

Raport społecznej odpowiedzialności

HANBUD Henryk Pruszyński

za okres od 01.01.2017 r. do 31.12.2017

Niniejszy dokument powstaje jako element projektu "Wzrost konkurencyjności poprzez wdrożenie rozwiązań CSR w firmie Hanbud" realizowanego jako część projektu PARP „Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)” w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy

## Spis treści

### Wstęp

➤ Cele i wyzwania w najbliższych latach	3
➤ O nas	5
➤ Odpowiedzialny biznes	7
1. Cele Strategii CSR	10
2. Nasi interesariusze	11
3. Kluczowe obszary	12
3.1. Pracownicy i kontrahenci	13
3.2. Klienci	16
3.3. Społeczeństwo i społeczność lokalna	18
3.4. Środowisko naturalne	19
> Zakończenie	23

> Wstęp

Oto przekazujemy Państwu raport odpowiedzialności społecznej firmy HANBUD Henryk Pruszyński.

Prezentowany dokument dotyczy okresu 01.01.2017 do 31.12.2017. Zgodnie z założeniami przyjętej przez nas strategii CSR opracowywanie i publikacja raportu będzie miała cykliczny charakter (roczny). Obrazowanie stopnia wdrożenia strategii biznesu społecznie odpowiedzialnego jest nieodzownym elementem naszej prospołecznej działalności.

Raport społecznej odpowiedzialności HANBUD Henryk Pruszyński prezentuje aktywności jakie podjęliśmy w wyszczególnionych w strategii CSR obszarach, na które składają się: pracownicy i kontrahenci, klienci, partnerzy biznesowi, społeczeństwo i społeczność lokalna oraz środowisko naturalne. Taka identyfikacja obszarów pozwoliła spojrzeć na firmę wieloaspektowo, analizując różne grupy interesów, jednocześnie pamiętając o wspólnym celu społecznej odpowiedzialności prowadzenia biznesu. Raport prezentuje nasze działania w odniesieniu do wyszczególnionych przez nas interesariuszy w raportowanym okresie.

W chwili obecnej jesteśmy prężnie działającym przedsiębiorstwem, będącym czołowym producentem wyrobów stalowych w województwie podlaskim. Kładąc nacisk na stały rozwój, odpowiadamy na potrzeby rynku, rozszerzając swoją działalność o jego nowe gałęzie i segmenty. Specjalizujemy się w produkcji i sprzedaży pokryć dachowych, obrucie blachami z nadprodukcji oraz w II gatunkach, produkcją profili do suchej zabudowy (CD60 i UD27), orynnowania, sprzedażą okien Fakro, sztachet metalowych i przemysłowych ogrodzeń budowlanych, a także akcesorii dachowych i wielu innych produktów branżowych.

Jesteśmy w pełni świadomi, że obecnie prowadzenie standardowej działalności biznesowej to zbyt mało. Dlatego wychodzimy naprzeciw oczekiwaniom, angażując się w dobrowolne działania prospołeczne, wynikające z naszej świadomej odpowiedzialności.

Całość naszych działań związanych z wdrożeniem strategii CSR jest zmotywowana uznaniem ich kluczowej roli w osiągnięciu celów biznesowych.

Podstawowym celem naszej społecznie odpowiedzialnej działalności, jaki założyliśmy sobie w strategii CSR jest wskazanie głównych obszarów i grup interesariuszy, wsparcie celów strategicznych, a także zbudowanie wizerunku firmy innowacyjnej, wspierającej i promującej postawy społecznie odpowiedzialne. Wierzymy, że przyjęta filozofia prowadzenia biznesu w sposób odpowiedzialny społecznie, w zgodzie z normami etyki i potrzebami wszystkich grup interesariuszy będzie skutkowałą osiągnięciem biznesowych celów firmy.

W codziennej pracy przede wszystkim stawiamy na indywidualizm każdego klienta i głęboką troskę o jego potrzeby, codzienne budowanie dobrych relacji wśród pracowników w oparciu o odpowiedzialność, zaangażowanie, wzajemny szacunek, połączone z dbałością o środowisko naturalne.

Jesteśmy pełni nadziei, że zaprezentowany raport w pełni ukaże, że firma HANBUD, mimo krótkiego stażu w podjętych działaniach, z powodzeniem realizuje strategię społecznie odpowiedzialnego biznesu, a aktywności przez nas podejmowane niosą wiele prospołecznych korzyści. Z nieukrywaną satysfakcją zapraszamy Państwa do zapoznania się z niniejszym raportem. Jesteśmy otwarci na współpracę z podmiotami zainteresowanymi tematyką biznesu odpowiedzialnego społecznie, zapraszamy do kontaktu i współdziałania.

Henryk Pruszyński

Właściciel firmy

➤ Cele i wyzwania w najbliższych latach

Misją HANBUD jest niezmiennie najwyższa jakość - zarówno wśród dostarczanych produktów i usług, jak wielobranżowej działalności przedsiębiorstwa. Siła i innowacyjność HANBUD oraz odważnie prowadzone działania przekładają się na realizowanie wieloaspektowych działań prospołecznych.

Nasze podejście

Prowadzimy biznes w sposób odpowiedzialny społecznie, w zgodzie z normami etyki i potrzebami wszystkich grup interesariuszy, w tym: pracowników, klientów, społeczeństwa oraz środowiska naturalnego. Opieramy się na standardach wyznaczanych przez normy prawa krajowego i międzynarodowego. W codziennej pracy kierujemy się troską o potrzeby każdego klienta, codzienne budowanie dobrych relacji wśród pracowników w oparciu o odpowiedzialność, zaangażowanie, wzajemny szacunek, połączone z dbałością o środowisko naturalne.

Długookresowy cel działalności firmy HANBUD to dynamiczne zwiększenie produkcji i sprzedaży, szeroko rozumiany rozwój w oparciu o innowacje i nowoczesne rozwiązania techniczne, a także i wzrost rozpoznawalności marki przy wykorzystaniu wirtualnych kanałów informacyjnych.

Prognoza na najbliższe lata to również stopniowe zwiększenie zatrudnienia kadry, poprawa sytuacji ekonomicznej firmy i udział w nowych rynkach. Planowaną i priorytetową inwestycją jest wykonanie instalacji fotowoltanicznej, która znacząco obniży zużycie energii elektrycznej oraz emisję CO<sup>2</sup>, pozytywnie wpływając tym samym na środowisko.

> O nas

Firma Hanbud powstała na początku lat 90-tych i początkowo funkcjonowała jedynie jako dystrybutor materiałów budowlanych. W chwili obecnej jest prężnie działającym przedsiębiorstwem będącym czołowym producentem wyrobów stalowych w województwie podlaskim. Kładąc nacisk na stały rozwój, odpowiada na potrzeby rynku, rozszerzając swoją działalność o jego nowe gałęzie i segmenty. Dzięki temu stała się wyspecjalizowanym przedsiębiorstwem wykorzystującym nowoczesne technologie, posiadającym szeroką gamę wysokiej jakości usług i produktów. Główna siedziba firmy zlokalizowana jest w Bielsku Podlaskim.

Z myślą o zatrudnionych pracownikach tworzymy bezpieczne i proekologiczne warunki pracy, rozwijamy działalność stawiając na innowacyjne technologie i urządzenia (redukujące np. poziom zanieczyszczeń i hałasu), wprowadzamy rozwiązania dla zwiększenia równowagi życia zawodowego i rodzinnego, jesteśmy otwarci na współpracę z ośrodkami edukacyjnymi. Istotą we współpracy jest dla nas tworzenie dobrych relacji z kooperantami (czyli dostawcami i podwykonawcami), których analizujemy pod kątem ich społecznie odpowiedzialnych zachowań; spełniania wymogów jakości, bezpieczeństwa i ceny dostarczanych surowców, materiałów, produktów i usług.

Wykorzystując naszą przynależność do sektora małych i średnich przedsiębiorstw, możemy zaoferować to, co jest najważniejsze z punktu widzenia klienta — czyli indywidualne podejście, uwagę, wysoki standard obsługi, bezpieczeństwo, elastyczność i aktywny, kreatywny udział w procesie tworzenia.

Nadrzędnym celem jest satysfakcja klienta na każdym etapie współpracy i użytkowania produktu.

Marka HANBUD jest rozpoznawalna, tym bardziej chcemy czynnie włączać się w życie społeczeństwa. Doskonałą okazją ku temu są lokalne wydarzenia promujące kulturę i sztukę, uroczystości patriotyczne, zachęcające do otwartości, tolerancji, dzielenia się wiedzą i umiejętnościami artystycznymi oraz upowszechnienia idei CSR.

Niezwykle istotny jest środowiskowy aspekt wszystkich podejmowanych aktywności. Proekologiczne nastawienie i wykorzystanie innowacyjnych rozwiązań, które są jednocześnie przyjazne środowisku minimalizuje negatywne oddziaływanie na naturę oraz daje dobry przykład na zewnątrz.

Firma HANBUD jest organizacją, która mimo statusu małego przedsiębiorcy, w swoim działaniu wykazuje się dużym zaangażowaniem w upowszechnianie idei społecznie odpowiedzialnego biznesu. Kreujemy teraźniejszość, zgodną z filozofią strategii CSR, budujemy wzajemne zaufanie w relacjach z otoczeniem i wewnątrz firmy, dążąc do zrównoważonego rozwoju.

## 2.1. Siedziba, adres

Funkcjonujemy od 1992 roku. Siedziba firmy znajduje się pod adresem: 17-100 Bielsk Podlaski, ul. Brańska 153, oddział w Białymstoku pod adresem: 15-588 Kuriany 114. Osobą kontaktową w kwestiach społecznej odpowiedzialności w pracowni jest Henryk Pruszyński Właściciel, tel. 85 730 94 08.

## 2.2. Podstawowe produkty

Klasyfikacja produktów HANBUD Henryk Pruszyński:

### > Oferta produkcyjna:

- blachodachówki modułowe
- blachy trapezowe
- blachodachówki
- panele dachowe na rąbek
- profile konstrukcyjne Z i C
- metalowe sztachety
- ogrodzenia posesyjne
- ogrodzenia budowane
- profile do suchej zabudowy
- bilbordy reklamowe

### > Oferta usługowa:

- Stalowe Centrum Serwisowe
- cięcie i gięcie blach
- obróbki blacharskie

### > Oferta handlowa

- płyty warstwowe
- okna dachowe
- orynnowanie
- akcesoria



Oferowane produkty i usługi są różnorodne, przez co zapewniamy kompleksowość obsługi zamówień i najwyższą jakość produktów. Produkujemy wyroby zgodne z wymaganiami i potrzebami klienta, troszcząc się o jego bezpieczeństwo i komfort. Tworzone z pasją wyroby i świadczone z najwyższą starannością usługi, sprawiają że marka HANBUD jest w czołówce najlepszych na rynku lokalnym i krajowym.

### 2.3. Podstawowe wyniki ekonomiczne

W 2017 roku do 31.12.2017 r. firma HANBUD osiągnęła przychody ze sprzedaży łącznie z otrzymanymi dotacjami na poziomie 93 000 000,00 zł.

### 2.4. Zasięg działalności

Nasza firma sprzedaje produkty głównie w Polsce i do krajów Europy, sporadycznie do innych krajów świata. Klientami są głównie osoby indywidualne, ale również przedsiębiorstwa, organizacje i jednostki administracyjne.

Mamy pełną świadomość, że nasze decyzje i działania oddziałują na wszystkie grupy interesariuszy. Z drugiej strony wpływ działań interesariuszy i zagadnień społecznej odpowiedzialności znajduje swoje odbicie w osiągnięciu naszych celów biznesowych.

### 2.5. Klienci

HANBUD jest w pełni świadomy zaufania jakim został obdarzony przez klientów, co gwarantuje sukces firmy. Dokładamy szczególnej staranności, aby współpraca z klientami charakteryzowała się wysokim poziomem, efektywnością i dobrą komunikacją. Naszym klientom zapewniamy:

- > indywidualizm — przez otwartość na sugestie klientów, biorąc pod uwagę preferencje i gusta.
- jakość — najwyższy standard oferowanych wyrobów uważany jest za kwestię fundamentalną. Jest dla odbiorcy zapewnieniem, że kupuje produkt najlepszy, który zapewni wysoki komfort użytkowania.
- > bezpieczeństwo i ekologię - bezpieczeństwo produkcji i użytkowania produktów stanowi nadrzędną wartość i cel. Nasze wyroby są wykonane z dokładnie wyselekcjonowanych surowców i w pełni bezpiecznych materiałów. Wszystkie komponenty spełniają rygorystyczne normy bezpieczeństwa.

## 2.6. Rynki zbytu

Specyfika oferowanych produktów i realizowanych zamówień sprawia, że mamy bardzo szeroką grupę odbiorców. Jednakże podejście do każdego klienta jest indywidualnie, z troską o potrzeby i oczekiwania. Priorytetem jest zapewnienie produktów wysokiej jakości, funkcjonalnych, spełniających normy bezpieczeństwa, ekologicznych, zachowujących walory estetyczne. Satysfakcja klienta jest celem każdego zamówienia, które realizujemy.

Branżowy charakter naszej działalności i wymagania stawiane jej podmiotom powodują, że fachowość i odpowiedzialność za produkt ma ogromne znaczenie, jest zauważana i doceniana przez odbiorców. W związku z powyższym od momentu powstania, HANBUD stawia sobie za cel budowanie silnej marki w oparciu o wysoką jakość oferowanych produktów.

Strategia biznesowa, którą realizujemy w sposób odpowiedzialny społecznie uwzględnia potrzeb wszystkich grup interesariuszy. Na co dzień kierujemy się indywidualnym podejściem i troską o każdego klienta, odpowiedzialnością, zaangażowaniem, wzajemnym szacunkiem, jak też dbałością o środowisko naturalne.

## 1. Cele Strategii CSR

HANBUD poprzez realizowanie działań prospołecznych w myśl koncepcji CSR, dąży do:

- Zdynamiczowania rozwoju i zwiększenia udziału w nowych gałęziach rynku,
- Umocnienia pozycji w branży, jednocześnie kreując wizerunek silnego i odważnego partnera w biznesie,
- Budowania innowacyjnej gospodarki kraju i regionu,
- Oferowania jak najwyższej jakości produktów i usług,
- Budowania w społeczeństwie i w relacjach z klientami wizerunku firmy proekologicznej, życzliwej partnerom i otoczeniu, opierającej działalność na innowacyjnych technologiach i odważnych rozwiązaniach,
- Odpowiedzialnego dobierania dostawców, kierując się etyką ich działania przy jednoczesnym byciu etycznym partnerem biznesowym,

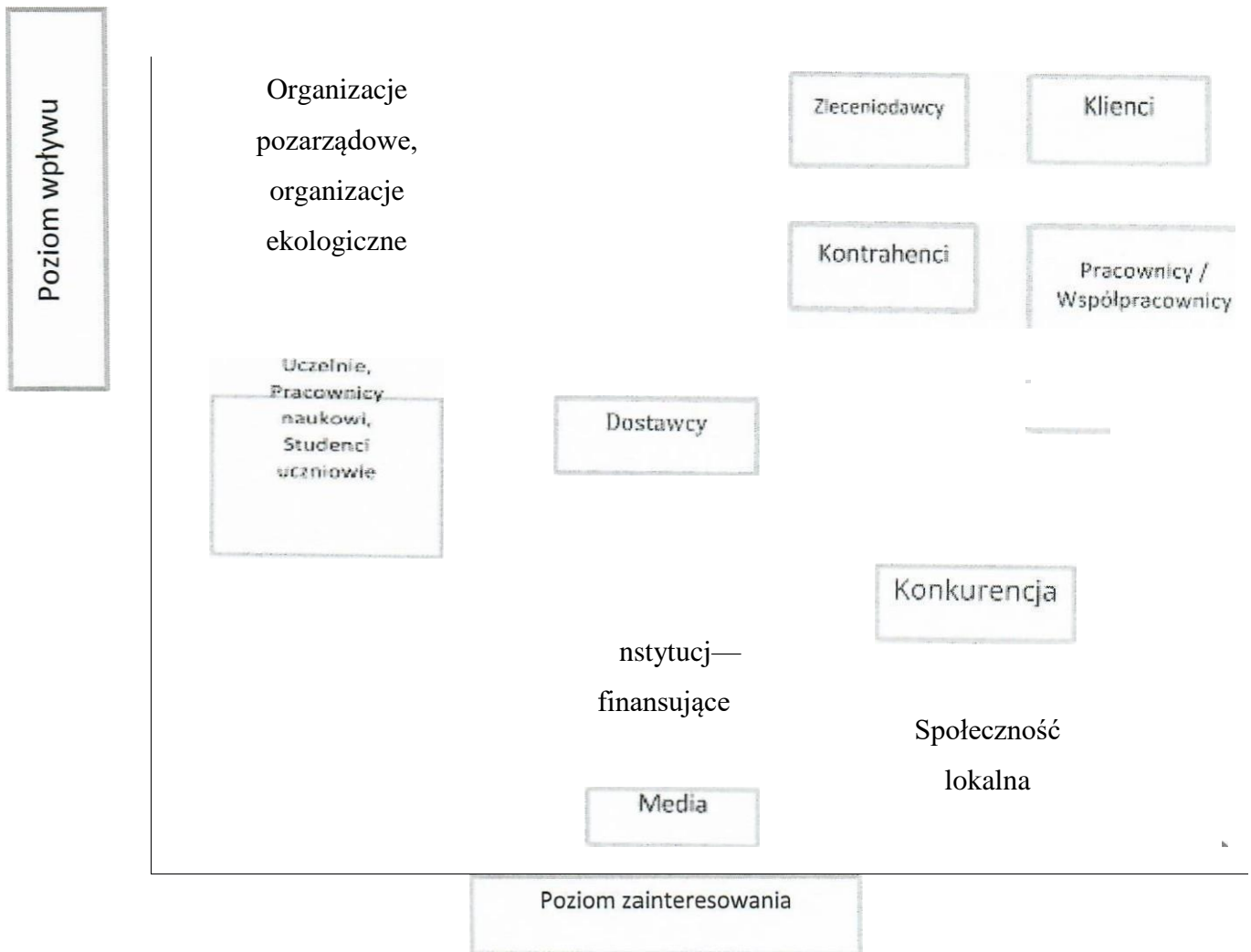
- Oferowania stabilnych i konkurencyjnych warunków pracy oraz dbanie o pozycję dobrego pracodawcy, osiągnięcie wysokiego poziomu zadowolenia z pracy,
- Podnoszenia efektywności pracy,
- Dbania o zdrowie i bezpieczeństwo pracowników,
- Ograniczania negatywnego wpływu firmy na środowisko naturalne,
- Otwartości, stałego rozwoju w oparciu o biznesowe cele strategiczne,
- Osiągania wysokiego poziomu zadowolenia partnerów biznesowych.

## 2. Nasi interesariusze

Na etapie przygotowania strategii CSR wyszczególnione zostały w firmie kluczowe obszary i zidentyfikowani interesariusze. Przeanalizowano kompatybilność pomiędzy organizacją a jej interesariuszami, uwzględniające obustronny wpływ i oczekiwania w temacie działalności prospołecznej. Dzięki podjętym działaniom analiza interesariuszy jest optymalna, a jej zakres dał podstawy do stworzenia Mapy Interesariuszy, która stanowi ważną część naszej strategii.

Opierając się na opracowanych analizach, wyznaczyliśmy kierunki działań prospołecznych skierowanych do kluczowych obszarów i grup interesariuszy. Charakterystyka wyszczególnionych grup została powiększona o jednoznacznie zidentyfikowanych i określonych interesariuszy, wyznaczone realne cele, sformułowane działania i mierzalne wskaźniki realizacji.

Mapa interesariuszy HANBUD Henryk Pruszyński



### 3. Kluczowe obszary

Kluczowe obszary i interesariusze, do których kierujemy działania społecznie odpowiedzialne, opisane w Strategii CSR firmy:

> Pracownicy i kontrahenci

Interesariusze zidentyfikowani w tym obszarze:

- pracownicy — osoby zatrudnione na podstawie umowy o pracę;
- współpracownicy - to osoby fizyczne i jednoosobowe podmioty gospodarcze współpracujące z firmą na podstawie umów cywilnoprawnych.
- kontrahenci — w tym dostawcy półproduktów i materiałów użytkowych oraz biurowych, podwykonawcy, itp.

> Klienci

Interesariusze zidentyfikowani w tym obszarze:

- Klienci zagraniczni
- Klienci krajowi

> Społeczeństwo i społeczność lokalna

Interesariusze zidentyfikowani w tym obszarze:

- Społeczność lokalna
- Pracownicy naukowci
- Uczniowie i studenci
- Lokalne organizacje pozarządowe

> Środowisko naturalne

Interesariusze zidentyfikowani w tym obszarze:

- Pracownicy
- Kooperanci
- Klienci
- Społeczność lokalna

- Dostawcy

### 3.1. Pracownicy i kontrahenci

- Prowadzimy do zwiększania partycypacji pracowników w procesie zarządzania przedsiębiorstwem - pracownicy bezpośrednio uczestniczą w procesach zarządzania, gdzie współpodejmowane są decyzje mające wpływ na ich dalsze losy, oraz gdzie biorą udział w dyskusjach, przez co odczuwają większy związek z przedsiębiorstwem, utożsamiają się z nim. Utwierdza ich to w przekonaniu, że są integralną częścią firmy, wpływa na efektywność i wzrost zaangażowania w wykonywane zadania. Udział pracowników w procesach decyzyjnych daje nam szerszy pogląd, uwzględnienia różne podejścia, pozwala na lepszą analizę problemów, identyfikację efektywnych zarządzeń, pozyskanie nowej wiedzy i doświadczeń, podniesienie jakości i zwiększenie produktywności, kompromisowego rozwiązywania powstałych sporów i konfliktów.
- Poprawiamy dialog wewnętrzny i komunikację, poprzez wdrożenie odpowiednich narzędzi wymiany informacji — budujemy otwarty dialog z personelem (w tym w zakresie partycypacji). Działanie to realizujemy w ramach projektu poprzez opracowanie dokumentu „Standardy komunikacji wewnętrznej w firmie HANBUD”. Dokument ten wpłynie na skuteczne i szybkie komunikowanie się z pomiędzy pracownikami oraz w relacji pracownik-przełożony. Wypracowane metody sprawnej komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej zapewniają komfort współpracy, istotnie ją usprawniają. Długookresowo działania podjęte w tym obszarze staną się nieodzownym elementem kultury organizacyjnej. W ramach projektu przeprowadzamy anonimowe ankiety wśród pracowników, badające stopień ich zadowolenia z pracy. Wspólna realizacja zadań w ramach projektu wdrożenia CSR jest doskonałą okazją do nawiązania relacji interpersonalnych pracowników różnych działów i szczebli. Wzmacnia to zespół przez konstruktywny dialog, sprawną komunikację i możliwość partycypacji na trzech poziomach.
- Opracowujemy dokument „Indywidualnych Ścieżek Rozwoju w firmie HANBUD” —w ramach realizowanego projektu stworzyliśmy dokument w postaci Systemu



Indywidualnych Ścieżek Rozwoju. Dokument ten to swego rodzaju okresowy bilans pracy każdego zatrudnionego oraz prognoza przyszłych możliwości i perspektyw rozwoju zawodowego. Coroczny monitoring i ewaluacja oraz opracowanie kolejnych planów pracowników są już stałym działaniem stanowiącym element funkcjonowania firmy.

- Analizujemy potencjał i rozwój pracowników — indywidualne podejście do każdego pracownika, znajomość jego kompetencji i zdolności pozwala nam na bieżąco monitorować potrzeby szkoleniowe. Personel uzyskuje szkolenia zarówno w dziedzinie rozwoju osobistego oraz zawodowego. W 2015 r. przeszkoliliśmy szesnaście osób z technik obsługi klienta i trzy osoby z zagadnień z obszaru księgowości. W roku 2016 zostały przeszkolone dwie osoby z technik sprzedaży oraz trzech pracowników z zagadnień dotyczących księgowości. Dodatkowo trzech pracowników ukończyło kurs operatora wózka widłowego, przy czym jednostkowy koszt szkolenia to 2 500,00 zł. Panujemy, adekwatnie do ubiegłych lat, przeznaczyć ok. 20 000,00 zł rocznie na szkolenia naszych pracowników, co zapewni podniesienie kwalifikacji i zdobycie nowych umiejętności około 20 osobom.
- Opracowaliśmy diagnozę SWOT oraz analizę i mapowanie organizacji — w ramach realizowanego projektu skupiliśmy się na wskazaniu mocnych i słabych stron organizacji, szans i zagrożeń w przyszłości. Pozwoliło to na przeprowadzenie dalszej analizy firmy, w tym jej potencjału kadrowego w ramach tzw. Mapowania organizacji. Do zebrania wiarygodnych i rzetelnych danych posłużyło narzędzie analityczno-doradcze: mapa organizacji.pl. Mapa zawiera szczegółowe informacje na temat relacji i kompetencji pracowników, stan faktyczny posiadanych zasobów kadrowych wraz z jej potencjałem, co w dalszej perspektywie wpłynie na efektywniejsze zarządzanie zmianą, wiedzą, talentami, komunikacją wewnętrzną i zewnętrzną oraz lepsze wyniki biznesowe.
- Dbamy o bezpieczeństwo pracy i jej komfort — przestrzegamy norm prawnych w zakresie prawa oraz bezpieczeństwa i higieny pracy. Dokładamy najwyższej staranności, aby pracownicy mogli powierzone obowiązki wykonywać komfortowo i bezpiecznie, przy wykorzystaniu nowoczesnych maszyn, wysokiej automatyzacji pracy. Wdrażanie w firmie strategii CSR opierało się m.in. na przeprowadzeniu

Ekoaudytu biura, podczas którego ocenie poddano stanowiska pracy, także pod względem ich bezpieczeństwa.

- Przeciwdziałamy dyskryminacji — różnorodność jest dla nas wartością, stanowi nieodzowny element społeczeństwa i funkcjonowania w życiu prywatnym i zawodowym. Zachęcamy pracowników do wyrażania swoich poglądów, bycia sobą. W ramach realizowanego projektu wdrożenia systemu CSR zachęcamy do podjęcia pracy osoby niepełnosprawne, dostosowując pomieszczenia biurowe i stanowiska pracy do potrzeb osób niepełnosprawnych. Wdrożony system CSR zgodny z WCAG 2.0 uwzględni dostosowanie infrastruktury informatycznej i biurowej do potrzeb pracowników i klientów z niepełnosprawnością.
- Zwiększamy równowagę życia prywatnego i zawodowego — zindywidualizowane podejście do każdego pracownika daje poczucie ważności, gwarantuje identyfikację z organizacją. Z uwagi na to, wprowadzamy mechanizmy tzw. work — life balance, co zapewnia zatrudnionym zrównoważony rozwój rozumiany jako równowaga między życiem zawodowym i prywatnym. Chcemy być postrzegani jako przyjaźni pracownikowi, co przełoży się na mniejszą rotację pracowników, zbudowanie doświadczonego zespołu, doskonale wyszkolonego i umiejącego współdziałać w dążeniu do określonego celu. Rozwiązania, które proponujemy to m.in.: elastyczny czas pracy, możliwość pracy zdalnej, wolontariat pracowniczy.
- Budujemy zrównoważony łańcuch dostaw — rozważnie dobieramy odpowiednich dostawców, którzy wspierają zachowania odpowiedzialnie społecznie.

### 3.2. Klienci

W obszarze klienci skoncentrowaliśmy się na takich działaniach jak:

- utrzymanie indywidualnego podejścia do każdego klienta i zamówienia - każdy klient to wysoce zindywidualizowana jednostka. Z uwagi na ten fakt, podejście naszych pracowników cechuje troska o jego potrzeby i uwzględnienie oczekiwań, przy jednoczesnym zadbaniu o bezpieczeństwo. Dokładamy wszelkich starań, aby oferowane na rynku produkty były jak najwyższej jakości.
- opracowaliśmy „Standardy obsługi interesariuszy zewnętrznych w firmie HANBUD” — firma dużo uwagi poświęca na zachowanie transparentności relacji z klientem i wysokie standardy jego obsługi. Realizowany projekt wdrożenia strategii CSR zakładał opracowanie dokumentu, który podniesie poziom obsługi klienta, usystematyzuje proces realizacji zamówień i kontaktu podczas sprzedaży. Standardy obsługi interesariuszy zewnętrznych to wskazówki i zalecenia, które wpływają na usprawnienie i podniesienie poziomu obsługi, lepszą komunikację, zwiększają satysfakcję odbiorców.
- wdrażamy system sprawnego zarządzania i obsługi klientów — w ramach realizowanego projektu zakupiliśmy rozwiązania usprawniające proces obsługi klienta, przyspieszające proces realizacji sprzedaży, zwiększające komfort i jakość obsługi, w tym osób niepełnosprawnych.
- stawiamy na partnerstwo - klienta postrzegamy jako partnera we wspólnym budowaniu pozycji firmy, analizujemy jego pomysły, uwagi opinie. Angażujemy go w proces realizacji zamówienia, co jest źródłem inspiracji i tworzenia nowych rozwiązań.
- zapewniamy dostępność i sprawną komunikację — komunikacja z odbiorcami online oraz poprzez telefon.

- bezproblemowo uwzględniamy reklamację - konsekwentnie budujemy wizerunek odpowiedzialnego partnera, również poprzez bezproblemowo uwzględniane reklamacje. Czytelność i zrozumiałość Regulaminu umieszczonego na stronie internetowej, zapewnia transparentność obowiązujących w firmie zasad i warunków składania zamówień i sprzedaży produktów.

### 3.3. Społeczeństwo i społeczność lokalna

- jesteśmy otwarci na współpracę z ośrodkami edukacyjnymi — chcemy budować swoją innowacyjność oraz rozwijać się technologicznie. Jesteśmy zainteresowani nawiązaniem współpracy z ośrodkami edukacyjnymi, m.in. uczelniami wyższymi. Współpraca opiera się na oferowaniu miejsca stażystom, a także wymianę wiedzy staże umożliwiają studentom/uczniom/pracownikom naukowym zapoznanie się ze specyfiką pracy w firmie komercyjnej, zdobycie nowych doświadczeń i umiejętności, z możliwością nawiązania współpracy po zakończeniu okresu nauki.
- oferujemy współpracę z lokalnymi szkołom — oferujemy staże i praktyki uczniom szkół technicznych i zawodowych. Umożliwiamy pracę na nowoczesnych maszynach, poznanie procesu produkcji, podstawy nauki zawodu, specyfikę branży i pierwszy kontakt z pracodawcą. Chętnie nawiązujemy współpracę ze stażystami po zakończeniu edukacji.
- włączamy się w inicjatywy upowszechniające kulturę Podlasia - angażujemy się w wydarzenia promujące kulturę i sztukę Podlasia, działania patriotyczne i prospołeczne, uczestniczymy w wydarzeniach promujących lokalną kulturę.
- popularyzujemy ideę społecznej odpowiedzialności biznesu promujemy podejmowane praktyki pokazując na przykładzie firmy, w jaki sposób można połączyć CSR z działalnością firmy. Zachęcamy inne podmioty do podjęcia współpracy w tym zakresie.
- wolontariat pracowniczy — popieramy tworzenie akcji w ramach wolontariatu pracowniczego i wspieramy ich realizację.

### 3.4. Środowisko naturalne

- Działania w ramach projektu „Wzrost konkurencyjności poprzez wdrożenie rozwiązań CRS w firmie Hanbud”:

Ekoaudyt biura — firma w ramach realizacji projektu wdrożenia CSR wykonała ekoaudyt, zlecając to działanie firmie zewnętrznej. Ekoaudyt został opracowany w oparciu o trzy obszary: środowisko naturalne, relacje z personelem oraz zaangażowanie społeczne. Dodatkowo został poszerzony o aspekt dostosowania biura do potrzeb osób niepełnosprawnych. Celem było oparcie procesu odpowiedzialnego zarządzania biurem o ograniczenie negatywnego oddziaływania na środowisko. Długookresowym skutkiem będzie wypracowanie zachowań wśród pracowników, które będą przyjazne środowisku jak: oszczędne gospodarowanie papierem, wodą, energią, minimalizację odpadów, dialog środowiskowy, promowanie prośrodowiskowych rozwiązań technologicznych, recykling odpadów. Firma w ramach Green IT — zakupiła nowoczesny serwer i laptopy spełniające najwyższe normy pod kątem energooszczędności.

- program działań proekologicznych - skierowaliśmy go do pracowników i otoczenia, miał na celu poszerzenie wiedzy z zakresu ochrony środowiska,

-wdrożyliśmy system CSR zgodny z WCAG 2.0 — w aspekcie środowiskowym to eliminacja obrotu dokumentów w wersji papierowej; znacznie zmniejszyło to zużycie papieru i konieczność drukowania.

- uzyskaliśmy certyfikat „EcoFirma”.

- stale monitorujemy i minimalizujemy zużycie zasobów: dążymy do zmniejszenia zużycia energii elektrycznej m.in. poprzez: zainstalowanie energooszczędnego systemu regulacji oświetlenia w biurze firmy, Green IT - wprowadzenie zasad związanych z tzw. zieloną informatyką, dotyczących

ekologicznych aspektów funkcjonowania organizacji poprzez organizowanie video i telekonferencji, wdrożenie elektronicznego systemu przepływu i zarządzania dokumentami, stopniowo wymieniając sprzęt firmowy na nowy i energooszczędny. Monitorujemy emisję CO<sub>2</sub> poprzez nadzorowanie zużycia energii elektrycznej, zużycia energii cieplnej, papieru i znaczących materiałów eksploatacyjnych w biurze (np. tonerów), wody i wytwarzanych ścieków oraz ilości wytwarzanych odpadów, recykling odpadów w tym odpadów produkcyjnych, oddawanie złomu na złomowisko, zbiórki baterii i korków.

- efektywnie zarządzamy materiałami eksploatacyjnymi — co znajduje przełożenie w aktywnościach takich jak: ponowne wykorzystanie materiałów eksploatacyjnych i surowców, oszczędzanie papieru w ramach posiadanych możliwości sprzętowych „stosowane rozwiązania to np.: drukowanie dwustronne, wykorzystywanie jednostronnych wydruków do sporządzania notatek,
- gromadzenie danych na dyskach, elektroniczne nośniki danych. Stale podejmujemy nowe rozwiązania wymiany informacji w celu eliminowania konieczności używania papieru — dążymy do całkowitej elektronicznej wymiany dokumentów. W zakresie racjonalnego wykorzystania wody zastosowaliśmy urządzenia ograniczające jej zużycie. Gospodarka odpadami polega na prowadzeniu segregacji odpadów i ich odpowiednim składowaniu.
- polityka zakupów — w procesie dokonywania zakupów kierujemy się przede wszystkim energooszczędnością urządzeń i ich przyjaznością środowisku. Zakupujemy środki chemiczne i środki czystości ulegające biodegradacji. Podjęliśmy działania ograniczające ilość odpadów.
- przyjazne środowisko pracy — dążymy do stworzenia warunków, które jednocześnie utrzymają komfort pracy i będą prośrodowiskowe. Dokonywane są przez nas regularne przeglądy klimatyzacji i jej konserwacja, nadzorujemy zabezpieczenie przeciwpożarowe (kontrola gaśnic), posiadamy oświetlenie spełniające wymogi BHP, dostosowane do potrzeb pracowników, kładziemy nacisk na ochronę przed hałasem w firmie i jej bezpośrednim otoczeniu.

- edukacja ekologiczna — szkolimy pracowników z zakresu działań proekologicznych oraz prowadzimy kampanie edukacyjne dotyczące środowiska.

## 1. Wskaźniki wpływu na społeczeństwo

Inicjatywy podejmowane przez firmę HANBUD bezpośrednio oddziałują na społeczeństwo, nie tylko w ramach wyszczególnionego dla niego obszaru. Specyfika działalności firmy jest ściśle regulowana przez akty prawa odnoszące się do obszaru produkcji i świadczonych usług, w tym prawa dotyczące ochrony własności intelektualnej, jak i akty samoregulacji — kodeksy etyki zawodowej.

Opracowanie i wdrożenie strategii CSR oraz przeprowadzenie audytu i implementacja w zakresie zgodności z normą ISO 26000 udowadniają, że prowadzony przez nas biznes jest społecznie odpowiedzialny oraz ma charakter usystematyzowany i zgodny z powszechnie obowiązującymi w tym zakresie standardami. Implementacja powyższej normy da gwarancję prawidłowej realizacji działań w ramach strategii CSR. Cały zespół HANBUD, niezależnie od szczebla i działu, ma świadomość prospołecznej działalności firmy. Każdy pracownik jest zobowiązany do postępowania zgodnie z przyjętą polityką firmy.

### Aspekt: Korupcja

S02 Procent i całkowita liczba jednostek biznesowych poddanych analizie pod kątem ryzyka związanego z korupcją.

Firma HANBUD jest świadoma istnienia zjawiska korupcji, dlatego podlega analizie i regulacjom pod kątem ryzyka związanego z jej wystąpieniem.

S03 Procent pracowników przeszkolonych w zakresie polityki i procedur antykorupcyjnych organizacji.

Wszyscy pracownicy firmy HANBUD deklarują zobowiązanie do przestrzegania norm etyki zawodowej. Każdy nowozatrudniony zostaje zapoznany z polityką i procedurami antykorupcyjnymi firmy oraz Regulaminem. Cały zespół został przeszkolony pod kątem wdrożenia strategii CSR.

S04 Działania podjęte w odpowiedzi na przypadki korupcji

Firma HANBUD nie miała dotychczas incydentów związanych z oskarżeniami o korupcję. Wszystkich pracowników obowiązują normy etyki zawodowej. Złamanie tych norm będzie skutkowało poważnymi konsekwencjami służbowymi, włączając w to zwolnienie dyscyplinarne z pracy.

Aspekt: Udział w życiu publicznym

S05 Polityka dotycząca udziału w życiu publicznym i lobbingu

HANBUD aktywnie uczestniczy w życiu publicznym, angażuje się w liczne akcje, wydarzenia lokalne i ponadlokalne, dając tym samym wyraz troski o społeczeństwo. Pracownicy firmy są otwarci na współpracę z ośrodkami edukacyjnymi, chętnie biorą udział w projektach, dzielą się wiedzą i doświadczeniem.

Aspekt: Oznakowanie oroduktów i usług

PR3 Praktyki związane z zapewnieniem satysfakcji klienta, w tym wyniki badań pomiaru satysfakcji klienta.



Dotychczas nie były przez nas prowadzone badania dotyczące pomiaru satysfakcji klienta. W związku z podjętymi w ramach realizowanego projektu i wdrożenia strategii CSR działaniami, badanie stopnia zadowolenia klienta jest zasadne. Planowane na przyszłe lata działania z pewnością obejmą uzyskanie informacji zwrotnej od klientów o współpracy z naszą organizacją, co będzie podstawą do kolejnych usprawnień i korekt działania.

➤ Zakończenie

Raportowany okres obejmował dalsze wdrażanie strategii CSR polegającego na podejmowaniu działań związanych z prowadzeniem biznesu społecznie odpowiedzialnego w sposób usystematyzowany i zgodny z powszechnie obowiązującymi w tym zakresie standardami.