



Teamwork

Integrity

Passion

Innovation

# IZVJEŠĆE O DRUŠTVENOJ ODGOVORNOSTI 2014

# SADRŽAJ IZVJEŠĆA

Uvodni pozdrav direktorice Hendala.....	3
Sažetak izvješća.....	4
Opseg i profil izvješća.....	6
Profil kompanije.....	7
Predanost kvaliteti .....	8
Ekonomski pokazatelji učinka.....	9
Inovativnim metodama do očuvanja okoliša.....	11
Ulaganje u ljudske potencijale.....	14
Ulaganje u zajednicu.....	16
Ostali pokazatelji društveno odgovornog poslovanja.....	18
Pregled GRI 3 pokazatelja.....	19
Pregled pokazatelja za Global Compact.....	20

# UVODNI POZDRAV DIREKTORICE HENDALA

Poštovani čitatelji,

Čast mi je predstaviti naše 5. izvješće o društvenoj odgovornosti.

Promjene na tržištu koje su se dogodile jasno ukazuju na važnost društveno odgovornog poslovanja i uloge kompanija na opće blagostanje u društvu. Zanimljivo je vlastiti utjecaj na okolinu u kojoj djelujemo, ali i negirati utjecaj globalnih i lokalnih promjena na vlastito poslovanje danas je nemoguće i vrlo rizično ukoliko uopće želimo opstati na tržištu.

Iako se o ovoj temi uglavnom raspravlja misleći na velike kompanije koje djeluju na međunarodnom tržištu, manje kompanije itekako su osjetljive i na najmanje promjene u njihovom okruženju.

Hendal je stoga od svojih ranih početaka u devedesetima veliku važnost pridao kvaliteti svog poslovanja.

2007. godine pridružili smo se mreži Global Compact te u posljednjih 8 godina priređujemo ovo izvješće čiji je primarni cilj postaviti temelje strukturnom provođenju i planiranju društveno odgovornih aktivnosti unutar naše kompanije.

Posebnu pažnju u izvješću smo posvetili ISO standardima i kodeksima kojima osiguravamo poštivanje ljudskih prava i osiguravamo kvalitetu usluga svojim klijentima te na taj način promoviramo cijelu industriju. Od osnivanja, 1993. godine, u Hendalu se izuzetna važnost pridaje kvaliteti te smo prva istraživačka kuća u Hrvatskoj sa ISO 20252 standardom kvalitete.

Na okolišnom planu identificirali smo ključne utjecaje naše kompanije kao i cijele industrije te definirali mogućnosti za smanjenje štetnih utjecaja i modele mjerenja uspješnosti na tom području.

U izradi izvješća sudjelovalo je nekoliko zaposlenika iz različitih odjela, a struktura je postavljena prema preporukama GRI smjernica i načela.

Vjerujem da će ovo izvješće ne samo dati objektivnu sliku o Hendalu i našim naporima na području društvene odgovornosti već da će i potaknuti na odgovorno poslovanje unutar cijele istraživačke industrije.

Zahvaljujemo našim klijentima, ispitanicima i drugim partnerima na dosadašnjoj suradnji i vjeri u našu kvalitetu i način na koji obavljamo posao.

Srdačan pozdrav,

Marijana Plovanić

Direktorica

# SAŽETAK

Zadnju godinu označila su intenzivna ulaganja u 2 segmenta:

- osiguranje kvalitete poslovanja
- nove proizvode i nove tehnologije

Danjim radom na postavljanju standarda kvalitete kroz ISO 20252:2012 osigurali smo kvalitetu i standarde proizvoda, odnosno usluge koju dajemo. Osim toga ostvarili smo i uvjete za zaštitu tajnosti podataka ispitanika, te postavili standarde zaštite ljudskih prava posebice ispitanika.

Novi proizvodi i ulaganja u nove tehnologije omogućile su nam ekološku uštedu, pogotovo kada govorimo o korištenju papira, kao i razvoj cjelokupnog poslovanja. Ulaganjem u anketiranje putem kompjutera (CAPI) i tableta (TAPI) značajno smo smanjili broj projekata u kojima se koristi papir.

Kod ulaganja u zajednicu započeli smo nove projekte ulaganja i različite modele ulaganja kako bi potaknuli veći broj ljudi da se uključi u projekte. Hendal se fokusira na dva ključna područja djelovanja u zajednici: kroz suradnju sa znanstvenim institucijama te kroz pomoć posebno ugroženim skupinama. U 2011. posebno smo se fokusirali na djecu i mlade kroz pro-bono projekte za udrugu e-student i SOS dječje selo Hrvatska te donacije dječjem odjelu bolnice Rebro i dječjim vrtićima. Tijekom 2013. godine smo povećali suradnju sa studentima putem honorarnih zapošljavanja studenata. U 2014. smo promjenom radnog vremena djelovali i velikim edukativnim projektom Ministarstva poduzetništva i obrta odgovorili na zahtjeve zaposlenika iz godišnjeg mjerenja zadovoljstva.

Nakon završenog procesa pripreme ovog izvješća definirali smo i ciljeve za iduće razdoblje. Osim održavanja već dostignutih standarda i kontinuiranog poboljšanja istih, mnoge su se opcije otvorile kada govorimo o smanjenju utjecaja našeg poslovanja na okoliš. U svijetu se razvija niz novih tehnologija koje u našoj industriji možemo lako primijeniti pa je smanjenje štetnog utjecaja na okoliš jedan od najvažnijih ciljeva za iduće razdoblje.

S obzirom na to da smo zaposlenike već definirali kao naš najznačajniji kapital nastaviti ćemo ulaganja u poboljšanje radnih uvjeta kako bi stvorili što bolju i poticajnu radnu atmosferu pogotovo u ovim kriznim vremenima. Sukladno tome, u 2015.g. Hendal planira revidirati svoju misiju i viziju uzimajući u obzir i elemente društveno odgovornog poslovanja.

Istraživanje je baza za razvoj znanja na osnovu kojih se razvija poslovanje. Ulaganje u znanost i kreiranje znanja na području društveno odgovornog poslovanja osnova je našeg ulaganja u zajednicu za buduće razdoblje.

Poticanje naše okoline na putem vlastitih sredstava promocije i kroz poslovnu i druge oblike suradnje dio je planiranih aktivnosti na područjima gdje smo do sada postigli značajne rezultate.

Vjerujemo da ćemo na ovaj fokusirani način uspjeti postići izuzetne uspjehe u svom poslovanju i da će naš utjecaj na našu okolinu biti pozitivan i motivirajući.

# OPSEG I PROFIL IZVJEŠĆA

Hendal se pridružio UN Global Compact-u 2007. godine čime se definirao odnos Hendala prema društveno odgovornom poslovanju na strukturirani način i time naglasilo nastojanje da se društvena odgovornost inkorporira u planiranje poslovnih procesa kako bi se osigurao kontinuirani napredak okolini u kojoj djelujemo. Ovo je peto Hendalovo izvješće o društveno odgovornom poslovanju uključuje poslovnu godinu 2014. čime prelazimo sa dvogodišnjeg na jednogodišnji sustav izvještavanja.

Pri definiranju sadržaja i opsega izvješća potpomognuli smo se GRI 3 načelima za izvještavanje kao i očekivanjima i interesima dionika koje smo definirali radionicama unutar kompanije kao i anketiranjem dionika. Kao ključne dionike u našem poslovanju definirali smo u sljedeće skupine:

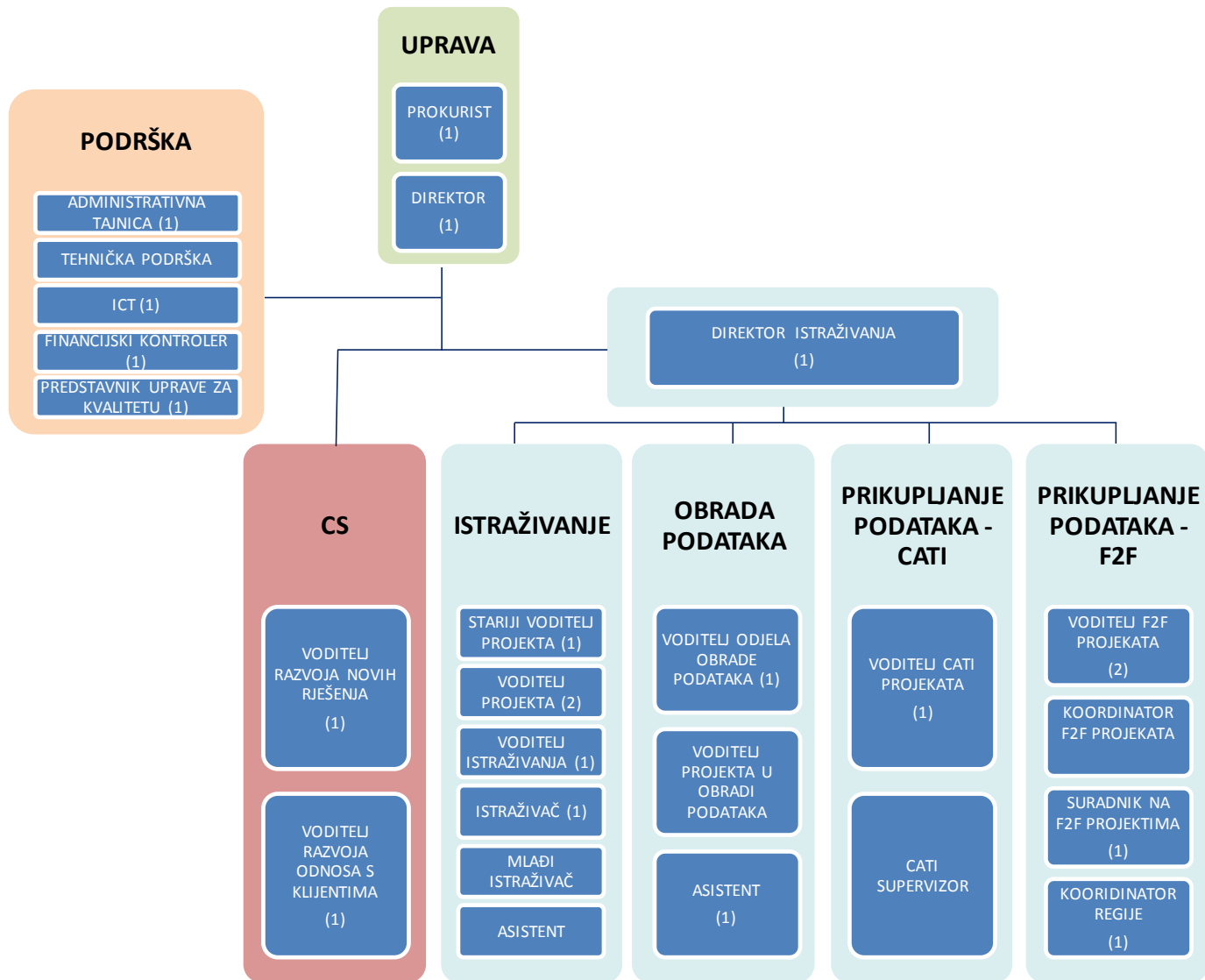
- klijenti
- zaposlenici
- anketari (kao dobavljači usluge)
- ispitanici
- lokalna zajednica
- dobavljači

Tijekom izrade izvješća Hendal je analizirao sve pokazatelje učinka, od kojih su neki sadržani u izvješću, a druge se promatralo kao mogućnosti za postavljanje ciljeva za naredno razdoblje. Temelji se na C razini primjene GRI Okvira za izvještavanje o održivosti.

		Sukladno 2009	C	C+	B	B+	A	A+
Obvezno	Samoočitovanje		<input checked="" type="checkbox"/>	Izvješće verificirano od vanjskog izvora		Izvješće verificirano od vanjskog izvora		Izvješće verificirano od vanjskog izvora
Proizvoljno	Provjereno od treće strane							
	Provjereno od GRI-a							

# PROFIL KOMPANIJE

## Organizacijska struktura



## Vizija i misija

•...biti najcjenjeniji partner za istraživanje u regiji pružajući inovativna rješenja i dodanu vrijednost

Vizija



•...omogućiti klijentima pobjedničke odluke temeljene na stvarnom uvidu na tržište

Misija



- Integritet...
- Strast...
- Inovacije ...
- Timski rad...

Vrijednosti



Od osnivanja, 1993. godine, u agenciji se izuzetna važnost pridaje kvaliteti pa je tako **HENDAL prva istraživačka kuća u regiji sa ISO 20252 standardom kvalitete, a i prva u Hrvatskoj sa ISO 9001 standardom kvalitete.** Strateška smjernica HENDAL – a, je razvijanje novih proizvoda te okretanje ka izvozu proizvoda i usluga na strana tržišta.

U 20 godina iskustva Hendal je razvio niz metodologija kojima pokriva sva područja istraživanja kao i sve industrijske grane.



Od samih svojih početaka agencija je djelovala i bila ocijenjena od strane korisnika kao “najinovativnija” agencija na tržištu. U 2014. godini smo se ponovo okrenuli klijentima te izradili dodatnu verziju edukacije za klijente i pokrenuli kontinuirani follow up ponuda, a tehnologiju smo unaprijedili uvođenjem anketiranja na tabletama umjesto na laptopima. Dodatno smo razvili dvije nove vrste istraživanja: mobile research i eyetracking istraživanje. U 2015. godini planiramo razviti softver za praćenje rada anketara u ispitivanjima na centralnoj lokaciji te obnoviti online istraživanje.

## Hendalovi proizvodi

- AdVisor® Copy test & Campaign tracker
- Brand Performance® tracker
- HR Omnibus (nacionalno reprezentativni uzorak)
- Hrvatski indeks optimizma®
- Analiza dvostruke važnosti
- HLIPO - Hendal Liderov Indeks Optimizma®
- Hendal 3D Segmentation®
- Dinamika industrije
- Indeks zadovoljstva trgovačkim lancima
- HrCatibus (nacionalno reprezentativni uzorak)
- HRPOS simulator
- Istraživanje s testnom i kontrolnom skupinom
- Nacionalni indeks sreće
- Web Viewer
- Asterisk aplikacija za povećanje efikasnosti rada CATI anketara
- Indeksi – skraćena verzija Brand Performance® trackera
- Edukacija za klijente (1 i 2)
- Mobile research
- Eye tracking

Više o našim uslugama i proizvodima kao i samom istraživanju možete naći na: [www.hendal.hr](http://www.hendal.hr)

# PREDANOST KVALITETI

Poštivanje istraživačkih kodeksa kao i standarda izuzetno je važno načelo poslovanja Hendala.

Kao član [ESOMAR](#)-a, direktorica Marijana Plovanić, promiče ESOMAR-ov kodeks koji propisuje etička načela za provedbu istraživanja tržišta, posebice zaštitu ispitanika s posebnim naglaskom na djecu i mlade.

Hendal poštuje pravila i načela **ISO standarda 20252:2012** koji je prilagođen posebno za istraživačku industriju. Norma ISO 20252:2012 postavlja strože i opsežnije zahtjeve na istraživanje. Na globalnoj i regionalnoj razini ova norma Klijentima omogućuje jednake standarde provedbe u svim zemljama u kojima se istraživanje provodi. Osnovne naglaske norma stavlja na strože postupke kontrole rada anketara te intenzivnu suradnju s naručiteljima istraživanja kako bi se osigurala najviša razina kvalitete. Dodatna pažnja pridaje se povjerljivosti istraživanja i tajnosti podataka. Osim toga ISO standardom je propisan i pravilnik o radu u kojem su sadržane politike zapošljavanja, zaštite na radu, kao i zaštita prava i dostojanstva radnika te niz drugih politika koje svaki radnik dobiva prilikom sklapanja ugovora o radu.

U skladu s ovim naporima da poštuje sva etička načela i standarde kvalitete u svom poslovanju Hendal je otišao i korak dalje ka postavljanju viših standarda u svom poslovanju i priključio se **Global Compact**-u u ožujku 2007.g. s ciljem unaprjeđenja svog poslovanja na 10 načela Global Compact-a.

Uključenost u strukovne inicijative daje nam mogućnost kontinuiranog napretka i učenja pa smo tako i članovi međunarodne istraživačke mreže Global Market Research. Članstvo u [Global Market Research](#) grupi omogućuje HENDAL - u jednostavan pristup tržištima u 30 zemalja svijeta. Na nacionalnoj razini Hendal surađuje sa istraživačkim agencijama putem udruženja unutar HGK ponajviše na razvoju i promociji istraživačke industrije u Republici Hrvatskoj.

2011. godine suosnivači smo nove udruge na hrvatskom tržištu koja ima za cilj promicanje ideje o važnosti kulture odgovornih poslovnih odnosa za uspješnost poslovanja – Udruga za promicanje kulture u poslovanju (KUP)



# EKONOMSKI POKAZATELJI UČINKA

## Poslovne prijetnje i mogućnosti

Izuzetna konkurentnost na tržištu istraživanja kao i ulazak međunarodnih istraživačkih kuća na domaće tržište potaknulo nas je na još kvalitetniji razvoj kako proizvoda, tako i procesa rada te ljudskih potencijala.

## Osnovni pokazatelji

Tijekom 2010. značajno se povećao broj zaposlenika, te je time došlo i do porasta prihoda te obujma poslovanja (broja projekata). U 2012. dolazi do smanjenja broja zaposlenika uz manji pad prihoda. Broj projekata raste, no radi se o manjim cjenovno povoljnijim projektima koji osiguravaju opstanak u recesijskom vremenu. U 2014. dolazi do rasta prihoda uz isti broj projekata te se osjeća efekt izlaza iz recesijske krize.

Godina	Prihodi u kn	Broj zaposlenika	Broj istraživačkih projekata
<b>2008</b>	7.405.168,00	20	194
<b>2009</b>	6.820.002,00	20	178
<b>2010</b>	7.825.991,00	23	203
<b>2011</b>	7.187.630,00	18	267
<b>2012</b>	5.395.861,00	16	270
<b>2013</b>	5.741.392,00	15	276
<b>2014</b>	7.942.113,00	17	281

*Izvori: Godišnja financijska izvješća za 2008.-2014., knjiga projekata i izlazni računi za 2008.-2014.*

Broj stalnih zaposlenika u Hendalu se tijekom 2012. te 2013. prirodno smanjio (porodiljini dopusti i odlasci u druge kompanije) što je omogućilo funkcioniranje u recesijskom periodu sa smanjenim prihodima. Projekata je i dalje bilo puno no cijene su prilagođenije tržištu što je bilo u skladu sa tadašnjom nestabilnom situacijom te recesijskim okruženjem. U 2014. godini dolazi do manjeg povećanja broja zaposlenika te rasta prihoda uz isti broj projekata.

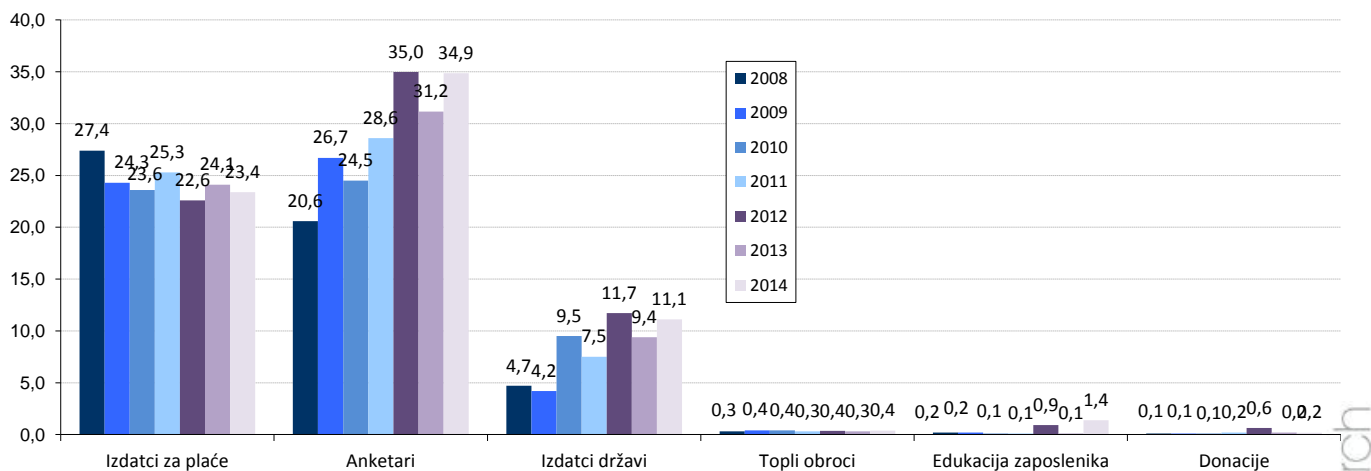
# EKONOMSKI POKAZATELJI UČINKA

## Raspodjela ključnih troškova

HENDAL u 2014. godini, nakon recesijskog perioda povećava ulaganje u edukaciju zaposlenika koja je pokretač poslovanja. No i dalje je prisutno jasno upravljanje troškovima.

Restrukturiranje anketarske mreže u zadnjih nekoliko godina doprinijelo je porastu troškova u ukupnom udjelu, no povećanjem kvalitete radi tog poteza smanjio se broj sati rada unutar odjela prikupljanja i obrade podataka.

Raspodjela ključnih troškova

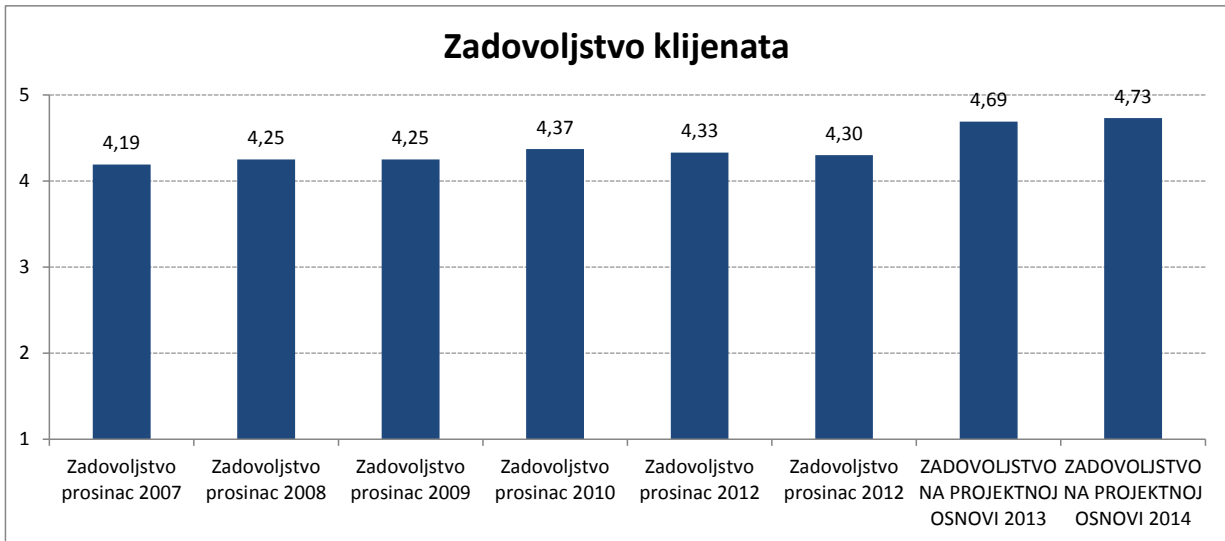


## Postignuća

**Projekt edukacije klijenata** koji je uveden u 2009. godini jer je u vrijeme krize klijentima bilo moguće ponuditi jedino besplatnu edukaciju kojom smo s njima zadržali kontakt te istovremeno radili na njihovom usavršavanju u razumijevanju rezultata istraživanja, nastavljen je narednih godina. Imali smo ukupno preko 160 polaznika edukacije u manjim grupama. Tijekom 2014. godine osmišljena je i dodatna edukacija za klijente s kojom se planira početi u 2015.

Vjerujemo da je upravo to jedan od razloga visokog zadovoljstva klijenata (4,7 na skali od 1 do 5).

Tijekom 2013. godine vratili smo se na prijašnji model ocjenjivanja zadovoljstva pojedinim projektom kako bismo dobili konkretnije uvide u mogućnost poboljšanja poslovanja.



Tijekom 2014. godine smo unaprijedili tehnologiju istraživanja korištenjem tableta umjesto računala te smo time ubrzali provođenje terena i unaprijedili istraživački proces. Klijentima smo se okrenuli pokretanjem follow upa ponuda i razvojem dva nova proizvoda: mobile research i eye tracking.

### **Osobni follow up ponuda**

Jednom u dva mjeseca klijentima s kojima imamo čvršće veze (svi domaći i dio stranih klijenata) šaljemo follow up sa poslana ponude. Osim što time saznajemo u kojem je statusu poslana ponuda održavamo i kontakte sa važni postojećim i potencijalnim klijentima.

### **Automatski follow up ponuda**

Aplikacija za praćenje poslanih ponuda koja automatski šalje upit o statusu poslana ponude kod manje važnih klijenata.

### **Eyetracking**

Metoda praćenja pogleda ispitanika radi unapređenja marketinške komunikacije.

### **Mobile research**

Inovativan način prikupljanja podataka uz korištenje mobitela.

# INOVATIVNIM METODAMA DO OČUVANJA OKOLIŠA

Financijske posljedice klimatskih promjena na naše poslovanja nismo računali, ali smo analizirali utjecaj naše industrije na okoliš, mogućnosti za smanjenje tog utjecaja, te mogućnosti za smanjenje korištenja određenih materijala kojima štetno utječemo na okoliš što u konačnici dovodi i do financijske uštede.

Analizirajući Hendalov utjecaj i utjecaj istraživačke industrije na okoliš zamijetili smo da je najštetniji utjecaj onaj u korištenju papira tijekom prikupljanja podataka. Naše aktivnosti na području okolišne dimenzije tako su se fokusirale na smanjenje korištenja papira i njegovo recikliranje.

Malo po malo gradimo Hendalovu šumu. **Hendalova šuma** sastoji se od broja stabala koje smo uspjeli uštedjeti kroz aktivnosti koje provodimo tijekom godina i mjerilo je našeg uspjeha i utjecaja na okoliš.

## Ulaganje u nove metodologije

Hendal je još 2004.g. u svoje poslovanje inkorporirao računalni sustav Warp-it koji nam je omogućio razvoj CATI i On-line metoda prikupljanja podataka te smo na taj način smanjili broj projekata u kojima se koristi papirnatu upitnik.

Osim toga ulaganjem u prijenosna računala dodatno smo smanjili korištenje papira, a istovremeno zadržali sve prednosti anketiranja licem u lice sa ispitanikom. U 2007. godini smo pokrenuli i online istraživanja što je dodatno utjecalo na smanjenje korištenja papirnatih upitnika. U 2009. godini smo uvođenjem palm-ova smanjili potrošnju papira i kod kraćih istraživanja na ulici/u shopping centrima i sl, a također smo i investicijom u Autoduplex printere omogućili dodatnu štednju dvostranim printanjem. 2010. godina dodatno smanjuje korištenje papira u relativnom omjeru jer pokretanje HRCatibusa® dodatno preusmjerava projekte na trenutačni računalni unos anketa. Tijekom 2014. smo pokrenuli projekte na tabletima i smartfonima čijim razvitkom se još smanjio broj „papirnatih istraživanja“. U 2015. godini planiramo obnoviti online istraživanja te time korištenje papira svesti na minimum.

## Recikliranje

Sav papir koji se koristi u agenciji odvajanjem smeća ide na recikliranje kao i sav plastični i stakleni otpad. S obzirom na povećano korištenje informatičke tehnologije izričito pazimo i na pravilno odlaganje potrošenih tonera, te zastarjele opreme. Kako se u 2011. i 2012. dodatno smanjio broj papir-olovka anketa, te istraživanja licem u lice na centralnoj lokaciji, a povećao broj telefonskih anketa, smanjili smo otpad, a time i potrebu za recikliranjem papira te plastike.



## Rezultati - U 2014 pošteđeno najmanje dodatnih 11 stabala!!!

U 2012. se radi recesije malo smanjilo ulaganje u kompjutersku tehnologiju, no isto se počelo mijenjati u idućoj godini. Cilj ulaganja u nove metodologije bio je smanjiti udio papirnatih upitnika u projektima:

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ulaganje u kompjutersku tehnologiju u kn	123.820	226.740	182.603	278.385	96.579	142.632	347.181

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
% PAPI projekata u ukupnom broju projekata	27%	21%	13%	12%	6%	2%	2%
Broj anketa u svim papirnatim projektima	26.165	18.488	22.005	8.300	4.662	3.100	3.050

Na osnovu prosječnog broja A4 papira koji se potroši na jedan papirnat upitnik (prosjeck 25 listova po anketi) i broja smanjenja anketa u 2009. godini (7677) izračunali smo da smo tijekom 2009. godine uspjeli smanjiti trošak papira za otprilike 191.925 komada A4 papira što u prosjeku iznosi cca **16** stabala godišnje (procijenjeno je da se od jednog celuloznog drva napravi oko 12 000 listova standardnog papira za pisanje ili ispisivanje). Iako se u 2010. broj papirnatih anketa povećao, u relativnom omjeru se znatno smanjio (sa 21% na 13%). U 2011. se omjer još malo smanjio i došao na 12% te se broj papirnatih anketa u odnosu na 2010 smanjio za čak 13.705 anketa tj. Henda! je u 2011. dodatno spasio nešto više od **28** novih stabala.

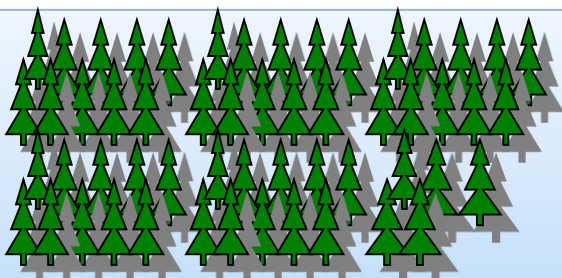
U 2012. godini je udio PAPI anketa smanjen na 6%, a u 2013. godini na samo 2%. Broja anketa se smanjio za 3.638 A4 papira u 2011. te 1.562 u 2013. godini čime smo u te dvije godine spasil i dodatnih **11** stabala. U 2014. smo ostali na istoj maloj razini oko 3000 anketa na papirnatim akcijama (2%)

U 2009. smo započeli s recikliranjem informatičkog otpada na za to prikladna mjesta, a u 2010. sa mjerenjem količine recikliranog papira. U periodu 2012. te 2013. se udio recikliranog papira povećao za oko 70% (sa 910 kg na 2030 kg) u odnosu na period 2010. i 2011. godine. U 2014. godini smo dodatno reciklirali 1530 kg papira što je sukladno povećanju korištenja usluga recikliranja i edukaciji zaposlenika o odvajanju papirnato g otpada.

### Planovi za 2015

- Dalje smanjivati broj akcija sa papirnatim upitnicima kroz smanjenje ponuda takvih istraživanja
- Promocija vlastitih primjera za primjenu u industriji

**Saldo  
Hendalove  
šume:  
55**



Pomozite nam u naporima da sačuvamo što više stabala i učinimo našu šumu većom. Nemojte printati ovo izvješće. Hvala!

# ULAGANJE U LJUDSKE POTENCIJALE

## Edukacija zaposlenika

Osnova razvoja kompanije koja se bavi uslužnom djelatnošću jeste edukacija i razvoj kompetencija zaposlenika te kompanije. Tijekom 2006. i 2007. smo se tako fokusirali na edukaciju voditelja projekata kako na području istraživanja tako i na području komunikacijskih vještina. U 2008. i 2009. godini fokus je bio na edukaciji ISO standarda kompanije posebno za nove zaposlenike Hendala, a pokrenut je i niz besplatnih edukacija za zaposlenike što je u doba recesije omogućilo kontinuiran rad na osposobljavanju kadra. U 2010. i 2011. godini su provođene interne radionice radi prijenosa istraživačkog znanja, a u 2013. godini smo pregledavanjem izvještaja osvežili pisanje istraživačkih izvještaja. 2014. godina je obilježena velikim edukativnim projektom "Pružanje savjetodavnih usluga malom i srednjem poduzetništvu-(smepass),, Ministarstvo poduzetništva i obrta.



Godina	Trošak edukacije u kunama
2008	106.014,00
2009	23.022,00
2010	49.061,00
2011	69.844,00
2012	48.922,83
2013	10.776,36
2014	104.182,9

## Zaštita života, zdravlja, prava i dostojanstva radnika

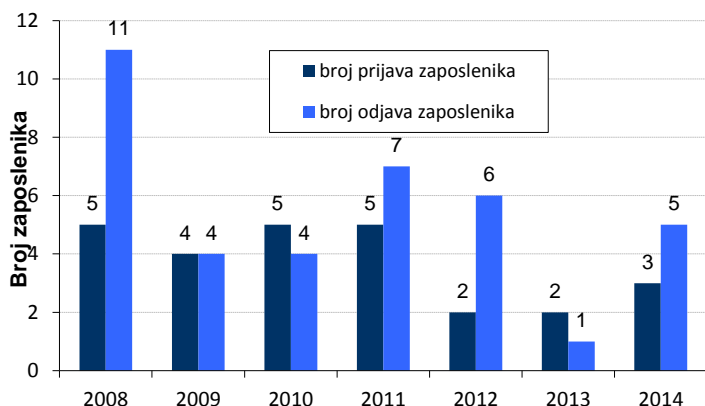
Zaštita zaposlenika definirana je Hendl-ovim Pravilnikom o radu kojeg svaki zaposlenik dobije prilikom potpisivanja ugovora o radu, a kojim je ujedno i postavljena osoba zadužena za zaprimanje pritužbi u vezi bilo kakve povrede života ili zdravlja te prava i dostojanstva radnika.

Radi očuvanja zdravlja Hendl je pokrenuo i program prehrane na radnom mjestu, te zaposlenicima osigurao topli obrok kojeg Hendl sufinancirao u iznosu od 25% tijekom 2012., 2013. i 2014. godine. U 2011. godini osigurana predstava za djecu zaposlenika s prigodnim poklonima u vrijeme blagdana u prosincu koja se održava svake godine. U 2013. je uvedena i predstava za ostale zaposlenike (bez djece) te time i njima osiguralo zajedničko druženje financirano od strane Hendala. Tradicija je nastavljena i u 2014. godini.

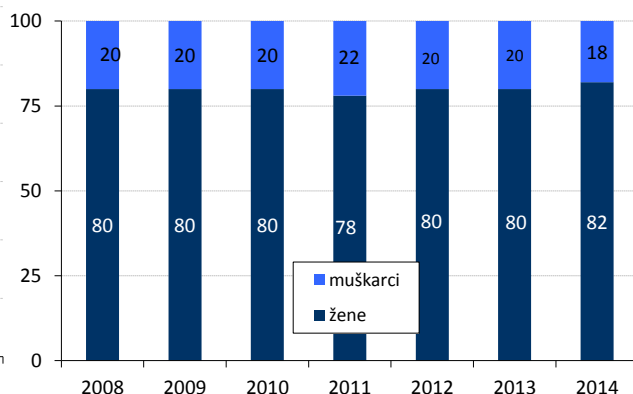
Hendl posluje uz poštivanje pozitivnih zakonskih propisa koji zabranjuju dječji rad, te zabranjuju prisilni ili obvezatni rad. Pri upravljanju ljudskim resursima poštuju se načela jednakopravnosti i ujednačenih kriterija pa nisu zabilježeni slučajevi diskriminacije na osnovi spola, rase, dobi, nacionalne pripadnosti, političkih ili vjerskih uvjerenja ili drugih oblika diskriminacije.

## Ostali pokazatelji iz područja radnih odnosa

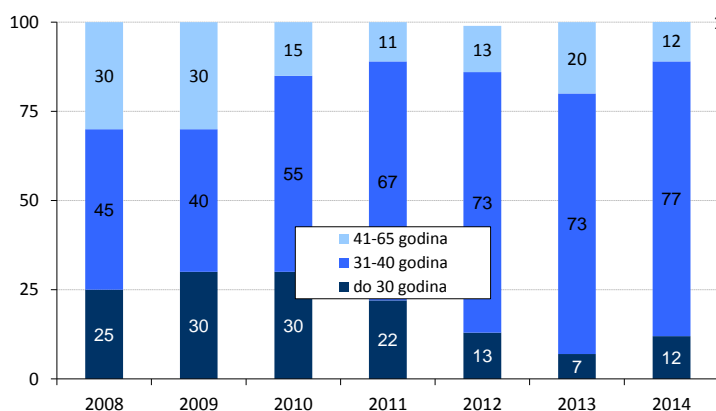
Fluktuacija zaposlenika



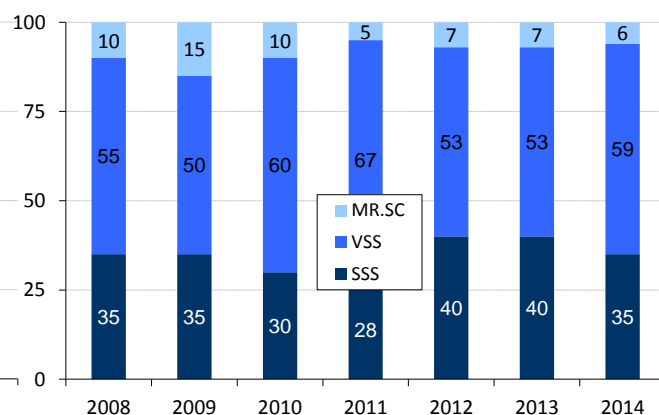
Raspodjela zaposlenika po spolu



Raspodjela zaposlenika po dobi



Raspodjela zaposlenika po obrazovanju



## Zadovoljstvo zaposlenika

U ISO standardu propisano je i godišnje istraživanje zadovoljstva zaposlenika koje je prvi put provedeno tijekom svibnja 2007., a pomoglo je kod postavljanja ciljeva za unaprjeđenje organizacije rada i daljnjeg razvoja zaposlenika u narednoj godini.

## Razvoj zaposlenika i radnih odnosa:

- Zbog velikog broja mladih žena i omogućavanja da naši zaposlenici mogu lakše organizirati svoj obiteljski život u 2014. godini je uvedena promjena u radnom vremenu prema zahtjevima zaposlenika
- Sustavno vrednovanje učinka zaposlenika razvojem elemenata praćenja
- Plan uvođenja većeg broja internih prijenosa znanja i radionica za edukaciju zaposlenika

# ODGOVORNOST ZA PROIZVOD

Kada govorimo o odgovornosti za proizvod u duhu istraživačke industrije treba imati na umu da je rezultat našeg rada podloga kompanija za donošenje strateških odluka. S obzirom na odgovornost koja leži na tim podacima izuzetno je važno osigurati njihovu točnost.

Uspjeh istraživanja tržišta ovisi u svojoj biti o povjerenju javnosti – da je ono provedeno iskreno, objektivno i bez neželjenih nametanja ili štete za sudionike.

Iz tog razloga i **ISO 20252:2012** i **ESOMAR kodeks** propisuju niz radnji kojima:

- Štitimo tajnost podataka istraživanja
- Pravilno definiramo ciljeve i sadržaj istraživanja za Klijenta
- Osiguravamo kvalitetu i točnost podataka edukacijom anketara
- Štitimo prava ispitanika i njihove osobne podatke
- Štitimo slobodu istraživača u traženju, dobivanju i objavljivanju informacija (kako je definirano u članku 19. Međunarodne povelje Ujedinjenih Naroda o građanskim i političkim pravima)

Do sada nismo imali niti jednu pritužbu u vezi s povredama privatnosti Klijenta ili ispitanika.



Istim kodeksima i standardima propisane i upute o označavanju ponuda, te informacije koje se moraju dati Klijentu pri isporuci proizvoda. Tim standardima podliježu sve ponude i svi projekti koje realiziramo. Pridržavanje tih uputa provjerava se dva puta godišnje tijekom interne i vanjske revizije po proceduri Iso standarda.

U slučaju da se za vanjska tržišta koriste druge agencije kao dobavljači, upiti za ponudu se šalju agencijama članicama ESOMAR-a kako bi se osigurali jednaki standardi i u drugim zemljama, te se prema ISO standardu od dobavljača zahtjeva da provede jednake procedure osiguranja kvalitete kao što to činimo u matičnoj zemlji.

Više o ESOMAR kodeksu i ISO standardu možete naći na našim stranicama: [www.hendal.hr](http://www.hendal.hr).

# ULAGANJE U ZAJEDNICU

## Istraživanja na području DOP-a

U analizi našeg doprinosa zajednici i što možemo učiniti kako bi doprinijeli razvoju društveno odgovornog poslovanja na prvom mjestu smo stavili upotrebu istraživanja u svrhu znanstvenog i praktičnog doprinosa odgovornom poslovanju kao i održivosti.

Tako smo u 2014. godini nastavili sa istraživanjem imagea tvrtki za dodjelu nagrade Zlatni indeks, te HIO i HLIPO projektima i uveli praksu proučavanja nacionalno zanimljivih tema na mjesečnoj bazi čiji rezultati se objavljuju u medijima:

- e-student istraživanje - image tvrtka među studentima za dodjelu nagrade Zlatni indeks
- HIO – *Hendalov* indeks optimizma®
- HLIPO – *Hendal* Liderov indeks poslovnog optimizma
- Global Tourism – internacionalno istraživanje o kretanjima u turizmu
- Nacionalno zanimljiva pitanja u okviru HrCatibusa®



	2010-2011	2012-2013	2014
Broj ljudi na pro-bono projektima	3	5	7
Broj utrošenih sati na sve pro-bono projekte	280	356	199
Direktni troškovi	275.000	340.000	117000
Ukupna vrijednost pro bono projekta	320.000	444.500	152100

Broj sati provedenih na pro bono projektima se u odnosu na prethodno razdoblje povećao obzirom da se sada prikazuje jednogodišnje razdoblje. Direktni troškovi i vrijednost projekta su nešto niži. Kao i do sada, za potrebe naših Klijenata provodili smo istraživanja na području DOP-a koji se razlikuju prema potrebama klijenata i svrsi istraživanja.

Istraživanja smo fokusirali na 4 najvažnija područja:

- Zadovoljstvo dionika
- Percepcija društveno odgovornih aktivnosti poduzeća u javnosti
- Analiza društveno odgovornih akcija i proizvoda kod potrošača, posebice utjecaj na kupnju

## **Donacije u 2014. godini**

### ***CCR - Centar za cjeloviti razvoj***

Neprofitna udruga građana iz Splita sa slijedećim ciljevima: promicanje cjelovitog razvoja čovjeka i društva, promicanje i očuvanje kulturnih i društvenih vrijednosti i religijske kulture, priređivanje ciklusa javnih predavanja i tribina, organiziranje priredbi, predavanja, seminara i simpozija, pokretanje kulturno informativnih centara i savjetovališta, pomaganje pojedincima, udrugama i ustanovama, organiziranje studijskih putovanja te promicanje međunarodne suradnje i suradnje s različitim kulturnim i vjerskim udrugama.

### ***Intelekt- Ustanova za obrazovanje odraslih***

Ustanova za srednjoškolsko obrazovanje, osposobljavanje, usavršavanje i ostalo obrazovanje odraslih po odobrenju Ministarstva prosvjete i sporta ostvaruje slijedeće programe: hotelijersko - turistička škola, ugostiteljska škola, daktilograf, kuhar, konobar, slastičar, osnove rada na računalu, strani jezici (engleski, njemački, talijanski, francuski, latinski).

### ***Donacija KCZ Onkologija Zagreb – Dječji odjel***

### ***Pomoć stanovništvu poplavljenih područja u Republici Hrvatskoj***

# OSTALI POKAZATELJI DRUŠTVENO ODGOVORNOG POSLOVANJA

## Korupcija

Pitanje korupcije riješeno je pravilnikom o radu kojim su obuhvaćeni svi zaposlenici. Kršenje ovog pravilnika smatra se teškom povredom na radu koja povlači disciplinske mjere uključujući prestanak radnog odnosa. Do sada nismo zabilježili niti jedan incident vezan uz korupciju.

## Lojalna konkurencija

ESOMAR kodeks nalaže pravila lojalne konkurencije kao jedno od temeljnih načela kojih se svi potpisnici moraju pridržavati, a KUP promiče kulturu u poslovanju. Do sada nismo zabilježili niti jedan incident vezan uz nelojalnu konkurenciju.

## Planovi za razvoj aktivnosti na području ulaganja u zajednicu i tržišnog natjecanja:

- Uvrštavanje elemenata DOP-a u viziju i misiju Hendala
- Promocija ESOMAR kodeksa i ISO 20252:2012 standarda u svom poslovnom okruženju
- Ulaganja kroz pro-bono istraživanja u znanost i razvoj znanja o društveno odgovornom poslovanju
- Razvoj suradnje sa znanstvenim institucijama
- Promoviranje rada studenata unutar kompanije za stjecanje osnovnih znanja potrebnih za zapošljavanje
- Nastavak doniranja s fokusom na djecu i ugrožene skupine

# PREGLED GRI 3 POKAZATELJA

	Lokacija u tekstu
Strategija i analiza	
1.1 .....	Str. 3
1.2 .....	Str. 4
Organizacijski profil	
2.1 – 2.10 (osim 2.8) .....	Str. 6, 7
2.8 .....	Str. 9
Parametri izvješća	
3.1 – 3.8 .....	Str. 5
3.10 i 3.11 – nije primjenjivo .....	
3.12 .....	Str. 5
Upravljanje, obveze i uključenost	
4.1 – 4.4 .....	Str. 8
4.8 .....	Str. 8
4.12 - 4.16 .....	Str. 8
Pokazatelji ekonomskog učinka	
EC 1 .....	Str. 9
EC 2 .....	Str. 11
EC 8 .....	Str. 16
EC 9 .....	Str. 10
Okolišni pokazatelji učinka	
EN 26 .....	Str. 11, 12
EN 30 .....	Str. 12
Društvena dimenzija	
LA1 .....	Str. 6
LA2 .....	Str. 14
LA11 .....	Str. 13
HR4 .....	Str. 13
SO1 .....	Str. 16, 17
SO7 .....	Str. 18
PR3 .....	Str. 15
PR5 .....	Str. 10
PR6 .....	Str. 15
PR8 .....	Str. 15

# PREGLED POKAZATELJA ZA GLOBAL COMPACT

Global Compact načela	Lokacija u tekstu
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Ljudska prava</li> <li>•1. načelo   Tvrtke bi trebale podupirati i poštivati zaštitu međunarodnih ljudskih prava unutar svog područja utjecaja .....</li> <li>•2. načelo   pobrinuti se da ne sudjeluju u kršenjima ljudskih prava .....</li> </ul>	<p>Str. 15</p> <p>Str. 15</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Radna prava</li> <li>•3. načelo   Tvrtke bi trebale podržavati slobodu udruživanja i stvarno priznavanje prava na kolektivno pregovaranje .....</li> <li>•4. načelo   dokidanje svih oblika prisilnog rada .....</li> <li>•5. načelo   stvarno ukidanje dječjeg rada .....</li> <li>•6. načelo   ukidanje diskriminacije u vezi sa zapošljavanjem i izborom zanimanja .....</li> </ul>	<p>Str. 13</p> <p>Str. 13</p> <p>Str. 13</p> <p>Str. 13</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Okoliš</li> <li>•7. načelo   Tvrtke bi trebale podupirati predostrožan pristup izazovima na području okoliša .....</li> <li>•8. načelo   pokrenuti inicijative radi promicanja veće odgovornosti prema okolišu .....</li> <li>•9. načelo   poticati razvoj i širenje tehnologija neškodljivih za okoliš .....</li> </ul>	<p>Str. 11</p> <p>Str. 11,12</p> <p>Str. 11</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Borba protiv korupcije</li> <li>•10. načelo   Tvrtke bi trebale raditi na suzbijanju korupcije u svim njenim oblicima, uključujući iznudu i podmićivanje .....</li> </ul>	<p>Str. 18</p>