



**შპს „სელფი მობაილ“-ის "ინვესტორებთან ურთიერთობისა  
და ინფორმაციის გამჟღავნების პოლიტიკა"**

## 1. შესავალი

შპს „სელფი მობაილ“ ("კომპანია") ვალდებულია უზრუნველყოს გამჭვირვალობა და ღია კომუნიკაცია თავის აქცონერებთან/პარტნიორებთან (პარტნიორებთან), ინვესტორებთან და პოტენციურ ინვესტორებთან. ეს პოლიტიკა განსაზღვრავს კომპანიის მიდგომას პარტნიორებთან და ინვესტორებთან ურთიერთობისა და ინფორმაციის გამჟღავნების მიმართ.

კომპანია აღიარებს ეფექტური და დროული კომუნიკაციის მნიშვნელობას კაპიტალის ბაზრებთან. ჩვენი მიზანია, უზრუნველვყოთ ყველა დაინტერესებული მხარე ზუსტი, სრული და დროული ინფორმაციით კომპანიის საქმიანობის, ფინანსური მდგომარეობისა და პერსპექტივების შესახებ, მოქმედი კანონმდებლობისა და მარეგულირებელი მოთხოვნების შესაბამისად.

ეს პოლიტიკა ვრცელდება კომპანიის ყველა თანამშრომელზე, სამეთვალყურეო საბჭოს წევრებზე და ოფიციალურ წარმომადგენლებზე. იგი განსაზღვრავს პრინციპებს, პროცედურებსა და პრაქტიკას, რომლებიც დაცული უნდა იყოს ინფორმაციის გამჟღავნებისა და ინვესტორებთან კომუნიკაციის დროს.

## 2. მიზანი და ამოცანები

ამ პოლიტიკის მთავარი მიზანია უზრუნველყოს, რომ კომპანია ასრულებდეს თავის ვალდებულებებს ინფორმაციის გამჟღავნებასა და ინვესტორებთან ურთიერთობაში.

კომპანიის კონკრეტული ამოცანებია:

2.1. უზრუნველყოს, რომ მოქმედი კანონმდებლობისა და მარეგულირებელი მოთხოვნების შესაბამისად, ყველა მატერიალური/მნიშვნელოვანი ინფორმაცია კომპანიის შესახებ იყოს დროულად და სამართლიანად გამჟღავნებული.

2.2. ხელი შეუწყოს ეფექტურ და ორმხრივ კომუნიკაციას ინვესტორებთან, ანალიტიკოსებთან და სხვა კაპიტალის ბაზრის მონაწილეებთან.

2.3. უზრუნველყოს თანმიმდევრული და ზუსტი ინფორმაციის მიწოდება კომპანიის სტრატეგიის, ოპერაციებისა და ფინანსური შედეგების შესახებ.

2.4. გაზარდოს კომპანიის გამჭვირვალობა და გააძლიეროს ინვესტორთა ნდობა.

2.5. უზრუნველყოს ინსაიდერული ინფორმაციის სათანადო მართვა და გამჟღავნება.

2.6. დაიცვას კომპანიის რეპუტაცია და ბრენდი ინვესტორებთან და ფართო საზოგადოებასთან ურთიერთობისას.

### 3. რეგულაციებთან შესაბამისობა

შპს "სელფი მობაილი" ვალდებულია სრულად დაიცვას ყველა მოქმედი კანონი და რეგულაცია, რომელიც უკავშირდება ინვესტორებთან ურთიერთობას და ინფორმაციის გამჟღავნებას. კომპანია განსაკუთრებულ ყურადღებას აქცევს შემდეგ საკანონმდებლო და მარეგულირებელ აქტებს:

3.1. საქართველოს კანონი "მენარმეთა შესახებ" ეს კანონი არეგულირებს კომპანიის, როგორც შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოების, საქმიანობის ძირითად ასპექტებს, მათ შორის პარტნიორთა უფლებებს და ინფორმაციის გამჟღავნების ზოგად პრინციპებს.

3.2. საქართველოს კანონი "ფასიანი ქაღალდების ბაზრის შესახებ" ეს კანონი განსაზღვრავს ფასიანი ქაღალდების ემიტენტების ვალდებულებებს ინფორმაციის გამჟღავნების კუთხით. კომპანია, როგორც ობლიგაციების ემიტენტი, ვალდებულია დაიცვას ამ კანონით გათვალისწინებული ყველა მოთხოვნა.

3.3. საქართველოს ეროვნული ბანკის რეგულაციები კომპანია ასრულებს საქართველოს ეროვნული ბანკის მიერ დადგენილ ყველა რეგულაციას, რომელიც ეხება ფასიანი ქაღალდების ემიტენტებს, მათ შორის:

- "ფასიანი ქაღალდების რეგისტრაციის, განთავსების, მიმოქცევისა და ანგარიშსწორების წესი"
- "ანგარიშვალდებული სანარმოს მიერ ინფორმაციის გამჟღავნების წესი"

3.4. კომპანია ასრულებს საქართველოს საფონდო ბირჟის ყველა წესს, რომელიც ეხება ლისტინგში მყოფ კომპანიებს და ობლიგაციების ემიტენტებს.

### 4. ინფორმაციის გამჟღავნების პრინციპები

კომპანია ვალდებულია იღებს დაიცვას შემდეგი პრინციპები ინფორმაციის გამჟღავნებისას:

4.1. გამჭვირვალობა: კომპანია ვალდებულია იღებს, იყოს ღია და გულწრფელი თავის კომუნიკაციაში, გარდა იმ შემთხვევებისა, როდესაც ინფორმაცია კონფიდენციალურია ან კომერციულად სენსიტიური.

4.2. დროულობა: მატერიალური/მნიშვნელოვანი ინფორმაცია გამჟღავნდება დროულად, კანონმდებლობისა და მარეგულირებელი მოთხოვნების შესაბამისად.

4.3. თანმიმდევრულობა: კომპანია უზრუნველყოფს, რომ ყველა დაინტერესებულ მხარეს მიწოდოს თანმიმდევრული ინფორმაცია, მიუხედავად იმისა, არის თუ არა ეს ინფორმაცია პოზიტიური ან ნეგატიური.

4.4. სამართლიანობა: ყველა დაინტერესებულ მხარეს ექნება თანაბარი წვდომა მატერიალურ/მნიშვნელოვან ინფორმაციაზე. კომპანია არ მიაწვდის უპირატესობას თანაბარ პირობებში მყოფ ჯგუფს ან ინდივიდს.

4.5. სიზუსტე: გამჟღავნებული ინფორმაცია იქნება ზუსტი, სრული და არ შეიცავს შეცდომაში შემყვან განცხადებებს.

4.6. მატერიალურობა: კომპანია გაამჟღავნებს ყველა ინფორმაციას, რომელიც შეიძლება ჩაითვალოს მატერიალურად და გავლენა მოახდინოს ინვესტორების გადანყვეტილებაზე.

4.7. კონფიდენციალურობა: კომპანია დაიცავს კონფიდენციალურ ინფორმაციას და არ გაამჟღავნებს მას, გარდა იმ შემთხვევებისა, როდესაც ამას მოითხოვს კანონი ან შესაბამისი მარეგულირებელი ორგანო.

4.8. უნწყვეტობა: კომპანია უზრუნველყოფს რეგულარულ და უწყვეტ კომუნიკაციას ინვესტორებთან და სხვა დაინტერესებულ მხარეებთან.

## 5. პარტნიორებთან და ინვესტორებთან კომუნიკაციის არხები

კომპანია იყენებს შემდეგ არხებს ინვესტორებთან და სხვა დაინტერესებულ მხარეებთან კომუნიკაციისთვის:

5.1. კორპორატიული ვებგვერდი:

- კომპანიის ოფიციალური ვებგვერდი შეიცავს სპეციალურ "ინვესტორთა ურთიერთობების" განყოფილებას.
- ამ განყოფილებაში განთავსდება ყველა მნიშვნელოვანი ფინანსური და არაფინანსური ინფორმაცია.

5.2. ფინანსური ანგარიშგებები:

- წლიური და ნახევარწლიური ფინანსური ანგარიშები.
- მმართველობითი ანგარიში.

5.3. საბირჟო შეტყობინებები:

- მატერიალური ინფორმაციის გამჟღავნება შესაბამისი საფონდო ბირჟებისა და მარეგულირებელი ორგანოების მეშვეობით.

5.4. პრეს-რელიზები:

- მნიშვნელოვანი კორპორატიული მოვლენების, ფინანსური შედეგებისა და სტრატეგიული გადანყვეტილებების შესახებ.

5.5. ინვესტორებთან შეხვედრები:

- ინდივიდუალური და ჯგუფური შეხვედრები.
- ინვესტორთა კონფერენციებში მონაწილეობა.

5.6. პარტნიორთა წლიური კრება:

- წლიური შეხვედრა პარტნიორებთან კომპანიის საქმიანობის განსახილველად.

5.7. სოციალური მედია:

- ოფიციალური სოციალური მედიის არხები გამოიყენება მხოლოდ უკვე საჯაროდ გამოქვეყნებული ინფორმაციის გასავრცელებლად.

## 6. ფინანსური ინფორმაციის გამჟღავნება

კომპანია ვალდებულია გაამჟღავნოს ფინანსური ინფორმაცია შემდეგი პრინციპების დაცვით:

6.1. პერიოდულობა:

- წლიური ფინანსური ანგარიშგება - სამეურნეო წლის დასრულების შემდგომ, მაგრამ არაუგვიანეს 15 მაისისა
- ნახევარი წლის ფინანსური ანგარიში - საქართველოს ეროვნულ ბანკს უნდა წარედგინოს და გამოაქვეყნდეს მიმდინარე წლის 15 აგვისტომდე.

6.2. ფინანსური ანგარიშგების სტანდარტები:

- ფინანსური ანგარიშგება მომზადდება ფინანსური ანგარიშგების საერთაშორისო სტანდარტების (IFRS) შესაბამისად.

6.3. აუდიტი:

- წლიური ფინანსური ანგარიშგება გაივლის დამოუკიდებელ აუდიტს.
- ნახევარი წლის ფინანსური ანგარიშგება.

6.4. ფინანსური ინფორმაციის შემადგენლობა:

- ფინანსური მდგომარეობის ანგარიშგება
- მოგება-ზარალის და სხვა სრული შემოსავლის ანგარიშგება
- ფულადი ნაკადების ანგარიშგება
- კაპიტალში ცვლილებების ანგარიშგება
- ახსნა-განმარტებითი შენიშვნები

6.5. მმართველობითი ანგარიში:

- ფინანსური შედეგების ანალიზი
- ბაზრის მიმოხილვა
- ლიკვიდურობისა და კაპიტალის რესურსების ანალიზი
- რისკ-ფაქტორების განხილვა

6.6. პროგნოზები და მომავლის პერსპექტივები:

- კომპანია შეიძლება გასცემდეს ფინანსურ პროგნოზებს, მაგრამ ყოველთვის მიუთითებს, რომ ეს არის სამომავლო განცხადებები და შეიცავს გარკვეულ რისკებს.

#### 6.7. არათინანსური მაჩვენებლები:

- ოპერაციული მაჩვენებლები, რომლებიც რელევანტურია კომპანიის საქმიანობისთვის.

კომპანია უზრუნველყოფს, რომ ყველა ფინანსური ინფორმაცია იყოს ზუსტი, სრული და წარმოდგენილი დროულად.

### 7. არათინანსური ინფორმაციის გამჟღავნება

კომპანია ვალდებულია გამჟღავნოს არათინანსური ინფორმაცია, რომელიც მნიშვნელოვანია ინვესტორებისა და სხვა დაინტერესებული მხარეებისთვის:

#### 7.1. კორპორაციული მართვა:

- სამეთვალყურეო საბჭოს სტრუქტურა და შემადგენლობა
- კომიტეტების როლები და პასუხისმგებლობები
- აღმასრულებელი მენეჯმენტის შემადგენლობა და გამოცდილება
- კორპორაციული მართვის კოდექსთან შესაბამისობა

#### 7.2. სტრატეგია და ბიზნეს მოდელი:

- კომპანიის გრძელვადიანი სტრატეგია და მიზნები
- ბიზნეს მოდელის აღწერა და ძირითადი საოპერაციო სეგმენტები

#### 7.3. რისკების მართვა:

- ძირითადი რისკების იდენტიფიკაცია და შეფასება
- რისკების შემცირების სტრატეგიები

#### 7.4. მდგრადი განვითარება და კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა:

- გარემოსდაცვითი პოლიტიკა და ინიციატივები
- სოციალური პროექტები და საზოგადოებასთან ურთიერთობა
- თანამშრომელთა განვითარების პროგრამები

#### 7.5. ოპერაციული მაჩვენებლები:

- ბაზრის წილი და კონკურენტული პოზიცია

#### 7.6. ადამიანური რესურსები:

- თანამშრომელთა რაოდენობა და სტრუქტურა
- დასაქმების პოლიტიკა და შრომითი პირობები

#### 7.7. მნიშვნელოვანი მოვლენები და ცვლილებები:

- მსხვილი გარიგებები ან შერწყმები
- ახალი პროდუქტები ან მომსახურებები
- ცვლილებები მენეჯმენტში ან კომპანიის სტრუქტურაში

კომპანია უზრუნველყოფს, რომ არათინანსური ინფორმაცია იყოს რელევანტური, დაბალანსებული და გასაგები ყველა დაინტერესებული მხარისთვის.

## 8. ინსაიდერული ინფორმაციის მართვა

ამ პოლიტიკის მიზნებისთვის, ინსაიდერული ინფორმაცია განიმარტება შემდეგნაირად:

ინსაიდერული ინფორმაცია არის ზუსტი ხასიათის არასაჯარო ინფორმაცია, რომელიც პირდაპირ ან არაპირდაპირ უკავშირდება კომპანიას ან მის ფასიან ქალაქებს და რომელსაც, საჯაროდ გამჟღავნების შემთხვევაში, შეუძლია მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინოს კომპანიის ან კომპანიის ფასიანი ქალაქების ფასზე.

ინსაიდერულ ინფორმაციას შეიძლება მიეკუთვნებოდეს, მაგრამ არ შემოიფარგლება:

- მნიშვნელოვანი ფინანსური შედეგები ან პროგნოზები
- მსხვილი შერწყმები, შესყიდვები ან გაყიდვები
- მნიშვნელოვანი ახალი პროდუქტები ან აღმოჩენები
- უმაღლესი ხელმძღვანელობის ცვლილებები
- მნიშვნელოვანი სასამართლო დავები ან მარეგულირებელი გადაწყვეტილებები
- კაპიტალის სტრუქტურის მნიშვნელოვანი ცვლილებები

ინსაიდერული ინფორმაციის ეფექტური მართვა კრიტიკულად მნიშვნელოვანია კომპანიის რეპუტაციისა და ინვესტორთა ნდობის შესანარჩუნებლად. ამ მიზნით, კომპანია ადგენს შემდეგ პროცესს და წესებს:

### 8.1. ინსაიდერული ინფორმაციის იდენტიფიკაცია

კომპანიის ყველა თანამშრომელი, განსაკუთრებით კი ხელმძღვანელი პირები, ვალდებული არიან დაუყოვნებლივ აცნობონ იურიდიულ დეპარტამენტს ნებისმიერი ინფორმაციის შესახებ, რომელიც შეიძლება ჩაითვალოს ინსაიდერულად. იურიდიული დეპარტამენტი, საჭიროების შემთხვევაში ფინანსურ დეპარტამენტთან კონსულტაციით, აფასებს ინფორმაციას და ადგენს, არის თუ არა ის ინსაიდერული.

### 8.2. ინფორმაციის დაცვა

როდესაც ინფორმაცია იდენტიფიცირდება როგორც ინსაიდერული:

- იურიდიული დეპარტამენტი ქმნის ამ ინფორმაციაზე წვდომის მქონე პირთა სიას.
- IT დეპარტამენტი უზრუნველყოფს ინფორმაციის ტექნიკურ დაცვას, მათ შორის წვდომის შეზღუდვას და მონიტორინგს.
- ყველა პირს, ვისაც აქვს წვდომა ინფორმაციაზე, ეცნობება მისი კონფიდენციალურობის შესახებ და ხელს აწერს სპეციალურ განაცხადს.

### 8.3. ინფორმაციის გამჟღავნების გადაწყვეტილება

გენერალური დირექტორი, ფინანსური დირექტორი და იურიდიული დირექტორი ერთობლივად იღებენ გადაწყვეტილებას ინფორმაციის გამჟღავნების დროისა და ფორმის შესახებ. ისინი აფასებენ:

- ინფორმაციის მატერიალურობას.
- გამჟღავნების სამართლებრივ ვალდებულებებს.
- გამჟღავნების პოტენციურ გავლენას კომპანიაზე.

#### 8.4. ინფორმაციის გამჟღავნება

გადაწყვეტილების მიღების შემდეგ:

- საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტი ამზადებს ოფიციალურ განცხადებას.
- იურიდიული დეპარტამენტი ამოწმებს განცხადების შესაბამისობას კანონმდებლობასთან.
- ინფორმაცია ქვეყნდება კომპანიის ოფიციალურ ვებგვერდზე და კანონმდებლობით გათვალისწინებულ სავალდებულო არხებში.

#### 8.5. პოსტ-გამჟღავნების პროცესი

ინფორმაციის გამჟღავნების შემდეგ:

- მონიტორინგის ჯგუფი აკვირდება ბაზრის რეაქციას და მედია გაშუქებას.
- საჭიროების შემთხვევაში, მზადდება დამატებითი განმარტებები.
- იურიდიული დეპარტამენტი აახლებს ინსაიდერთა სიას.

### 9. პარტნიორებთან და ინვესტორებთან ურთიერთობა

#### 9.1. კომუნიკაციის პრინციპები

კომპანია ვალდებულია უზრუნველყოს თანაბარი უფლებების მქონე პარტნიორების და ინვესტორების მიმართ ერთნაირად სამართლიანი მოპყრობა. ჩვენი კომუნიკაცია ეფუძნება შემდეგ პრინციპებს:

- გამჭვირვალობა: ჩვენ ვცდილობთ, მივანოლოთ ნათელი და სრული ინფორმაცია ჩვენი საქმიანობის, სტრატეგიისა და ფინანსური მდგომარეობის შესახებ.
- დროულობა: ვუზრუნველყოფთ, რომ მნიშვნელოვანი ინფორმაცია გავრცელდეს დროულად.
- თანმიმდევრულობა: ჩვენი გზავნილები არის თანმიმდევრული ყველა აუდიტორიისთვის.
- ხელმისაწვდომობა: ვცდილობთ, ვიყოთ ხელმისაწვდომი პარტნიორების, და ინვესტორებისთვის კითხვებზე პასუხის გასაცემად.

#### 9.2. ინფორმაციის გაცემა

კომპანია მკაცრად იცავს პრინციპს, რომ გასცეს მხოლოდ საჯაროდ ხელმისაწვდომი ინფორმაცია:

- ყველა კომუნიკაცია უნდა ეფუძნებოდეს უკვე გამოქვეყნებულ ინფორმაციას.

#### 9.3. შეხვედრები და პრეზენტაციები

კომპანია საჭიროებიდან და შესაბამის მოთხოვნიდან გამომდინარე ატარებს შეხვედრებს და პრეზენტაციებს პარტნიორებისთვის ან/და ინვესტორებისთვის შემდეგ საკითხებზე:



- წლიური და ნახევარწლიური შედეგების პრეზენტაციები.
- ინდივიდუალური შეხვედრები და მცირე ჯგუფური შეხვედრები.
- ინვესტორთა ღღეები და კონფერენციები.

#### 9.4. ანალიტიკოსების პროგნოზები და მოდელეები

კომპანია არ აკეთებს კომენტარს ანალიტიკოსების პროგნოზებზე ან ფინანსურ მოდელეებზე, რათა თავიდან აიცილოს გავლენა მათ დამოუკიდებელ ანალიზზე. თუმცა:

- შესაძლებელია ფაქტობრივი შეცდომების გასწორება, თუ ეს ინფორმაცია საჯაროდ ხელმისაწვდომია.

#### 9.5. ვებგვერდი და სოციალური მედია

კომპანიის ვებგვერდზე არსებობს სპეციალური სექცია ინვესტორებისთვის, სადაც განთავსებულია:

- ფინანსური ანგარიშგებები და პრეზენტაციები.
- მმართველობითი ანგარიშები.
- აქციონერთა კრების მასალები.
- კორპორაციული მართვის დოკუმენტები.
- საკონტაქტო ინფორმაცია ინვესტორებთან ურთიერთობის გუნდისთვის.

სოციალური მედიის გამოყენება ხდება მხოლოდ უკვე გამოქვეყნებული ინფორმაციის გასავრცელებლად. კომპანია არ იყენებს სოციალურ მედიას ახალი მატერიალური ინფორმაციის პირველად გასავრცელებლად.

#### 9.8. კრიზისული კომუნიკაცია

კრიზისულ სიტუაციებში, კომპანიას აქვს სპეციალური პროტოკოლი ანალიტიკოსებთან და ინვესტორებთან კომუნიკაციისთვის:

- სწრაფი და პროაქტიული კომუნიკაცია.
- რეგულარული განახლებები სიტუაციის შესახებ.
- გასაზღვრული ყავს საკონტაქტო პირი კითხვებზე პასუხის გასაცემად.

კომპანია მიზნად ისახავს ღია და კონსტრუქციული დიალოგის წარმოებას ინვესტორებთან, რაც ხელს შეუწყობს გრძელვადიან ურთიერთობებს და კომპანიის სამართლიან შეფასებას ბაზარზე.

## 10. კრიზისული კომუნიკაცია

### 10.1. კრიზისის განმარტება

კრიზისი განისაზღვრება, როგორც ნებისმიერი მოულოდნელი მოვლენა ან სიტუაცია, რომელსაც შეუძლია მნიშვნელოვანი უარყოფითი გავლენა მოახდინოს კომპანიის რეპუტაციაზე, ფინანსურ მდგომარეობაზე ან ოპერაციებზე.

### 10.2. კრიზისული მართვის გუნდი

კომპანიას ჰყავს წინასწარ განსაზღვრული კრიზისული მართვის გუნდი, რომელიც შედგება შემდეგი წევრებისგან:

- გენერალური დირექტორი
- ფინანსური დირექტორი

- იურიდიული დირექტორი
- საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტის ხელმძღვანელი
- ტექნოლოგიების დირექტორი

### 10.3. კრიზისული კომუნიკაციის პროცესი

1. კრიზისის იდენტიფიკაცია: ნებისმიერმა თანამშრომელმა, რომელიც აღმოაჩენს პოტენციურ კრიზისულ სიტუაციას, დაუყოვნებლივ უნდა შეატყობინოს თავის ხელმძღვანელს ან კრიზისული მართვის გუნდის წევრს.
2. კრიზისული მართვის გუნდის მობილიზაცია: გუნდი იკრიბება (პირადად ან ვირტუალურად) სიტუაციის შესათვისებლად და სამოქმედო გეგმის შესამუშავებლად.
3. ინფორმაციის შეგროვება: გუნდი აგროვებს ყველა რელევანტურ ინფორმაციას სიტუაციის შესახებ.
4. კომუნიკაციის სტრატეგიის შემუშავება: გუნდი ადგენს ძირითად გზავნილებს და კომუნიკაციის არხებს სხვადასხვა დაინტერესებული მხარისთვის.
5. ოფიციალური განცხადების მომზადება: საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტი ამზადებს ოფიციალურ განცხადებას, რომელსაც ამტკიცებს კრიზისული მართვის გუნდი.
6. ინფორმაციის გავრცელება: ინფორმაცია ვრცელდება წინასწარ განსაზღვრული არხების მეშვეობით (პრეს-რელიზი, ვებგვერდი, სოციალური მედია, პირდაპირი კომუნიკაცია ინვესტორებთან და ა.შ.).
7. მედია მონიტორინგი: საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტი ახორციელებს მედიის და სოციალური მედიის მუდმივ მონიტორინგს.
8. რეგულარული განახლებები: კომპანია უზრუნველყოფს რეგულარულ განახლებებს სიტუაციის განვითარების შესახებ.

### 10.4. კომუნიკაციის პრინციპები კრიზისის დროს

- სწრაფი რეაგირება: პირველი განცხადება უნდა გაკეთდეს რაც შეიძლება სწრაფად, იდეალურ შემთხვევაში პირველი 24 საათის განმავლობაში.
- გამჭვირვალობა: კომპანია იქნება მაქსიმალურად გახსნილი, რამდენადაც ეს შესაძლებელია სამართლებრივი და კონფიდენციალურობის შეზღუდვების გათვალისწინებით.
- თანმიმდევრულობა: ყველა განცხადება და კომუნიკაცია უნდა იყოს თანმიმდევრული.
- ემპათია: კომუნიკაცია უნდა აჩვენებდეს ემპათიას დაზარალებული მხარეების მიმართ.
- პასუხისმგებლობა: კომპანია, მისი ბრალეულობის შემთხვევაში, იღებს შესაბამის პასუხისმგებლობას.
- ორიენტაცია გადანწყვეტაზე: კომუნიკაცია უნდა იყოს მიმართული პრობლემის გადაჭრაზე.

### 10.5. პოსტ-კრიზისული ანალიზი

კრიზისის დასრულების შემდეგ, კრიზისული მართვის გუნდი ატარებს დეტალურ ანალიზს:

- კრიზისის მიზეზების შეფასება.
- კომპანიის რეაგირების ეფექტურობის ანალიზი.

- შეცდომების იდენტიფიცირება და რეკომენდაციების შემუშავება მომავალი კრიზისების თავიდან ასაცილებლად ან უკეთ სამართავად.

ეს პოლიტიკა უზრუნველყოფს, რომ კომპანია მზად იყოს ეფექტურად უპასუხოს ნებისმიერ კრიზისულ სიტუაციას, დაიცვას თავისი რეპუტაცია და შეინარჩუნოს დაინტერესებული მხარეების ნდობა.

## 11. პოლიტიკის განხორციელება და მონიტორინგი

ჩვენი კომპანიისთვის უმნიშვნელოვანესია, რომ ეს პოლიტიკა არ დარჩეს მხოლოდ დოკუმენტად, არამედ აქტიურად განხორციელდეს ყოველდღიურ საქმიანობაში. ამისთვის, ჩვენ ვწერგავთ შემდეგ მიდგომებს:

### 11.1. პასუხისმგებლობის კულტურის შექმნა

ჩვენ გვჯერა, რომ ეფექტური კომუნიკაცია ინვესტორებთან არის ყველას პასუხისმგებლობა. თუმცა, კონკრეტული როლები განსაზღვრულია შემდეგნაირად:

- სამეთვალყურეო საბჭო ამტკიცებს პოლიტიკას და პერიოდულად იღებს ანგარიშებს მისი განხორციელების შესახებ.
- გენერალური დირექტორი არის პოლიტიკის მთავარი მხარდამჭერი, რომელიც პირადი მაგალითით უჩვენებს მის მნიშვნელობას.
- ფინანსური დეპარტამენტი უზრუნველყოფს, რომ ფინანსური ინფორმაცია იყოს ზუსტი, სრული და დროული.
- იურიდიული გუნდი ახდენს კანონმდებლობასთან შესაბამისობის უზრუნველყოფას.
- საზოგადოებასთან ურთიერთობის გუნდი კოორდინაციას უწევს ყველა გარე კომუნიკაციას, მათ შორის ინვესტორებთან ურთიერთობას.

### 11.2. მუდმივი სიტყვიერი და კონტროლი

ჩვენ ვაყენებთ, რომ კარგი განზრახვები საკმარისი არ არის. ამიტომ, ვწერგავთ პრაქტიკულ მექანიზმებს პოლიტიკის ეფექტური განხორციელების უზრუნველსაყოფად:

- ინფორმაციის გამჟღავნების კომიტეტი, რომელიც შედგება უმაღლესი მენეჯმენტის წარმომადგენლებისგან, განიხილავს ყველა მნიშვნელოვან ინფორმაციას გამოქვეყნებამდე, რათა უზრუნველყოს მისი შესაბამისობა კომპანიის სტანდარტებთან და ამ პოლიტიკასთან.
- ჩვენ ვაწარმოებთ დეტალურ ჩანაწერებს ყველა მნიშვნელოვანი გადამწყვეტილებისა და ქმედების შესახებ, რაც გვცხმარება გამჭვირვალობის შენარჩუნებაში.

### 11.3. პასუხისმგებლობა

ამ პოლიტიკის დარღვევამ შესაძლოა გამოიწვიოს დისციპლინური ზომების მიღება, მათ შორის, უკიდურეს შემთხვევაში, სამსახურიდან გათავისუფლება. ყველა თანამშრომელი ვალდებულია:

- გაეცნოს ამ პოლიტიკას.

- დაიცვას პოლიტიკის მოთხოვნები ყოველდღიურ საქმიანობაში.
- დაუყოვნებლივ შეატყობინოს ხელმძღვანელობას ან იურიდიულ დეპარტამენტს პოლიტიკის ნებისმიერი სავარაუდო დარღვევის შესახებ.

კომპანია უზრუნველყოფს, რომ ნებისმიერი ასეთი შეტყობინება განხილულ იქნას კონფიდენციალურად. ჩვენ არ დავუშვებთ რაიმე სახის შურისძიებას იმ თანამშრომლების მიმართ, რომლებიც კეთილსინდისიერად აცნობებენ პოლიტიკის სავარაუდო დარღვევების შესახებ.

## 12. დასკვნითი დებულება

აღნიშნული პოლიტიკა ძალაში შედის სამეთვალყურეო საბჭოს მიერ დამტკიცების თარიღიდან.