Firma posiadała następujące udziały w segmencie stacjonarnej telefonii głosowej:

| Udział rynkowy na koniec roku ² | 2005 | 2004 | 2003 |
|--------------------------------------------|-------|-------|--------|
| połączenia lokalne | 82,3% | 99,7% | 100,0% |
| połączenia międzymiastowe | 74,1% | 80,0% | 86,1% |
| połączenia do sieci komórkowych | 74,6% | 76,6% | 98,9% |
| połączenia międzynarodowe | 64,2% | 70,2% | 89,9% |

W 2005 roku TP kładła nacisk na rozwój usług szerokopasmowego dostępu do Internetu, osiągając wzrost liczby klientów o ponad 71 proc. do ok. 1,2 mln osób. Wzrost liczby użytkowników stałego dostępu do Internetu z nadwyżką zrekompensował utratę przychodów z dostępu wdzwanianego, przynosząc łączny wzrost przychodów o 23,5 proc. Potencjał dalszego wzrostu zapewnia przystosowanie 93 proc. linii do świadczenia usług ADSL.

W 2004 roku liczba użytkowników neostrady tp zwiększyła się o ponad 370 proc., dzięki czemu Polska uplasowała się na pierwszej pozycji na świecie pod względem dynamiki rozwoju rynku szerokopasmowego dostępu do Internetu (dane londyńskiej firmy badawczej Point Topic Ltd.).

Usługa neostrada tp otrzymała wiele prestiżowych wyróżnień, w tym między innymi:

- godło „Teraz Polska 2004”,
- nagrodę Europrodukt 2005,
- nagrodę „Świat Przyjazny Dziecku” Komitetu Ochrony Praw Dziecka³.

¹ Corporate Social Responsibility – społeczna odpowiedzialność biznesu

² Udziały w sieci TP oszacowane na podstawie danych billingowych TP dla segmentu klientów indywidualnych

³ Wraz z pakietem e-bezpieczeństwo; nagroda przyznana już po 31.12.2005

W segmencie transmisji danych TP uruchomiła usługę IP-VPN tp zapewniającą klientom biznesowym niezawodną i efektywną infrastrukturę do zintegrowanej transmisji danych, głosu i obrazu.

Rynek telefonii komórkowej w Polsce charakteryzował się intensywnym wzrostem (szczególnie w segmencie pre-paid) oraz ostrą walką konkurencyjną. Według szacunków w 2005 roku wskaźnik penetracji rynku wzrósł o ponad 16 pkt proc. do poziomu 76,6 proc. W tym samym czasie w segmencie pre-paid przybyło ok. 4,3 mln użytkowników, co stanowi 72 proc. wszystkich aktywacji netto. PTK Centertel pozyskał ok. 2,5 mln nowych klientów, zwiększając udział w rynku o 1,7 pkt proc. do 33,9 proc. Znacznie poprawiła się rentowność firmy, a ponadto zanotowano wzrost przychodów powyżej średniej rynkowej. Uruchomienie sieci UMTS umożliwiło świadczenie usług telefonii 3G. We wrześniu 2005 roku PTK Centertel wprowadził w miejsce marki Idea globalną markę Orange. Jej spontaniczna rozpoznawalność wyniosła na koniec 2005 roku 44,5 proc.

Skalę prowadzonej działalności Grupy TP najlepiej obrazują poniższe dane liczbowe:

| | 2005 | 2004 | 2003 |
|-------------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| zatrudnienie (w etatach) | 33 603 | 36 589 | 42 600 |
| – w tym TP | 27 590 | 30 456 | 36 171 |
| przychód (w mln zł) | 18 342 | 18 530 | 18 287 |
| – w tym TP | 12 188 | 13 167 | 14 011 |
| aktywa (w mln zł) | 35 624 | 34 861 | 36 848 |
| – w tym TP | 32 924 | 31 973 | 33 195 |
| kapitały własne (w mln zł) | 17 990 | 16 881 | 14 227 |
| dług netto (w mln zł) | 7 784 | 6 555 | 13 586 |
| całkowity dług (w mln zł) | 9 486 | 9 588 | 15 404 |
| – pożyczki od podmiotów powiązanych | 1 000 | – | – |
| – pożyczki długoterminowe | 6 347 | 8 823 | 11 894 |
| – pożyczki krótkoterminowe | 2 139 | 765 | 3 510 |

3.1. Zakres raportu

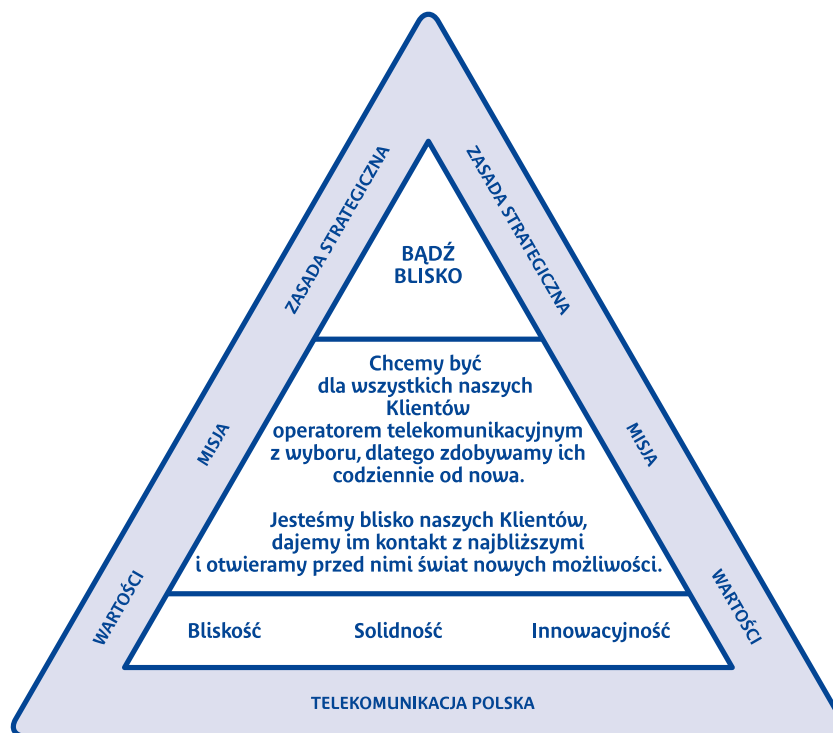
Niniejszy dokument jest streszczeniem pierwszego raportu odpowiedzialności społecznej, opublikowanego przez TP (pełna wersja znajduje się na www.tp.pl). Firma dąży do wprowadzenia raportowania zgodnie ze standardem GRI, lecz obecna wersja nie spełnia jeszcze wszystkich wymagań w tym zakresie.

Raport obejmuje dane z roku obrotowego 2005 (z odniesieniem do lat wcześniejszych) dotyczące TP oraz w wybranych obszarach dane dotyczące całej Grupy TP. Prezentowane informacje pozyskiwane są od osób bezpośrednio zaangażowanych w poszczególne projekty. Dane liczbowe pochodzą z jednostek odpowiedzialnych za sprawozdawczość. Raport nie był weryfikowany przez niezależnego audytora. Niemniej, dane finansowe pochodzące ze sprawozdań Zarządu TP, zostały zbadane przez firmę Ernst&Young. Ponadto, audyty środowiskowe w TP zrealizowane były przez firmę WS Atkins-Polska. Dodatkowo dla potrzeb raportu Grupy France Telecom firma Ernst&Young na początku 2006 roku dokonała jakościowego audytu odpowiedzialności społecznej (CSR) w TP.

Dodatkowe informacje dotyczące działalności TP można uzyskać w Internecie na www.tp.pl (znajduje się tam pełna wersja raportu) i www.tp-ir.pl oraz w Biurze Prasowym TP (ul. Twarda 18, 01-105 Warszawa, tel.: 0 22 527 19 39, faks: 0 22 527 19 77). Pytania można kierować również do Jacka Dymowskiego, Szefa Programu CSR (e-mail: odpowiedzialny.biznes@telekomunikacja.pl).

3.2. Misja, System Wartości i Zasada Strategiczna

Misja, System Wartości oraz Zasada Strategiczna TP zostały ogłoszone w 2003 roku. Stanowią one podwalinę wdrażania filozofii odpowiedzialności społecznej, podkreślając konieczność budowy bliskich relacji z interesariuszami firmy.



Telekomunikacja Polska na podstawie Wizji, Zasady Strategicznej oraz podstawowych Wartości zobowiązała się do:

- prowadzenia biznesu zgodnie z zasadami etyki,
- uczciwej konkurencji,
- dbałości o pracowników,
- wysokich standardów zarządzania i ładu korporacyjnego,
- bezwzględnej walki z korupcją,
- apolityczności,
- dbałości o środowisko naturalne.

Zasady te legły u podstaw przyjętego w kwietniu 2005 roku Kodeksu Etyki TP.

Wytyczne te są zbieżne z Dziesięcioma Zasadami Inicjatywy Global Compact, utworzonej w 1999 roku, na wniosek Sekretarza Generalnego ONZ, do której TP zgłosiła akces w końcu 2005 roku.

3.3. Struktura i zasady zarządzania

Telekomunikacja Polska jest spółką akcyjną notowaną m.in. na Giełdzie Papierów Wartościowych (GPW) w Warszawie i pragnie kształtować praktyki ładu korporacyjnego zgodnie z najlepszymi międzynarodowymi wzorcami w tej dziedzinie. W 2004 roku TP formalnie przyjęła Kodeks Ładu Korporacyjnego, którego powstanie poprzedził m.in. audyt ładu korporacyjnego oraz konsultacje ze środowiskami inwestorskimi w kraju i za granicą.

Do podejmowania kluczowych decyzji (zatwierdzanie raportów rocznych, powoływanie członków Rady Nadzorczej, zmiana Statutu Spółki, podwyższenie kapitału i odkup akcji) niezbędna jest zgoda Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy (WZA). Rada Nadzorcza (RN) rozpatruje plan strategiczny i budżet oraz monitoruje wyniki operacyjne i finansowe. Obowiązki i Regulamin Rady Nadzorczej określa uchwała. Rada pełni swe obowiązki kolegalnie, przekazując część kompetencji komitetom (np. Komitetowi Audytowemu, Komitetowi ds. Strategii, Komitetowi ds. Wynagrodzeń), których działalność składa się na obowiązujący ład korporacyjny. Do kompetencji Zarządu należy kierowanie wszelkimi działaniami Spółki z wyjątkiem działań zastrzeżonych dla WZA i RN.

W trzynastoosobowej Radzie Nadzorczej TP znajduje się czterech członków niezależnych (31 proc.), podczas gdy zgodnie z zasadami ładu korporacyjnego powinno być ich 50 proc.. Tym samym TP formalnie nie spełnia tego warunku. Niemniej warto pamiętać, że wg GPW w przypadku spółek, gdzie jeden akcjonariusz posiada pakiet akcji dający ponad 50 proc. ogólnej liczby głosów, wystarcza, jeśli Rada Nadzorcza liczy jedynie dwóch niezależnych członków. FT, inwestor strategiczny TP, jest bliski tego progu, posiadając na koniec 2005 roku 47,5 proc. akcji.

Nadzór nad systemami kontroli wewnętrznej oraz zarządzania ryzykiem w Grupie TP należy do obowiązków Rady Nadzorczej. Do jego kluczowych elementów należą okresowe oceny funkcjonowania wewnętrznej kontroli finansowej (dokonywane przez ścisłe kierownictwo, nadzorowane przez Członka Zarządu ds. Finansów) oraz regularne oceny jakości systemów kontroli przez wewnętrznych audytorów. W 2004 roku wprowadzono nowe procedury służące stałemu monitorowaniu istotnych czynników ryzyka (prawnego, regulacyjnego, operacyjnego, związanego z ochroną środowiska itp.) oraz opracowano Mapę Ryzyka, która wyznacza kierunki działalności kontrolnej.

W 2004 roku firma Ernst&Young skontrolowała transakcje TP z podmiotami powiązanymi. W oparciu o wyniki audytu Spółka rozszerzyła procedury służące identyfikacji i zatwierdzaniu tego typu transakcji.

TP z najwyższą starannością podchodzi do kwestii sprawozdawczości finansowej i komunikacji z inwestorami, w których pośredniczy Komitet ds. Przekazywania Informacji. Do jego zadań należy między innymi nadzór nad przygotowaniem materiałów informacyjnych oraz zapewnienie ich pełnej obiektywności.

Rocznie TP przekazuje ponad dwieście raportów bieżących i organizuje około stu spotkań z inwestorami i analitykami. Oznacza to, iż praktycznie codziennie rynki finansowe otrzymują nowe informacje o Spółce.

Istnieje silny związek pomiędzy realizowaniem przez firmę celów finansowych i niefinansowych a premiowaniem kadry kierowniczej. Obowiązujący w TP system zarządzania przez cele (MBO), poprzez zachęcanie i nagradzanie indywidualnych osiągnięć, pozwala koncentrować działania kadry zarządzającej właśnie na realizacji strategii firmy, wskazując najważniejsze cele, kaskadując je do poziomu indywidualnego stanowiska pracy i określając kierunek dalszej aktywności. Pełni on również rolę „systemu wczesnego ostrzegania”, pozwalając diagnozować stopień realizacji uzgodnionych celów. Kluczowym elementem w celach wszystkich pracowników TP, który determinuje premie, jest realizacja celów dotyczących satysfakcji klientów.

W grudniu 2005 roku przyjęto podstawowe zasady programu motywacyjnego, którego celem jest powiązanie wynagrodzeń (poprzez system opcji na akcje) trzystu kluczowych członków kadry menedżerskiej z ich wkładem w rozwój i wzrost wartości Grupy TP.

3.4. Podnoszenie efektywności operacyjnej

TP kładzie szczególny nacisk na kwestie związane z efektywnością działalności operacyjnej. Zmiany dotyczą zarówno sfery miękkiej, związanej z kulturą korporacyjną, jak również twardych aspektów zarządzania (np. systemy informatyczne wspierające zarządzanie).

Realizowany w TP projekt ThinkProcess! ma na celu wprowadzenie podejścia procesowego do zarządzania firmą. Wdrożony System Zarządzania Procesami określił zasady ustalania odpowiedzialności i współpracy nakierowane na realizację celów procesów, a nie wyłącznie jednostek organizacyjnych. Cele i działania strategiczne GK TP zostały pogrupowane w procesy strategiczne, które są nadzorowane przez tzw. sponsora – członka Zarządu TP lub PTK Centertel. Sponsor, obok monitorowania celów i mierników, wyznacza specyficzne procesy główne, przydzielając im właścicieli.

W celu wdrożenia jednolitego systemu narzędzi podnoszenia efektywności operacyjnej w GK TP uruchomiony został projekt oparty o metodologię Six Sigma, rozbudowany o dodatkowe specyficzne narzędzia i techniki zarządzania.

Od 2002 roku TP realizuje projekt Koła Jakości Obsługi, angażując również niektóre firmy zewnętrzne zapewniające obsługę techniczną na rzecz TP. Ma on na celu doskonalenie procesów związanych z obsługą klienta, w tym obsługą techniczną, co w konsekwencji przekłada się na wzrost satysfakcji klientów. Kluczowym elementem programu są cykliczne spotkania, podczas których zidentyfikowane problemy są definiowane, rozwiązywane i katalogowane w dostępnym dla wszystkich pracowników systemie teleinformatycznym. Koła Jakości Obsługi, dzięki wykorzystaniu komunikacji poziomej wielu pracowników z różnych regionów kraju, zapewniają wspólne rozwiązywanie napotkanych trudności i implementację wypracowanych rozwiązań, zachęcając pracowników do innowacyjności.

Z kolei Projekt New Convergence ma na celu usprawnienie działania systemów finansowych oraz związanego z nimi raportowania. Pozwoli on zoptymalizować proces agregacji danych, a tym samym umożliwi podejmowanie efektywniejszych i szybszych decyzji. Projekt uruchomiono na platformie systemu klasy ERP firmy Oracle.

Od lat TP organizuje coroczny konkurs Telekreator, którego głównym celem jest promocja innowacyjności wśród pracowników GK TP. Zachęca on pracowników do zgłaszania pomysłów w zakresie usprawnień organizacyjnych, innowacji technicznych oraz usług i wizerunku firmy.

Na koniec 2005 roku Telekomunikacja Polska formalnie nie posiadała certyfikatów odnoszących się do systemów zarządzania (jakość, środowisko, zintegrowany). TP dąży do wprowadzenia w Grupie TP przejrzystych, efektywnych i sprawdzonych na świecie narzędzi zarządzania jakościowego i procesowego, a ostatnim krokiem wdrożenia będzie certyfikacja wypracowanych narzędzi. Bezwzględnie należy mieć świadomość tego, że zasadniczym celem firmy jest posiadanie sprawnych i niezawodnych narzędzi zarządzania, których jakość potwierdzą stosowne certyfikaty, a nie na odwrót: usilne dążenie do posiadania certyfikatów, na potrzeby których dostosowane miałyby zostać systemy zarządzania.

System Zarządzania Jakością zgodny z normą ISO 9001, potwierdzony certyfikatem British Standards Institution, posiada w całym zakresie swojej działalności PTK Centertel. Również wybrane laboratoria telekomunikacyjne wchodzące w skład Centrum Badawczo-Rozwojowego TP posiadają wdrożone systemy zarządzania zgodne z ISO 17025 (norma ISO 9001 rozszerzona o wymagania dotyczące laboratoriów), potwierdzone certyfikatami Polskiego Centrum Akredytacji.

3.5. Dialog z otoczeniem

Klienci. Celem strategicznym TP jest podniesienie satysfakcji klientów ze świadczonych usług. Od 2004 roku system premiowania pracowników jest uzależniony od osiągnięcia celów w zakresie zadowolenia klientów. Prowadzone są prace i analizy związane zarówno z poszukiwaniem nowych rozwiązań zwiększających zadowolenie klientów, jak i rozwojem istniejących. W ramach Programu Wzrostu Satysfakcji Klientów rozpoznawane są oczekiwania klientów, identyfikowane obszary wymagające poprawy oraz realizowane inicjatywy zmierzające do poprawy zadowolenia klientów. Poprawa satysfakcji klienta nie byłaby możliwa, gdyby nie poprawa funkcjonowania firmy na poziomie operacyjnym, w tym rozwiązanie szeregu problemów powstałych choćby przy uruchomieniu błękitnej linii tp 9393, której parametry obecnie nie odbiegają od europejskich standardów.

W kwietniu 2003 roku TP zainicjowała serię cyklicznych dwustronnych spotkań warsztatowych z organizacjami konsumenckimi, które pozwalają omówić najważniejsze problemy i przeciwdziałają powstawaniu atmosfery nieufności. TP stara się zapewnić obecność na spotkaniu specjalistów bezpośrednio odpowiedzialnych za omawianą tematykę, tak by zagwarantować możliwie najszersze wyjaśnienie kontrowersyjnych kwestii. Spotkania przyjmowane są z dużą zyczliwością przez przedstawicieli organizacji konsumenckich. Powołano także Rzecznika Klientów TP – określa on obszary, w których powtarzają się skargi klientów i monitoruje wprowadzanie usprawnień.

W grudniu 2005 roku w 4 przypadkach na 5 reakcja pracowników błękitnej linii tp 9393 na połączenie przychodzące nie przekraczała 20 s. Równocześnie aż 97 proc. wszystkich połączeń było odbieranych.

TP organizuje okresowe spotkania z klientami-operatorami, które dają okazję do rozmów oraz integracji osób współpracujących w zakresie usług międzyoperatorskich. Mają one na celu poprawę relacji z klientami oraz promocję i zbieranie informacji o produktach i usługach.

Pracownicy. Władze TP prowadzą nieustanny dialog z organizacjami związkowymi, które na koniec 2005 roku zrzeszały 32 proc. pracowników. Dzięki wspólnym działaniom udaje się znaleźć kompromisowe rozwiązania potencjalnych problemów. Od 2005 roku odbywają się też Spotkania Informacyjne o Działalności Operacyjnej przedstawiciela Zarządu ze związkami zawodowymi. Równocześnie Zarząd TP dyskutuje ze związkami zawodowymi zagadnienia związane z polityką wynagrodzeń na dany rok, ewentualnymi zmianami organizacyjnymi oraz ewentualnymi zmianami w Ponadzakładowym Układzie Zbiorowym Pracy.

Aby relacje pomiędzy pracownikami, związkami zawodowymi i firmą mogły się rozwijać, w strukturze Pionu Kadr stworzono Wydział Dialogu Społecznego, który następnie wszedł w skład Wydziału Zbiorowych Stosunków Pracy, a bezpośrednio przy Zarządzie TP powołano Pełnomocnika Zarządu ds. Kontaktów z Organizacjami Społeczno-Zawodowymi.

Interesy pracowników Telekomunikacji Polskiej są niezależnie reprezentowane przez przedstawicieli polskich związków zawodowych również w Europejskiej Radzie Zakładowej Grupy France Telecom.

Inwestorzy. Dwa razy do roku Zarząd TP spotyka się z kluczowymi akcjonariuszami w Londynie, Nowym Jorku i Bostonie. Regularnie prowadzone są konferencje i spotkania z inwestorami i analitykami w celu omówienia wyników i strategii Spółki. Firma również dwa razy w roku bada opinię inwestorów w zakresie kluczowych zagadnień, uwzględniając ich wyniki przy podejmowaniu najważniejszych decyzji. Poza tradycyjnymi formami komunikacji inwestorzy mają do dyspozycji

dedykowany serwis internetowy: www.tp-ir.pl. Firma otrzymała liczne nagrody i wyróżnienia za relacje inwestorskie, w tym od prestiżowego „IR Magazine”:

- nagroda: Most Progress in Investor Relations 2003,
- nominacja: Best Investors Web Site 2003,
- nagroda: Best IR from a Polish Company 2004,
- nominacja: Best IR from a Polish Company 2005.

Dostawcy. TP bierze aktywny udział w realizacji wspólnego dla Grupy FT programu oceny dostawców QREDIC. Elementami programu są proces oceny dostawców i spotkania, które oceny te podsumowują. Ocena dotyczy wielu aspektów działalności dostawcy, również niefinansowych. Celem spotkań jest doskonalenie współpracy, a w ich wyniku ustalany jest często stosowny plan, który ma doprowadzić do lepszego współdziałania.

Środowisko przyrodnicze i dziedzictwo historyczne. TP na bieżąco współpracuje z Ministrem Środowiska oraz Wojewódzkimi Inspektorami Ochrony Środowiska, którzy nadzorują i kontrolują działania Firmy w zakresie ochrony środowiska. W 2004 roku TP dobrowolnie wniosowała o wydanie opinii w zakresie spełniania zasad i przepisów ochrony środowiska. Zakończyło się to wystawieniem pozytywnych ocen.

Ponadto TP stale współpracuje z terenowymi konserwatorami zabytków przy realizacji robót ziemnych podczas inwestycji infrastrukturalnych oraz przy przeglądach i remontach obiektów zabytkowych.

Prowadzone przez TP prace pozwoliły odkryć w okolicach Pacanowa cenne cmentarzysko z okresu neolitu (5000-3000 lat p.n.e.) oraz późniejsze przedmioty pochodzenia rzymskiego (I-II w n.e.), które potwierdziły kontakty ludności tamtych terenów z Imperium Rzymskim.

Społeczności. Bezpośrednie kontakty TP z przedstawicielami poszczególnych społeczności nie są konieczne związane z działalnością biznesową, ale często są wyrazem zaangażowania firmy w liczne projekty społeczne. TP opracowała strategię działań ukierunkowaną na realizację własnych, długoterminowych programów społecznych, a także udział w ważnych społecznie akcjach, głównie w zakresie ochrony zdrowia oraz edukacji dzieci i młodzieży. Prowadzone są działania na rzecz dialogu ze społecznościami lokalnymi, odpowiadające na pojawiające się potrzeby społeczne. W 2005 roku powstała Fundacja Grupy TP, której zadaniem jest koordynacja powyższych działań, mająca zapewnić jeszcze lepszą współpracę z otoczeniem społecznym firmy.

3.6. TP a życie społeczno-gospodarcze

TP zadeklarowała przyjęcie na siebie dobrowolnych zobowiązań wynikających z poniższych dokumentów:

- „Porozumienie na rzecz rozwoju społeczeństwa informacyjnego” z 2002 roku, obejmujące działania na rzecz edukacji, rozwoju infrastruktury, promocji nowych technologii w zakresie zdalnej pracy oraz dostępu do administracji i zasobów kultury i nauki, a także wsparcia procesu integracji Polski z UE (inicjatorem porozumienia był Prezes Zarządu TP).
- „Pakt na rzecz rozwoju szerokopasmowego dostępu do usług i sieci łączności elektronicznej w Polsce” z 2004 roku, obejmujący działania na rzecz zwiększenia dostępności szerokopasmowego Internetu, edukacji w zakresie usług dostępnych przez Internet, wsparcia ośrodków badawczo-rozwojowych (szczególnie w zakresie bezpieczeństwa) oraz współpracy z administracją publiczną.
- Zasady „Global Compact” – inicjatywa Sekretarza Generalnego ONZ powołana do życia w 1999 roku i nawiązująca firmy do odpowiedzialnych postaw w biznesie.

TP jest członkiem kilkudziesięciu krajowych i międzynarodowych organizacji branżowych, biznesowych i społecznych.

W listopadzie 2005 roku TP została przyjęta do grona Partnerów Strategicznych Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Od 2002 roku Forum jest narodowym partnerem CSR Europe – sieci organizacji promujących koncepcję odpowiedzialnego biznesu w Europie.

Grupa TP wywiera znaczący wpływ na gospodarkę – jej obroty stanowiły w 2005 roku ok. 1,9 proc. polskiego PKB. W 2005 roku Grupa TP nie otrzymała żadnych dotacji z budżetu państwa. Równocześnie Grupa TP jest jednym z największych płatników podatków w kraju. W 2005 roku Grupa TP wniosła do budżetu państwa prawie 2,6 mld zł w postaci podatku od towaru i usług (VAT) i podatku dochodowego od osób prawnych (CIT), z czego 2,1 mld zł odprowadziła sama Telekomunikacja Polska.

Z każdych 100 zł dochodów budżetu państwa w 2005 roku aż 1 zł 44 gr pochodziło z podatków płaconych przez GK TP. Podobnie z każdych 100 zł podatku dochodowego płaconego przez firmy aż 3 zł 20 gr zostało wniesione przez Grupę TP. 2,6 mld zł podatków zapłaconych przez TP to niewiele mniej niż łączne wydatki budżetu państwa w 2005 roku na:

- oświatę i wychowanie (1,2 mld zł)
- kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego (1,0 mld zł)
- kulturę fizyczną i sport (0,2 mld zł)
- gospodarkę komunalną i ochronę środowiska (0,2 mld zł)

Działalność TP, uznawanej przez niezależne rankingi za jedną z najbardziej innowacyjnych spółek w Polsce, ma istotny wkład w prace badawczo-rozwojowe (R&D) w kraju. W 2005 roku w rankingu firm innowacyjnych „Gazety Prawnej”, TP zajęła dwunaste miejsce ogólnie oraz pierwsze wśród operatorów telekomunikacyjnych. TP jest również liderem w Polsce pod względem wydatków na działania R&D (prawie 55 mln zł) i jako jedna z dwóch polskich spółek znalazła się w ogólnoeuropejskich rankingach firm inwestujących w działalność badawczo-rozwojową. Inwestycje TP bezpośrednio przekładają się na atrakcyjność poszczególnych regionów. Obecność nowoczesnej infrastruktury telekomunikacyjnej jest obecnie warunkiem koniecznym dla potencjalnego inwestora, bez której nie zainteresuje się on danym obszarem.

TP w latach 2000-2005 przeznaczyła na inwestycje rzeczowe ponad 20 mld zł. Zbliżona kwota pozwoliłaby wybudować prawie 1400 km autostrad.



4. Społeczne aspekty działalności

4.1. Społeczeństwo

TP aktywnie uczestniczy w wydarzeniach ważnych z punktu widzenia społeczności, działania te zostały wpisane w strategię Grupy TP. Służy temu szereg autorskich, ogólnopolskich programów, w tym powołany jeszcze w 2003 roku program Telekomunikacja Polska Dzieciom. TP aktywnie uczestniczy również w wielu programach prowadzonych przez inne organizacje pozarządowe, udzielając wsparcia finansowego lub rzeczowego oraz angażując swoich pracowników jako wolontariuszy. W sumie wydatkowany w 2005 roku budżet darowizn przekroczył 12 mln zł.

W 2005 roku powołana została Fundacja Grupy TP, która koordynuje działania społeczne podejmowane przez spółki należące do Grupy TP. Jej głównymi celami są wyrównywanie szans dzieci i młodzieży w procesie edukacyjnym oraz pomoc w szczególnie wrażliwych społecznie obszarach poprzez wspieranie oświaty, nauki, sportu, ochrony zdrowia i opieki społecznej.

Do najważniejszych projektów społecznych należą:

- Telefon do Mamy – od 2003 roku TP instaluje w szpitalach na oddziałach dziecięcych przyjazne i dostępne dla dziecka kolorowe aparaty telefoniczne, z których dzieci mogą korzystać bezpłatnie, dzięki przekazywanym kartom telefonicznym „TP Dzieciom”. Firma przekazuje szpitalom także materiały plastyczne, organizuje imprezy świąteczne. W programie uczestniczą prawie wszystkie oddziały dziecięce w Polsce. Akcja zdobyła wiele prestiżowych wyróżnień, w tym między innymi:
 - nagrodę „Dobroczynca Roku 2004” w kategorii „strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy”, przyznaną przez Akademię Rozwoju Filantropii w Polsce (2005),
 - Medal Korczaka – „Dziecko to jutro” – za działania społeczne na rzecz dzieci, przyznawany przez Business Centre Club (2004),
 - nagrodę IPRA Golden World Awards for Excellence in PR w kategorii „społeczna odpowiedzialność biznesu”, przyznaną przez International Public Relations Association (2005),
 - nagrodę „Złoty Spinacz” za najlepszą kampanię PR w kategorii PR Korporacyjny, przyznaną przez Związek Firm Public Relations w Polsce (2004).

Do końca 2005 roku TP zainstalowała w szpitalach dziecięcych ponad 1000 Telefonów do Mamy. Firma podarowała 250 tys. bezpłatnych kart o łącznej wartości ponad 2 mln zł, z których skorzystało ponad 500 000 dzieci. Rozmawiając ze swoimi najbliższymi, mali pacjenci wydzwonili już 8 milionów minut.

- Internetowy Uśmiech – w wybranych szpitalach dziecięcych zainstalowano kolorowe stanowiska internetowe, dostosowane dla małych pacjentów (również poruszających się na wózkach). Urządzenia są w pełni bezpieczne, zarówno pod względem technicznym, jak również dostępnych treści. Pilotażowy program zakończył się badaniem ankietowym wśród pracowników szpitali, którego wyniki jednoznacznie potwierdziły bardzo dużą przydatność programu.

TP zaplanowała na 2006 rok zainstalowanie 100 stanowisk internetowych w kolejnych szpitalach dziecięcych w całej Polsce.

- Szpital z Sercem – w 2003 roku TP zainicjowała wspólnie z „Gazetą Wyborczą” i miesięcznikiem „Dziecko” akcję, której celem była poprawa warunków leczenia dzieci i promowanie idei otwartych drzwi oddziałów dziecięcych. Do akcji przystąpiło 588 oddziałów (zaproszono do niej wszystkie 1164 oddziały dziecięce w Polsce), które zaakceptowały Dekalog Szpitala z Sercem, gwarantujący dbanie o prawa małych pacjentów i ich rodziców. Program został wyróżniony przez International Public Relations Association nagrodą IPRA Golden Worlds Award for Excellence in PR 2004 w kategorii „społeczna odpowiedzialność biznesu”.

W ramach akcji Szpital z Sercem TP przekazała ponad 1,3 mln zł na remonty 100 oddziałów dziecięcych. Stanowiło to aż 10 proc. łącznych wydatków na inwestycje szpitalne zapisanych w budżecie państwa.

- Odnawiamy Nadzieję – od 2 lat TP uczestniczy w akcji „Odnawiamy Nadzieję”, w ramach której przekazała ponad 1 mln zł Centrum Zdrowia Dziecka (największy szpital dziecięcy w Polsce) na remont świetlic, wyposażenie pracowni komputerowej w przyszpitalnej szkole i remont Oddziału Chemioterapii Diennej.
- Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy – TP od początku wspiera akcję, wydając co roku 100 złotych kart telefonicznych licytowanych podczas Wielkiego Finału. Firma emituje również okolicznościowe karty i przekazuje dochód ze specjalnych linii telefonicznych.

W ciągu 8 lat z licytacji złotych kart TP uzyskano ponad 1 mln zł na ratowanie życia i zdrowia dzieci.

TP uczestniczy w wielu innych akcjach prowadzonych przez różne organizacje pozarządowe. Aby wspierać ważne działania społeczne, TP nieodpłatnie udostępnia linie telefoniczne służące zbiórkom pieniędzy oraz bezpłatne linie informacyjne na potrzeby ogólnopolskich akcji na rzecz dzieci lub centrów informacyjnych dla terenów objętych klęskami żywiołowymi.

TP prowadzi aktywne działania mające na celu budowę społeczeństwa informacyjnego. Obejmują one zarówno działania komercyjne (m.in. zwiększenie dostępności infrastruktury szerokopasmowej), jak również działania o charakterze niekomercyjnym.

Firma realizuje szeroko zakrojone programy edukacyjne dla dzieci i młodzieży upowszechniające umiejętność posługiwania się Internetem:

- Edukacja z internetem tp – w roku szkolnym 2004/2005 placówki oświatowe płaciły symboliczną złotówkę abonamentu netto za najszybszy osiągnięty dostęp do Internetu (obecnie cena za najwyższą możliwą opcję neostrady tp równa jest cenie najniższej opcji). TP umożliwiła uczniom korzystanie z Internetu bez limitu w transferze danych. Szkoły uczestniczące w programie otrzymały także materiały dydaktyczne, pokazujące możliwości wykorzystania technologii informacyjnych. Program prowadzony jest we współpracy z Ministerstwem Edukacji Narodowej oraz Związkiem Powiatów Polskich.

Na koniec 2005 roku z szerokopasmowego dostępu do Internetu w ramach programu korzystało już ponad 3 miliony uczniów uczęszczających do ponad 9,5 tys. szkół, z czego 42 proc. stanowiły szkoły z gmin wiejskich. Dzięki programowi szkoły zaoszczędziły w roku szkolnym 2004/2005 ponad 12 mln zł.

- W ramach programu „edukacja z internetem tp” realizowano też szkolenia dla nauczycieli w zakresie wykorzystania narzędzi multimedialnych, prowadzone wraz ze Szkołą Wyższą Psychologii Społecznej w Warszawie. Szkoły uczestniczące w programie mogły ubiegać się o granty w postaci sprzętu komputerowego i oprogramowania.
- Rok Bezpiecznego Internetu – rok szkolny 2005/2006 został ogłoszony przez TP Rokiem Bezpiecznego Internetu. Firma została głównym partnerem ogólnopolskiej kampanii „Dziecko w Sieci”, której celem jest poprawa bezpieczeństwa dzieci i młodzieży korzystającej z Internetu. W jej ramach organizowane są spotkania z nauczycielami i rodzicami zwiększające świadomość problemu oraz pokazujące metody ochrony najmłodszych przed zagrożeniami. W ramach akcji, we wrześniu 2005 roku, TP wraz z Panda Software Polska nieodpłatnie zaoferowała szkołom biorącym udział w programie „edukacja z internetem tp” pakiet e-bezpieczeństwo zawierający m.in. „ochronę rodzicielską” (tj. funkcjonalność pozwalającą chronić dzieci przed kontaktem z niepożądanymi treściami) oraz scenariusze lekcji na temat bezpieczeństwa opracowane przez ekspertów z Fundacji Dzieci Niczyje.
- Konkurs „ok!internet” – w listopadzie 2005 roku TP ogłosiła ogólnopolski konkurs plastyczny dla dzieci i młodzieży pod patronatem MEN, którego celem było promowanie bezpiecznego Internetu. Rozstrzygnięcie konkursu nastąpiło w 2006 roku. Autorzy najlepszych prac otrzymali cenne nagrody.
- Akademia Szkoły z Klasą – od 2003 roku TP jest partnerem akcji promującej nowoczesną edukację, organizowanej przez Centrum Edukacji Obywatelskiej pod patronatem „Gazety Wyborczej”. Do akcji przystąpiło ponad 5 tys. placówek szkolnych, którym TP przekazała w 2004 i 2005 roku granty o wartości 200 tys. złotych na realizację „Szkolnych Projektów Internetowych TP”.
- Innowacyjny nauczyciel – w grudniu 2004 roku ruszył pierwszy autorski konkurs TP i Microsoft realizowany przy współpracy z Akademią Pedagogiczną w Krakowie, przeznaczony dla nauczycieli oraz studentów kierunków nauczycielskich, promujący zastosowanie multimedialnych narzędzi, w tym Internetu, w nauczaniu informatyki oraz przedmiotów nieinformatycznych.

- Komputery Dzieciom – program wsparcia szkół z terenów słabych ekonomicznie, w ramach którego TP systematycznie przekazuje szkołom podstawowym wycofywany z użytku sprzęt komputerowy.

W ciągu ostatnich trzech lat TP przekazała ponad 2000 komputerów szkołom z najbardziej potrzebujących regionów.

We wszystkich projektach o charakterze charytatywnym i edukacyjnym aktywny udział biorą pracownicy TP. Do tej pory w różne akcje społeczne jako wolontariusze zaangażowało się już ponad 500 pracowników firmy. Od 2004 roku TP organizuje konkurs na najlepsze lokalne pomysły dotyczące wolontariatu na rzecz dzieci, zgłaszane przez pracowników firmy. Na realizację kilkunastu najlepszych projektów firma zapewniła niezbędne fundusze.

W 2003 roku, podczas Gali Wolontariatu, pracownicy TP otrzymali cenne wyróżnienie przyznawane przez Stowarzyszenie Centrum Wolontariatu w kategorii „wolontariat pracowniczy”.

TP wspierała również inne liczne projekty edukacyjne, w tym między innymi:

- Laboratorium Edukacyjne „Mózg” – TP współorganizowała wystawę prezentującą najnowsze osiągnięcia w badaniach nad ludzkim mózgiem, przygotowaną przez duńskie Centrum Naukowe „Experimentarium”. Wystawa prezentowana była od stycznia do sierpnia 2005 w Pałacu Kultury i Nauki w Warszawie.
- Praktyki studenckie – TP oferuje studentom ostatnich lat studiów różnorodne programy praktyk, w których w 2005 roku uczestniczyło prawie 900 osób. TP była również w 2005 roku największym fundatorem praktyk w programie „Grasz o Staż”. Firma od kilku lat postrzegana jest jako jeden z najbardziej pożądanym pracodawców, zajmując czołowe pozycje w licznych rankingach, dystansując międzynarodowe koncerny o uznanej renomie:
 - drugie miejsce w Ogólnopolskim Rankingu „Kariera z Pracodawcą 2005” (bezpośrednio za PTK Centertel z Grupy TP),
 - siódma pozycja w rankingu najbardziej pożądanym pracodawców w 2005 roku dla inżynierów prowadzonym przez „Bank Danych o Inżynierach”,
 - dziesiąte miejsce w organizowanym przez AIESEC konkursie „Pracodawca Roku” (w poprzednich pięciu latach firma plasowała się na miejscach od pierwszego do piątego).
- Akademia Przedsiębiorczości – TP jest inicjatorem i mecenasem projektu edukacyjnego dla kadry menedżerskiej małych i średnich przedsiębiorstw z zakresu zarządzania, marketingu, doradztwa technicznego i pozyskiwania dotacji UE na realizację projektów rozwojowych. Projekt realizowany jest od 2003 roku w formie warsztatów, które mają charakter interaktywnych spotkań konsultacyjno-doradczych. Do końca 2005 roku uczestniczyło w nich ponad 3 tys. przedsiębiorców. W styczniu 2006 roku Akademia została objęta patronatem Global Compact.
- Rozmowy o Dobrym Biznesie – w 2005 roku TP zainicjowała cykl spotkań dotyczących kwestii społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR), w których biorą udział lokalni przedsiębiorcy i urzędnicy, organizacje pozarządowe oraz media. Spotkania odbywają się przy wsparciu merytorycznym Forum Odpowiedzialnego Biznesu i również objęte są patronatem Global Compact.
- Samorządowe Forum Inwestycyjno-Gospodarcze – program seminariów dla samorządowców, podczas których TP prowadzi debatę na temat obsługi inwestorów i pozyskiwania bezpośrednich inwestycji zagranicznych. Pierwsza edycja Forum odbyła się w 14 miastach i wzięło w niej udział prawie 600 samorządowców.

TP prowadzi nie tylko działania charytatywne i edukacyjne, ale również wspiera sportowców, zarówno na szczeblu ogólnopolskim, jak również lokalnym. Kompleksowe podejście TP sprawia, że pomoc obejmuje również dzieci i młodzież oraz zawodników niepełnosprawnych.

Od 2002 roku TP jest Głównym Sponsorem Polskiej Reprezentacji Piłkarskiej. Firma we współpracy z Polskim Związkiem Piłki Nożnej organizuje również największe w Polsce piłkarskie rozgrywki dla przyszłych piłkarzy – Puchar TP w Piłce Nożnej dla Dzieci im. Marka Wielgusa.

W 2005 roku w Pucharze TP udział wzięło ponad 1750 zespołów, w których zagrało 17,5 tys. dzieci. Honorowy patronat nad Pucharem TP objęła UEFA.

TP wspiera także sport osób niepełnosprawnych, będąc od 12 lat strategicznym partnerem Stowarzyszenia „Olimpiady Specjalne Polska”. Misją Olimpiad Specjalnych jest organizowanie treningów i zawodów sportowych w różnych olimpijskich dyscyplinach sportu dla dzieci i dorosłych z upośledzeniem umysłowym, aby zapewnić im lepszy rozwój fizyczny i dać odrobinę radości życia.

TP wspierała również działania mające na celu zachowanie polskiego dziedzictwa kulturowego. Firma pomogła finansować prace konserwatorskie w Łazienkach Królewskich, na które przekazała już ponad 1,5 mln zł. TP współfinansowała także Festiwal Wratislavia Cantans, Teatr Stu z Krakowa, polskie tournée zespołu Komedii Francuskiej ze spektaklem „Don Juan” Moliera oraz program edukacyjny dla dzieci i młodzieży „Kwadryga”, przygotowany wspólnie z Teatrem Wielkim – Operą Narodową. Firma przywiązuje specjalną wagę do konserwacji zabytkowych budynków znajdujących się pod jej opieką.

Dzięki wsparciu TP w Łazienkach Królewskich w Warszawie odnowiono elewację Pałacu na Wyspie oraz budynek Starej Pomarańczarni, a także malowidła Teatru i Świątyni Diany oraz elementy Świątyni Egipskiej i Nowej Oranżerii.

W 2004 roku TP otrzymała od Ministerstwa Kultury najbardziej prestiżowy tytuł „Mecenasa Kultury” za aktywne działania sponsorskie. Firma otrzymała również inne liczne nagrody i wyróżnienia w dziedzinie kultury oraz ochrony i renowacji zabytków, w tym między innymi:

- wyróżnienie za program edukacyjny dla dzieci „Kwadryga”,
- nagrodę „Zadbany Zabytek AD 2004” za renowację piętnastowiecznej kamienicy w Sandomierzu, będącej własnością TP,
- nominację w „Ogólnopolskim Konkursie Otwartym Modernizacja 2004”.

4.2. Odpowiedzialność za produkty i usługi

Bezpieczeństwo a emisja pól elektromagnetycznych. TP, mając na uwadze zdrowie i bezpieczeństwo klientów, dba, by wszystkie terminale abonenckie przeszły pozytywnie odpowiednie testy bezpieczeństwa. Nie ma możliwości, by do testów w TP zakwalifikowano urządzenie bez znaku CE. Terminale bez prawidłowych oznaczeń są odrzucane. Jest to o tyle ważne, że znak CE zapewnia m.in. spełnienie wymagań co poziomów emitowanych pól.

TP prowadzi działania mające na celu zapewnienie zgodności dopuszczalnych poziomów niejonizującego promieniowania elektromagnetycznego stacji nadawczych z obowiązującymi przepisami. Dotyczy to oczywiście również nowo planowanych obiektów oraz rozbudowywania istniejących. Poziom promieniowania elektromagnetycznego na obszarach wokół stacji nadawczych jest także obowiązkowo sprawdzany poprzez pomiary wykonywane przez jednostki niezależne od TP.

Wymagania ICNIRP (International Commission on Non-Ionising Radiation Protection) odnośnie dopuszczalnego poziomu emisji fal radiowych przez stacje bazowe (zalecane także przez UE) są dużo łagodniejsze od wymagań obowiązujących w Polsce. W Polsce poziomy pól wokół wszystkich stacji bazowych i nadawczych są sprawdzane bardzo rygorystycznie i wymagania naszych przepisów są spełnione.

Niekontrolowany wzrost kosztów. Poza szeregiem blokad połączeń wychodzących oferowanych przez firmę, szczególnie ważnym narzędziem zabezpieczającym klientów przed niekontrolowanym narastaniem wysokich rachunków jest system monitorowania ruchu telefonicznego i wychwytywania anomalii oraz informowania o nich klientów, zwany Systemem Wczesnego Ostrzegania (Early Warning System). Dzięki niemu bardzo wcześnie udaje się wychwycić niepokojący wzrost liczby i wartości połączeń, ostrzec klienta o ryzyku pojawienia się wysokiej płatności i pomóc w znalezieniu właściwego rozwiązania problemu.

Bezpieczeństwo w Internecie. W firmie działa specjalny Zespół Reagujący, którego zadaniem jest obsługa nadużyć sieciowych. Każde zgłoszenie jest rejestrowane. Wdrożono system logów pozwalający jednoznacznie zidentyfikować konkretnego użytkownika poprzez system dostępu oraz system billingowy centrali.

W celu przeciwdziałania dialerom, które klienci nieświadomie instalowali na swoich komputerach, w efekcie przekierowując połączenia do Internetu na numer o podwyższonej płatności, TP zaoferowała w 2003 roku bezpłatne oprogramowanie antydialerowe. Zostało ono napisane przez grupę młodych polskich informatyków, wyłonionych w konkursie zorganizowanym przez TP. Firma wprowadziła również Kodeks Etyki dla usługodawców audiotekstowych, z którymi współpracuje.

W ofercie komercyjnej TP znajduje się również kompleksowy pakiet e-bezpieczeństwo. Funkcjonalność pakietu jest zależna od wariantu i może obejmować ochronę antywirusową, wykrywanie nieznanymi wirusów, robaków sieciowych, firewall, antyspyware, ochronę przed spamem, ochronę przed dialerami oraz filtrowanie zawartości stron WWW i ochronę rodzicielską.

Bezpieczeństwo regulowania zobowiązań wobec TP. Telekomunikacja Polska aktywnie zachęca klientów do najbezpieczniejszej, bezgotówkowej formy płatności, jaką jest polecenie zapłaty. Wraz z innymi polskimi operatorami telekomunikacyjnymi, TP współtworzy Koalicję na Rzecz Polecenia Zapłaty, której celem jest popularyzacja i rozwój tej formy rozliczeń. Dla klientów, którzy preferują bezpośrednie wpłaty gotówkowe, np. w supermarkecie podczas zakupów, TP rekomenduje dokonywanie ich w punktach należących do znanych sieci, takich jak VIA i PayTel, które dają gwarancję, że płatność trafi szybko i bezpiecznie do TP. Oczywiście klienci mogą w sposób jak najbardziej bezpieczny dokonywać wpłat, korzystając z usług banków oraz placówek Poczty Polskiej.

Informacje o stanie rozliczeń z TP. TP dąży do tego, by wszelkie informacje dostarczane klientom były szybko dostępne i przejrzyste. Dane o bieżącym saldzie rozliczeń klientów z TP dostępne są na fakturach oraz pod numerem błękitnej linii tp 9393. Równocześnie prowadzone są działania w celu zwiększenia czytelności faktur.

Osoby niepełnosprawne. Szczególną uwagę TP przykładą do obsługi osób niepełnosprawnych, oferując im 50 proc. ulgę w abonamencie w wybranych planach taryfowych oraz 50 proc. ulgę na przyłączenie urządzenia końcowego do sieci. TP posiada w swojej ofercie aparaty telefoniczne charakteryzujące się dużymi, wygodnymi w obsłudze klawiszami z wyraźnym nadrukami, wypukłym klawiszem „5” (ułatwiającym posługiwanie się telefonem osobom niewidomym), czytelnym wyświetlaczem czy pętlą indukcyjną. Do wymagań tej grupy klientów dostosowano też aparaty publiczne, które zostały odpowiednio oznakowane. TP dostosowuje swoją sieć sprzedaży tak, by była ona przyjazna osobom niepełnosprawnym.

Osoby niewidome i niedowidzące mogą otrzymywać faktury drukowane pismem Braille’a, powiększoną czcionką lub w formie elektronicznej.

4.3. Ochrona prywatności

TP administruje danymi osobowymi klientów zgodnie z obowiązującym prawem. Do współpracy z Generalnym Inspektorem Ochrony Danych Osobowych powołano Koordynatora ds. Ochrony Danych Osobowych, który ponadto ustala jednolite zasady ochrony danych osobowych i nadzoruje ich stosowanie oraz zarządza stosowne kontrole lub szkolenia. Osoby, których dane dotyczą, mają zapewnione prawo kontroli przetwarzania ich danych osobowych. W 2005 roku wprowadzono w TP nowy regulamin bezpieczeństwa danych osobowych. Każdy klient ma prawo do ochrony prywatności, w tym zablokowania wybranych połączeń przychodzących, wyłączenia identyfikacji własnego numeru, niepublikowania danych teleadresowych w spisach abonentów oraz nieotrzymywania ofert reklamowych od TP.

4.4. Prawa człowieka i etyka

TP w jednoznaczny sposób określiła najważniejsze kwestie związane z prawami człowieka, etyką i uczciwością w firmie, co znalazło swoje odzwierciedlenie w Kodeksie Etyki TP przyjętym przez Zarząd w kwietniu 2005 roku. Kodeks jest zgodny z zasadami i wzorcami etycznymi obowiązującymi w całej Grupie France Telecom. W proces jego tworzenia zaangażowane były szerokie grupy pracowników TP. Określono w nim jednostki organizacyjne odpowiedzialne za walkę z nieetycznymi zachowaniami i system zgłaszania zauważonych nieprawidłowości, oszustw i nadużyć. Działania te powinny istotnie obniżyć ryzyko występowania zjawisk nieetycznych.

TP bierze aktywny udział w realizacji wspólnego dla Grupy FT programu oceny dostawców QREDIC, stanowiącego część projektu Top Sourcing. Jednym z kryteriów oceny są kwestie respektowania przez dostawcę zasad ekologicznych i etycznych, w tym dotyczących respektowania praw człowieka i szczególnej ochrony praw dziecka. Definitywnie negatywna ocena w zakresie przestrzegania standardów ekologicznych i etycznych dyskwalifikuje dostawcę. W kontraktach globalnych wprowadzana jest „klauzula etyczna i środowiskowa”. Klauzula zawiera zobowiązania dostawcy odnoszące się do respektowania zasad etycznych i ochrony środowiska. Jeżeli chodzi o lokalnych polskich dostawców, to proszeni są oni o wypełnienie kwestionariusza „Odpowiedzialność społeczna i zrównoważony rozwój” oraz umieszczenia w treści umowy klauzuli etycznej.

Kodeks Etyki TP zawiera również ogólne zasady postępowania w relacjach z dostawcami i klientami. W sferze zakupów obowiązują ściśle zasady postępowania dla każdego etapu, zapewniające równe warunki oraz zabezpieczające poufność informacji handlowych. Procedury akceptacji zakupów są wieloetapowe, a sam proces jest monitorowany i raportowany. W TP wdrożono system klasy eProcurement obejmujący centralne wsparcie elektronicznego obiegu dokumentów wszystkich rodzajów zakupów i dystrybucji towarów do placówek sieci sprzedaży TP. Pozwala to uzyskać istotne oszczędności i minimalizuje ryzyko korupcji.

TP jest członkiem Polskiej Izby Informatyki i Telekomunikacji, Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych „Lewiatan” oraz European Telecommunications Network Operators Association, poprzez które opiniuje proponowane rozwiązania legislacyjne.

Przyjęte przez TP zasady etyczne zakładają pełną apolityczność Grupy TP.

4.5. Zatrudnienie

Wykwalifikowana kadra pracownicza stanowi kluczowy zasób firmy, decydujący o jej przewadze konkurencyjnej, dlatego TP inwestuje w rozwój pracowników i buduje z nimi długoterminowe relacje, co odzwierciedla dominująca liczba osób zatrudnionych bezterminowo w pełnym wymiarze pracy.

W 2003 roku TP otrzymała wyróżnienie w konkursie organizowanym pod honorowym patronatem Prezydenta RP – „Lider Zarządzania Zasobami Ludzkimi”.

| | 31.12.2005 | 31.12.2004 | 31.12.2003 |
|-------------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|
| Stan zatrudnienia w Telekomunikacji Polskiej (w etatach), w tym: | | | |
| – bezterminowa umowa o pracę | 27 590 | 30 456 | 36 171 |
| – czasowa umowa o pracę | 541 | 808 | 609 |
| Zatrudnienie (w osobach) w podziale na wymiar pracy: | | | |
| – w pełnym wymiarze czasu pracy | 27 633 | 30 493 | 36 211 |
| – w niepełnym wymiarze czasu pracy | 27 530 | 30 410 | 36 115 |
| | 103 | 83 | 96 |

Przeprowadzany proces restrukturyzacji firmy wiązał się z optymalizacją zatrudnienia, co w praktyce oznaczało redukcję miejsc pracy, która realizowana była głównie w oparciu o dobrowolne odejścia pracowników. Ponadto firma starała się łagodzić skutki zwolnień, oferując pracownikom wsparcie tak materialne, jak i niematerialne. Wysokość dodatkowych wypłat dla osób zgłaszających dobrowolne odejście, poza tymi przewidzianymi w Ponadzakładowym Układzie Zbiorowym Pracy, była jednym z tematów negocjacji ze związkami zawodowymi. Poza osłoną materialną, odchodzący pracownicy mogli liczyć na wsparcie ze strony TP (szkolenia, ocena kompetencji, pomoc w kontaktach z Urzędami Pracy).

Bezwzględny priorytet w Grupie TP ma rekrutacja wewnętrzna. Rekrutacja odbywa się w oparciu o profil kompetencji właściwy dla danej roli zawodowej. Opracowane zostały szczegółowe zasady działania służące wzmocnieniu wewnętrznego rynku pracy poprzez rozwój zawodowy pracowników, pomoc w zarządzaniu ścieżkami kariery zawodowej, efektywne wykorzystanie ich kompetencji czy zmianę zawodu, a nawet zmianę miejsca zamieszkania. Zasady te wchodziły w skład Programu Mobilności Zawodowej, którego głównym celem jest zapewnienie optymalnego wykorzystania potencjału wszystkich zatrudnionych. W 2005 roku, korzystając z Programu Mobilności Zawodowej, pracę zmieniło blisko 3900 pracowników (w 2004 roku było to niespełna 600 osób).

Firma oferuje pracownikom szereg praw wynikających z postanowień Ponadzakładowego Układu Zbiorowego Pracy, którym na koniec roku objętych było 98 proc. pracowników (nie dotyczy on najwyższej kadry menedżerskiej). Ponadto pracownicy TP mogą skorzystać m.in. z ofert Pracowniczego Programu Emerytalnego, oferty pożyczek mieszkaniowych, ubiegać się o dofinansowanie nauki w szkołach wyższych czy refundację nauki języków obcych, itp.

W roku 2004 roku w Telekomunikacji Polskiej zrealizowanych zostało w sumie 131 tys. osobodni szkoleń, co przekładało się na 4,55 dnia szkoleniowego na jednego pracownika, z czego prawie 75 tys. osobodni stanowiły szkolenia e-learningowe (57 proc.).

TP udostępnia swoim pracownikom blisko 700 programów e-learningowych z bardzo różnych obszarów tematycznych.

Warto wspomnieć też o programie „Skuteczny Menedżer” adresowanym do menedżerów liniowych, którego celem jest spójny rozwój kompetencji menedżerskich oraz budowanie standardów w zakresie zarządzania w TP. W 2005 roku przeszkolono 598 menedżerów. Innym ważnym programem jest „Talent Review”, którego celem jest wychwycenie talentów menedżerskich w TP i inwestowanie w dalszy rozwój ich kompetencji.

Zasady wyznawane przez TP zakładają równouprawnienie wszystkich pracowników. Przykładem może tu być eliminowanie ewentualnej dyskryminacji kobiet, które stanowią prawie połowę pracowników firmy:

| Pracownicy ogółem (etaty) | | | |
|---------------------------|-----------|---------|----------|
| | mężczyźni | kobiety | % kobiet |
| 31.12.2003 roku | 18 846 | 17 325 | 47,9 |
| 31.12.2004 roku | 16 051 | 14 405 | 47,3 |
| 31.12.2005 roku | 14 826 | 12 764 | 46,3 |

W TP działa Komisja BHP, która jest organem doradczym pracodawcy. Dokonuje ona okresowej oceny bezpieczeństwa i warunków pracy oraz formułuje wnioski dotyczące ich poprawy. Przeprowadzone zmiany organizacyjne i technologiczne pozwoliły doprowadzić do sytuacji, w której w praktyce nie odnotowuje się występowania chorób zawodowych związanych z warunkami pracy na konkretnym stanowisku. TP nie zatrudnia pracowników w warunkach szkodliwych dla zdrowia. Gęstości pól elektromagnetycznych emitowanych przez urządzenia TP są stale mierzone i nie przekraczają dopuszczalnych natężeń. Pracownicy nadzorujący sieć i urządzenia energetyczne oraz pracujący na wysokościach przechodzą odpowiednie szkolenia i posiadają dodatkowe kwalifikacje uprawniające do takich prac.

TP dąży do tego, by zapewniać dobre warunki w zakresie bezpieczeństwa pracy. Częstotliwość wypadków w firmie w 2005 roku była prawie dwa razy niższa niż przeciętna w Polsce. Nie zanotowano żadnego wypadku śmiertelnego.



5. Działalność TP a środowisko naturalne

Działalność TP nie jest związana z procesami zagrażającymi rzadkim lub nieodnawialnym zasobom naturalnym ani różnorodności środowiska. Kontrole przeprowadzone w 2002 i 2003 roku potwierdziły powyższy stan rzeczy. Dzięki regularnym testom infrastruktury, monitorowaniu emisji oraz szkoleniom TP doprowadziła do zmniejszenia większości wskaźników oddziaływania na środowisko.

Zużycie materiałów, wody i energii

| | Jednostka | Szacowana ilość w 2005 roku |
|---------------------------|----------------|-----------------------------|
| papier [EN1] | tony | 1 240,57 |
| woda [EN5] | m ³ | 760 874,36 |
| energia elektryczna [EN3] | MWh | 399 906,70 |

Szacowana emisja bezpośrednia i pośrednia CO₂ wynikająca z działalności TP [EN8]

| Źródło emisji | Jednostka | Szacowana ilość w 2005 roku |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------------------------|
| ze spalania oleju opałowego | kg | 9 725 184,00 |
| ze spalania gazu | kg | 9 156 113,00 |
| ze spalania węgla | kg | 672,00 |
| ze spalania pozostałych paliw | kg | 705,80 |
| ogółem ze spalania paliw w obiektach firmy | kg | 18 882 674,80 |
| związane z wyprodukowaniem energii elektrycznej zakupionej przez firmę | kg | 1 599 626,80 |
| pojazdy – benzyna bezołowiowa | kg | 15 813 620,10 |
| pojazdy – benzyna ołowiowa | kg | 0,00 |
| pojazdy – olej napędowy | kg | 2 299 687,20 |
| pojazdy – LPG | kg | 5 127,00 |
| ogółem pojazdy | kg | 18 118 434,30 |
| ogółem emisja CO₂ | kg | 38 600 735,90 |

Odpady [EN11]

| Odpady | Jednostka | Szacowana ilość w 2005 roku |
|-----------------------------------------------------------|-----------|-----------------------------|
| waga opakowań zużytych do sprzedaży i dystrybucji wyrobów | tony | 13,72 |
| słupy drewniane – wycofane z eksploatacji | tony | 609,80 |
| kable miedziane – wycofane z eksploatacji | tony | 642,43 |
| baterie sieciowe powyżej 3 kg – wycofane z eksploatacji | tony | 41,46 |
| tonery | tony | 13,00 |
| substancje uznane za niebezpieczne | tony | 49,11 |
| inne odpady (uznane za bezpieczne) | tony | 2095,78 |
| | | |

TP współpracuje tylko z takimi odbiorcami odpadów, którzy przejmują pełną odpowiedzialność za nie oraz potrafią udokumentować każdy etap drogi odpadów do podmiotu je unieszkodliwiającego.

Jednym z odpadów, który ze względu na substancje konserwujące (związki ropopochodne) uznawany jest za odpad niebezpieczny, są drewniane słupy telefoniczne. Są one sukcesywnie utylizowane przez wyspecjalizowaną firmę. W roku ubiegłym zutylizowanych zostało 30,2 proc. słupów wycofanych z użytku, pozostałe są magazynowane i czekają na utylizację. Wycofywane kable miedziane są przekazywane do punktów skupu metali kolorowych, a te, które ze względu na materiał, z jakiego wykonana jest izolacja, mogłyby stanowić zagrożenie dla środowiska, trafiają do wyspecjalizowanych firm, gdzie poddawane są procesowi utylizacji. Niemniej miedź, z której są wykonane, w 100 proc. trafia do ponownego wykorzystania. Podobnie 100 proc. baterii sieciowych jest unieszkodliwiane przez wykwalifikowane podmioty. TP zawarła umowy, w myśl których kontrahenci dostarczający baterie w ramach prac konserwacyjnych, są zobowiązani do ich odbierania i unieszkodliwiania zużytych elementów. Podobnie wygląda sytuacja w przypadku tonerów do drukarek i ksero, które w 100 proc. są utylizowane.

W 2005 roku w TP nie zanotowano przypadku naruszenia przepisów ochrony środowiska. Nie nałożono również na TP żadnych kar związanych z ochroną środowiska.





↑ www.tp.pl
— blizej —

