

2017

Dobry biznes, czyli CSR w MŚP



Prezentacja dobrych praktyk powstałych
w ramach projektu PARP
„Zwiększenie konkurencyjności regionów
poprzez społeczną odpowiedzialność
biznesu (CSR)”

Dobry biznes, czyli CSR w MŚP

Wydawca

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

ul. Pańska 81/83

00-834 Warszawa

tel.: 022 432 80 80

faks: 022 432 86 20

biuro@parp.gov.pl

www.parp.gov.pl

© Copyright by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

Publikacja dostępna również na stronie internetowej www.csr.parp.gov.pl

Projekt jest finansowany przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.





Szanowni Państwo,

Z ogromną radością oraz dużą satysfakcją dzielę się z Państwem publikacją opisującą osiągnięcia projektu promującego działania Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR) wśród polskich małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP), który został zrealizowany w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy. Publikacja ta podsumowuje rezultaty pięcioletniej pracy polskich samorządów regionalnych, Centrów Obsługi Inwestora i Eksportera oraz polskich przedsiębiorców, mającej na celu rozwój ich działalności gospodarczej w sposób zrównoważony, a więc, w sposób korzystny dla gospodarki lokalnej, dla środowiska oraz społeczeństwa.

Rozwój zrównoważony jest w dzisiejszych czasach główną zasadą rozwoju długofalowego, zarówno w przypadku państw czy organizacji, jak i przedsiębiorstw. W sektorze prywatnym ważnym, jeśli nie głównym, filarem procesu wdrażania założeń rozwoju zrównoważonego jest koncepcja Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR). Choć tradycyjnie CSR był uznawany raczej za domenę dużych korporacji, jednak z biegiem czasu uznano, że również małe i średnie firmy mogą stosować to podejście w codziennym prowadzeniu działalności gospodarczej. Jest to szczególnie ważne w takich krajach jak Polska i Szwajcaria, w których MŚP stanowią 99% wszystkich przedsiębiorstw. Niezależnie od początkowych założeń, uwzględniając szybko rosnące zainteresowanie tematyką CSR wśród polskich firm, naturalnym wyborem dla naszych krajów było włączenie do zakresu Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy projektu promującego inicjatywy społecznej odpowiedzialności biznesu wśród polskich małych i średnich przedsiębiorstw.

Szwajcarsko-Polski Program Współpracy, którego realizację rozpoczęto w 2007 r., jest częścią większego pakietu pomocy finansowej nazwanego Swiss Contribution, którego punktem wyjścia była solidarność Szwajcarii z 13 krajami, które przystąpiły do Unii Europejskiej w 2004 r. i w latach późniejszych. Warto zauważyć, że rozwój zrównoważony jest wiodącą zasadą całego programu Swiss Contribution, ponieważ jego nadrzędnym celem jest zmniejszanie różnic społeczno-gospodarczych oraz promowanie rozwoju w sferach: gospodarczej, ochrony środowiska oraz społecznej.

Warto wspomnieć, że Polska jest największym beneficjentem programu Swiss Contribution: realizowanych jest tutaj 58 projektów w 5 obszarach priorytetowych, a cała kwota szwajcarskiego dofinansowania to 489 milionów franków szwajcarskich, co obecnie daje ponad 1,9 miliarda złotych.

Projekt, którego celem jest promowanie idei Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, pozwolił polskim małym i średnim przedsiębiorstwom nie tylko dowiedzieć się więcej o koncepcji CSR, ale również uzyskać finansowanie na wdrożenie ich konkretnych inicjatyw z tego obszaru. Czytając tę publikację, będą Państwo mogli zapoznać się z najlepszymi przykładami praktycznego wdrożenia założeń CSR. Projekt ten, uznany za przedsięwzięcie pilotażowe, udowodnił duże zainteresowanie polskich przedsiębiorców tematyką CSR, a działania opisane w niniejszej publikacji pokazują również znaczny poziom ich kreatywności, co z kolei przyczyniło się do osiągnięcia godnych uwagi — a w mojej opinii nawet spektakularnych — rezultatów projektu. Niewątpliwie, w Polsce nadal istnieje zainteresowanie oraz potencjał promowania rozwiązań Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, wierzę więc, że osiągnięcia opisane w tej publikacji staną się inspiracją dla dalszych działań w tym obszarze.

Chciałbym wyrazić swoją wdzięczność dla Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, która jest odpowiedzialna za zarządzanie realizacją projektu z ramienia polskich władz oraz Ministerstwu Rozwoju, jako instytucji partnerskiej za ich zaangażowanie, profesjonalizm oraz poświęcenie, które przyczyniły się do pomyślnej realizacji projektu.

Życzę Państwu ciekawej lektury

Dr. Guido Beltrani

Dyrektor Biura Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy w Polsce



Szanowni Państwo,

rezultaty zrealizowanego przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości projektu „Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR)” potwierdzają, że strategia CSR może być również skutecznym narzędziem pomagającym mikro-, małym i średnim przedsiębiorstwom w rozwoju działalności.

Spółeczna odpowiedzialność biznesu (z angielskiego *Corporate Social Responsibility* – CSR) jako model zarządzania, w którym przedsiębiorstwo zwraca szczególną uwagę na aspekty społeczne, środowiskowe, czy relacje z różnymi grupami interesariuszy – a zwłaszcza z pracownikami, postrzegany jest często jako sposób działania możliwy jedynie w dużych korporacjach. Norma ISO 26000, odnosząca się do społecznej odpowiedzialności, ma jednak zastosowanie do wszystkich rodzajów organizacji – bez względu na ich statut, wielkość czy lokalizację, co udowadniają przedstawione w publikacji przykłady.

Od początku realizacji projektu można było zaobserwować jak istotne jest uwzględnianie założeń społecznej odpowiedzialności biznesu w działalności mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw. Dzięki udzieleniu przez PARP wsparciu 177 firm z sektora MŚP zrealizowało swoje projekty polegające na wdrożeniu zasad CSR. Projekty realizowane przez beneficjentów, uwzględniające specyfikę prowadzonej działalności oraz uwzględniające i angażujące interesariuszy, przyczyniły się do osiągnięcia wymiernych efektów ekonomicznych i wizerunkowych. Różnorodność branży, specyfiki działania, otoczenia, w jakim funkcjonują czy zasięgu prowadzonej działalności wśród naszych beneficjentów utwierdza w przekonaniu, że społecznie odpowiedzialne może być każde przedsiębiorstwo.

Niniejsza publikacja przedstawia najciekawsze projekty beneficjentów z województwa łódzkiego, opolskiego, podlaskiego, świętokrzyskiego i warmińsko-mazurskiego, do których skierowany był III nabór wniosków o udzielenie wsparcia w ramach projektu PARP.

Wierzymy, że działania opisane w niniejszej publikacji spotkają się z zainteresowaniem różnych grup czytelników oraz będą bodźcem do wdrażania rozwiązań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu we własnej działalności.

Życzymy Państwu przyjemnej lektury.

Departament Usług Proinnowacyjnych

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

Spis treści

O projekcie	
Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez	
Społeczną Odpowiedzialność Biznesu (CSR)	10

Dobre praktyki CSR

ŁÓDZKIE

ECO-ABC Sp. z o.o.	12
Ośrodek Badawczo-Produkcyjny Politechniki Łódzkiej „ICHEM” Sp. z o.o.	14
Przedsiębiorstwo Wielobranżowe AN-MAR Anna Czarnecka	16

OPOLSKIE

ELTRANS Sp. z o.o.	18
Higma Service Sp. z o.o.	20
Learn Power Group Sp. z o.o.	22

PODLASKIE

Auto Serwis Piotr Makowski	24
Electrum Sp. z o.o.	26
Zakład Produkcyjny „Herman” Ewelina Gotowicka	28

ŚWIĘTOKRZYSKIE

EPRD Biuro Polityki Gospodarczej i Rozwoju Regionalnego Sp. z o.o.	30
Instytut OZE Sp. z o.o.	32
Przedsiębiorstwo Produkcyjne METALBET M. Tarach, W. Tarach, E. Jagusztyn	34

WARMIŃSKO-MAZURSKIE

P.P.H. AGAPLAST Sp. z o.o.	36
POLAMP Sp. z o.o. z siedzibą w Giżycku	38
Visacom Sp. z o.o.	40

O projekcie

Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez Społeczną Odpowiedzialność Biznesu (CSR)



RAZEM

512 wniosków na kwotę 38.262.280,51 zł

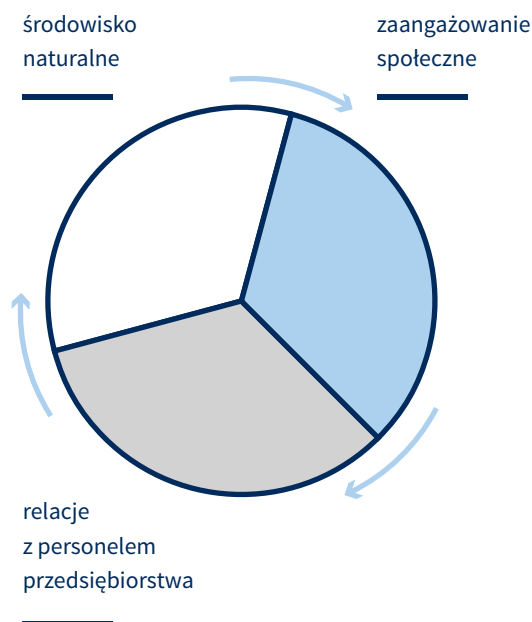
177 umów na kwotę 12.586.227,70 zł

Realizacja projektu „Zwiększenie konkurencyjności regionów poprzez Społeczną Odpowiedzialność Biznesu (CSR)” rozpoczęła się w 2012 r., kiedy Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości uruchomiła cykl szkoleń, spotkań informacyjnych i wizyt studyjnych dla przedstawicieli Urzędów Marszałkowskich, Centrów Obsługi Inwestorów i Eksporterów oraz samych przedsiębiorców. Pojęcie społecznej odpowiedzialności biznesu nie było w Polsce szeroko znane i dlatego celem tych działań był wzrost wiedzy na temat CSR. Cel ten został osiągnięty – aż u 94% uczestników spotkań i szkoleń nastąpił wzrost wiedzy. Co więcej, u 90% uczestników wzrosło zainteresowanie tematyką CSR.

Działania podnoszące świadomość na temat społecznej odpowiedzialności biznesu miały fundamentalne znaczenie dla uruchomienia kolejnego działania w projekcie, czyli przeprowadzenia konkursu dla przedsiębiorców. Jego celem było udzielenie pomocy finansowej w formie bezwrotnego wsparcia finansowego na realizację projektów

polegających na wdrożeniu rozwiązań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu.

Dotychczas w Polsce nie było udzielane wsparcie mające na celu wdrożenie rozwiązań z zakresu CSR w przedsiębiorstwach. Należy podkreślić, że konkurs skierowany był do sektora MŚP, mimo że CSR postrzegany był głównie jako domena dużych firm. Przedsiębiorcy, którzy przygotowali projekty w konkursie PARR, mogli zrealizować przedsięwzięcia w ramach trzech obszarów tematycznych: środowisko naturalne, relacje z personelem przedsiębiorstwa oraz zaangażowanie społeczne. Beneficjenci realizowali inwestycje minimalizujące wpływ przedsiębiorstw na środowisko naturalne, inicjatywy prowadzące do zwiększenia udziału pracowników w zarządzaniu przedsiębiorstwem oraz poprawy warunków pracy, a także różnego rodzaju działania na rzecz rozwoju współpracy z otoczeniem, w których funkcjonują i na które oddziałują.



Po dwóch naborach wniosków przeprowadzone zostało badanie ewaluacyjne, którego przedmiotem było m.in. podsumowanie rezultatów projektów zrealizowanych przez beneficjentów wsparcia udzielonego na wdrożenie CSR. Dla większości beneficjentów realizacja projektu CSR była szansą na rozszerzenie zakresu działalności – ponad połowa beneficjentów pozyskała nowych klientów i wprowadziła nowe produkty i usługi, a blisko połowa – rozwinęła nowe obszary działalności. 25% beneficjentów weszło na nowe rynki.

Firmy realizujące projekty z zakresu ochrony środowiska odnotowały spadek ilości wytwarzanych odpadów, spadek zużycia surowców i energii. Firmy, które zrealizowały działania skierowane na poprawę relacji z pracownikami, podkreślają podniesienie satysfakcji i zaangażowania pracowników – co przełożyło się na ich wydajność i chęć do generowania pomysłów na usprawnienia funkcjonowania organizacji. Realizacja projektów pozwoliła firmom wzmocnić relacje z otoczeniem, w którym funkcjonują oraz podjąć długotrwałą współpracę z partnerami zewnętrznymi. Należy podkreślić, że partnerzy społeczni, z którymi część firm podjęła współpracę, wsparli beneficjentów w innych, ważnych dla nich działaniach. Przedsiębiorcy wskazywali również na korzyści finansowe tj. obniżenie kosztów, większy zysk brutto, wzrost przychodów ze sprzedaży produktów i usług.

Oczywiście nie można również pominąć korzyści wizerunkowych, jakie wynikają dla przedsiębiorstw społecznie odpowiedzialnych.

Ponieważ nie wszystkie regiony w pierwszych dwóch naborach były równo reprezentowane przez przedsiębiorców w naszym konkursie, dlatego też kolejny nabór wniosków skierowany został do firm z wybranych 5 województw: łódzkiego, opolskiego, podlaskiego, świętokrzyskiego i warmińsko-mazurskiego, w których zrealizowano najmniejszą liczbę projektów. Trzeci nabór przyniósł oczekiwane zmiany. Podczas, gdy w pierwszym naborze z ww. województw wpłynęło jedynie 11 wniosków, a w drugim – 36 wniosków, to w trzecim naborze widać już znaczący wzrost zainteresowania konkursem – wpłynęło 91 wniosków. Różnicę widać również w liczbie zawartych umów: 4 umowy – po pierwszym naborze, 15 – po drugim, i wreszcie 27 – po trzecim.

Na początku 2016 r. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości wydała publikację „Odpowiedzialność się opłaca, czyli CSR w MŚP”. Książka stanowiła swoisty przewodnik po 40 projektach zrealizowanych przez beneficjentów wsparcia na wdrożenie CSR, którzy uzyskali wsparcie w I i II naborze wniosków.

Ta publikacja, która niejako stanowi kontynuację prezentacji dobrych praktyk powstałych w ramach projektu PARP, została poświęcona beneficjentom III naboru wniosków.



Publikacja dostępna na www.csr.parp.gov.pl



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAZOWANIE
SPOŁECZNE



ECO-ABC Sp. z o.o.

Spółecznie odpowiedzialne i bezpieczne gospodarowanie odpadami

Odpady medyczne i weterynaryjne to szczególna grupa odpadów wysoce szkodliwych wytwarzanych w naszym otoczeniu. Z uwagi na zawartość czynników chorobotwórczych (bakterie, wirusy, pasożyty, grzyby) stanowią największe źródło ryzyka w przypadku postępowania z nimi w sposób niezgodny z obowiązującymi wytycznymi. Pierwsze skojarzenie najczęściej dotyczy zagrożenia epidemiologicznego, co w oczywisty sposób przekłada się na obawy lokalnej społeczności. Warto zwrócić uwagę, iż dla odpadów medycznych i weterynaryjnych ustawodawca przewidział obowiązek ich lokalnego przetwarzania przez termiczne unieszkodliwienie w wyspecjalizowanych spalarniach.

Na tym niezwykle wymagającym rynku od 1992 r. funkcjonuje firma ECO-ABC, która jako pierwsza na polskim rynku zaproponowała unieszkodliwienie odpadów, jako usługę świadczoną w profesjonalnej spalarni dla placówek służby zdrowia.

Oferta firmy obejmuje kompleksową usługę gospodarowania odpadami, począwszy od odbioru i załadunku, poprzez specjalistyczny transport, aż po końcowe unieszkodliwienie. Aktualnie ECO-ABC obsługuje ok. 3000 podmiotów, różniących się pod względem wielkości, ilości wytwarzanych odpadów. Są to zarówno duże szpitale, jak i małe prywatne gabinety; jednostki publiczne oraz przedsiębiorstwa prywatne; znajdujące się w dużych miastach, ale i na prowincji.

Jako sprawdzony i rzetelny kontrahent firma cieszy się zaufaniem wielu placówek medycznych, ponieważ świadczy usługi na najwyższym poziomie i respektuje obowiązujące przepisy prawa.

ECO-ABC Sp. z o.o. ma wieloletnie doświadczenie w realizacji działań w obszarze Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR). Od samego początku strategia zarządzania przedsiębiorstwem uwzględnia nie tylko interesy klientów, ale także dostawców, pracowników i ich rodzin oraz lokalnej społeczności. Dotychczasowe działania były dostosowane do potrzeb i aktualnych możliwości oraz czynników wewnętrznych i zewnętrznych. Opracowanie i wdrożenie strategii CSR miało za zadanie wdrożenie kompletnego systemu zarządzania przedsiębiorstwem opartego na koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu.

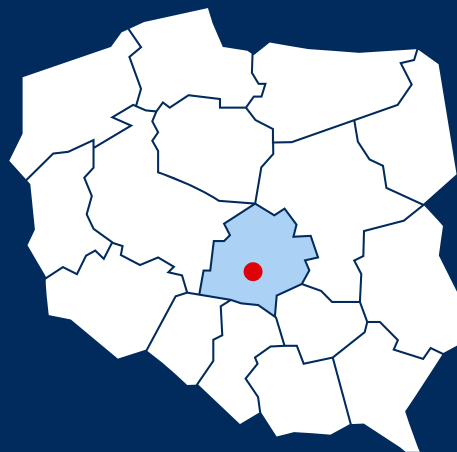
Ze względu na specyfikę branży szczególnie istotnym obszarem dla ECO-ABC jest ochrona środowiska. Firma od początku istnienia poszukuje rozwiązań technologicznych minimalizujących negatywne oddziaływanie na otoczenie. Jest pierwszą polską firmą, która wdrożyła unikalny system gospodarki wodnej i odzyskiwania energii w procesie unieszkodliwiania odpadów. Odzyskiwane w całości wygenerowane ze spalania odpadów ciepło w instalacji o wysokiej zdolności cieplnej zasila miejską sieć ciepłowniczą, a to oznacza wymierny efekt ekologiczny - ograniczenie emisji gazów cieplarnianych.

Podczas remontów prewencyjnych i konserwacji instalacji obniża się moc generowanego ciepła, dlatego też zdecydowano się zastosować duży akumulator ciepła, który pozwala utrzymać temperaturę ciepłej wody w bardzo niskich parametrach, jakie są wymagane przez miejską sieć ciepłowniczą.

Przed rozpoczęciem inwestycji odbył się audyt procesu technologicznego gospodarowania ciepłem. Kontrola obejmowała oszacowanie opłacalności przedsięwzięcia termomodernizacyjnego oraz ilości otrzymywanego ciepła przed i po realizacji inwestycji. W rezultacie, we wrześniu 2016 r. został zbudowany innowacyjny system akumulacji ciepła, pozwalający utrzymać stabilną temperaturę podgrzanej wody dostarczanej do sieci miejskiej. Inwestycja ta doskonale wpisuje się w wypracowaną w projekcie strategię CSR, przyczyniając się do ochrony środowiska poprzez osiągnięcie najwyższych standardów ekologicznych w zakresie usług unieszkodliwiania odpadów medycznych. — Jesteśmy dumni, że dzięki uzyskanemu wsparciu w stosunkowo niewielkiej spalarni odpadów medycznych o mocy maksymalnej ok. 3 MW, mogliśmy z powodzeniem jako pierwsi w Polsce zamontować akumulator ciepła — mówi Jan Wrzesień, Prezes firmy ECO ABC.

Efektom zastosowanego rozwiązania będzie zasilanie sieci ciepłej Bełchatowa w ciepło o parametrach o podwyższonej tolerancji. Konsekwencją, oprócz podwyższonego komfortu mieszkańców miasta, będzie dobry wynik ekonomiczny przedsiębiorstwa, co z kolei oznacza większe wpływy do budżetu miasta. Firma szacuje, że zyski z tytułu sprzedawanego ciepła wzrosną o ok. 10 %. Realizacja projektu finansowanego z funduszy szwajcarskich wpłynęła na funkcjonowanie przedsiębiorstwa na kilku płaszczyznach:

- technicznej – dzięki uruchomieniu innowacyjnego akumulatora firma może zaoferować stabilny poziom dostaw podgrzanej wody do sieci ciepłowniczej,
- organizacyjnej – zoptymalizowano wiele procesów wewnętrznych, jak i zewnętrznych firmy,
- relacji z pracownikami – zwiększyła się wiedza kadry zarządzającej o potrzebach i spostrzeżeniach pracowników, a pracownicy lepiej rozumieją oczekiwania oraz preferowane postawy pracownicze,
- wizerunku i relacji z otoczeniem – poprawa jakości obsługi, transparentność działań, nowe kanały komunikacji z różnymi grupami interesu mogą pozytywnie wpłynąć na jej wizerunek i ułatwić funkcjonowanie w przyszłości.



Nazwa:
ECO-ABC Sp. z o.o.

Adres strony:
www.eco-abc.com.pl

Siedziba:
Bełchatów

Wielkość:
średni przedsiębiorca

Zasięg działalności:
Polska

Opis prowadzonej działalności:
Firma specjalizuje się w zakresie unieszkodliwiania odpadów medycznych i weterynaryjnych. Oferta obejmuje kompleksowe usługi począwszy od systematycznego odbioru, poprzez specjalizowany transport, aż po końcową utylizację odpadów. Dodatkowo, świadczy swoim klientom usługi doradcze w zakresie prawidłowej gospodarki odpadami. Obecnie obsługuje około 25% krajowego rynku odpadów niebezpiecznych.

Branża:
przetwarzanie i unieszkodliwianie odpadów niebezpiecznych

Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:

- opracowanie i wdrożenie czytelnego schematu organizacyjnego przedsiębiorstwa
- szczególna dbałość o utrzymanie zasad równouprawnienia
- polityka otwartych drzwi
- program szkoleń wewnętrznych
- modernizacja spalarni w Bełchatowie
- działalność filantropijna
- sponsoring lokalnych instytucji oświaty

Rok założenia:
1992

Łódzkie

Opolskie

Podlaskie

Świętokrzyskie

Warmińsko-
Mazurskie



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO

ZAANGAZOWANIE
SPOŁECZNE

Ośrodek Badawczo-Produkcyjny Politechniki Łódzkiej „ICHEM” Sp. z o.o.

Opracowanie strategii i wdrożenie działań CSR

Ośrodek Badawczo-Produkcyjny Politechniki Łódzkiej „ICHEM” Sp. z o.o. jest firmą produkcyjną, utworzoną w Łodzi w 1988 r. i działającą w branży suplementów diety oraz wyrobów medycznych. W ciągu kilku ostatnich lat firma prowadziła liczne działania prospołeczne. Budowała pozytywne relacje z pracownikami, pomagała różnego rodzaju organizacjom, a także angażowała się w szereg inicjatyw mających pozytywny wpływ na otoczenie. Dynamiczny rozwój firmy spowodował, że kadra kierownicza dostrzegła potrzebę trwałych i zaplanowanych działań w obszarze CSR, przyczyniających się zarówno do wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstwa, jak i polepszania jego wizerunku. Celem, jaki postawił sobie zarząd, było usystematyzowanie i zwiększenie efektywności działań w tym zakresie.

Rozrastająca się struktura organizacyjna, system wzajemnych zależności oraz praca zmianowa spowodowana specyficznymi procesami technologicznymi powodowały coraz częściej występujące kłopoty z komunikacją personelu i prawidłowym przepływem informacji. Zaistniała potrzeba ciągłego podnoszenia satysfakcji narażonych na stres pracowników. Stąd też jednym z kluczowych obszarów działań w ramach projektu finansowanego z funduszy szwajcarskich było zarządzanie zasobami ludzkimi i podniesienie poziomu zadowolenia zatrudnionych w przedsiębiorstwie osób. Odpowiedzialność firmy w tym zakresie zespół projektowy określił mianem „pracy nad podstawami”, czyli najistotniejszymi z punktu widzenia pracowników aspektami, takimi jak poziom wynagro-

żenia, jakość komunikacji, atmosfera w zespole, relacja z przełożonymi czy planowanie pracy.

Realizując projekt, firma po raz pierwszy w historii zrobiła audyt wynagrodzeń oraz badanie satysfakcji pracowników, celem określenia punktu wyjścia do dalszych działań. Usprawniła także komunikację wewnętrzną. Audyt wynagrodzeń umożliwił obiektywną ocenę funkcjonujących w firmie zasad, części składowych i form wynagradzania, a także dostarczył zarządowi odpowiedzi na pytanie czy system płac jest skuteczny i przyczynia się do podnoszenia efektywności pracy. Z kolei badanie postaw i opinii wśród pracowników odbyło się w formie dialogu i umożliwiło personelowi wywarcie wpływu na działania i decyzje pracodawcy. Na tej podstawie powstał plan działań naprawczo-rozwojowych. Z kolei anonimowe badanie dotyczyło m.in. oceny relacji z przełożonymi, wizerunku firmy, poziomu satysfakcji z wynagrodzenia, więzi z przedsiębiorstwem, organizacji pracy i relacji ze współpracownikami.

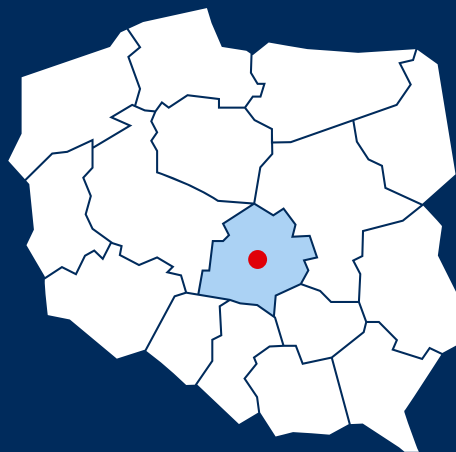
Kolejnym krokiem było uruchomienie platformy służącej do komunikacji z personelem i usprawniania procesu zarządzania pracownikami. Wprowadzony system informatyczny jest dostępny dla wszystkich pracowników i umożliwia prowadzenie elektronicznego obiegu dokumentów kadrowo-administracyjnych (wnioski o nieobecności, delegacje, ankiety, paski wynagrodzeń, dokumenty szkoleniowe) oraz rozdzielanie i rozliczanie czasu pracy. Usprawniło to obieg dokumentów w firmie, pracownikom łatwiej jest wypełnić

wnioski i ankiety, mają oni też łatwiejszy dostęp do wielu istotnych informacji.

Nowe rozwiązania zniwelowały również problem pojawiający się na poziomie produkcji, a więc nieproporcjonalne zagospodarowanie personelu, spowodowane nieregularnymi zamówieniami. Gdy dochodzi do takich sytuacji, część linii produkcyjnych wymaga większej, a część mniejszej obsady. Podczas gdy pracownicy na jednym wydziale mieli nadgodziny lub byli angażowani dodatkowe osoby (agencje pracy tymczasowej, umowy zlecenia), na innym było znacznie mniej pracy, a zatrudnieni ludzie mieli wolne moce przerobowe (np. operator, pakowacz itp.). Wprowadzony system informatyczny umożliwił precyzyjne harmonogramowanie pracy poszczególnych osób, udostępnił informacje o niezagospodarowanych pracownikach oraz pozwolił na ich swobodny przepływ do poszczególnych komórek organizacyjnych przedsiębiorstwa, które wymagały w danej chwili większej obsady. Dane dotyczące ruchów kadrowych automatycznie przekazywane są do oprogramowania księgowo-płacowego, co znacząco usprawniło rozliczanie czasu pracy i naliczanie wynagrodzeń. W rezultacie możliwe jest sprawne dysponowanie personelem i wykorzystywanie go w efektywny i ekonomiczny sposób. Wpływa to również na wzrost zadowolenia pracowników, którzy mają zapewniony dostęp do pracy niezależnie od obciążenia pojedynczej linii produkcyjnej.

— Z perspektywy kilku miesięcy funkcjonowania platformy internetowej można stwierdzić, że pracownicy są zadowoleni z wprowadzonych zmian i traktują je jako duże ułatwienie w codziennej pracy, w kontaktach z przełożonymi oraz współpracownikami — mówi Anna Zdziechowska odpowiedzialna za wdrożenie projektu w firmie ICHEM — Komunikacja w obrębie przedsiębiorstwa znacznie się poprawiła, udało się też ograniczyć ilość dokumentacji papierowej. Warto podkreślić, że do aktywnego korzystania z platformy i internetu udało się przekonać wszystkich pracowników, bez względu na wiek czy zajmowane stanowisko.

Działania CSR skierowane do pracowników nie tylko polepszyły współpracę z załogą, ale także poprawiły wizerunek firmy, jako podmiotu dbającego o kapitał ludzki. Pozytywnie wpłynęły również na wzrost efektywności procesu produkcyjnego, zależącego w bardzo dużej części od pracowników i ich produktywności. W przyszłości spółka zamierza kontynuować działania w obszarze CSR oraz rozwijać kolejne, zgodnie z celami i kierunkami wyznaczonymi w opracowanej strategii.



Nazwa:
Ośrodek Badawczo-Produkcyjny Politechniki
Łódzkiej „ICHEM” Sp. z o.o.

Adres strony:
www.ichem.com.pl

Siedziba:
Łódź

Wielkość:
średni przedsiębiorca

Zasięg działalności:
Europa

Opis prowadzonej działalności:
Firma ma ponad dwudziestosiedmioletnie doświadczenie produkcyjne w branży suplementów diety i żywności funkcjonalnej oraz wyrobów medycznych. Obecnie główna działalność firmy koncentruje się na świadczeniu kompleksowych usług w zakresie kontraktowego wytwarzania i konfekcjonowania suplementów diety w różnych formach, a także na produkcji suplementów diety, będących wynikiem własnych prac badawczych, pod marką VITADIET®.

Branża:
produkcja suplementów diety

Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:

- działania mające na celu zwiększenie efektywności materiałowej i energetycznej
- ograniczenie marnotrawstw i usprawnienie procesów produkcyjnych
- wykorzystywanie odnawialnych źródeł energii
- projekty szkoleniowe
- finansowanie firmowej drużyny sportowej
- współpraca z łódzkimi uczelniami
- staże dla bezrobotnych
- wspieranie finansowe i rzeczowe organizacji pożytku publicznego

Rok założenia:
1988

Łódzkie

Opolskie

Podlaskie

Świętokrzyskie

Warmińsko-
Mazurskie



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAAŃGAŻOWANIE
SPOŁECZNE



Przedsiębiorstwo Wielobranżowe AN-MAR Anna Czarnecka

AN-MAR firmą odpowiedzialną społecznie

AN-MAR jest firmą rodzinną, prowadzoną przez małżeństwo Annę i Marka Czarneckich od 1994 r.. Zakład, wykorzystując włókniny i piankę, produkuje elementy o różnym zastosowaniu i kształtach, realizując projekty na indywidualne zamówienie klientów z różnych branż. Przez wiele lat podstawowym obszarem działalności przedsiębiorstwa była produkcja wszystkich typów wkładów barkowych w szerokim asortymencie rozmiarów i wzorów.

W odpowiedzi na zapotrzebowanie rynku, od 2016 r. firma postanowiła wyjść z ofertą poza branżę odzieżową. Równocześnie właściciele zdecydowali się podążać za panującymi obecnie tendencjami, dotyczącymi ekologii, oszczędności i odzysku surowców oraz efektywności energetycznej.

— **Jeszcze w styczniu 2016 r. mieliśmy niewielką wiedzę na temat społecznej odpowiedzialności biznesu, czyli CSR. Dopiero spotkanie informacyjne zorganizowane przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości tę wiedzę poszerzyło** — mówi Marek Czarnecki, współwłaściciel firmy. — **Jak się okazało nasze wcześniejsze plany inwestycyjne związane z oszczędzaniem i produkcją energii na potrzeby firmy świetnie wpisywały się w strategię CSR, przyczyniając się do ochrony środowiska.**

Łącząc podejmowane wcześniej działania z realizacją celów określonych w Strategii CSR wypracowanej w ramach projektu, AN-MAR prowadzi działalność zgodnie z filozofią gospodarki obiegu zamkniętego (*Circular Economy*). Stosuje przy tym podejście oparte na cyklu życia w poszczególnych etapach łańcucha wartości, którego głównym celem jest redukcja oddziaływania produktów i usług na środowisko oraz udoskonalenie ich społeczno-gospodarczej funkcjonalności w całym cyklu, czyli od chwili pozyskania surowców i wytworzenia energii, przez etap produkcji i użytkowania, aż po recykling lub utylizację na końcu okresu eksploatacji.

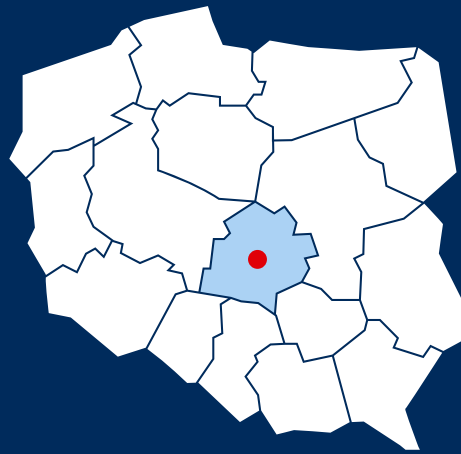
Każda niewielka firma ponosi stałe koszty związane z prowadzoną działalnością, płacąc za energię oraz surowce wykorzystywane do produkcji. AN-MAR podszedł do tematu kompleksowo – zaczął produkować własną „zieloną” energię dzięki instalacji fotowoltaicznej „on-grid”, przeznaczonej do wytwarzania prądu przemiennego o mocy 10–11 kW. Jednocześnie zmniejszył zużycie energii poprzez montaż oświetlenia LED. Zaczęto też wykorzystywać materiał z odzysku. W tej chwili część włókien produkowana jest ze ścinków z własnej produkcji, część natomiast pochodzi z włókien poliestrowych, otrzymywanych z ponownego

przetworzenia używanych butelek PET. W rezultacie, firma nie generuje odpadów produkcyjnych, przetwarzając na bieżąco wszelkie pozostałości. Powstaje z nich włóknina do ponownego wykorzystania, przetwarzana przez specjalistyczną firmę mieszanką włókniny i dzianiny oraz ścinki z pianki z dzianiną, przekazywane warsztatowi terapii zajęciowej i wykorzystywane w ćwiczeniach manualnych z niepełnosprawnymi.

Dodatkowo, aby zmniejszyć koszty operacyjne prowadzonej działalności, firma przetwarza odpady foliowe na rękawy foliowe, transportuje odpady do ponownego przetworzenia oraz używa kartonów z odzysku do przewożenia swoich produktów.

Podejmowane działania mają bezpośredni wpływ zarówno na funkcjonowanie przedsiębiorstwa, jak i na jego najbliższe otoczenie. Ważnym aspektem w całym projekcie był stały kontakt z ekspertami branżowymi, specjalistami ds. recyklingu, a także rozmowy z pracownikami i konkurencją. W projekt zostali wprowadzeni także klienci i dostawcy, co przelożyło się na obustronny wzrost świadomości oraz zacieśnienie relacji biznesowych. Wdrożone inwestycje przyczyniły się do zmniejszenia ilości odpadów i zużywanego energii. Umożliwiły też pozyskiwanie jej w bardziej ekologiczny sposób, co ma wymierne skutki finansowe, a zarazem pozytywnie wpływa na środowisko, zmniejszając ilość odpadów, eliminując konieczność ich przewożenia oraz poziom emisji zanieczyszczeń.

— **Najważniejsze efekty projektu to świadomość, że działania wpisujące się w strategię CSR przynoszą nie tylko wymierne oszczędności, ale także wpływają na poprawę wizerunku firmy w oczach naszych kontrahentów. Nasza działalność nie ma szkodliwego wpływu na otoczenie. To cieszy** — ocenia Anna Czarnecka, właścicielka firmy.



Nazwa:
Przedsiębiorstwo Wielobranżowe
AN-MAR Anna Czarnecka

Adres strony:
www.wkladybarkowe.pl, www.fiberi.pl

Siedziba:
Pabianice

Wielkość:
mikroprzedsiębiorca

Zasięg działalności:
Europa

Opis prowadzonej działalności:
Przedsiębiorstwo zajmuje się produkcją dodatków do odzieży, a produkt podstawowy to krawieckie wkłady i poduszki barkowe.

Branża:
odzieżowa

Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:

- organizacja staży dla osób bezrobotnych
- segregowanie odpadów produkcyjnych z pianki i z włóknin oraz przekazywanie ich do ponownego przetworzenia
- ograniczenie ścinków produkcyjnych wynikające z optymalizacji wykorzystania włóknin
- działalność filantropijna

Rok założenia:
1994

Łódzkie

Opolskie

Podlaskie

Świętokrzyskie

Warmińsko-
Mazurskie



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO

ZAANGAŻOWANIE
SPOŁECZNE

Eltrans Sp. z o.o.

Spółecznie odpowiedzialna firma Eltrans

Spółka Eltrans, zlokalizowana na terenie Elektrowni Opole, funkcjonuje na rynku od 1997 r., oferując usługi serwisowe samochodów oraz sprzedaż części i akcesoriów motoryzacyjnych. Firma współpracuje również z Hyundai Motor Poland jako autoryzowany dealer samochodów tej marki oraz sprzedaje sprzęt ogrodniczy marki HONDA.

Tematem społecznej odpowiedzialności biznesu zainteresowała się jeszcze przed rozpoczęciem realizacji projektu, wprowadzając m.in. segregację odpadów czy ograniczanie zużycia energii elektrycznej oraz papieru. Istniały też wewnętrzne zapisy dotyczące CSR, jednak nie były one usystematyzowane. Jak ocenia Paweł Rzepiela, Prezes Zarządu: — **Naszym wyzwaniem jest stałe podnoszenie standardów na drodze oszczędności energetycznej i wykorzystywania materiałów o mniejszej szkodliwości dla środowiska. Do tej pory wiedzieliśmy co chcemy osiągnąć, jednak brakowało nam norm do realizacji tych zadań — dziś wiemy, że we właściwy sposób dbamy o relacje wewnątrz i na zewnątrz naszej organizacji.**

Projekt rozpoczął się od audytu ekologicznego, dzięki któremu spółka uzyskała świadomość poprawnego funkcjonowania przedsiębiorstwa w zgodzie z zasadami i normami ochrony środowiska. Aby ograniczyć negatywny wpływ, zakupiła energooszczędny sprzęt oraz narzędzia do obsługi olejów silnikowych i ekologiczną myjkę do części samochodowych, która zużywa mniejsze ilości wody niż

stosowane dotychczas. Projekt przyczynił się również do utrwalenia i upowszechnienia zachowań proekologicznych wśród pracowników – segregacji śmieci, ograniczenia druku, utylizacji żarówek i tonerów oraz recyklingu elementów metalowych, np. starych części samochodowych.

Firma zdefiniowała jako kluczowy obszar zarządzanie zasobami ludzkimi. Właściciele postanowili zadbać o poprawę relacji z pracownikami, identyfikację ich potrzeb, wzmocnienie dialogu oraz podniesienie jakości życia zawodowego i prywatnego. Miał w tym pomóc system ocen okresowych oraz program planowania rozwoju pracowników, w tym kształtowania relacji interpersonalnych. A wszystko po to, żeby zbudować pozytywne relacje, rozwijać zaangażowanie oraz zadbać o dobrostan pracowników i kondycję spółki. Dodatkowo, pracownicy mogą korzystać z nowo utworzonej sali fitness, gdzie wspólnie z innymi osobami z otoczenia firmy mają szansę zrelaksować się, porozmawiać, poznać się lepiej oraz zacieśniać kontakty osobiste nie tylko w trakcie pracy, ale również po jej ukończeniu. Działaniem mającym zapewnić rozwój zespołu w przyszłości była analiza potencjału kadrowego spółki zrealizowana w ramach badania predyspozycji pracowniczych.

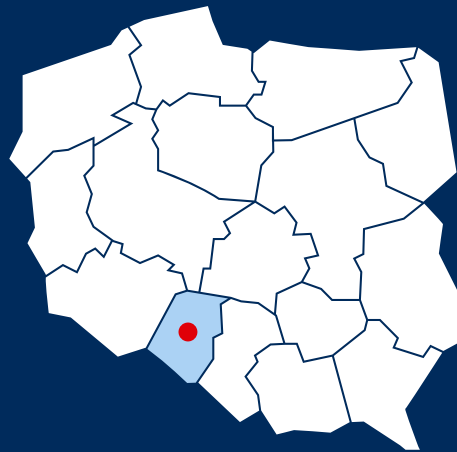
Zaangażowanie społeczne to zagadnienie bardzo ważne dla firmy ELTRANS. Spółka już wcześniej działała w stowarzyszeniach lokalnych oraz angażowała się w prace społeczne. W trosce o bezpieczeństwo najmłodszych użytkowników ruchu drogowego, już w 2010 r. zainicjowała kampanię

społeczną Odblaskowi.pl, której celem jest propagowanie postaw odpowiedzialnego i bezpiecznego poruszania się w ruchu drogowym. Do tej pory, za pośrednictwem tej akcji, udało się rozdać ponad 65 tysięcy opasek odblaskowych oraz przeprowadzić dziesiątki spotkań edukacyjnych – również w salonie firmowym. Na chwilę obecną, kampania Odblaskowi.pl odbywa się w każdym województwie Polski. Jak komentuje Paweł Rzepiela, Prezes Zarządu: — **Biorąc pod uwagę branżę jaką reprezentujemy, zawsze dla nas będzie ważne dbanie o bezpieczeństwo, w szczególności bezpieczeństwo najmłodszych uczestników ruchu drogowego - stąd nasze kampanie informacyjne i edukacyjne w zakresie bezpieczeństwa na drogach.**

Wśród kluczowych efektów projektu firma wymienia:

- obniżenie rachunków za wykorzystanie energii elektrycznej poprzez wdrożenie infrastruktury informatycznej obniżającej pobór mocy,
- realizację kampanii społecznej Odblaskowi.pl, której celem jest propagowanie postaw odpowiedzialnego i bezpiecznego poruszania się w ruchu drogowym,
- uznanie w oczach klientów i pracowników firmy, poczucie działania w słusznej sprawie oraz dbanie o jakość i stan środowiska.

W wyniku realizacji projektu polepszył się proces świadczenia usług przez spółkę, nastąpiła profesjonalizacja działania i podniesienie standardów. Przeprowadzenie audytu spółki w oparciu o zapisy normy ISO 26000 pozwoliło zweryfikować, na podstawie obiektywnych i uniwersalnych wytycznych, czy i jak przedsiębiorstwo rozumie, na czym polega jego społeczna odpowiedzialność, jakie są podstawowe zasady, jakich obszarów działania dotyczy oraz jak zintegrować CSR z działalnością biznesową. Strategia rozwoju Eltrans to przede wszystkim ciągłe poprawianie relacji z klientami i najbliższym otoczeniem. Społeczna odpowiedzialność biznesu w opinii zarządu w naturalny sposób wpisuje się w realizację tej strategii, a przy tym daje świadomość etycznego postępowania i pełnienia roli istotnego gracza w otoczeniu społecznym firmy.



Nazwa:
Eltrans Sp. z o.o.

Adres strony:
www.eltrans.com.pl

Siedziba:
Opole

Wielkość:
średni przedsiębiorca

Zasięg działalności:
Polska

Opis prowadzonej działalności:

Firma oferuje usługi serwisowe samochodów wszystkich marek oraz sprzedaż części i akcesoriów samochodowych. Eltrans jest także autoryzowanym dealerem marki Hyundai oraz prowadzi sprzedaż sprzętu ogrodniczego HONDA.

Branża:
sprzedaż samochodów

Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:

- inwestowanie w rozwój zawodowy pracowników poprzez ich udział w szkoleniach
- otwartość zatrudniania osób z orzeczeniem stopnia niepełnosprawności
- segregacja odpadów w firmie
- wykorzystanie wtórne papieru
- utylizacja zużytych źródeł światła
- udział w różnych imprezach kulturalnych i akcjach społecznych
- kampania społeczna Odblaskowi.pl
- Pierwszy Partner Szkolenia Młodzieży Klubu Sportowego Odra Opole

Rok założenia:
1997

Łódzkie

Opolskie

Podlaskie

Świętokrzyskie

Warmińsko-Mazurskie



Higma Service Sp. z o.o.

Spółecznie odpowiedzialni w biznesie. Nowoczesna strategia CSR w Higma Service Sp. z o.o.

W branży utrzymania czystości zachowanie wysokich rygorów ekologicznych, minimalizowanie negatywnego wpływu na środowisko oraz racjonalne gospodarowanie materiałami decyduje o tym, jak dana firma jest postrzegana przez klientów i konkurencję. Świadomość w zakresie higieny, zarówno konsumentów, jak i firm działających w branżach związanych z przetwórstwem żywności, gastronomią czy hotelarstwem, wciąż jest niewystarczająca.

Przedsiębiorstwo Higma Service Sp. z o.o., działające od 2005 r. w Opolu, dostarcza rozwiązania dedykowane branży utrzymania czystości. Odbiorcami usług firmy są podmioty prywatne, państwowe oraz instytucje publiczne. Jej dostawcami natomiast międzynarodowe koncerny – producenci środków utrzymania czystości, wyposażenia obiektów użyteczności publicznej, sprzętu i akcesoriów czyszczących, itp. Firma wraz z kontrahentami i partnerami biznesowymi prowadzi kampanie społeczne, a także programy edukacyjne dla najmłodszych, których celem jest podniesienie świadomości w zakresie higieny.

Temat społecznej odpowiedzialności biznesu często był obecny w codziennej działalności firmy, pomimo że nie miała ona spisanej strategii. Jak twierdzi zarząd, w spółce była chęć do podejmowania odpowiedzialności nie tylko za wynik finansowy, ale także za sferę społeczną i środowisko naturalne. Nie dziwi więc, że cały zespół angażował się w aktywności społeczne i działań na rzecz organizacji porządkowych. Część działań była wcześniej zaplanowana,

część odbywała się spontanicznie. Wciąż jednak brakowało kompleksowego podejścia do wdrażania zasad CSR, co skłoniło Higma Service do wzięcia udziału w projekcie finansowanym z Funduszy Szwajcarskich, umożliwiającym opracowanie całościowej strategii społecznej odpowiedzialności.

Zarząd dostrzegł zwłaszcza potrzebę działań, które uświadomiłyby pracownikom konieczność oszczędności materiałów i energii oraz zachęciły do wzmacniania więzi zatrudnionych osób z pracodawcą, w celu ograniczenia w firmie rotacji. Sporo energii poświęcono poprawie komunikacji wewnętrznej, zwłaszcza z pracownikami realizującymi swoje zadania poza miejscem pracy (np. dział handlowy). W ramach projektu opracowano w tym celu specjalny komunikator wewnętrzny, co znacząco usprawniło przepływ informacji. To z kolei przełożyło się na szybszą współpracę pomiędzy poszczególnymi działami firmy i wynikający z niej wzrost poziomu obsługi klientów.

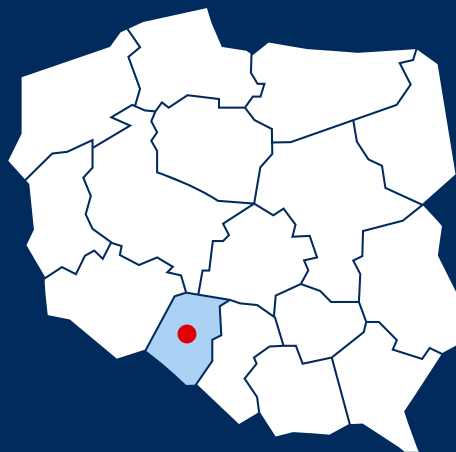
Profil działalności i charakter oferowanych produktów sprawiają, że firma czuje również szczególną odpowiedzialność za edukację klientów na temat racjonalnego korzystania z oferowanych środków oraz z zasobów naturalnych wykorzystywanych przy czynnościach związanych z utrzymaniem czystości i higieną. Chodziło tu głównie o racjonalne korzystanie z wody i energii oraz przełożenie tego na efektywność kosztową i poziom jakości obsługi klientów. — **Poprzez nasze produkty, usługi, działania**

i prace społeczne promujemy rozsądne wykorzystywanie zasobów, tak aby korzyści płynęły zarówno dla ludzi, jak i dla środowiska naturalnego. Społeczna odpowiedzialność biznesu powinna być jednym z celów naszych pracowników podczas wykonywania swoich obowiązków — podsumowuje Paweł Jaeschke, Szef Marketingu.

Firma realizowała w tym zakresie działania łączące obecność w internecie z obecnością „w terenie”, bezpośrednio angażując wszystkie zainteresowane strony. Zbudowano przystanek rowerowy dla pracowników biura, gości oraz społeczności lokalnej, mający na celu promocję jazdy na rowerze. Innowacyjnym pomysłem w zakresie komunikacji są ekspozytory informacyjno-promocyjne umieszczone w miejscach publicznych, które pomagają dotrzeć do ogółu społeczeństwa z przekazem na temat higieny i ekologii. Promowana była także powstała przy okazji projektu strona www.ekologiczni.pl, która popularyzuje wśród osób związanych ze światem biznesu kwestie odpowiedzialności i wspiera podmioty zainteresowane wprowadzaniem proekologicznych praktyk do swojej działalności.

Wszystkie te działania wzmocniły pozycję firmy jako społecznie odpowiedzialnej w oczach klientów i partnerów biznesowych. W spółce poprawiła się komunikacja wewnętrzna, a dzięki równemu traktowaniu pracowników i działania propracownicze także kultura organizacyjna. Zminimalizowano szkodliwy wpływ firmy na otoczenie i środowisko, a wiata rowerowa pozwoliła zintegrować ją z otoczeniem. Firma została sygnatariuszem Karty Różnorodności, a także odnotowała wzrost sprzedaży produktów i zwiększenie przychodów. Co ważne, realne korzyści odnieśli również kontrahenci, jako że odpowiednie produkty pozwalają kontrolować ich koszty. Wykorzystanie wiedzy udostępnianej przez Higma Service przynosi korzyści zarówno pracownikom kontrahentów (głównie w obszarze bezpiecznej obsługi sprzętu oraz BHP), jak i samym klientom, poprzez realne oszczędności w eksploatacji i serwisowaniu sprzętu.

Wśród dalszych planów w zakresie wdrażania i rozwijania działań CSR spółka wymienia m.in. angażowanie firmy i pracowników w kampanie społeczne i wydarzenia oraz wzmocnianie ekologicznego przesłania związanego z portalem www.ekologiczni.com.pl, polegającego na spotkaniach podczas których będą podawane przykłady na to, że bycie ekologicznym wcale nie wymaga dużych nakładów finansowych.



Nazwa:
Higma Service Sp. z o.o.

Adres strony:
www.higma-service.pl

Siedziba:
Opole

Wielkość:
mały przedsiębiorca

Zasięg działalności:
Polska

Opis prowadzonej działalności:
Higma Service działa w branży chemicznej dystrybuując i sprzedając profesjonalne środki chemiczne. Na ofertę firmy składają się: dobór i optymalizacja technologii mycia i dezynfekcji, obsługa w zakresie doboru i dostaw środków higieny, dobór i dostawa systemów dozujących, wynajem maszyn sprzątających, pomoc technologiczna, naprawy i serwis urządzeń. Firma prowadzi również szkolenia związane z utrzymaniem czystości, w zakresie zagadnień BHP w gastronomii, BHP w firmach sprzątających oraz technologii związanych ze sprzątaniem, myciem i dezynfekcją w gastronomii. Dbając o klientów, uruchomiono także bazę wiedzy dostępną na firmowej stronie internetowej.

Branża:
chemiczna

Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:

- praktyki oszczędnego wykorzystania surowców, recykling, oszczędność energii
- zatrudnianie osób niepełnosprawnych
- realizacja kampanii społecznych i programów edukacyjnych

Rok założenia:
2005

Łódzkie

Opolskie

Podlaskie

Świętokrzyskie

Warmińsko-Mazurskie



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAZOWANIE
SPOŁECZNE



Learn Power Group Sp. z o.o.

Eco-driving i „Odpowiedzialna flota[®]” wspierają ideę Społecznej Odpowiedzialności Biznesu

Przedsiębiorstwo Learn Power Group Sp. z o.o. powstało w 2011 r. jako firma organizująca szkolenia zarówno na rynku lokalnym, jak i ogólnopolskim. Przez ostatnie lata jej oferta dynamicznie ewoluowała. Początkowo koncentrowała się na szkoleniach z zakresu BHP, udzielania pierwszej pomocy, marketingu i sprzedaży, by następnie wyspecjalizować się w zakresie kształcenia z technik ekologicznej jazdy. Learn Power Group dostarcza też rozwiązania CSR dla biznesu, związane z poprawą bezpieczeństwa w firmach i ograniczaniem szkodliwego wpływu transportu (szkolenia z ekologicznej, ekonomicznej i bezpiecznej jazdy).

Learn Power Group postanowiła usystematyzować podejmowane aktywności CSR i zawrzeć je w długofalowej strategii, opracowanej w oparciu o międzynarodową normę ISO 26000. Jej zapisy stanowią bazę dla badanych obszarów problemowych i wyzwań stojących przed firmą oraz jej potencjału rozwojowego. Zespół ekspertów uwzględnił

w niej ewolucję inicjatyw podejmowanych w ciągu ostatnich 2 lat, zmianę w strukturze oferowanych produktów i zatrudnienie większej ilości pracowników. Znaczącym aspektem w kontekście strategii było też pojawienie się programu „Odpowiedzialna Flota”, którego założenia mają wpływ na kluczowe obszary odpowiedzialności.

Analiza wpływu oddziaływania w kluczowych kwestiach na środowisko dotyczyła w szczególności obszaru firmowego transportu. Uporządkowanie działań w tym obszarze było absolutną koniecznością, ponieważ od tego zależała wiarygodność firmy oraz unikalność jej oferty. Dlatego Learn Power Group zainwestowała w programy rozwojowe i szkolenia ludzi w dziedzinie zielonego transportu. Świadomość zagadnień CSR wśród pracowników i otoczenia biznesowego przedsiębiorstwa pozwala również rozwijać usługi dla firm i rozszerzać oferowane pakiety szkoleniowe, co z kolei umożliwia budowanie specjalizacji i wpływa na

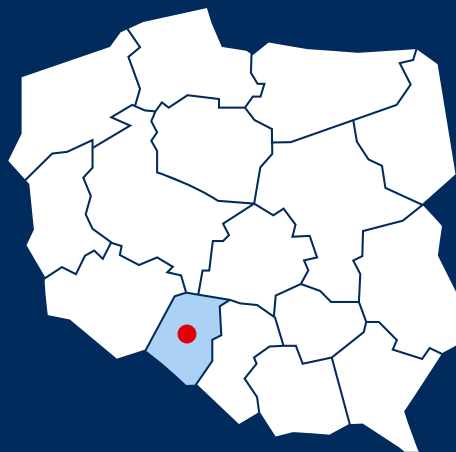
konkurencyjność i atrakcyjność firmy.

W obszarze ekofloty i polityki flotowej firma Learn Power oferuje unikalne programy szkoleniowe, w ramach których firmowi kierowcy uczą się technik ekologicznej jazdy, a także wdraża politykę flotową, przeprowadza audyty floty i organizuje spotkania z trenerami personalnymi dla kadry zarządzającej. Firmie zależy na zaangażowaniu całego zespołu, stąd ciągły monitoring i wypracowywanie nowych metod motywowania pracowników. Mobilna aplikacja „Odpowiedzialny Kierowca” ułatwia wdrażanie zasad ekologicznej jazdy i monitorowanie postępów w ich stosowaniu, a pośrednio umożliwia osiągnięcie przez partnerów biznesowych takich korzyści, jak zmniejszenie zużycia paliwa czy zwiększenie bezpieczeństwa floty. Powstał też analogiczny notes kierowcy dla osób nieposiadających telefonów z odpowiednim systemem operacyjnym. Korzyści dla firm biorących udział w programie „Odpowiedzialna Flota” obejmują m.in. poprawę bezpieczeństwa, obniżenie kosztów związanych z firmowym transportem, ograniczenie negatywnego wpływu firmy na środowisko naturalne, usprawnienie procedur zarządzania flotą w firmie, wzmocnienie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa oraz budowanie zrównoważonego, zielonego łańcucha dostaw.

W ocenie zarządu podjęte działania wpłynęły pozytywnie na funkcjonowanie firmy i na jej otoczenie. Dzięki projektowi wzmocniła się pozycja rynkowa przedsiębiorstwa, uznawanego za odpowiedzialne społecznie. Dodatkowo realizacja projektu spowodowała:

- nadanie szerszego wymiaru dotychczas realizowanym działaniom,
- zwiększenie zaufania partnerów biznesowych,
- ugruntowanie wizerunku firmy jako sponsora i partnera wspierającego inicjatywy i wydarzenia motoryzacyjne i eventy popularyzujące ekologiczną jazdę,
- wzrost umiejętności zastosowania CSR-u w praktyce przez kontrahentów biznesowych.

Aleksandra Biernat z Learn Power Group wśród dalszych planów wymienia: ewolucję programu Odpowiedzialna Flota, dopasowanie go do potrzeb rynku, rozwijanie oferty szkoleń z bezpiecznej i ekologicznej jazdy, szczególnie dla kierowców flotowych (samochody ciężarowe) oraz dostarczanie rozwiązań dla firm w zakresie wdrażania CSR-u w obszarze transportu.



Nazwa:

Learn Power Group Sp. z o.o.

Adres strony:

www.learnpower.pl

Siedziba:

Opole

Wielkość:

mikroprzedsiębiorca

Zasięg działalności:

Polska

Opis prowadzonej działalności:

Learn Power Group to firma szkoleniowa i doradca organizująca szkolenia i eventy na terenie całej Polski. Unikalną specjalizacją firmy są szkolenia z zakresu ekologicznej, ekonomicznej i bezpiecznej jazdy samochodem. Firma specjalizuje się również w organizowaniu szkoleń z marketingu i innych szkoleń podwyższających kompetencje zawodowe. Oferuje również inne usługi rozwojowe - coaching i doradztwo. Jako jedna z nielicznych w Polsce posiada nadane uprawnienia trenerów niskoemisyjnych.

Branża:

szkoleniowa

Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:

- organizacja projektów o charakterze edukacyjnym, takich jak „Poprawa bezpieczeństwa dzieci do lat 6 w placówkach oświatowych miasta Opola”, akcja „Stop! Życie innych w Twoich rękach”, „Dni bezpieczeństwa” w Zespole Szkół Mechanicznych w Opolu
- działalność charytatywna
- stała współpraca z Opolskim WORD i Opolską Wojewódzką Radą Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego

Rok założenia:

2011

Łódzkie

Opolskie

Podlaskie

Świętokrzyskie

Warmińsko-Mazurskie



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAZOWANIE
SPOŁECZNE



Auto Serwis Piotr Makowski

Opracowanie i wdrożenie strategii CSR w firmie Auto Serwis Piotr Makowski

Firma Auto Serwis Piotr Makowski została założona w 2015 r. w Białymstoku. Jej dynamiczny rozwój szybko został dostrzeżony i niedługo potem zakład przystąpił do międzynarodowej sieci Euromaster, co wymagało spełnienia szeregu restrykcyjnych wymagań związanych m.in. z poprawą organizacji pracy i wyglądu warsztatu, stworzeniem odpowiedniego zaplecza maszynowego oraz podniesieniem standardu obsługi korzystających z usług serwisu klientów.

Aby sprostać rosnącym wymaganiom dotyczącym jakości i zakresu oferowanych prac, wciąż wprowadzane są nowe elementy podnoszące komfort oraz bezpieczeństwo naprawianych aut, a zakres usług poszerzany jest o te, których nie oferuje na lokalnym rynku konkurencja.

Firma, dążąc do zoptymalizowania kosztów bieżącej działalności, a zarazem chcąc ograniczyć niekorzystny wpływ na środowisko naturalne, zaczęła realizować kilka inwestycji. Mają one zwiększyć efektywność przedsiębiorstwa, przyczynić się do poprawy jakości oferowanych usług oraz podnieść komfort klientów, którzy zyskują pewność, że działalność zakładu odbywa się z zachowaniem wszelkich norm bezpieczeństwa.

Jednym z ważniejszych czynników wpływających na koszty funkcjonowania serwisu i generującym emisję do atmosfery dwutlenku węgla był system ogrzewania z wykorzystaniem oleju opałowego. Okazał się on nieefektywny ze

względem na wysokie koszty oleju, duży pobór prądu przez piec i znaczną odległość do nagrzewnic. Straty ciepła były tak duże, że mimo iż piec pracował z pełną mocą, w warsztacie było zimno. Taka sytuacja negatywnie wpływała na środowisko, generowała wysokie koszty w okresie zimowym i nie zapewniała mechanikom odpowiedniego komfortu pracy. Rozwiązaniem problemu okazał się zakup nagrzewnicy olejowej, która może być zasilana tanim olejem mineralnym (biopaliwa). Serwis odnotował w styczniu 2017 o połowę mniejsze zużycie paliwa w porównaniu z danymi za analogiczny okres w roku ubiegłym. Szacując zapotrzebowanie do końca okresu grzewczego właściciel zakładu zużycie na poziomie około 1000 — 1200 litrów podczas gdy w poprzednim sezonie kupiono 1500 l oleju.

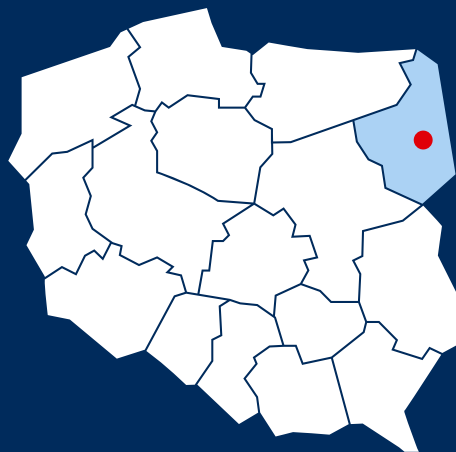
Kolejnym wyzwaniem, z uwagi na rodzaj prowadzonej działalności, był duży poziom zanieczyszczeń w zakładzie, spowodowany wydzielanymi spalinami. Podczas naprawy samochodów pracownicy często musieli je uruchamiać, zaś aby sprawdzić skuteczność naprawy, silniki niejednokrotnie wprowadzane były na bardzo wysokie obroty, co generowało ogromne ilości spalin. Zimą, przy zamkniętych bramach wjazdowych, szybko wypełniały one wnętrze warsztatu, co negatywnie wpływało na zdrowie i samopoczucie mechaników. Aby temu zapobiec często otwierano bramy i wietrzono pomieszczenia, przy okazji je wychładzając, co niweczyło pracę nagrzewnicy. Odpowiedź na problem stanowiło zamontowanie wyciągu spalin. Teraz są one zasysane, przechodzą przez specjalne filtry i wydo-

stają się na zewnątrz budynku. System sprzyja ochronie środowiska, poprawia warunki pracy i oszczędza energię, wykorzystywaną do ogrzewania pomieszczeń.

Kolejnym obszarem, w którym dzięki funduszom szwajcarskim firma dokonała znacznych usprawnień, jest oszczędność wody. Dzięki kupionemu urządzeniu parowemu znacznie skrócił się też czas konserwacji podwozia samochodu. Przygotowanie auta do tego zabiegu wymaga dokładnego umycia go z resztek brudu, piasku czy soli, aby masa antykorozyjna dobrze przylgnęła do podwozia. Szacowane zużycie wody w przeliczeniu na jeden pojazd wynosi ok. 150 – 200 litrów. Użycie myjki parowej skróciło czas pracy o jeden dzień. Ponadto gorąca para o temperaturze około 100 st. Celsjusza zdecydowanie lepiej usuwa zabrudzenia, a zużycie wody na cały proces czyszczenia nie przekracza 3 litrów, co dodatkowo likwiduje problem z pojawieniem się odcieku i utylizacją wody. Pracownicy serwisu często wykorzystują też myjkę parową do czyszczenia urządzeń i narzędzi warsztatowych, pomieszczeń socjalnych, łazienek oraz podłóg.

Dodatkowo firma podjęła działania na rzecz zmniejszenia negatywnego wpływu na otoczenie trafiających do serwisu starszych aut. Powszechnie uznaje się, że jednym z zagrożeń dla środowiska są spaliny samochodów. O ile w nowych pojazdach producenci zmuszeni są do spełnienia surowych norm bezpieczeństwa i emisji, o tyle wraz z upływem czasu i przejechanych kilometrów powstające w komorze silnika i innych podzespołach osady doprowadzają do wielokrotnego przekraczania norm w wydobywających się spalinach. Objawia się to nierówną pracą silnika, problemami z jego odpaleniem, utratą mocy oraz podwyższonym spalaniem, podczas którego powstaje wiele szkodliwych substancji. Wielu kierowców nie decyduje się na działania naprawcze ze względu na konieczność demontażu wielu podzespołów silnika i związane z tym wysokie koszty. W dalszym ciągu poruszają się oni po drogach, zatruwając środowisko. Rozwiązaniem tego problemu okazało się zastosowanie nowatorskiej metody przeczyszczania układu wtryskowego silnika bez konieczności jego demontażu. Zakup urządzenia i zestawu do czyszczenia układu paliwowego okazał się strzałem w dziesiątkę – serwis obsłużył już blisko 30 klientów.

Podsumowując projekt, Piotr Makowski właściciel serwisu uważa, iż przyczynił się on do poprawy konkurencyjności firmy i zwiększenia sprzedaży dzięki wprowadzeniu nowych usług, takich jak czyszczenie układu paliwowego, badanie ciśnienia opon dzięki TPMS czy przeprowadzanie testów szczelności układu AC. — **Usługi te, wpływając na ograniczenie negatywnego oddziaływania aut na środowisko naturalne, przyniosły w ciągu pół roku przychód rzędu 20 000 zł** — dodaje.



Nazwa:

Auto Serwis Piotr Makowski

Adres strony:

www.euromaster-makowski.pl

Siedziba:

Białystok

Wielkość:

mikroprzedsiębiorca

Zasięg działalności:

województwo

Opis prowadzonej działalności:

Firma należy do międzynarodowej sieci serwisów Euromaster, działającej w kilkudziesięciu krajach świata. Specjalizuje się w naprawie samochodów osobowych i dostawczych. Po dokonanej naprawie zawieszenia klient ma możliwość skorzystania z usługi ustawienia zbieżności lub geometrii kół. Znaczącą część swoich przychodów przedsiębiorstwo zawdzięcza działalności związanej ze sprzedażą nowych opon oraz sezonową wymianą opon z letnich na zimowe i odwrotnie. Serwis nie tylko naprawia samochody, ale również świadczy usługi w zakresie profilaktyki, do której należy konserwacja podwozia i profili zamkniętych samochodu.

Branża:

konserwacja i naprawa pojazdów samochodowych

Wybrane działania CSR podejmowane przed rozpoczęciem do projektu PARP:

- cykliczne kontrole obsługi klienta, w wyniku których wprowadzane są w razie potrzeby środki zaradcze
- działania edukacyjne skierowane do klientów, mające na celu przypomnienie o konieczności napraw cyklicznych

Rok założenia:

2015

Łódzkie

Opolskie

Podlaskie

Świętokrzyskie

Warmińsko-Mazurskie



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAŻOWANIE
SPOŁECZNE



Electrum Sp. z o.o.

Odpowiedzialny rozwój firmy Electrum Sp. z o.o.

Electrum jest firmą inżynierską, która realizuje projekty inwestycyjne i technologiczne na potrzeby energetyki, przemysłu i budownictwa. To praca z zaawansowaną technologią i w międzynarodowym środowisku, a także ciągły rozwój. – **Jego kierunek od zawsze wyznaczają pracownicy**” – tłumaczy Mirosław Popławski, prezes zarządu Electrum. – **To oni wpływają na działalność firmy, kierunek i tempo jej rozwoju. Electrum jest przede wszystkim efektem współpracy fantastycznych ludzi.**

Ambicją firmy jest prowadzenie odpowiedzialnego biznesu opartego na uczciwości, szacunku i przejrzystych zasadach. Dotychczas realizowane były liczne projekty dla pracowników, jak np. szkolenia z technik ekologicznej i oszczędnej jazdy. Spółka była też aktywna w obszarze zaangażowania społecznego, wspierając inicjatywy takie jak np. Wielki Test Angielskiego czy organizując sztafetę Electrum Ekiden, z której cały dochód przekazywany był podopiecznym dziecięcego hospicjum.

W 2015 r. Electrum opracowało i opublikowało dokumenty „Filary Społecznej Odpowiedzialności Biznesu Electrum Sp. z o.o.” i „Nasze Zasady”. – **Dokument „Nasze Zasady” był wstępem do opracowania strategii CSR i swoistym podsumowaniem firmy na tamten czas, definiował bowiem priorytety, według których firma prowadzi swoją działalność biznesową. Dokument był tworzony przez Zarząd wspólnie z obecnymi pracownikami i z myślą o przyszłych procesach rekrutacyjnych** – mówi Agnieszka Patusewicz-Sarosiek i Wojciech Kuczyński,

koordynatorzy działań CSR w Electrum. Kolejnym krokiem było opracowanie całościowej strategii CSR w oparciu o wymagania standardu ISO 26000.

Jednym z kluczowych obszarów negatywnych oddziaływań na środowisko są emisje CO₂, w związku z czym już w 2015 r. firma podjęła decyzję o zakupie certyfikatu Polskich Gwarancji Pochodzenia Energii. Dzięki temu ma pewność, że energia którą zużywa w biurze, pochodzi z odnawialnych źródeł. Innym przykładem działań proekologicznych jest wdrożenie systemu zarządzania środowiskowego ISO14001:2015, które pozwoliło udoskonalić działania operacyjne, a firma lepiej identyfikuje i zarządza ryzykiem środowiskowym (zasada ostrożności).

W 2016 r. w ramach projektu z funduszy szwajcarskich dokonano aktualizacji wdrożonych norm ISO 9001 i ISO 14001 oraz normy OHSAS 18001, a także podjęto próbę wyliczenia śladu węglowego, wynikającego z ogrzewania biura oraz przejazdów samochodami służbowymi. W 2017 r. Electrum planuje rozszerzyć te badania w oparciu o dokładne dane zebrane ze wszystkich źródeł emisji.

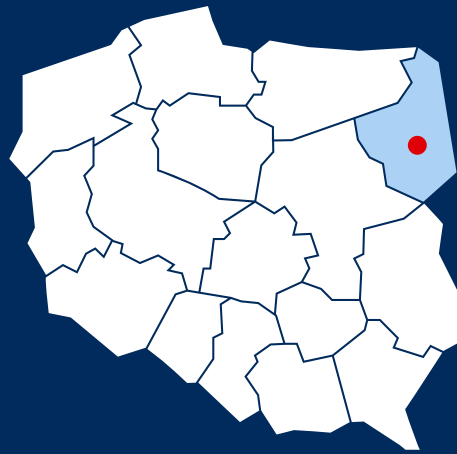
W kontekście zarządzania firmą przeprowadzono badanie wstępne, ocenę ryzyka. Z kolei uruchomienie procesu certyfikacji Zintegrowanego Systemu Zarządzania opartego na normach ISO 9001:2015, ISO 14001:2015, OHSAS 18001 wpłynie z pewnością pozytywnie na podniesienie jakości świadczonych usług, poprawi bezpieczeństwo pracowników, podwykonawców oraz wszystkich stron

zaangażowanych w realizację usług firmy. Otrzymane certyfikaty umożliwiają też pozyskiwanie dodatkowych premii w postępowaniach o udzielenie zamówień publicznych. Utrzymanie wdrożonego systemu wpłynie bezpośrednio na otoczenie firmy - ograniczy negatywne oddziaływanie na środowisko i zwiększy efektywność działań w zakresie bezpieczeństwa i zdrowia.

Oprócz tego w wyniku projektu opracowana została metoda badania kompetencji pracowników bazująca na metodzie 360 stopni, w której informacja zwrotna zbierana jest z 4 różnych źródeł, tj. od przełożonego, podwładnych, współpracowników i osoby ocenianej. Dzięki temu jest ona niezależna od subiektywnego postrzegania pojedynczych osób. Wdrożenie takiej metodyki pozwoliło na identyfikację luk kompetencyjnych oraz dostosowanie planu szkoleń do rzeczywistych potrzeb pracowników. Wpłynie to na podniesienie motywacji i wzrost zaangażowania po stronie zespołu.

Wprowadzenie elektronicznego obiegu dokumentów usprawniło proces świadczenia usług, co poprawi relacje z dostawcami, kontrahentami i klientami. Korespondencja jest efektywniej zarządzana i dostarczana do pracowników, a archiwizacja przebiega sprawnie i szybko. Dzięki powyższym rozwiązaniom dokumenty są procedowane szybciej i skuteczniej, a ich elektroniczna archiwizacja pozwala na bezproblemowe przeszukiwanie i analizowanie także poza siedzibą firmy.

Zdaniem zarządu Electrum, zrealizowane w ramach projektu działania niewątpliwie wpłyną na wzrost konkurencyjności firmy. Zarówno dbałość o środowisko, bezpieczeństwo i higienę pracy, usprawnienie procesów wewnętrznych firmy, w tym szybkość obiegu dokumentów, znacząco poprawią wizerunek przedsiębiorstwa wśród pracowników i interesariuszy. Certyfikacja Zintegrowanego Systemu Zarządzania uwiarygodni przedsiębiorstwo na rynku usług krajowych i zagranicznych. Wdrożenie Strategii CSR doprowadzi długofalowo do zbudowania wzajemnego zaufania i przejrzystości zarówno w relacjach z otoczeniem zewnętrznym, jak i środowiskiem wewnętrznym organizacji. W celu spełnienia wymogów norm ISO 9001:2015, ISO 14001:2015, OHSAS 18001 w firmie będą realizowane audyty wewnętrzne, które pozwolą zweryfikować poprawność procesów. Dbłość o środowisko oraz przestrzeganie zasad BHP będą monitorowane na bieżąco, a kolejni pracownicy wezmą udział w badaniu kompetencji. Na podstawie jego wyników w 2017 roku pracownikom zostaną wyznaczone cele rozwojowe, które pozwolą zlikwidować luki kompetencyjne. Będzie to stanowiło punkt wyjścia do wprowadzenia w firmie zarządzania przez cele.



Nazwa:

Electrum Sp. z o.o.

Adres strony:

www.electrum.pl

Siedziba:

Białystok

Wielkość:

średni przedsiębiorca

Zasięg działalności:

Polska

Opis prowadzonej działalności:

Electrum jest firmą ekspercką o profilu inżynierskim, działającą w branży energetycznej. Początkowo Electrum zajmował się projektowaniem i wykonawstwem instalacji elektrycznych i automatycznych w dziedzinie budownictwa komercyjnego, począwszy od galerii handlowych, poprzez specjalistyczne laboratoria, a kończąc na w pełni inteligentnych budynkach. Od 2005 r., Electrum uczestniczy również w budowie i modernizacji stacji elektroenergetycznych, oferując kompleksową usługę projektową i wykonawczą, jak również doradztwo formalno-prawne. Powyższe kompetencje znalazły zastosowanie przy wykonawstwie parków wiatrowych, w realizacji których firma obecnie się specjalizuje.

Branża:

budowa linii telekomunikacyjnych i elektroenergetycznych

Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:

- opracowanie dokumentu „Filary Społecznej Odpowiedzialności Biznesu Electrum”
- organizacja Wielkiego Testu Języka Angielskiego
- sponsor tytułarny charytatywnego biegu sztafetowego Electrum Ekiden

Rok założenia:

1997

Łódzkie

Opolskie

Podlaskie

Świętokrzyskie

Warmińsko-Mazurskie



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAZOWANIE
SPOŁECZNE



Zakład Produkcyjny „Herman” Ewelina Gotowicka

CSR w ZP Herman Ewelina Gotowicka

Zakład Produkcyjny „Herman” Ewelina Gotowicka to producent gotowych do spożycia wyrobów garmażeryjnych, który rozpoczął swoją działalność w 2006 r. w Szepietowie. Oferuje wyroby takie jak pierogi, naleśniki, krokiety – wszystkie wytwarzane w sposób tradycyjny na podstawie lokalnych, ogólnie dostępnych receptur, przy użyciu naturalnych przypraw i bez konserwantów, glutamianu sodu czy wypełniaczy. Dodatkowo właściciele wspierają lokalny rynek pracy i przedsiębiorczość, kupując produkty od miejscowych dostawców.

Stałym elementem działań firmy są od zawsze działania ograniczające wpływ na środowisko naturalne, co m.in. wynika z faktu, że działając w obszarze obróbki żywności, zakład musi zachować najwyższe standardy w tym zakresie. Jednak dopiero w toku realizacji projektu właściciele postawili sobie szereg konkretnych celów bezpośrednich związanych z prowadzoną działalnością, takich jak:

- rozszerzenie rynku poprzez wprowadzenie nowej gamy produktów – zdrowej żywności i szybkiego jedzenia wysokowartościowego,
- nawiązanie relacji z nowymi klientami,
- zapewnienie zachowania najwyższych norm społecznych i wartości etycznych w codziennej działalności,
- zapewnienie wysokiej jakości pracy i produkowanych wyrobów poprzez zachowanie norm organizacji uczącej się,
- zapewnienie rozpoznawalności w środowisku lokalnym,
- systematyczna poprawa parku maszyn oraz pozyskanie środków na nowe maszyny i usprawnienia produkcyjne,
- wzmocnienie relacji wewnątrz firmy. Włączenie pracowników i kluczowych interesariuszy firmy we współtworzenie podstawowych założeń strategicznych, szczególnie w obszarze CSR.

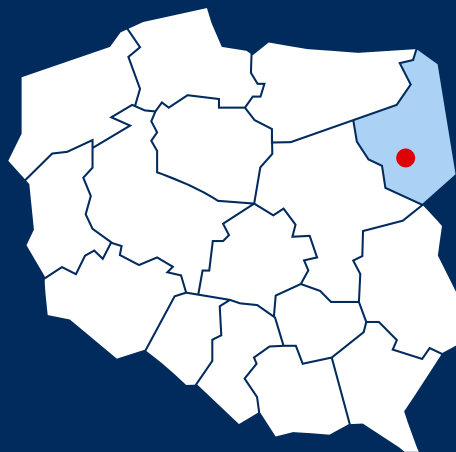
— Jako mikroprzedsiębiorstwo, skupione do tej pory przede wszystkim na osiągnięciu zysku, musimy niejako „przyzwyczać się” do roli, jaką ukazał nam CSR. Najbliższy czas będzie wykorzystany na dopracowanie wprowadzonych standardów — komentują Ewelina i Dariusz Gotowiccy, właściciele. Dzięki wsparciu doradcy podeszli oni do projektu metodycznie, rozpoczynając od analizy wpływu środowiskowego oraz audytu w zakresie relacji z personelem. Bazując na wynikach tych działań, zakupili sprzęt i wyposażenie, które poprawiły standard pracy personelu, a także utworzyli „zielone” miejsca pracy.

Zapytani o mierzalne efekty tych decyzji, właściciele wskazują przede wszystkim na wzrost ergonomii, racjonalną gospodarkę odpadami i oszczędne używanie mediów – w tym spadek zużycia energii i gazu oraz odciążenie pracowników. Za sprawą zakupu separatora tłuszczów oraz zastosowania urządzeń do powtórnego użycia wody działających na zasadzie obiegu zamkniętego, zmniejszyło się ryzyko zanieczyszczenia wód gruntowych. Zakład podjął również działania uświadamiające pracowników m.in. jak ograniczać zużycie zasobów czy oszczędzać ciepło np. poprzez szybkie i efektywne wietrzenie pomieszczeń, bądź kontrolę ciepła grzejników.

W ramach projektu utrwalone też zostały dobre relacje między firmą a jej otoczeniem.

W ramach inicjatywy „Lokalne porozumienie na rzecz zrównoważonego rozwoju” firma mogła zaangażować się w rozwiązanie ważnych problemów społecznych, poprzez m.in. prawidłową utylizację odpadów, przekazywanie żywności na cele społecznie użyteczne czy wspieranie zrównoważonej konsumpcji. Zakład nawiązał dialog z różnymi podmiotami wchodzącymi w skład jego otoczenia społecznego: szkołami, przedszkolami, grupami wolontariackimi tworzącymi akcję Szlachetna Paczka w mieście itp.

Jak oceniają Ewelina i Dariusz Gotowiccy, w wyniku projektu nastąpił — **wzrost świadomości zespołu w kwestii oddziaływania naszej firmy na otoczenie. Zyskaliśmy nowe spojrzenie na zarządzanie firmą jako całością, ale też na mniejszych „odcinkach”, np. w relacjach z pracownikami. Jesteśmy teraz odpowiedzialnym biznesem.**



Nazwa:
Zakład Produkcyjny Herman Ewelina Gotowicka

Adres strony:
www.garmazeria.com.pl

Siedziba:
Szepietowo

Wielkość:
mikroprzedsiębiorca

Zasięg działalności:
kilka województw

Opis prowadzonej działalności:
Firma rodzinna „Herman” zajmuje się produkcją wyrobów gotowych do spożycia. Wytwarzane są w sposób tradycyjny na podstawie lokalnych, ogólnie dostępnych receptur. Surowce wykorzystywane do produkcji pochodzą od lokalnych dostawców. Początkowo działalność firmy była związana ze sprzedażą świeżego pieczywa i artykułów spożywczych z samochodów wyspecjalizowanych. W 2010 r. została zmieniona specyfika zakładu i rozpoczęto produkcję wyrobów garmażeryjnych. W stałej ofercie jest aktualnie ok. 20 produktów.

Branża:
spożywcza, wytwarzanie gotowych dań i posiłków

Rok założenia:
2006

Łódzkie

Opolskie

Podlaskie

Świętokrzyskie

Warmińsko-
Mazurskie



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAZOWANIE
SPOŁECZNE

EPRD Biuro Polityki Gospodarczej i Rozwoju Regionalnego Sp. z o.o.

Przygotowanie i wdrożenie kompleksowej strategii CSR w przedsiębiorstwie EPRD

EPRD Biuro Polityki Gospodarczej i Rozwoju Regionalnego jest firmą konsultingową powstałą w 1995 r. w Kielcach, prowadzącą działalność na terenie 5 kontynentów. W początkowym okresie działalności EPRD realizowało głównie projekty wspierające restrukturyzację sektorową i regionalną, finansowaną ze środków pomocowych. Od momentu wstąpienia Polski do Unii Europejskiej, EPRD wspiera podmioty sektora publicznego i prywatnego w pozyskiwaniu finansowania z funduszy strukturalnych UE. Obecnie firma specjalizuje się w doradztwie gospodarczym, społecznym i środowiskowym. Specyfika pracy w EPRD pozwala na wszechstronny rozwój w międzynarodowym środowisku i poznawanie różnorodnych branż. Firma zapewnia elastyczny czas pracy, okres adaptacyjny, opiekę mentora oraz możliwość zdobywania nowej wiedzy i doświadczeń.

Motyacją do wprowadzenia przez EPRD Sp. z o.o. polityki społecznej odpowiedzialności biznesu było dążenie do zbudowania wzajemnego zaufania i przejrzystości zarówno w relacjach z otoczeniem zewnętrznym, jak i z pracownikami. Temat CSR był znany firmie wcześniej, realizowane też były różne działania, lecz nigdy nie powstała kompleksowa strategia, uwzględniająca interesy społeczne i ochronę środowiska, a także relacje z różnymi grupami interesariuszy.

Doradztwo to branża zróżnicowana i wydawać by się mogło, że prawie każdy może znaleźć w niej miejsce dla siebie.

Jednakże w praktyce firmy doradcze oczekują określonych kwalifikacji i nastawienia, gotowości do ciągłego rozwoju i orientacji na cel. Kluczowe jest też analityczne myślenie, odporność na stres oraz niejednokrotnie gotowość do dużej mobilności, a także elastycznych godzin pracy. Z drugiej strony – firmy konsultingowe, przyciągając określony profil pracowników – same stawiają sobie jako pracodawcy bardzo wysoko poprzeczkę.

W związku z powyższym firma w swoich działaniach w ramach projektu finansowanego z funduszy szwajcarskich skupiła się głównie na własnych pracownikach. Jak ocenia Sebastian Gralec, Dyrektor Departamentu Rozwoju Biznesu i Kadr: — **Audyt personalny jest dla nas ważnym osiągnięciem, gdyż został zaplanowany oraz przeprowadzony w taki sposób, iż stał się podstawą do rozwoju dalszych działań. Dzięki niemu wprowadzono na stałe do firmy ocenę okresową pracowników, która okazała się dobrym pomysłem poprawiającym efektywność i motywację do pracy. Poza tym wymiana oświetlenia oraz zakup nowoczesnych, wygodnych krzeseł stał się przyczyną do dalszych działań remontowych biura.**

Jednym z działań był audyt personalny – dokonanie indywidualnej oceny pracowniczej pod kątem kompetencji i zainteresowań oraz potencjału psychologicznego do pełnienia konkretnych ról w zespole. Po uprzednim pilotażu zarząd opracował też i wdrożył program elastycznej pracy, a następnie rozpoczął dialog z pracownikami.

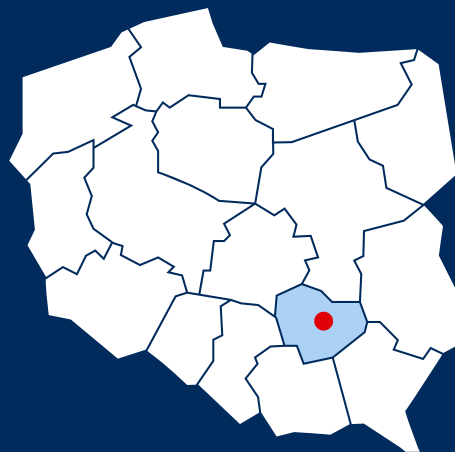
Z zebranych opinii ustalili, że należy w pierwszej kolejności zadbać o komfort miejsca pracy. W efekcie zużyte krzesła biurowe zostały wymienione i zamontowano pracownikom lampki biurkowe typu LED jako doświetlenie miejsca pracy. Jest to szczególnie istotne w okresie jesienno-zimowym, kiedy dni są krótsze, a dostęp do naturalnego oświetlenia trudniejszy. Remont poprawił komfort także dzięki stworzeniu dodatkowych otworów okiennych i zmianie układu i przeznaczenia pomieszczeń. Rozbudowie uległa również kuchnia, co było odpowiedzią na potrzeby pracownicze i efektem większej integracji społecznej oraz działań wolontariatu pracowniczego, będącego częścią projektu. Program zdrowotny „Zielone Czwartki” polegający na dostawie ekologicznych warzyw i owoców od lokalnych dostawców pełnił funkcję nie tylko prozdrowotną, ale także integracyjną — pracownicy mogli spotykać się w pomieszczeniu socjalnym i wspólnie spożywać zdrową żywność.

Firma rozwinęła również działania w obszarze zaangażowania społecznego. Zorganizowano Dni Otwarte EPRD, podczas których pracownicy, w formie wolontariatu, świadczyli doradztwo na rzecz NGO z województwa świętokrzyskiego. Drugim obszarem działalności była Akademia Młodego Konsultanta EPRD przy Uniwersytecie Jana Kochanowskiego. W ramach wolontariatu, przy współpracy z UJK, zostały przeprowadzone warsztaty dla studentów z zakresu działalności firmy.

W rezultacie tych zmian poprawiła się atmosfera w firmie, zwiększyło zaangażowanie pracowników, a także wzrosła efektywność pracy. Nastąpiła zauważalna poprawa standardu miejsc pracy. Półroczna ocena okresowa wprowadzona została na stałe jako element oceny pracowniczej istotny pod kątem osiąganych sukcesów, kierunków rozwoju i ewentualnych problemów, z którymi styka się dana osoba w trakcie wykonywania swoich obowiązków. Wszystkie te działania pozwoliły na rozwój kadr i dostosowanie potencjału pracowników do zakresów wykonywanych prac.

Do najważniejszych efektów realizacji projektu w opinii firmy należy:

- wzrost komfortu pracy zarówno dzięki remontowi, którego idea została zapoczątkowana w czasie realizacji projektu, jak i w wprowadzaniu zaleceń audytu personalnego,
- wzrost rozpoznawalności firmy na rynku lokalnym, jako efekt przeprowadzonych „Dni Otwartych EPRD” oraz działań w ramach „Akademii Młodego Konsultanta”,
- wzrost świadomości ekologicznej wśród pracowników i ich rodzin.



Nazwa:
EPRD Biuro Polityki Gospodarczej i Rozwoju Regionalnego Sp. z o.o.

Adres strony:
www.eprd.pl

Siedziba:
Kielce

Wielkość:
mały przedsiębiorca

Zasięg działalności:
świat

Opis prowadzonej działalności:
Firma zajmuje się od 20 lat konsultingiem biznesowym, społecznym i środowiskowym. Działa nie tylko na rzecz rozwoju przedsiębiorczości w Polsce, ale także poza jej granicami. Jest podmiotem specjalizującym się w doradztwie gospodarczym prowadzonym w kilkudziesięciu krajach świata, na pięciu kontynentach. EPRD zajmuje się zagadnieniami innowacyjności, komercjalizacji wiedzy i badań naukowych oraz transferem technologii nie tylko w zakresie teoretycznym, ale również od strony wdrożeniowej i inwestycyjnej.

Branża:
doradztwo

Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:

- dokonanie i sfinansowanie częściowo ze swoich środków termomodernizacji budynku, w którym funkcjonuje biuro
- systematyczna wymiana sprzętu biurowego na bardziej wydajne i oszczędne urządzenia
- wdrożenie systemu elektronicznego obiegu dokumentów
- wspieranie lokalnych twórców i młodych sportowców

Rok założenia:
1995

Łódzkie

Opolskie

Podlaskie

Świętokrzyskie

Warmińsko-Mazurskie



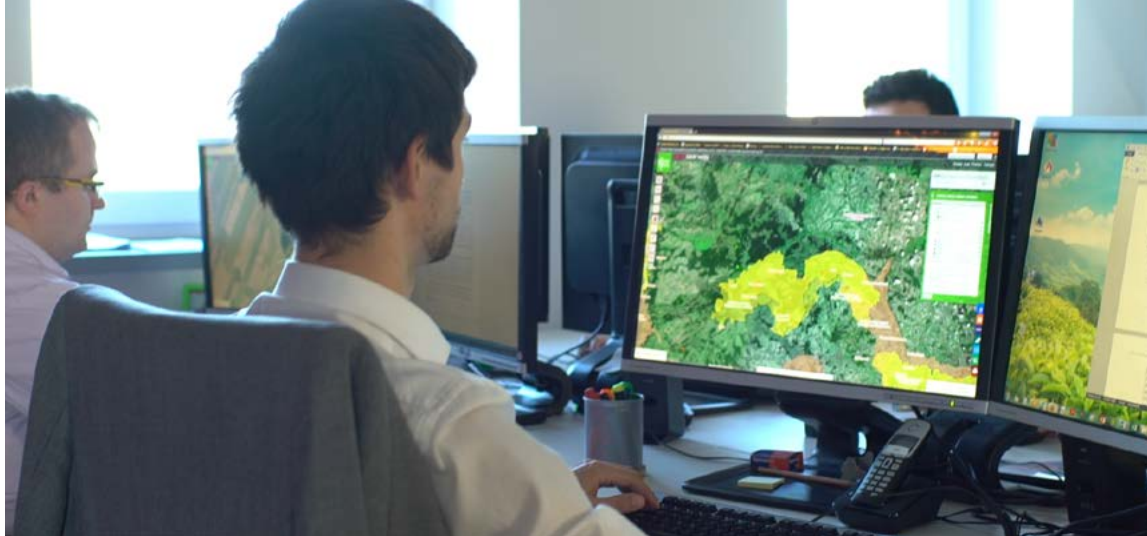
PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAŻOWANIE
SPOŁECZNE



Instytut OZE Sp. z o.o.

CSR w Odnawialnych Źródłach Energii

Instytut OZE jest firmą projektową, która kompleksowo realizuje inwestycje związane z energetyką odnawialną, głównie energetyką wodną. Kompetencje firmy obejmują wszystkie aspekty procesu inwestycyjnego, od stworzenia koncepcji po uzyskanie pozwolenia na budowę. Poszczególne etapy prowadzą inżynierowie specjalizujący się w takich dziedzinach jak: budownictwo, ochrona środowiska, hydrotechnika, gospodarka przestrzenna, mechanika, elektryka i automatyka. Misją Instytutu jest tworzenie projektów, które będą cechować się jak największą wydajnością i niezawodnością, przy jednoczesnym zachowaniu zasad zrównoważonego rozwoju.

Firma miała wcześniej doświadczenie w takich aspektach CSR jak relacje z pracownikami, budowa wizerunku pracodawcy czy zaangażowanie społeczne, a także w obszarze działań rynkowych – Instytut OZE zdobył wyróżnienie w konkursie „Ekoodpowiedzialni w biznesie” w kategorii

innowacje środowiskowe. Dotyczyło ono unikalnego projektu małej elektrowni wodnej Wolica, gdzie innowacyjne rozwiązanie zaproponowane przez firmę pozwoliło optymalnie wykorzystać potencjał hydroenergetyczny cennego przyrodniczo miejsca.

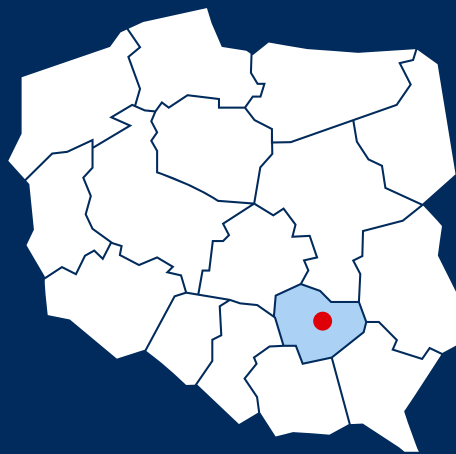
Dążąc do dalszego rozwoju w kontekście CSR, właściciele postanowili opracować wieloaspektową strategię CSR opartą o wytyczne normy ISO 26000, stawiając sobie zarazem konkretne cele: usprawnienie komunikacji wewnętrznej, redukcję ryzyka i negatywnego oddziaływania na środowisko, rozwój obszaru zarządzania kapitałem ludzkim oraz promocję rozwiązań w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu, ze szczególnym naciskiem na tematykę odnawialnych źródeł energii.

Realizacja projektu pozytywnie wpłynęła na kształtowanie kultury organizacyjnej w firmie. Instytut wdrożył intranet,

który ułatwia pracownikom wykonywanie zadań, optymalizuje czas pracy dzięki szybkiej wymianie informacji, delegowaniu zadań i koordynacji pracy na projektach, a także umożliwia skuteczne planowanie zadań zespołu projektowego oraz poszczególnych pracowników. Integralnym elementem intranetu jest platforma e-learningowa, która pomaga szybciej i skuteczniej wdrażać nowych pracowników poprzez przekazywanie podstawowej wiedzy w interaktywny i zorganizowany sposób. U uruchomienie oprogramowania nie tylko pozwoliło w znaczący sposób ulepszyć komunikację w zespole, ale także spowodowało wzrost zadowolenia z pracy z 40% do 80%, a także zwiększyło o 40% identyfikację pracowników z firmą. Zmniejszyła się liczba godzin potrzebnych do wykonania danego zadania. Czas potrzebny na adaptację nowo zatrudnionych pracowników skrócił się z 4 do 3 tygodni. W wyniku przeprowadzonego audytu personalnego firma wdrożyła strategię personalną, która poprawiła relacje z pracownikami. Dokument zawiera m.in. strukturę i opis stanowisk pracy, zakresy obowiązków, sposób budowania dobrego klimatu oraz pozytywnej kultury organizacyjnej w pracy, plan zatrudnienia, zasady rekrutacji i selekcji, wdrażania nowych osób, program rozwoju wszystkich pracowników oraz ich ścieżki kariery, budowę modeli kompetencyjnych. Zarządzanie kapitałem ludzkim zaczęło być realizowane w sposób znacznie bardziej świadomy i planowy.

Istotnym działaniem wpisującym się w specyfikę działania Instytutu było zaprojektowanie i wdrożenie platformy zdalnego monitorowania danych, co umożliwiło sprawowanie stałego, zdalnego nadzoru nad pracą instalacji OZE. Poprawiło to ich funkcjonowanie, a co za tym idzie — zwiększyło bezpieczeństwo i zadowolenie klienta. System zapewnia pełny monitoring wszystkich istotnych parametrów produkcji energii elektrycznej, możliwość zdalnego sterowania pracą źródła odnawialnego oraz wizualizacji stanu pracy w czasie rzeczywistym. Inwestycja obniżyła ryzyko awarii, a także pozwoliła zredukować liczbę dokumentów w formie papierowej. Zastosowanie zdalnego odczytu danych oraz bieżące, zdalne optymalizowanie procesu na jego podstawie umożliwiło uniknięcie fizycznych interwencji pracowników, które wiązały się z koniecznością skorzystania ze środków transportu. Bezpieczeństwo klienta po upływie okresu gwarancyjnego (mierzone ankietą satysfakcji) zwiększyło się – satysfakcja klientów wzrosła z 40% do 80%.

Realizacja projektu przyczyniła się do zbudowania pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa nie tylko jako pracodawcy, ale także jako społecznie odpowiedzialnego partnera biznesowego. Promocja projektu, wykorzystanie raportowania CSR oraz organizacja Konferencji „CSR a Odnawialne Źródła Energii” prawdopodobnie przełożą się w niedalekiej przyszłości na zysk dla firmy dzięki wzrostowi jej konkurencyjności.



Nazwa:
Instytut OZE Sp. z o.o.

Adres strony:
www.institutoze.pl

Siedziba:
Kielce

Wielkość:
mały przedsiębiorca

Zasięg działalności:
Polska

Opis prowadzonej działalności:

Działalność firmy związana jest głównie z realizacją inwestycji pozwalających pozyskać energię elektryczną z odnawialnych źródeł energii. Główne obszary działalności to: energetyka wodna, biogazowa, słoneczna i wiatrowa. Firma kompleksowo realizuje również projekty w obszarze budownictwa przemysłowego (energooszczędne hale magazynowe, produkcyjne, kotłownie) i hydrotechnicznego (przepompownie, jazy, śluzy, zabezpieczenia przeciwpowodziowe). Przedsiębiorstwo przygotowuje pełen proces formalno-prawny inwestycji. Poza sferą biznesową firma współpracuje i prowadzi działalność edukacyjną na rzecz społeczności lokalnej.

Branża:
projektowanie specjalistyczne

Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:

- wyróżnienie w konkursie „Ekoodpowiedzialni w biznesie”
- współpraca z biurami karier: Politechniki Świętokrzyskiej, Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, Politechniki Krakowskiej
- organizacja staży dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych

Rok założenia:
2009

Łódzkie
Opolskie
Podlaskie
Świętokrzyskie
Warmińsko-Mazurskie



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAŻOWANIE
SPOŁECZNE



Przedsiębiorstwo Produkcyjne METALBET M. Tarach, W. Tarach, E. Jagusztyn

Wdrożenie rozwiązań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu
w trzech obszarach CSR

— **Spółecznie odpowiedzialne prowadzenie biznesu należy do podstawowych - obok organizacji i technologii - sposobów budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa na rynku** — mówi Ewa Jagusztyn, współwłaścicielka firmy. — **Spółeczne zaangażowanie jest traktowane natomiast jako nowy wskaźnik biznesowy i długofalowa inwestycja.**

Przedsiębiorstwo Produkcyjne METALBET M. Tarach, W. Tarach, E. Jagusztyn to firma rodzinna, założona w 1984 r. Przedsiębiorstwo koncentruje się na wprowadzaniu do Polski innowacyjnych rozwiązań w zakresie instalacji i urządzeń grzewczych. Park maszynowy METALBET-u wyposażony jest w wysokiej klasy nowoczesne maszyny oraz urządzenia do cięcia i obróbki blach. Głównymi odbiorcami spółki są klienci biznesowi – firmy handlowo-usługowe i przedsiębiorstwa produkcyjne. METALBET zatrudnia 19 pracowników, a zarząd liczy 3 wspólników, którzy definiują kierunek jej rozwoju oraz decydują o procesach rekrutacji.

Misją METALBET-u jest zapewnienie dystrybutorom i klientom ekologicznych, wysokiej jakości produktów w korzystnych cenach, które będą objęte efektywnym serwisem. Firma kładzie nacisk na nieustanne poszerzanie kanałów dystrybucji, zarówno na rynku krajowym, jak i rynkach zagranicznych (Litwa, Słowacja).

Cele strategiczne firmy to:

- osiągnięcie stabilnej i konkurencyjnej pozycji na rynku,
- bycie dobrym, lokalnym pracodawcą,
- wyróżnianie się innowacyjnością, wychodzenie naprzeciw oczekiwaniom klientów,
- poszanowanie środowiska naturalnego.

Następnie dla tak przypisanych obszarów zdefiniowano trzy cele CSR. Jednym z kluczowych obszarów, na którym skoncentrowano się w ramach działań wdrożeniowych w tym zakresie było prowadzenie działalności zgodnie z normami środowiskowymi (certyfikat PN-EN ISO 14001-2005 oraz atest higieniczny HK/W/0832/01/2015), uwzględnienie ekologicznych aspektów produkcji, stosowanie segregacji odpadów oraz zakup energooszczędnych urządzeń.

„Solidny partner w biznesie” to z kolei cel, którego zadaniem jest budowanie postrzegania firmy jako podmiotu prowadzącego proekologiczną produkcję, stosującego energooszczędne rozwiązania, a zarazem aktywnie uczestniczącego w życiu lokalnej społeczności i współpracującego z organizacjami pozarządowymi. „Firma przyjazna pracownikom” oznacza natomiast koncentrację na zespole, określa instrumenty za pomocą których przedsiębiorstwo będzie motywować swoich pracowników oraz pozyskiwać nowych. Jest to budowanie systemu otwartego i przyjaznego wszystkim zatrudnionym.

Wymieniając najważniejsze efekty realizacji projektu finansowanego z funduszy szwajcarskich przedstawiciele firmy mówią o:

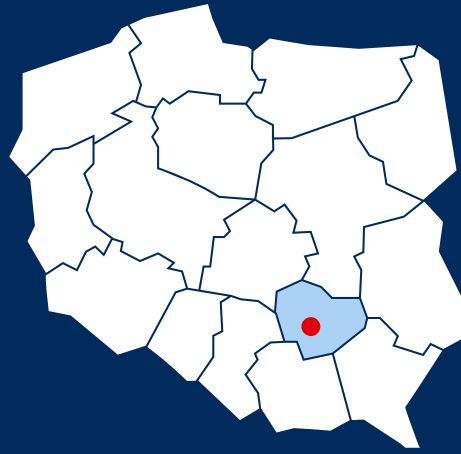
- poprawie systemu komunikacji między pracownikami i kontrahentami,
- usprawnieniu gospodarki magazynowej,
- certyfikacji kotła w zakresie 5 klasy emisji spalin wg normy PN EN 303-5:2012.

— **Największą zmianę w naszej firmie wprowadził zakup systemu do automatyzacji procesów** - mówi Ewa Jagusztyn. — **Pozwolił on usprawnić każdy dział naszego przedsiębiorstwa.** Firma wdrożyła zrównoważony łańcuch dostaw, a zapewniając standaryzację i profesjonalizację działań oraz wprowadzając elektroniczny obieg informacji i dokumentów poprawiła relacje z klientami.

Wśród najważniejszych korzyści wynikających z wdrożenia systemu można wymienić:

- zmniejszenie kosztów (ograniczenie zużycia energii elektrycznej, brak prowadzenia i archiwizacji dokumentacji papierowej, szybsza realizacja procesów dzięki bieżącej informacji zawartej w systemie, ewidencjonowanie procesów w systemie, bieżący dostęp do informacji),
- zminimalizowanie wpływu na środowisko między innymi poprzez zmniejszenie zużycia papieru i materiałów eksploatacyjnych,
- większą efektywność przebiegu procesów biznesowych wskutek optymalizacji procedur wewnątrz firmy i optymalizacji relacji z klientami (sprawniejsze realizowanie procesów biznesowych, wyższy poziom obsługi, wzrost kompetencji pracowników, możliwość śledzenia realizacji zamówienia),
- możliwość monitorowania produkcji oraz poziomu realizacji zleceń produkcyjnych.

Dalsze plany w zakresie wdrażania i rozwijania działań CSR będą koncentrowały się na celach zawartych w strategii. Do priorytetów należą: budowanie stabilnej pozycji na rynku, inwestowanie w zasoby ludzkie oraz w ochronę środowiska. — **Jeśli cele te zostaną osiągnięte, będziemy myśleć o wyznaczeniu kolejnych** — mówi Wojciech Tarach, współwłaściciel.



Nazwa:
Przedsiębiorstwo Produkcyjne METALBET
M. Tarach, W. Tarach, E. Jagusztyn

Adres strony:
www.metalbet.pl

Siedziba:
Sobków

Wielkość:
mały przedsiębiorca

Zasięg działalności:
Europa

Opis prowadzonej działalności:
METALBET to firma oferująca instalacje i urządzenia grzewcze. W jej ofercie znajdują się m.in. takie produkty jak: podgrzewacze wody, zbiorniki solarne, zbiorniki buforowe, kotły c.o., naczynia wyrównawcze. Oferuje też usługi z zakresu cięcia i obróbki blach.

Branża:
instalacje i urządzenia grzewcze

Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:

- działania proekologiczne na terenie biura (oszczędność papieru, energii, edukacja pracowników)
- oddawanie do recyklingu opakowań, zużytego sprzętu elektronicznego i zużytych baterii oraz świetlówek
- używanie kartridży wielokrotnie napełnianych lub tonerów powtórnie przetworzonych
- przeciwdziałanie dyskryminacji
- działania na rzecz społeczności regionalnej i lokalnej

Rok założenia:
1984

Łódzkie

Opolskie

Podlaskie

Świętokrzyskie

Warmińsko-
Mazurskie



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO

ZAANGAZOWANIE
SPOŁECZNE

P.P.H. AGAPLAST Sp. z o.o.

Zwiększanie konkurencyjności P.P.H. AGAPLAST Sp. z o.o. poprzez działania społecznie odpowiedzialne

Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe AGAPLAST Sp. z o.o. z Olsztyńka od prawie 30 lat zajmuje się przetwórstwem tworzyw sztucznych. Zakład wytwarza granulaty techniczne z PCV, które wykorzystuje następnie do własnej produkcji jako półfabrykat lub sprzedaje innym producentom.

W miarę, jak firma się rozwijała, właściciele unowocześniali nie tylko park maszynowy, ale również metody zarządzania – postanowili np. wdrożyć system zarządzania jakością ISO 9001 oraz system zarządzania środowiskiem ISO 14001. Dzięki temu przedsiębiorstwo stało się wiarygodnym dostawcą na rynku krajowym. Kolejnym, naturalnym krokiem było całościowe i strategiczne podejście do kwestii zrównoważonego rozwoju. Określenie struktury organizacyjnej, pozyskanie dotacji z funduszy szwajcarskich na wdrożenie Strategii CSR oraz prace nad Strategią Wzorniczą zbiegły się w czasie, wzajemnie się wspierając i uzupełniając.

— **Pomimo braku wcześniejszych doświadczeń w temacie wdrażania CSR, Zarząd Spółki zdawał sobie sprawę z faktu, że odpowiedzialne zarządzanie firmą to nie tylko osiągnięcie zysku, ale również zaspokajanie potrzeb poszczególnych grup interesariuszy, w szczególności pracowników i klientów. Z tego względu firma postanowiła wdrożyć CSR, mając dodatkowo na uwadze poprawę funkcjonowania zakładu w zakresie ochrony środowiska naturalnego** — Łukasz Kaczmarski, Dyrektor finansowy.

Po przeanalizowaniu, jakie kwestie są kluczowe dla firmy AGAPLAST, zarząd postanowił skoncentrować się na pracownikach, procesie produkcji oraz finalnym produkcie. Obecnie liczba zatrudnionych osób wynosi 50, z czego ponad połowa to pracownicy produkcyjni. Z myślą o nich przeprowadzone zostało badanie satysfakcji, poruszające m.in. takie kwestie jak równość, etyka, komunikacja czy organizacja pracy.

Oprócz tego przeanalizowane zostały produkty firmy – szczególnie nacisk położony został na możliwości wdrożenia innowacyjnych rozwiązań proekologicznych, mając na uwadze nie tylko Strategię Wzorniczą, ale przede wszystkim zasady CSR.

Okazało się również, że aby usprawnić swoje funkcjonowanie, firma musi zmierzyć się z wyzwaniami takimi jak efektywna komunikacja z kontrahentami, zawyżone stany magazynowe czy zarządzanie ilością odpadów.

Jednym z kluczowych obszarów biznesowych firmy jest produkcja i sprzedaż węży ogrodowych. Zarząd, zdając sobie sprawę z coraz większej świadomości ekologicznej konsumentów, postawił na rozszerzanie oferty w kierunku rozwiązań prośrodowiskowych, czego konsekwencją jest używanie produktów nietoksycznych, biodegradowalnych, naturalnego pochodzenia oraz wprowadzanie w AGAPLAST innowacji produktowych i procesowych.

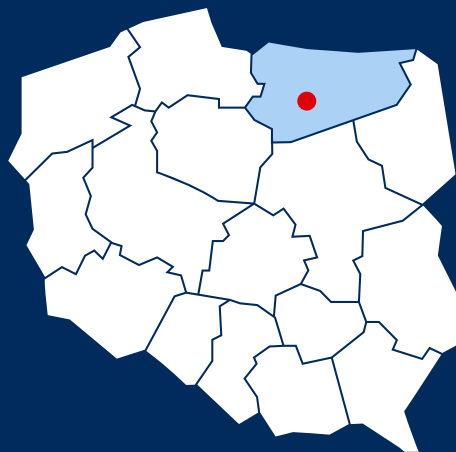
Firma dąży m.in. do zmniejszenia ilości odpadu przeznaczanego do utylizacji i uzyskania produktu z materiałów niemal w 100% pozyskanych z recyklingu. — **Nowa planowana linia produkcyjna do węży będzie w stanie produkować niemal wyłącznie z regranulatów lub przemiałów (zmielony odpad). Obecnie musimy dodawać min. 50% surowca pierwotnego** — mówi Łukasz Kaczmarski.

Prace nad strategią CSR zaowocowały m.in. pomysłem na połączenie korzyści wielu stron, jakim jest umożliwienie użytkownikom oddania zużytych węży i zastosowanie ich do dalszej produkcji. Proces ten, poza pozytywnym wpływem na środowisko naturalne, powinien wpłynąć na niższą cenę produktów, ograniczając konieczność zakupu nowych surowców, co z kolei powinno skutkować zwiększeniem sprzedaży węży marki AGAPLAST. Wstępne testy rynkowe wykazały, że zarówno użytkownicy, jak i hurtownicy, są zainteresowani taką możliwością.

Wśród najważniejszych efektów realizacji projektu, zarówno tych mierzalnych, jak i niemierzalnych, zarząd wymienia:

- zbudowanie świadomości dotyczącej CSR wśród właścicieli, kluczowej kadry oraz szeregowych pracowników,
- poprawę relacji między podwładnymi i przełożonymi. Wyniki badania satysfakcji zostały przełożone na indywidualne rozmowy z pracownikami oraz konkretne działania ogólnosystemowe, np. poprawę warunków BHP. Ponadto pracownicy uczestniczyli w programie wolontariatu, co przyczyniło się do integracji kadry,
- ogólne polepszenie funkcjonowania firmy. Wdrożenie systemu ERP wymusiło przeanalizowanie dotychczas funkcjonujących procesów, dokumentów i kalkulacji. W efekcie dokonano znaczących korekt i usprawnień.

— **Jesteśmy szczególnie zadowoleni z poprawy ogólnego funkcjonowania firmy. Dotyczy to m.in. komunikacji i obiegu dokumentów, usprawniono także procesy wewnątrz zakładu. W najbliższej przyszłości Spółka planuje rozwijać zarządzanie kwestiami CSR w firmie, budować zmotywowany zespół, poprawiać jakość relacji z otoczeniem (w tym z kontrahentami) oraz zmniejszać wpływ działalności na środowisko naturalne** — dodaje Łukasz Kaczmarski, Dyrektor finansowy.



Nazwa:
Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe
AGAPLAST Sp. z o.o.

Adres strony:
www.agaplast.pl

Siedziba:
Olsztynek

Wielkość:
mały przedsiębiorca

Zasięg działalności:
Polska

Opis prowadzonej działalności:
Przedsiębiorstwo jest znanym na rynku krajowym producentem wyrobów z tworzyw sztucznych. Oferuje między innymi takie produkty jak: rury karbowane stosowane do wiązek elektrycznych, węże techniczne i ogrodowe, granulaty PVC oraz profile do mebli. Ze względu na szeroką gamę oferowanych produktów firma prowadzi sprzedaż dla klientów z całego kraju.

Branża:
przetwórstwo tworzyw sztucznych

Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:

- dostęp do systemu komputerowego Ipowerlink — niezależne liczniki energii połączone z oprogramowaniem
- szkolenia dla pracowników
- badanie ankietowe skierowane do pracowników produkcyjnych
- współpraca z jednostkami naukowymi

Rok założenia:
1983

Łódzkie
Opolskie
Podlaskie
Świętokrzyskie
Warmińsko-
Mazurskie



PRACOWNICY



ŚRODOWISKO

ZAANGAŻOWANIE
SPOŁECZNE

POLAMP Sp. z o.o. z siedzibą w Giżycku

Spółeczna Odpowiedzialność Biznesu fundamentem Strategii Wzrostu Konkurencyjności firmy POLAMP

POLAMP Sp. z o.o. jest wiodącym producentem, dystrybutorem i importerem komponentów elektrotechnicznych na terenie Polski północno-wschodniej. W ciągu 30 lat właściciele wypracowali markę oraz stworzyli wykwalifikowany zespół, kierujący się w swojej pracy doświadczeniem, wiedzą i etyką. Dzięki temu firma uznawana jest za wiarygodną i cieszy się dużym zaufaniem klientów. POLAMP ma swoją siedzibę, ale też hurtownię i centrum logistyczne w Giżycku. Oprócz tego posiada 3 inne hurtownie na terenie Polski. Typowo turystyczny charakter Giżycka od samego początku działalności spółki stawiał jej wysokie wymagania, zarówno w zakresie oddziaływania na lokalną społeczność, jak i środowisko naturalne. — **Wiele wartości wchodzących w zakres CSR było już intuicyjnie realizowanych w naszym przedsiębiorstwie, więc należało je jedynie sformalizować, wpisać w strategię biznesową jako strategię odpowiedzialności społecznej, a mechanizmy jej realizacji uzbroić w odpowiednie narzędzia umożliwiające skuteczne osiągnięcie wyznaczonych celów** — mówi Michał Samplawski, Dyrektor ds. rozwoju.

Rynek instalacji elektrycznych i grzewczych ma duży potencjał w związku z koniecznością wymiany infrastruktury oraz realizowaniem nowych inwestycji. Branżę charakteryzuje wysoka innowacyjność, szczególnie w obszarze oświetlenia. Trendy związane z ekologią skupiają się na zastępowaniu tradycyjnych źródeł światła nowoczesnymi, bardziej wydajnymi i energooszczędnymi, z zaawansowanym sterowaniem. Coraz częściej mówi się o potrzebie

całościowej analizy wpływu produktów na otoczenie i środowisko w cyklu życia, czyli *Life Cycle Assessment* (LCA). Zidentyfikowane na każdym etapie produkcji obciążenia dla środowiska jak zużyte zasoby i energia, czy wyemitowany w wyniku transportu dwutlenek węgla są traktowane jako podstawowe wskaźniki służące do określenia wskaźnika LCA produktu. Często jest to przedstawiane łącznie jako tzw. „ślad węglowy” (ang. *Carbon footprint*), czyli ilość CO₂, jaka została wyemitowana do atmosfery od momentu produkcji po dostarczenie produktu do odbiorcy końcowego.

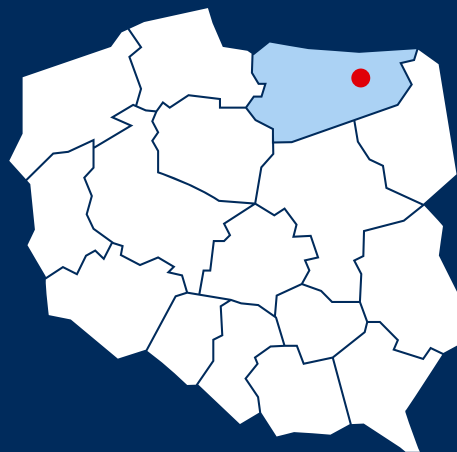
Pomimo dużej innowacyjności, firma POLAMP przez lata utrzymywała jedynie swoją pozycję na rynku, a dynamika wzrostu sprzedaży nie przedstawiała się już tak imponująco, jak na początku działalności. Duża konkurencja w branży wymagała podjęcia działań, które dałyby impuls do rozwoju, pozwoliły na scalenie kanałów dystrybucji oraz umożliwiły pozyskanie nowych klientów. Krokiem w tę stronę była decyzja o wdrożeniu nowego, kompleksowego systemu do zdalnej obsługi kontrahentów biznesowych z podawaniem pełnej specyfikacji produktu, obejmującej również ilość wyemitowanego do atmosfery dwutlenku węgla. Zakupiony system IT pozwala na wprowadzenie informacji o „śladzie węglowym” z możliwością skonfigurowania parametrów w taki sposób, aby produkty bardziej ekologiczne były lepiej promowane. W ramach projektu przeprowadzono również analizę procesów, w wyniku której wprowadzono do bazy transakcje sprzedażowe,

wyliczono wartość ich realizacji w oparciu o pracochłonność, energochłonność, ilość wykorzystanego materiału i czas realizacji. Uwzględniono przy tym hałas oraz emisję szkodliwych substancji związanych z drukowaniem. Na podstawie otrzymanych analiz opracowano metody optymalizacji procesów, eliminując drukowanie zapytań ofertowych. Obecnie spółka rozważa uruchomienie projektu badawczo-rozwojowego, który dokona obliczeń dla poszczególnych produktów w zakresie emisji dwutlenku węgla w trakcie ich produkcji i transportu. Dotyczy to także produkcji lamp oświetleniowych POLAMP. — **Przeprowadzenie skrupulatnej analizy LCA dla działalności naszej firmy w Giżycku byłoby bardzo dobrym posunięciem zarządu spółki** — uważają Iwona Sak i Karol Piekarczyk, doradcy CSR, którzy wspierają firmę w stosowaniu zasad społecznej odpowiedzialności w bieżącej działalności biznesowej.

Wdrożony system IT wspomaga szereg procesów sprzedażowych oraz wprowadza dodatkowe funkcje w zakresie tworzenia nowych kanałów biznesowych z innymi podmiotami odpowiedzialnymi społecznie. Innowacją w odniesieniu do MSP jest tzw. „kryterium kontrahenta CSR”, czyli możliwość przypisania takiego parametru klientowi realizującemu zasady CSR. Proces ten przebiega równocześnie z wywieraniem wpływu na obecnych dostawców, którzy są proszeni o uzupełnienie strategii o elementy CSR, w czym POLAMP chętnie pomaga, aby stopniowo tworzyć sieć przedsiębiorstw odpowiedzialnych społecznie.

Jeśli chodzi o uzyskane efekty, firma wymienia przede wszystkim zwiększenie świadomości kontrahentów w zakresie nabywanych produktów. Sprofilowanie oferty pod kątem energooszczędności ma istotne znaczenie dla działalności przedsiębiorstwa, które w zakresie polityki wizerunkowej chce być postrzegane jako proekologiczne. Dlatego przygotowanie do sprzedaży produktów z informacją o ich „śladzie węglowym” jest istotnym krokiem w celu sugerowania klientom zakupu artykułów o mniejszym wskaźniku wyemitowanego przy ich produkcji CO₂.

Spółka stworzyła bazę do rozpoczęcia nowego etapu w dystrybucji komponentów elektrotechnicznych, opartej na przygotowaniu oferty pod rynki skandynawskie oraz zachodnioeuropejskie, gdzie coraz większe znaczenie przy wyborze dostawcy mają dobrze udokumentowane kwestie środowiskowe. — **Z pewnością będziemy promowali efekty naszych działań mając nadzieję, że CSR zostanie potraktowany jako pozytywny wyróżnik naszej firmy na tle konkurencji** — podkreśla Michał Samptawski, Dyrektor ds. rozwoju.



Nazwa:
POLAMP Sp. z o.o. z siedzibą w Giżycku

Adres strony:
www.polamp.com

Siedziba:
Giżycko

Wielkość:
mały przedsiębiorca

Zasięg działalności:
Polska

Opis prowadzonej działalności:
Przedsiębiorstwo POLAMP jest jednym z większych przedsiębiorstw elektrotechnicznych w Polsce. Firma produkuje aparaturę elektryczną oraz szeroką gamę artykułów oświetleniowych. Dodatkowo specjalizuje się w dystrybucji artykułów instalacyjnych, elektrotechnicznych, wysokospecjalistycznych urządzeń elektrycznych oraz innych artykułów związanych z prowadzeniem inwestycji. Produkty uzupełnia o kompleksową obsługę inwestycji, fachowe doradztwo, wyceny, projektowanie i oferty.

Branża:
sprzedaż hurtowa elektrycznych artykułów użytku domowego

Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:

- zbieranie, odbiór, przetwarzanie i odzysk sprzętu elektrycznego i elektronicznego wprowadzanego przez firmę na polski rynek
- stymulowanie powstawania „zielonych miejsc pracy”
- specjalistyczne szkolenia pracowników
- doradzanie w jaki sposób najbardziej efektywnie udekorować miasta, by pozytywnie oddziaływały na społeczność lokalne

Rok założenia:
1986

Łódzkie
Opolskie
Podlaskie
Świętokrzyskie
Warmińsko-
Mazurskie



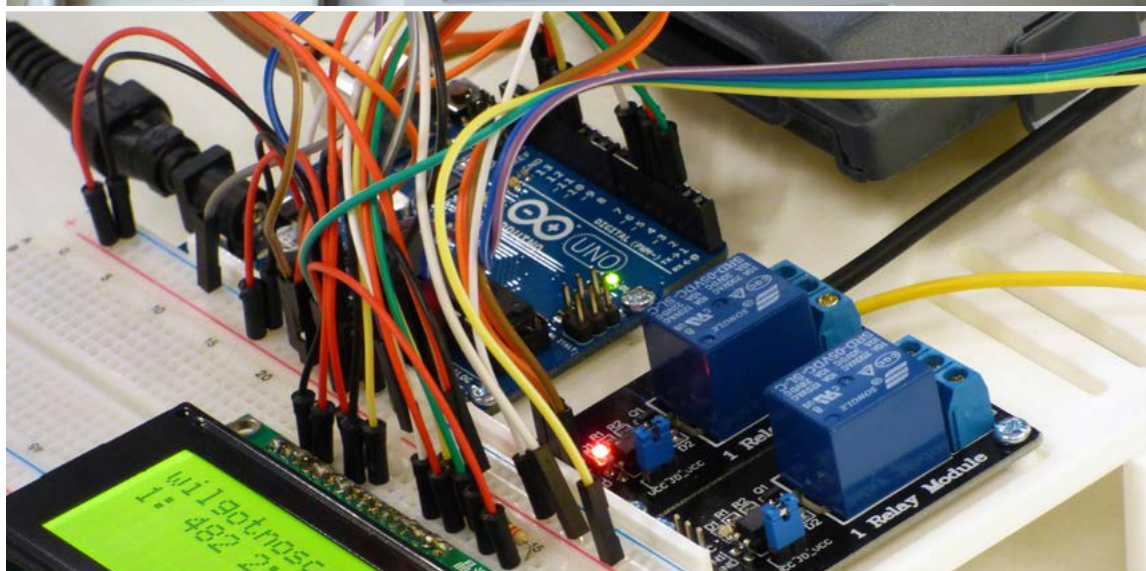
PRACOWNICY



ŚRODOWISKO



ZAANGAZOWANIE
SPOŁECZNE



Visacom Sp. z o.o.

Wdrożenie CSR w firmie Visacom Sp. z o.o. w obszarze ochrony środowiska przy wykorzystaniu technologii informatycznych

Visacom Sp. z o.o. działa w branży informatycznej od 1989 r., świadcząc szeroką paletę usług w tym zakresie. Przed rozpoczęciem projektu z funduszy szwajcarskich firma nie podejmowała zaawansowanych działań w zakresie społecznej odpowiedzialności – sponsorowała jedynie lokalne drużyny sportowe. Opracowana w ramach projektu strategia CSR obejmowała trzy główne cele:

- zmniejszenie negatywnego oddziaływania na środowisko,
- poprawę wizerunku przedsiębiorstwa poprzez wykorzystanie aspektów środowiskowych,
- zmniejszenie kosztów obsługi klientów.

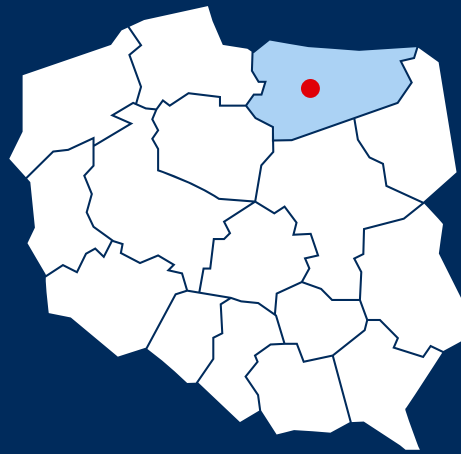
Spółka zdefiniowała również kluczowe wyzwania i problemy, z jakimi powinna się zmierzyć. Pierwszym z nich była niska efektywność procesów obsługi klienta – wyma-

gają one bowiem transportu, a co za tym idzie, oznaczają koszty finansowe i czasowe, a jednocześnie środowiskowe (przyczyniają się do zużycia paliwa i emisji gazów cieplarnianych). Ponadto wszelka dokumentacja miała formę papierową, co powodowało duże zużycie papieru i przestrzeni koniecznej do ich przechowywania. Kolejnym wyzwaniem określonym przez firmę była reorganizacja pracy zespołu. Dotychczasowa struktura organizacyjna była w opinii zarządu nieefektywna, co wpływało znacząco na funkcjonowanie przedsiębiorstwa, determinowało poziom osiąganych przychodów i ponoszonych kosztów, a także obniżało skuteczność działania i jakość oferowanych usług. Ostatnim obszarem, nad którym chcieli pracować właściciele Visacom był wizerunek przedsiębiorstwa w oczach klientów i pozostałych interesariuszy.

Najistotniejsze zmiany jakie zaszły w wyniku projektu:

- kierowanie się w działalności biznesowej zasadami CSR,
- zorientowanie przedsiębiorstwa oraz jego otoczenia na kwestie ochrony środowiska,
- zmiany organizacyjne wpływające na zmniejszenie negatywnego oddziaływania na środowisko,
- zmiana postrzegania przedsiębiorstwa (wiarygodny partner biznesowy, respektujący zasady ochrony środowiska, a także działający w sposób transparentny),
- zmniejszenie kosztów i automatyzacja procesów biznesowych.

Dzięki realizacji projektu firma opracowała nowe normy organizacyjne i zasady obsługi klienta. Pozwoliło to nie tylko usystematyzować działania, ale także uwzględnić w nich aspekt środowiskowy. Pracownicy i zarząd ograniczyli liczbę osobistych spotkań biznesowych, co odciążyło nie tylko przedsiębiorstwo, ale i jego kontrahentów, a także zredukowali ilość dokumentacji papierowej. Audyt organizacyjny pozwolił opracować nową strukturę przedsiębiorstwa i określić zakresy odpowiedzialności poszczególnych pracowników, a także zależności służbowe między nimi oraz między działami. Elektroniczny obieg dokumentów ułatwił komunikację pomiędzy firmami, uprościł archiwizację danych, a także sprawił, że rozliczenia są przejrzyste. Spółka przeanalizowała również funkcjonujący system obsługi klientów, w tym m.in.: procesy biznesowe, tj. pozyskiwanie klienta, ofertowanie, sprzedaż produktu/usługi, rozliczenie, usługi posprzedażowe bezpośrednio regulujące formy obsługi klienta. Efekty wdrożonych usprawnień wraz z opracowaną strategią CSR i korzyściami z niej wynikającymi firma zaprezentowała interesariuszom podczas specjalnie zorganizowanego spotkania informacyjnego, gdzie klientów zapoznano również z nowymi narzędziami komunikacji.



Nazwa:
Visacom Sp. z o.o.

Adres strony:
www.visacom.pl

Siedziba:
Olsztyn

Wielkość:
mały przedsiębiorca

Zasięg działalności:
kilka województw

Opis prowadzonej działalności:
Visacom tworzy i sprzedaje produkty informatyczne, a także świadczy usługi w tym zakresie. Firma zajmuje się także dostawą monitoringu CCTV oraz zaawansowaną automatyką dla domu i projektuje aplikacje dedykowane oraz strony www.

Branża:
informatyczna

Wybrane działania CSR podejmowane przed przystąpieniem do projektu PARP:

- sponsor żeńskiego zespołu piłki nożnej KKP Stomil Visacom Olsztyn
- opracowanie księgi jakości, stworzenie procedur oraz wdrożenie systemu zarządzania jakością

Rok założenia:
1989

Łódzkie

Opolskie

Podlaskie

Świętokrzyskie

Warmińsko-
Mazurskie

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) jest agencją rządową, która od 15 lat wspiera rozwój przedsiębiorczości w Polsce. Celem działania PARP jest rozwój małych i średnich firm – powstawanie nowych podmiotów, podnoszenie kwalifikacji i wzrost potencjału, wzmocnienie pozycji konkurencyjnej w oparciu o innowacyjność i nowoczesne technologie, kształtowanie przyjaznego otoczenia biznesowego, tworzenie warunków do prowadzenia działalności gospodarczej.

Realizując działania wspierające przedsiębiorców (a także: instytucje otoczenia biznesu, jednostki samorządu terytorialnego, państwowe jednostki budżetowe, uczelnie), PARP korzysta ze środków budżetu państwa oraz funduszy europejskich. Zarówno w okresie przedakcesyjnym, jak i po wejściu przez Polskę do Unii Europejskiej, PARP oferowała przedsiębiorcom wsparcie finansowe, szkoleniowo-doradcze i informacyjne.

Agencja jest odpowiedzialna za realizację działań w ramach Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy, trzech programów operacyjnych: Innowacyjna Gospodarka, Kapitał Ludzki oraz Rozwój Polski Wschodniej, a także programów nowej perspektywy 2014-2020: Inteligentny Rozwój, Polska Wschodnia oraz Wiedza, Edukacja i Rozwój.