



Izvješće o
održivom poslovanju
2012. godine

Sadržaj

| <i>strana</i> | | <i>strana</i> | |
|---------------|--|---------------|---|
| 3 | 1. O izvješću | 21 | 4.3. Radno mjesto |
| | 1.1. Opseg i okvir izvješća | 21 | 4.3.1. Obrazovanje i razvoj ljudskih potencijala |
| | 1.2. Sadržaj izvješća | 22 | 4.3.2. Razvoj međuljudskih odnosa |
| 5 | 2. Izjava Predsjednika Uprave | 22 | 4.3.3. Sustav nagrađivanja radnika |
| | | 23 | 4.3.4. Podjela radnika prema tipu ugovora i lokaciji |
| 7 | 3. Izvješće o napredovanju prema Global Compact-u | 24 | 4.3.5. Struktura radnika prema spolu i dobi |
| | | 25 | 4.3.6. Kolektivno pregovaranje |
| 9 | 4. AD Plastik i društveno odgovorno poslovanje | 26 | 4.3.7. Promicanje brige za zdravlje i sigurnost |
| 9 | 4.1. AD Plastik odrednice | 27 | 4.3.8. Broj ozljeda na radu |
| 9 | 4.1.1. Organizacijski profil | 27 | 4.3.9. Fond solidarnosti radnika |
| 10 | 4.1.2. Vlasnička struktura | 28 | 4.4. Okoliš |
| 11 | 4.1.3. Misija i vizija | 28 | 4.4.1. Upravljanje kemikalijama |
| 11 | 4.1.4. Dodatne informacije | 29 | 4.4.2. Električna energija, otpadne vode i ispuštanje CO ₂ |
| 11 | 4.1.5. Upravljanje | | |
| 12 | 4.1.6. Upravljanje rizikom | 31 | 5. Ciljevi za 2013. i 2014. godinu |
| 13 | 4.1.7. Kodeks poslovne etike HGK | | |
| 13 | 4.1.8. Kodeks poslovnog ponašanja | 33 | 6. Kontakti |
| 14 | 4.1.9. Politika kvalitete | | |
| 16 | 4.1.10. Uključenost dionika | | |
| 16 | 4.1.11. Nagrade i priznanja | | |
| 17 | 4.2. Tržište | | |
| 17 | 4.2.1. Poslovni pokazatelji | | |
| 17 | 4.2.2. Najznačajnija prodajna tržišta | | |
| 18 | 4.2.3. Plaće u ukupnom iznosu | | |
| 18 | 4.2.4. Plaćanja državi | | |
| 18 | 4.2.5. Odnos s dobavljačima | | |
| 19 | 4.2.6. Odnos s kupcima | | |
| 19 | 4.2.6.1. Procesi koji se odnose na prepoznavanje zahtjeva kupaca | | |
| 20 | 4.2.6.2. Planiranje dizajna i razvoja proizvoda | | |
| 20 | 4.2.6.3. Politika proizvoda nakon kraja životnog ciklusa | | |
| 20 | 4.2.6.4. Briga za zdravlje i sigurnost kupca | | |



O izvješću

1. O izvješću

Održivost je minimalan uvjet koji naš planet treba kako bi se održao u postojećem obliku. Poslovni subjekti imaju vrlo važnu ulogu u osiguranju održivosti. AD Plastik, kao najveći hrvatski proizvođač plastičnih dijelova za automobile, svjestan je svoje uloge po pitanju održivosti. Poštivanje visokih standarda, koje po pitanju okoliša i održivosti postavljaju proizvođači automobila, je „condicio sine qua non“ za sudjelovanje u proizvodnji automobila.

Kako bi postojeći nivo svijesti o odgovornosti za održivost u AD Plastik-u podigao na višu razinu, AD Plastik se odlučio na izradu i javnu objavu ovog Izvješća o održivom poslovanju. Ovo Izvješće usmjereno je na poboljšanje komunikacije AD Plastik-a prema dionicima te da potakne dionika na razmjenu mišljenja, a sve sa svrhom odgovornijeg poslovanja AD Plastik-a. Društvena odgovornost nisu samo određene obavljene aktivnosti, već se radi o procesu koji je inkorporiran u svim bitnim elementima poslovanja kompanije. Stoga ovo Izvješće predstavlja dodatni korak AD Plastik-a na putu prema održivom razvoju.

1.1. Opseg i okvir izvješća

Ovo Izvješće odnosi se na 2012. godinu i u njemu su dijelom korištene smjernice vanjskog standarda izvješćivanja (Global Reporting Initiative). Izvješće sadrži informacije o napretku u provedbi svjetskog sporazuma Global Compacta. AD Plastik će nastaviti s praksom izvješćivanja o održivosti u dvogodišnjem izvještajnom razdoblju tako da će se sljedeće Izvješće o održivom poslovanju odnositi na razdoblje 2013. i 2014. godine.

Izvješće o održivom poslovanju odnosi se najvećim dijelom na poslovanje AD Plastik-a d.d., ali dijelom i na poslovanje AD Plastik Grupe. U ovom Izvješću AD Plastik prezentira svoje rezultate na planu ekonomskog, okolišnog i društvenog učinka. Iako se radi o prvom Izvješću o održivom poslovanju AD Plastik se trudio uspostaviti sustav prikupljanja podataka, kako bi uspostavio kontinuitet i usporedivost podataka u postojećem s budućim izvješćima.

1.2. Sadržaj izvješća

Prvo Izvješće o održivom poslovanju AD Plastik-a u uvodnom dijelu definira opseg i okvir Izvješća. Nakon uvodnog dijela dionicima se obratio Predsjednik Uprave s osvrtom na društveno odgovorno poslovanje AD Plastik-a u 2012. godini. Treće poglavlje sadrži Izvješće o napredovanju prema Global Compact-u. U četvrtom dijelu ovog Izvješća opisano je društveno odgovorno poslovanje AD Plastik-a koje se dijeli na četiri potpoglavlja. Prvo potpoglavlje odnosi se na odrednice AD Plastik-a kao kompanije, u sklopu kojeg se detaljnije opisuju ključni parametri kompanije, kao vlasnička struktura, misija, vizija, upravljanje, upravljanje rizikom, Kodeks poslovne etike HGK, Kodeks poslovnog ponašanja AD Plastik Grupe, politika kvalitete, uključenost dionika te nagrade i priznanja. U drugom potpoglavlju navode se detaljnije najznačajnija prodajna tržišta, plaće, plaćanja prema državi te odnosi s dobavljačima i kupcima. Treće potpoglavlje posvećeno je radnom mjestu, odnosno odnosu AD Plastik-a prema svojim djelatnicima i obrađuje sljedeće teme obrazovanje i razvoj ljudskih potencijala, razvoj međuljudskih odnosa, sustav nagrađivanja radnika, podjelu radnika prema tipu ugovora, lokaciji, spolu i dobi, kolektivno pregovaranje, promicanje brige za zdravlje i sigurnost, broj ozljeda na radu i Fond solidarnosti radnika. Posljednje potpoglavlje poglavlja o društveno odgovornom poslovanju AD Plastik-a odnosi se na okoliš. U sklopu ovog potpoglavlja detaljnije se daju informacije o upravljanju kemikalijama, potrošnji električne energije, ispuštanju otpadnih voda i emisiji CO₂ u atmosferu. U završnom poglavlju su zadani ciljevi za sljedeće Izvješće o održivom poslovanju AD Plastik-a.



Izjava Predsjednika Uprave

2. Izjava Predsjednika Uprave

Poštovani dionici,

Želim vam dobrodošlicu na stranice prvog Izvješća o održivom poslovanju AD PLASTIK-a. Iako su visoki standardi autoindustrije postavili pred nas uvjete održivosti puno ranije, tek sada smo se odlučili za izradu ovog Izvješća. Cilj ovog Izvješća je informiranje svih naših dionika o aktivnostima i rezultatima AD PLASTIK-a po pitanjima održivosti u 2012. godini.

Složena situacija na europskom tržištu automobila stavila je pred nas niz izazova u 2012. godini. Unatoč padu prodaje novih automobila na svom najvećem prodajnom tržištu, AD Plastik uspio je ostvariti neto dobit u iznosu od 44,8 milijuna kuna. Na razini AD Plastik Grupe uspjeli smo ostvariti rast prihoda od 4,75%, najveći dio ovog rasta ostvaren je na ruskom tržištu.

Godina za nama osim po uspješnom poslovanju bila je važna i po tome što smo napravili značajne korake u pogledu društveno odgovornog poslovanja.

Usvojili smo temeljne politike AD Plastik Grupe po pitanjima okoliša, radne prakse, ljudskih prava, fer poslovne prakse i održive nabave. Sve navedene politike sadržane su u našem Kodeksu poslovnog ponašanja, te smo usvojili i mjere koja osigurava njegovo provođenje. Osim Kodeksa, pokrenuli smo i interno glasilo za djelatnike ADP Novosti, te smo postali potpisnici Global Compacta, inicijative Ujedinjenih naroda usmjerene na društveno odgovorno poslovanje u kompanijama širom svijeta. Osim navedenih koraka postoji još niz aktivnosti koje smo poduzeli te vas pozivam da o tome pročitate u ovom Izvješću.

Ponosni smo na pozitivne pomake koje smo napravili, međutim postavili smo i ciljeve za iduće dvogodišnje izvještajno razdoblje. Stoga vas molim za suradnju i procjenu svih naših obveza s vaše strane te su svi vaši prijedlozi, komentari i kritike dobrodošle, sve s ciljem našeg daljnjeg napredovanja po pitanju održivosti.

Mladen Peroš

Predsjednik Uprave AD Plastik d.d.



Izvešće o napredovanju prema Global Compact-u

3. Izvešće o napredovanju prema Global Compact-u

Ljudska prava

1. načelo | *Tvrtke bi trebale podupirati i poštivati zaštitu međunarodnih ljudskih prava unutar svog područja utjecaja;*

2. načelo | *Tvrtke bi se trebale pobrinuti da ne sudjeluju u kršenjima ljudskih prava.*

Polazeći od zakonskih obveza te odredbi iz Kodeksa poslovnog ponašanja AD Plastik Grupe, koji je usvojen u izvještajnom razdoblju, AD Plastik aktivno podupire i poštuje ljudska prava svojih djelatnika i dionika s kojima smo u kontaktu. Ovim Kodeksom obvezali smo se poštivati ljudska prava prema Općoj deklaraciji o ljudskim pravima Ujedinjenih naroda. Poštivanje ljudskih prava očituje se i u osiguravanju adekvatnih uvjeta rada i sigurnog radnog mjesta. O svim pitanjima povezanim s poštivanjem ljudskih prava odlučujemo u suradnji s Radničkim vijećem.

Radna prava

3. načelo | *Tvrtke bi trebale podržavati slobodu udruživanja i stvarno priznavanje prava na kolektivno pregovaranje;*

4. načelo | *Tvrtke bi trebale podržavati dokidanje svih oblika prisilnog rada;*

5. načelo | *Tvrtke bi trebale podržavati stvarno ukidanje dječjeg rada; i*

6. načelo | *Tvrtke bi trebale podržavati ukidanje diskriminacije u vezi sa zapošljavanjem i izborom zanimanja.*

AD Plastik potpisao je kolektivni ugovor i u 2012. godini, tako nastavljajući dosadašnju praksu poštivanja radnih prava te prava na slobodu udruživanja. Primjena kolektivnog ugovora je sveobuhvatna i primjenjuje se na sve zaposlenike. U našoj firmi aktivna su tri sindikata te Radničko vijeće, koje sudjeluje u savjetovanju o svim aktualnim pitanjima. Zakonski propisi Republike Hrvatske zabranjuju mogućnost zapošljavanja djece i sve oblike diskrim-

inacije te se AD Plastik čvrsto pridržava navedenih propisa. Ova pitanja su dodatno regulirana Pravilnikom o radu AD Plastik-a. Isto tako Kodeksom AD Plastik Grupe, AD Plastik obvezao se tretirati jednako sve radnike, s dostojanstvom i poštovanjem neovisno o rasi, vjeroispovijesti, političkom uvjerenju, spolu, dobi, nacionalnom podrijetlu, seksualnoj orijentaciji, bračnom stanju, invalidnosti ili bilo kojoj drugoj karakteristici.

Okoliš

7. načelo | *Tvrtke bi trebale podupirati predostrožan pristup izazovima na području okoliša;*

8. načelo | *Tvrtke bi trebale pokrenuti inicijative radi promicanja veće odgovornosti prema okolišu; i*

9. načelo | *Tvrtke bi trebale poticati razvoj i širenje tehnologija neškodljivih za okoliš.*

AD Plastik je certificiran po ISO 14001:2004 standardu. Prema ovom standardu definiraju se zahtjevi za sustav upravljanja okolišem u kompaniji. Osim navedenog standarda naša kompanija je certificirana i po standardu kvalitete upravljanja za dobavljače u automobilskom sektoru, ISO/TS 16949. U izvještajnom razdoblju smo usvojili temeljnu politiku okoliša, u sklopu Kodeksa poslovnog ponašanja AD Plastik Grupe. Isto tako smo u promatranom razdoblju povećali ulaganja u materijalna sredstva u funkciji zaštite okoliša.

Borba protiv korupcije

10. načelo | *Tvrtke bi trebale raditi na suzbijanju korupcije u svim njenim oblicima, uključujući iznudu i podmićivanje.*

U izvještajnom razdoblju najveći pomak koji je AD Plastik napravio po pitanju borbe protiv korupcije je usvajanje temeljne politike fer poslovne prakse, koja u sebi sadrži dio koji se odnosi na korupciju. Ova politika je sastavni dio Kodeksa poslovnog ponašanja AD Plastik Grupe koja je usvojena u promatranom razdoblju.

4. AD Plastik i društveno odgovorno poslovanje

4.1. AD Plastik odrednice

4.1.1. Organizacijski profil

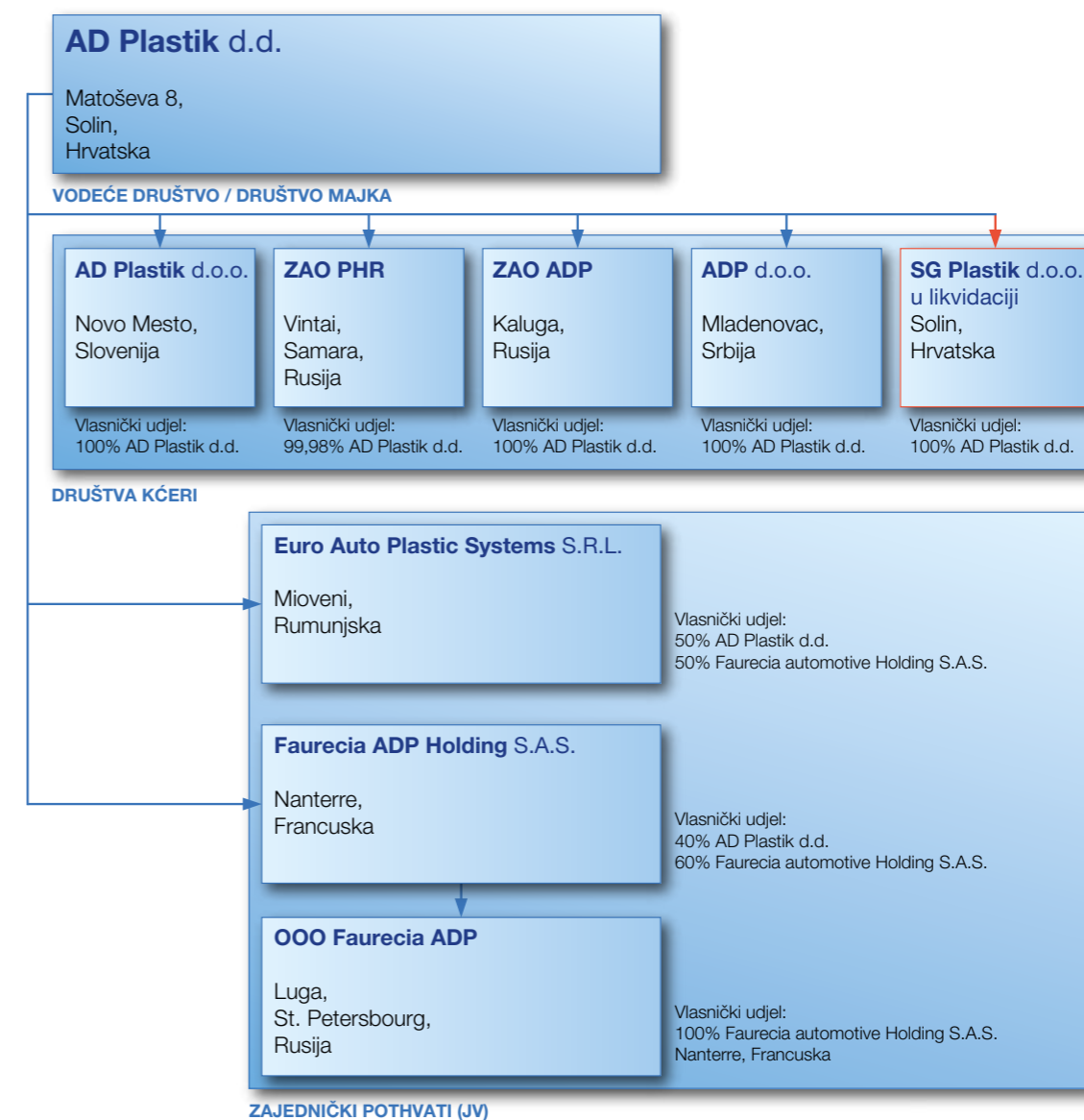
AD Plastik d.d. najveći je hrvatski proizvođač plastičnih dijelova za automobilsku industriju. Kompanija je nastala 1992. godine, izdvajanjem iz bivše Jugoplastike, da bi se 1996. godine oblikovala kao dioničko društvo, pod današnjim imenom. Privatizirana je 2001. godine, na bazi tzv. programa rad-

ničkog dioničarstva, koji je uspješno realiziran. Stoga su djelatnici AD Plastik-a danas vlasnici skoro petinu dionica svoje kompanije.

Djelatnost AD Plastik-a u Hrvatskoj je proizvodnja dijelova iz plastičnih masa za interijere i eksterijere automobila. Proizvodnja u Hrvatskoj odvija se na lokacijama u Solinu, gdje je sjedište, te u Zagrebu na Jankomiru. Osim proizvodnje u Hrvatskoj kompanija ima tvornice organizirane kao društva, sa svojstvom pravne osobe, u Srbiji, tri u Rusiji (u blizini Samare, Sankt Petersburga i u Kalugi), u Sloveniji i u Rumunjskoj.

Najveći kupci, s kojima AD Plastik i ostale članice Grupe uspješno razvijaju dugoročnu poslovnu suradnju su: Renault, Nissan, PSA, Ford, Opel, VW, Dacia, VAZ, Daewoo, Fiat, Mitsubishi.

AD Plastik
i društveno odgovorno
poslovanje



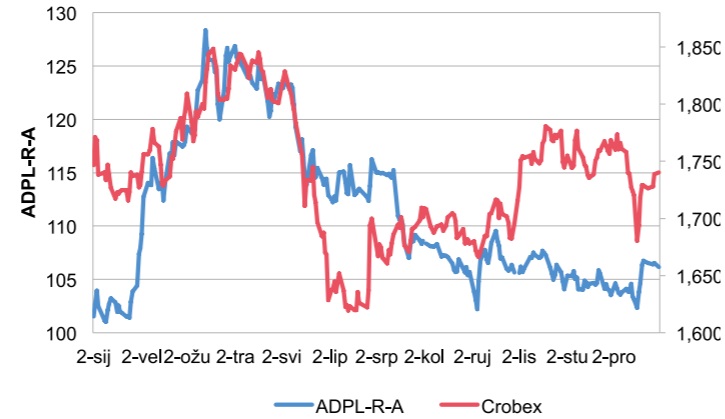
Slika 1. Organizacijska struktura AD Plastik Grupe

4.1.2. Vlasnička struktura

AD PLASTIK d.d. je dioničko društvo s oko 3.000 domaćih i stranih ulagača (strani investitori, institucionalni investitori, fizičke osobe iz Hrvatske i inozemstva). Temeljni kapital kompanije iznosi 419.958.400,00 kuna nominalne vrijednosti 100 kuna.

Kompanija postupa na jednak način i pod jednakim uvjetima prema svim dioničarima neovisno o broju dionica kojima pojedini investor raspolaže, državi njihova podrijetla te bilo kojoj drugoj osnovi. Svi dioničari imaju pravo sudjelovanja na Glavnoj skupštini, na način da je broj glasova koji im pripada jednak broju njihovih dionica.

Tijekom 2012. godine kompanija je stekla ukupno 41.500 vlastitih dionica. U rujnu kompanija je otpustila 4.962 vlastitih dionica u svrhu nagrađivanja radnika kompanije za uspješan rad tih radnika u 2011. godini. Na dan 31.12.2012. godine kompanija je imala 40.281 vlastitih dionica što čini 0,96% kapitala kompanije.



Slika 2. Kretanje prosječne dnevne cijene dionice ADPL-R-A i Crobex-a u 2012. godini

| VLASNIK | 31.12.2012. |
|--|-------------|
| OAD HOLDING AUTOKOMPONENTI | 30,00% |
| HYPO ALPE-ADRIA-BANK D.D./ RAIFFEISEN OBVEZNI MIROVINSKI FOND | 6,13% |
| ADP-ESOP D.O.O. | 5,23% |
| PBZ D.D./SKRBNIČKI ZBIRNI RAČUN KLIJENTA | 3,78% |
| ERSTE & STEIERMARKISCHE BANK D.D./ ZBIRNI SKRBNIČKI RAČUN ZA STRANU PRAVNU OSOBU | 2,63% |
| BAKIĆ NENAD | 2,56% |
| BOBAN JOSIP | 1,73% |
| HYPO ALPE-ADRIA-BANK D.D./ RAIFFEISEN DOBROVOLJNI MIROVINSKI FOND | 1,33% |
| ERSTE & STEIERMARKISCHE BANK D.D./CSC | 1,26% |
| ACM POTHVATI D.O.O. | 1,24% |
| OSTALI | 44,11% |

Tablica 1. Struktura dioničara na dan 31.12.2012. godine

U 2012. godini isplaćena je dividenda u ukupnom iznosu od 8,00 kn po dionici, od toga 2,47 kn po dionici je isplaćeno u veljači, a razlika od 5,53 kn isplaćena je u kolovozu.

Tijekom 2012. godine kretanje cijene dionice AD Plastik-a d.d. pratila je trend hrvatskog tržišta kapitala mjereno Crobex-om. Najviša prosječna dnevna cijena dionice ADPL-R-A u 2012. godini ostvare-

na je u ožujku i iznosila je 128,35 kn, a najniža cijena ostvarena je početkom godine u siječnju i iznosila je 101,02 kn. Ukupan promet ostvaren trgovanjem dionica AD Plastik-a d.d. u 2012. godini iznosio je 105.338.736,68 kn, dok je promet u 2011. godini iznosio 134.818.736,00 kn. Od svih dionica izlistanih na Zagrebačkoj burzi, dionica ADPL-R-A bila je sedma po ostvarenom prometu u 2012. godini.

4.1.3. Misija i vizija

Misija kompanije AD Plastik je razvoj i proizvodnja dijelova iz plastičnih masa za automobilsku industriju, a dijelom i za programe izvan autoindustrije, pri tome vodeći brigu o održivosti poslovanja i interesima svih dionika.

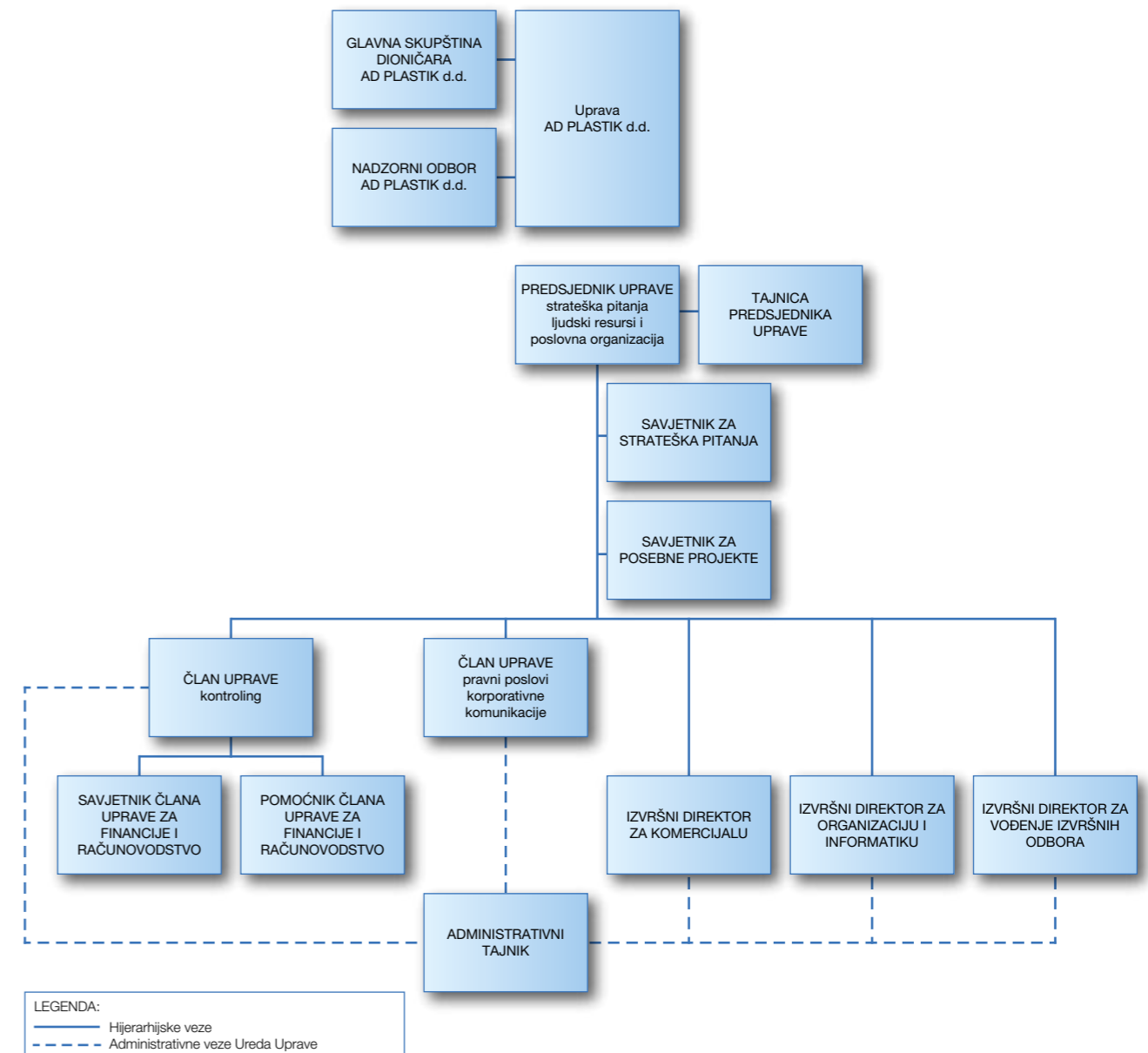
Vizija kompanije AD Plastik je da do konca drugog desetljeća na istočnom dijelu europske regije, postane jedna od vodećih korporacija za razvoj te proizvodnju plastičnih dijelova za interijere i eksterijere automobila.

4.1.4. Dodatne informacije

AD Plastik zapošljavao je na 31.12.2012. godine u Hrvatskoj 830 djelatnika. Godišnji prihod u 2012. godini iznosio je 514,66 milijuna kn, od čega u strukturi prihoda više od 95% čini izvoz. Ostvarena neto dobit matičnog društva AD Plastik za 2012. godinu, računajući pridružena društva, iznosila je 44,91 milijuna kn. Isto tako, na razini Grupe, konsolidirana neto dobit na temelju nerevidiranih financijskih izvještaja za 2012. iznosila je 56,08 milijuna kn.

4.1.5. Upravljanje

Društva u okviru Grupe pravno su samostalna društva, a matično društvo ih nadzire, strateški usmjerava i podupire putem nadzornih odbora ovisnih i pridruženih društava.



Slika 3. Organizacijska shema Uprave i ureda Uprave AD Plastik-a d.d.

Uprava

Članove Uprave i njezinog Predsjednika imenuje i opoziva Nadzorni odbor. Njihov mandat traje najviše do pet godina nakon čega mogu biti ponovno imenovani. Sukladno Statutu kompanije, Uprava se sastoji od tri do osam članova. Na dan 31. prosinca 2012. godine, Uprava se sastojala od tri člana: gospodin Mladen Peroš, Predsjednik Uprave, gospodin Ivica Tolić, član Uprave za pravne poslove i korporativne komunikacije te gospođa Katija Klepo, član Uprave za kontroling.

Nadzorni odbor

Nadzorni odbor odgovoran je za imenovanje i opoziv članova Uprave te za nadzor nad vođenjem poslova Društva u skladu sa Zakonom o trgovačkim društvima, Statutom Društva i Poslovníkom o radu Nadzornog odbora Društva. Sukladno odredbama Statuta Društva, Nadzorni odbor sastoji se od sedam članova. Šest članova bira Glavna skupština, a jednoga imenuje Radničko vijeće Društva. Na dan 31.12.2012. godine Nadzorni odbor imao je šest članova i to gospodin Josip Boban Predsjednik, gospodin Nikola Zovko zamjenik predsjednika, gospodin Marijo Grgurinović član, te tri člana predstavljaju najvećeg pojedinačnog dioničara OAO „Holding Autokomponenti“ (gospodin Dmitrij Leonidovič Drandin, gospođa Nadezhda Anatolyevna Nikitina i gospodin Igor Antoljevič Solomatin). Nadzorni odbor ustrojio je komisiju za imenovanja, komisiju za nagrađivanje te revizijski odbor.

Glavna skupština

Rad Glavne skupštine reguliran je Zakonom o trgovačkim društvima, Statutom Društva i Poslovníkom o radu Glavne skupštine. Na Glavnoj skupštini imaju pravo sudjelovati dioničari koji prijave svoje sudjelovanje na Glavnoj skupštini, najkasnije šest dana prije održavanja i to u pisanom obliku kod pravne službe Društva ili kod javnog bilježnika čije službeno sjedište odgovara sjedištu Društva i koji dostave dokaz u pisanom obliku o posjedovanju udjela na početku 21. (dvadesetprvog) dana prije održavanja Glavne skupštine koji izdaje Središnje klirinško deponitarno društvo d.d..

Pravo sudjelovanja na Glavnoj skupštini imaju zastupnici i punomoćnici dioničara koji su prijavili svoje sudjelovanje sukladno ranije navedenim uvjetima.

Kodeks korporativnog upravljanja

Obzirom na činjenicu da su dionice kompanije uvrštene na službeno tržište Zagrebačke burze, kompanija primjenjuje Kodeks korporativnog upravljanja objavljen na internetskim stranicama Zagrebačke burze i na internetskim stranicama Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga, a koji se primjenjuje od 1. siječnja 2012. godine.

Društvo se pridržava većinu odredbi Kodeksa uz iznimku onih odredbi navedenih u Izjavi o primjeni kodeksa korporativnog upravljanja za poslovnu 2012. godinu.

4.1.6. Upravljanje rizikom

Ciljevi upravljanja financijskim rizikom

Financijska služba u kompaniji pruža usluge djelatnostima kompanije, koordinira pristupom domaćem i međunarodnom financijskom tržištu, prati financijske rizike koji se odnose na poslovanje kompanije i njima upravlja putem internih izvještaja o rizicima u kojima su izloženosti analizirane po stupnju i veličini rizika. Riječ je o tržišnim rizicima, koji uključuju valutni rizik, rizik fer vrijednosti kamatne stope i cjenovni rizik, zatim kreditni rizik, rizik likvidnosti i kamatni rizik.

Kompanija nastoji svesti učinke spomenutih rizika na najmanju moguću razinu. Kompanija ne zaključuje ugovore o financijskim instrumentima, uključujući derivacijske financijske instrumente, niti njima trguje za spekulativne namjene.

Upravljanje cjenovnim rizikom

Najveće tržište na kojem kompanija pruža svoje usluge i prodaje robu je tržište Europske Unije te tržište Ruske federacije. Uprava kompanije na temelju tržišnih cijena određuje cijene svojih proizvoda i to zasebno za domaće te zasebno za svako pojedinačno inozemno tržište.

Kamatni rizik

Kamatni rizik je rizik da će se vrijednost financijskih instrumenata promijeniti uslijed promjene tržišnih kamatnih stopa u odnosu na kamatne stope primjenjive na financijske instrumente. Rizik kamatnih stopa kod tijeka novca je rizik da će troškovi kamata na financijske instrumente biti promjenjivi tijekom razdoblja. Izloženost na kamatni rizik je mala jer nema značajnijih financijskih instrumenata koji imaju promjenjivu kamatnu stopu.

Kreditni rizik

Kompanija je izložena kreditnom riziku kroz zajmove i potraživanja od kupaca. Zajmovi su odobreni ovisnim društvima te je kreditni rizik pod kontrolom kompanije. Potraživanja od kupaca su ispravljena za iznos sumnjivih i spornih potraživanja.

Šest najvećih kupaca kompanije su AD Plastik d.o.o. Slovenija, Visteon Njemačka, Hella Saturnus Slovenija, Revoz Slovenija, Peugeot Francuska i Ford Motor Njemačka.

Poslovna politika kompanije je poslovanje s financijski stabilnim kompanijama, gdje je rizik naplate potraživanja minimaliziran.

Valutni rizik

Društvo određene transakcije izvršava u stranoj valuti, te je po tom pitanju izloženo rizicima promjene valutnih tečajeva. Društvo je najvećim dijelom izloženo riziku promjene tečaja EUR i RUR.

4.1.7. Kodeks poslovne etike Hrvatske gospodarske komore

Kao član Hrvatske gospodarske komore, AD Plastik d.d. potpisnik je njenog Kodeksa poslovne etike. Ovim Kodeksom utvrđene su osnovne smjernice etičkog ponašanja poslovnih subjekata u okviru hrvatskog gospodarstva. Kao potpisnik Kodeksa AD Plastik prihvaća obvezu djelovanja u skladu s načelima odgovornosti, istinitosti, učinkovitosti, transparentnosti, kvalitete, postupanja u dobroj vjeri i poštovanja dobrih poslovnih običaja prema poslovnim partnerima, poslovnom i društvenom okruženju i vlastitim zaposlenicima.



4.1.8. Kodeks poslovnog ponašanja AD Plastik Grupe

Osim Kodeksa poslovne etike Hrvatske gospodarske komore, AD Plastik Grupa kao međunarodna kompanija i svi naši zaposlenici provode smjernice korporativne odgovornosti Kodeksa poslovnog ponašanja AD Plastik Grupe. Ovaj Kodeks definira pravila poslovnog ponašanja AD Plastik Grupe koja se moraju primjenjivati u svakodnevnim odnosima unutar kompanije i s vanjskim strankama. Kao globalna kompanija, AD Plastik Grupa zapošljava radnike različitih nacionalnosti, kultura i religija, što zahtjeva zajednički dogovorene etičke standarde i prakse. Ovaj Kodeks postavlja standarde ponašanja u različitim područjima, kojih se svi djelatnici AD Plastik Grupe moraju pridržavati, kako bi očuvali ugled AD Plastik Grupe, kao kompanije s visokom razinom integriteta i povjerljivosti.

Kodeks je podijeljen na pet osnovnih tema, a to su redom: Ljudska prava, Radne prakse, Zaštita okoliša, Fer poslovna praksa i Poslovni partneri. Prilikom izrade ovog Kodeksa AD Plastik Grupa vodila se načelima i principima iz Opće deklaracije o ljudskim pravima Ujedinjenih naroda, Međunarodne organizacije rada (International Labor organization) te inicijativom Ujedinjenih naroda Global Compactom.

U slučaju povrede bilo koje odredbe Kodeksa poslovnog ponašanja, provode se postupci propisani internom procedurom te se primjenjuju mjere propisane relevantnim zakonima.



Slika 4. ISO/TS 16949 certifikat tvornice u Solinu



Slika 5. ISO/TS 16949 certifikat tvornice u Zagrebu

4.1.9. Politika kvalitete

Globalna automobilska industrija zahtjeva najvišu razinu kvalitete proizvoda, produktivnosti i konkurentnosti kao i kontinuirana poboljšanja. Kako bi kompanija mogla ostvariti navedene ciljeve većina proizvođača automobila zahtjeva od svojih dobavljača da su certificirani prema standardu kvalitete upravljanja za dobavljače u automobilskoj industriji, poznatiji kao ISO/TS 16949. Ovaj certifikat se izdaje na period od tri godine te se mora potvrditi jednom godišnje od strane IATF (International Automotive Task Force). Tvornice u Solinu i u Zagrebu certificirane su po ovom standardu koji vrijedi do svibnja ove godine. Početkom ove godine napravljen je audit od strane neovisne ovlaštene institucije po ovom standardu te će obje tvornice dobiti novi certifikat koji će vrijediti tri godine.

Jedan od ciljeva kvalitete je voditi brigu o očuvanju okoliša u svrhu trajnog smanjenja negativnog utjecaja na okoliš. Norma ISO 14001:2004 definiše zahtjeve za sustav upravljanja zaštitom okoliša te daje okvir koji kompanija prati kako bi osigurala učinkovit sustav upravljanja zaštitom okoliša. ISO 14001:2004 pruža jamstvo menadžmentu i zaposlenicima kompanije, ali i svim ostalim dionicima da se u kompaniji mjeri utjecaj poslovanja na okoliš s ciljem sprječavanja zagađenja okoliša.

Obje tvornice AD Plastik-a u Hrvatskoj certificirane su po ovom standardu. Proizvodni pogon u Solinu je certificiran do srpnja ove godine, dok je pogon u Zagrebu certificiran do srpnja iduće godine. Nakon isteka certifikata pristupit će se postupku recertifikacije od strane nadležne institucije.



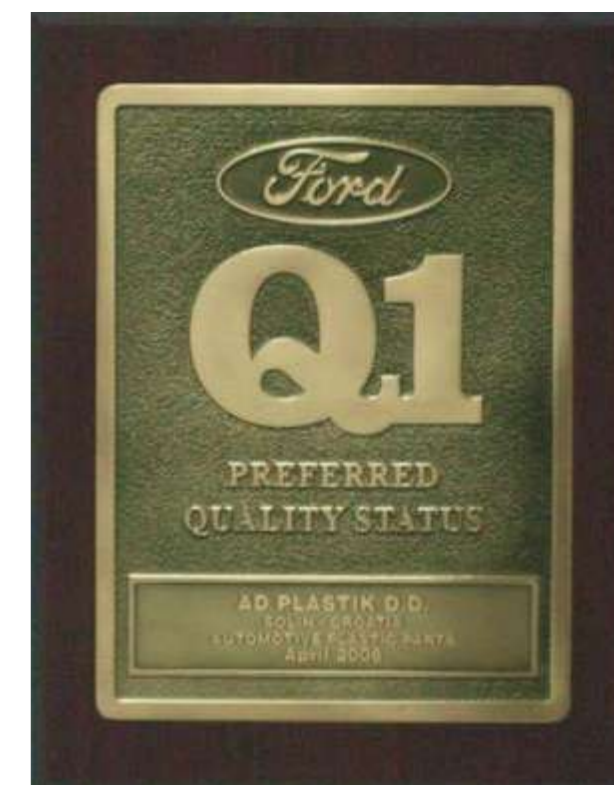
Slika 7. ISO 14001:2004 certifikat tvornice u Zagrebu



Slika 6. ISO 14001:2004 certifikat tvornice u Solinu

Osim navedenih ISO certifikata, AD Plastik ima certifikat Q1 od kupca Ford-a. Ovaj certifikat Ford zahtjeva od svojih dobavljača, te se s istim potvrđuje: sposoban sustav, provođenje stalnih poboljšanja,

praćenje performansi i što je najvažnije zadovoljan kupac. Naša tvornica u Solinu nositelj je ovog certifikata od travnja 2006. godine i još uvijek imamo status Q1 za kupca Ford.



Slika 8. Certifikat Q1 za kupca Ford

4.1.10. Uključenost dionika

Odnos s dionicima strateški je važan za naš tržišni položaj, a ne samo za ispunjavanje naših obveza prema održivosti. Nastavljamo se savjetovati s dionicima i odgovarati na njihove potrebe, u prvom redu na naše kupce, zaposlenike, dobavljače, kreditore, investitore, lokalnu zajednicu i organizacije civilnog društva. S ključnim dionicima obavlja se kontinuirana komunikacija putem zajedničkih sastanaka, kontakata, susreta, a u poslovanju nastoje se zadovoljiti zajednički interesi svih strana.

Osnovna komunikacija sa zaposlenicima AD Plastik-a d.d., odvija se putem internog kvartalnog glasila ADP Novosti koji se tiska u 500 primjeraka i distribuira u tiskanom i u elektronskom obliku.

Web stranice (na adresi www.adplastik.hr) važan su komunikacijski kanal za komuniciranje s poslovnim partnerima u zemlji i svijetu, ali i s javnošću općenito. U skladu s našim potrebama, internet stranica napravljena je na tri jezika (hrvatski, engleski i ruski). Ove godine u planu je i izrada internet stranice AD Plastik Grupe, koje bi obuhvaćala sva ovisna društva.



Slika 9. Internet stranica AD Plastik-a

4.1.11. Nagrade i priznanja

AD Plastik d.d. iz Solina, proglašena je najboljom velikom hrvatskom tvrtkom po izboru Hrvatske gospodarske komore za 2012. godinu. AD Plastik je među prvima u Hrvatskoj dobio certifikat ISO 9001, a nešto kasnije i druge certifikate ISO 14001, te ISO/TS 16949. Također kompanija je dobila četiri godišnje nagrade županijske komore Split kao najuspješnije trgovačko društvo u županiji. Do sada smo tri puta bili nominirani za nagradu Zlatna kuna, Hrvatske Gospodarske Komore kao jedno od najuspješnijih velikih kompanija u Hrvatskoj.

U listopadu 2010. godine kompanija AD Plastik i društvo-kćer ZAO PHR iz Rusije dobili su nagradu Renault-a, kao najbolji dobavljač autoindustrije za područje Euroazije, što je jedno od četiri geografska područja za koja Renault dodjeljuje takvu nagradu.



Slika 10. Nagrada Zlatna kuna Hrvatske Gospodarske Komore

4.2. Tržište

4.2.1. Poslovni pokazatelji

U 2012. godini AD Plastik ostvario je prihode u iznosu od 514,66 milijuna kuna prihoda. Od navedenog iznosa više od 95% činio je izvoz. U 2012. godini AD Plastik Grupa uspjela je ostvariti rast prihoda od prodaje za 4,15% u odnosu na 2011.godinu. Konsolidirana neto dobit AD Plastik Grupe u izvještajnom razdoblju iznosila je 56,08 milijuna HRK. Materijalni troškovi su smanjeni u 2012. godini za 0,62% u odnosu na 2011. godinu. Financijski rashodi u 2012. godini iznosili su 22,63 milijuna HRK što je smanjenje u odnosu na 2011.godinu za 37,5%.

Ovi poslovni rezultati ostvareni su s 4,82% manje zaposlenih u odnosu na 2011.godinu. Na kraju 2012. godine kompanija je zapošljavala je 830 radnika, dok je godinu ranije imala 872 radnika. Grupa AD Plastik zapošljavala je 2.711 radnika na dan 31.12.2012. godine, dok je godinu ranije na isti datum bilo zaposleno 2.489 radnika.

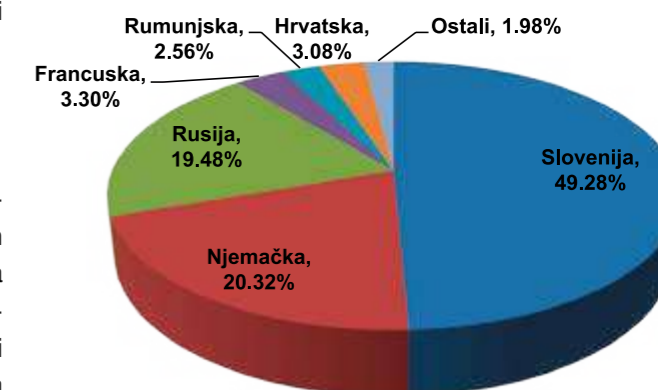
| Opis | 2011 | 2012 |
|----------------------------|---------------|---------------|
| Poslovni prihodi | 569.354.808 | 514.660.230 |
| Prodaja proizvoda i usluga | 557.691.679 | 507.571.017 |
| Materijalni troškovi | 328.561.605 | 326.530.371 |
| Troškovi osoblja | 90.429.173 | 86.487.480 |
| Amortizacija | 39.624.975 | 37.710.917 |
| Ostali troškovi | 81.139.643 | 46.674.902 |
| Financijski rashodi | 36.214.914 | 22.633.508 |
| Neto dobit | 51.835.702 | 44.908.745 |
| Ukupna aktiva | 1.109.140.157 | 1.114.247.008 |
| Ukupni kapital i rezerve | 671.856.988 | 678.950.044 |
| Kratkotrajna imovina | 271.636.937 | 311.637.313 |
| Tekuće obveze | 342.489.331 | 313.741.641 |
| Prodaja po zaposlenome | 639.555 | 611.531 |
| Isplata dividende | 30.597.630 | 33.849.849 |

Tablica 2. Stvorena i distribuirana ekonomska vrijednost (U HRK)

U 2012. godini na temelju dobiti matičnog društva za 2011. godinu isplaćena je dividenda u iznosu 33.849.849 kn prema odlukama Nadzornog odbora i Glavne skupštine. Navedena dividenda isplaćena je u dva dijela prvi dio 2,47 kn po dionici isplaćen je 27.02.2012.godine te drugi dio 5,53 kn po dionici koji je isplaćen 14.08.2012.godine.

4.2.2. Najznačajnija prodajna tržišta

Najveći dio prihoda od prodaje AD Plastik d.d. ostvario je na inozemnom tržištu koji čine oko 97% svih prihoda od prodaje. Najznačajnija izvozna tržišta su Europska Unija i Rusija. U Europskoj uniji najveći dio prihoda od prodaje ostvaren je u Sloveniji i Njemačkoj. Prikaz najznačajnijih prodajnih tržišta prikazan je na slici 11.



Slika 11. Pregled najznačajnijih prodajnih tržišta

4.2.3. Plaće u ukupnom iznosu

| Opis | 2011 | 2012 |
|------------------------------------|------------|------------|
| Troškovi osoblja | 90.429.173 | 86.487.480 |
| Neto plaće i nadnice | 54.257.504 | 51.892.488 |
| Trošak poreza i doprinosa iz plaća | 22.607.293 | 21.621.870 |
| Doprinosi na plaće | 36.171.669 | 34.594.992 |

Tablica 3. Troškovi osoblja za 2011. i 2012. godinu (u HRK)

Ukupan iznos neto plaća smanjen je u 2012. godini na 51,89 milijuna kuna u odnosu na neto plaće u 2011. godini kada je ukupan trošak neto plaća iznosio 54,26 milijuna kuna. Glavni razlog za smanjenje ukupnog iznosa neto plaća je manji broj zaposlenih. Do navedenog smanjenja broja radnika došlo je kao posljedica pada prodaje novih automobila u Europskoj Uniji, glavnom izvoznom tržištu AD Plastik-a.

4.2.4. Plaćanja državi

Ukupna plaćanja prema državi u 2012. godini iznosila su 11,73 milijuna kuna što je značajan rast u odnosu na plaćanja u 2011. godini. Glavni razlog za navedeni rast je porast plaćanja poreza na dobit. AD Plastik d.d. trebao bi biti oslobođen plaćanja poreza na dobit za 2012. godinu u iznosu od 3.575.610 HRK.

| Osnova plaćanja | 2011. | 2012. |
|---------------------------------|--------------|---------------|
| Porez na dobit | 1.170.247,26 | 11.468.726,06 |
| Doprinos na šume | 343.773,12 | 164.458,81 |
| Doprinos HGK | 57.650,70 | 30.423,14 |
| Članarina HGK | 66.000,00 | 57.750,00 |
| Doprinosi Turističkoj zajednici | 5.244,74 | 6.068,23 |
| Ukupno | 1.642.915,82 | 11.727.426,24 |

Tablica 4. Plaćanje prema državi u 2011. i 2012. godinu (u HRK)

4.2.5. Odnos s dobavljačima

Odnos s našim dobavljačima temelji se na načelu dugoročnoga partnerstva, pri čemu težimo osigurati isporuku najkvalitetnijih proizvoda i usluga po najkonkurentnijoj cijeni, na vrijeme i surađujući s odgovornim i inovativnim dobavljačima. S obzirom na to da smo međunarodna kompanija, odabir dobavljača provodi se na višestrukoj osnovi. AD Plastik d.d. provodi anketu dobavljača dva puta godišnje.

Prilikom provedbe ocjene dobavljača provjeravaju se sljedeći kriteriji: Ocjena sustava kvalitete i zaštite okoliša, vrijeme dostave, fleksibilnost, naručena i isporučena količina, rok izvršenja, kvaliteta, broj reklamacija i rješavanje reklamacija. Rezultati ankete dobavljača po pitanjima zaštite okoliša prikazani su nastavku.

| Opis | Broj |
|--|------|
| Broj anketiranih dobavljača | 102 |
| Broj dobivenih odgovora od dobavljača | 91 |
| Broj dobavljača koji su certificirani prema standardu ISO 14001 | 55 |
| Broj dobavljača koji su pozitivno odgovorili na zahtjeve iz ankete | 36 |
| Postotak dobavljača koji poštuje naše zahtjeve u pogledu sustava zaštite okoliša | 89% |

Tablica 5. Rezultati ankete dobavljača po pitanjima okoliša

4.2.6. Odnos s kupcima

Naši kupci najvećim dijelom su najveći svjetski proizvođači automobila te njihovi kooperanti. Kako bismo mogli biti dobavljač tih proizvođača neophodno je da udovoljimo svim njihovim propisanim zahtjevima. Prvi preduvjet za poslovnu suradnju s kupcem je da naš proizvod udovoljava svim važećim zakonskim propisima države u koju AD Plastik plasira svoj proizvod. Drugi preduvjet koji moramo ispuniti je udovoljavanje svim specifičnim zahtjevima kupaca. Ovi zahtjevi obuhvaćaju sljedeće:

- Definiranje uvjeta rada i komuniciranja s određenim kupcem u fazi razvoja i serijske proizvodnje;
- Zahtjeve za proizvod koje je kupac specificirao uključujući zahtjeve za isporuku i aktivnosti nakon isporuke;
- Zahtjeve koje kupac nije naveo, ali su neophodni za specificiranu uporabu;
- Dodatne zahtjeve koje je utvrdila kompanija.

4.2.6.1. Proces koji se odnose na prepoznavanje zahtjeva kupaca

Procesi koji se odnose na prepoznavanje zahtjeva kupca i ostalih zainteresiranih strana uključuju sljedeće procese:

1. Pred prodajni proces koji se sastoji od:

- Usklađivanje zahtjeva za kvalitetu te posebnih karakteristika koje se odnose na proizvod;
- Obveze u odnosu na proizvod uključujući zakonske i normativne reference;
- Zakonske i druge obvezujuće zahtjeve;
- Zahtjeve zaštite okoliša.

2. Proces prodaje sastoji se od:

- Realizacija planirane prodaje, isporuka na vrijeme, u ugovorenoj kvaliteti i u okvirima planiranih troškova;

3. Post prodajni proces sastoji se od:

- Prikupljanje povratnih informacija o kvaliteti proizvoda i usluga te poduzimanje preventivnih i korektivnih aktivnosti s ciljem poboljšanja kvalitete proizvoda i procesa;
- Prikupljanje povratnih informacija vezano za zaštitu okoliša.



4.2.6.2. Planiranje dizajna i razvoja proizvoda

Planiranje i upravljanje dizajnom i razvojem proizvoda utvrđuju se kroz sljedeće korake:

- faze dizajna i razvoja;
- provjere, verifikacije i validacije svake faze dizajna i razvoja;
- odgovornosti i ovlaštenja za dizajn i razvoj.

Posebne karakteristike vezano za proizvod/proces koje je odredio kupac sastavni su dio postupka planiranja kvalitete novog proizvoda/procesa i kontrolnog plana, što uključuje:

- sve specifične karakteristike koje se odnose na proizvod/proces;
- definirane zahtjeve kupca vezano za korištenje simbola (oznaka za karakteristiku proizvoda/procesa);
- dokumentacijske zahtjeve kupca i ostalih zainteresiranih strana koja se odnosi na proizvod/proces.

Verifikacija dizajna i razvoja je postupak koji predstavlja pregled usklađenosti izlaznih podataka s ulaznim podacima dizajna i razvoja. Verifikacija dizajna i razvoja odvija se u skladu s terminskim planom projekta.

Validacija dizajna i razvoja je rezultat kontinuiranog postupka procjene kojim se dokazuje da je proces proizvodnje sposoban dati proizvod usklađen sa zahtjevima kupca. Svrha je da se u fazama razvoja proizvoda/ procesa, u određenim koracima, provjerava usklađenost karakteristika proizvoda/ procesa sa zahtjevima specifikacije. Projekt završava s potvrdom kupca da proizvod zadovoljava zahtjeve, te da je proces proizvodnje sposoban osigurati tražene količine proizvoda u traženoj kvaliteti.

Rezultati svih kontrola i ispitivanja proizvoda zapisuju se u za to propisanu dokumentaciju i arhiviraju se kako je propisano te služe:

- za dokazivanje kvalitete proizvoda sljedeći trag od ulaznih materijala, preko toka procesa do gotovog proizvoda;
- za pronalaženje uzroka i mjesta nastajanja nekih kvaliteta, radi poduzimanja korektivnih aktivnosti;
- u svrhu poboljšanja procesa.

Zapisi kontrola i ispitivanja daju se na uvid kupcu po njegovom zahtjevu.

Svi proizvodi posjeduju deklariranu kvalitetu i karakteristike te su sigurni i zdravstveno prihvatljivi za svoju upotrebu. Kod proizvoda vodi se stalna briga o:

- Pravilnim i korisnim oznakama, te dostupnosti svih informacija potrebnih za pravilno rukovanje i upotrebu;
- Osiguranom odlaganju nakon završetka upotrebneog perioda u skladu sa zakonskim odredbama;
- Pridržavanje svih ostalih propisa i standarda.

4.2.6.3. Politika proizvoda nakon kraja životnog ciklusa

Najveći dio naših proizvoda čine proizvodi od plastike. Kako bi smo minimizirali utjecaj na okoliš koje vozilo ima nakon kraja njegovog životnog ciklusa, zajedno s našim kupcima, vodimo brigu o tome da poboljšamo mogućnost reciklaže plastičnih dijelova iz vozila. Naši kupci razvili su indikatore recikliranja za svoje dobavljače, pa tako i za nas. Ovi indikatori omogućuju procjenu životnog ciklusa i integraciju mogućnosti recikliranja od faze dizajna, pregovora s kupcem, mjerenja napravljenih pomaka te napretka u ekološki prihvatljivom dizajnu. Svi naši proizvodi udovoljavaju navedenim zahtjevima postavljenim od kupca.

4.2.6.4. Briga za zdravlje i sigurnost krajnjeg kupca

Kako se naš proizvod ugrađuje u vozilo, pa tek onda prodaje krajnjem kupcu, mi kao proizvođač dijelova krajnjeg proizvoda moramo voditi brigu o zdravlju i sigurnosti tog kupca. U tu svrhu moramo udovoljiti specifičnim zahtjevima koje pred nas stavlja naš kupac, proizvođač automobila. Ovo naročito dolazi do izražaja kod proizvoda interijera automobila, jer ovi dijelovi automobila moraju udovoljiti najvišim zahtjevima sve u svrhu zaštite i sigurnosti putnika u automobilu. Svaki naš proizvod prolazi posebne testove za zdravlje i sigurnost od strane proizvođača automobila kako bi osigurali dijelove automobila koji su upotpunosti sigurni za krajnjeg kupca.

4.3. Radno mjesto

Politika upravljanja ljudskim potencijalima naše kompanije usmjerena je na privlačenje najkompetentnijih zaposlenika koji će dugoročno doprinijeti održanju vodećeg tržišnog položaja u našem segmentu tržišta. Radno mjesto svakoga zaposlenika mora ispuniti i nadmašiti očekivanja te otvoriti mogućnost razvoja karijere. Zakonske obveze polazna su točka našeg pristupa radnomu mjestu. Naši su naponi usmjereni neprekidnomu poboljšanju zdravoga i sigurnoga radnog okruženja, odnosno smanjivanju rizika od nesreća i ozljeda, širenju zdravstvenoga osiguranja na sve naše zaposlenike, uz nultu toleranciju prema diskriminaciji. Podržavamo pravo zaposlenika na sindikalno djelovanje i putem Radničkoga vijeća djelujemo na poboljšanje i razvoj dijaloga.

4.3.1. Obrazovanje i razvoj ljudskih potencijala

Osnovni cilj strategije ljudskih potencijala je da osigura, razvija i zadrži potreban kadar traženih kompetencija u skladu sa strategijom poslovanja i potrebama članica AD Plastik Grupe.

Strategija razvoja ljudskih potencijala obuhvaća planiranje, selekciju, zapošljavanje, obuku, treninge i edukaciju, praćenje i nagrađivanje, te kontinuirano profesionalno obrazovanje i promoviranje kadrova.

Korporativna kultura ADP Grupe predstavlja set vrijednosti u koje tvrtka i njezini djelatnici vjeruju i koje zastupaju. Korporativna kultura je okvir unutar kojeg će se odgajati i stvarati ljudski potencijali kao odgovorni nositelji promicanja naše korporativne kulture društveno odgovorne kompanije i održivog rasta i razvoja AD Plastik Grupe.

| TIP OBUKE | UKUPAN FOND SATI U 2012. |
|--|--------------------------|
| OBUKE RADNIKA PROIZVODNJE | 10.016 |
| ZAŠTITA OD POŽARA | 360 |
| ZAŠTITA NA RADU | 10.159 |
| INTERNE OBUKE | 934 |
| EKSTERNA OBRAZOVANJA – USAVRŠAVANJE | 5.886 |
| UKUPNO | 27.355 |
| PROSJEČAN BROJ RADNIKA U 2012.GODINI | 842 |
| PROSJEČAN BROJ SATI OBUKE PO RADNIKU U 2012. GODINI | 32,49 |

Tablica 6. Broj sati obuke radnika (u h)

Svjesni da su obrazovne institucije izvor kvalitetnih kadrova, AD Plastik se trudi uspostaviti što bolju suradnju s njima. Tijekom 2012. godine imali smo suradnju s obrazovnim institucijama i to kako je prikazano u sljedećoj tablici.

| SURADNJA S FAKULTETIMA | | |
|------------------------------------|--|--------------|
| FESB - SPLIT | IZRADA DIPLOMSKOG RADA | 2 studenta |
| EKONOMSKI FAKULTET SPLIT | IZRADA DIPLOMSKOG RADA | 2 studenta |
| | PREZENTACIJA STUDENTIMA SMJERA MARKETINGA | 17 studenata |
| KEMIJSKO TEHNOLOŠKI FAKULTET SPLIT | TPOSJET STUDENATA III GODINE PREDDIPLOMSKOG STUDIJA | 29 studenata |
| FSB - ZAGREB | STUDENSKA PRAKSA 180 SATI-LOKACIJA SOLIN | 1 student |
| | STUDENSKA PRAKSA 180 SATI-LOKACIJA ZAGREB | 2 studenta |
| | POSJET STUDENATA III GODINE PREDDIPLOMSKOG STUDIJA | 20 studenata |
| VISOKA ŠKOLA ZA SIGURNOST - ZAGREB | POSJET STUDENATA IV GODINE STUDIJA | 30 studenata |
| FILOZOFSKI FAKULTET ZAGREB | POTPISAN DOGOVOR IZMEĐU AD PLASTIK DD I FILOZOFSKOG FAKULTETA O SURADNJI U PROVOĐENJU STUDENSKE PRAKSE STUDENATA PSIHOLOGIJE | |
| SURADNJA S FAKULTETIMA | | |
| PRIRODOSLOVNO TEHNIČKA ŠKOLA | POSJET UČENIKA III RAZREDA | 25 učenika |
| | UČENIČKA PRAKSA | 3 učenika |
| REDNJA EKONOMSKA ŠKOLA | UČENIČKA PRAKSA | 2 učenika |

Tablica 7. Suradnja s obrazovnim institucijama

4.3.2. Razvoj međuljudskih odnosa

U kompaniji AD Plastik, uz funkcionalne organizacijske jedinice, naglasak je na osnivanju projektnih timova za realizaciju značajnih novih projekata i proizvoda. Timski način rada pruža nenadmašnu prednost da se zajedničkim naporima postiču skupni rezultati koji nadmašuju zbroj pojedinačnih. Pri tome i svaki pojedinac postiže više nego u klasičnim uvjetima izvan tima. U današnje vrijeme, timski rad i timovi su ključno područje razvoja kompanija. Krajnji rezultat određen je kroz kvalitativna i kvantitativna postignuća tima definirana kroz timske ciljeve i pokazatelje uspješnosti, zadovoljstvo kupaca i što je najvažnije kroz razvoj članova tima i izgradnje njihovih osobnih karijera.

4.3.3. Sustav nagrađivanja radnika

AD Plastik ima usvojen Pravilnik o stimulacijama, kojim se uređuju pitanja materijalnih stimulacija radnika koje se odobravaju i ostvaruju u vidu posebne plaće ili dijela plaće (u daljnjem tekstu stimulacije). Stimulacije su: Redovite stimulacije – godišnji bonus, mjesečne stimulacije za kvalitetan rad i izvanredne stimulacije.

Redovite stimulacije – godišnji bonus odnose se na sve radnike kompanije, ako posebnim ugovorom o radu za dotičnog radnika nije drugačije određeno. Mjesečne stimulacije za kvalitetu rada odnose se na radnika proizvodnje i radnika dorade ekstruzije. Izvanredne stimulacije odnose se na sve radnike kompanije.

| Godina | 2011. | 2012. |
|---|-----------|-----------|
| Bruto iznos isplate za usvojena poboljšanja zaposlenima | 44.077,61 | 41.055,67 |

Tablica 8. Bruto iznos isplate za 2011. i 2012. godinu (u HRK)

Osim navedenog Pravilnika o stimulacijama, AD Plastik ima usvojen Pravilnik o nagrađivanju prijedloga za poboljšanje. Ovim pravilnikom poboljšanje je definirano kao rješenje koje do tada nije prakticirano u kompaniji, a koje predstavlja racionalizaciju i/ili unaprjeđenje rada nastalo primjenom poznatih tehničkih sredstava i/ili tehnoloških postupaka u svim fazama procesa rada, koje se može izraziti kao pozitivni financijski efekt u razdoblju od jedne godine računajući od implementacije. Ovakvo poboljšanje naziva se Tehničko unaprjeđenje. Korisni prijedlog je rješenje koje do tada nije prihvaćeno ili prakticirano u kompaniji, a koje predstavlja realnu korist za kompaniju koja se u nekim slučajevima može izraziti kao Pozitivni financijski efekt, a supsidijarno (ako se ne može izraziti kao Pozitivni financijski efekt) kao Pretpostavljeni financijski efekt, u razdoblju jedne godine računajući od implementacije.

Visina nagrada za poboljšanje utvrđuje se u bruto iznosu (bruto 1), na bazi postotka u odnosu na Pozitivni odnosno Pretpostavljeni financijski efekt dotičnog Poboljšanja. Autori Poboljšanja, čiji efekti se mogu egzaktno izraziti u vidu Pozitivnog financijskog efekta, a čija su Poboljšanja realizirana u praksi, najmanje tri mjeseca prije isteka poslovne godine, sudjeluju u natjecanju za godišnju nagradu za ostvareno Poboljšanje.

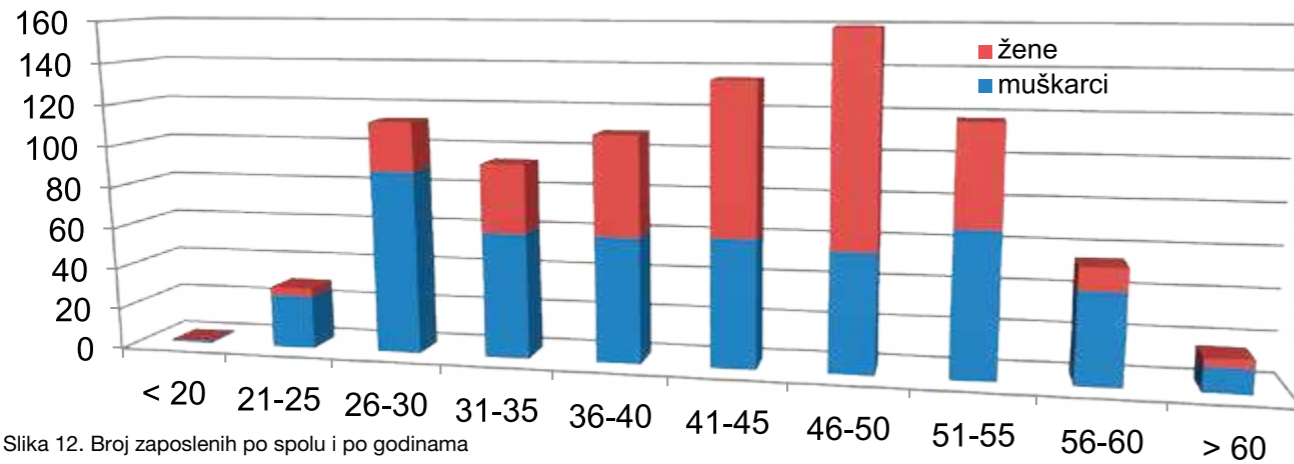
4.3.4. Podjela radnika prema tipu ugovora i lokaciji

Krajem 2012. godine u našoj tvrtki radilo je 830 zaposlenika, što je 42 manje nego na kraju 2011. godine. Od navedenih 830 radnika njih 478 radilo je u Solinu, dok je 352 radnika radilo na lokaciji u Zagrebu. Postotak zaposlenika koji su zaposleni na neodređeno vrijeme iznosio je tijekom izvještajnog razdoblja oko 80%. Politika kompanije uključuje načelo da nema razlike između zaposlenika na neodređeno i određeno vrijeme, a to se načelo provodi jamčenjem jednakih prava i povlastica za obje skupine.



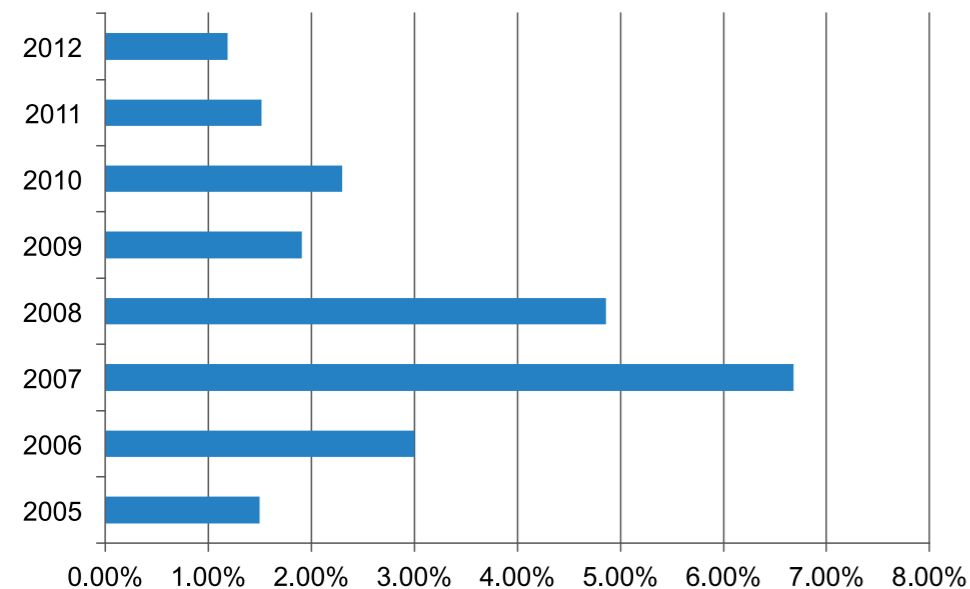
4.3.5. Struktura radnika prema spolu i dobi

Struktura naših zaposlenika pokazuje da je oko 42% zaposlenih ženskog spola, odnosno 346 radnika na 31.12.2012.godine. Analiza zaposlenika po dobi pokazuje da je najveći dio zaposlenika imao između 41 i 50 godina, što je u skladu s prosječnom dobi svih zaposlenika koja iznosi 42,12 godina. Detaljna struktura radnika prema spolu i dobnim skupinama prikazana je na sljedećem grafičkom prikazu.



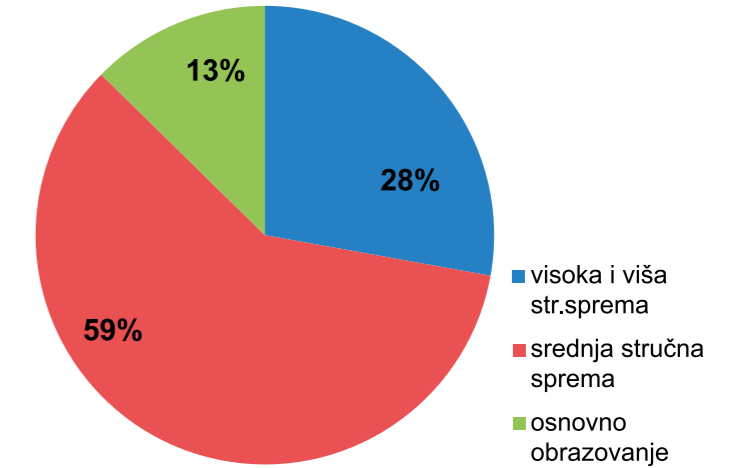
Slika 12. Broj zaposlenih po spolu i po godinama

Prosječna dragovoljna stopa fluktuacije zaposlenika vrlo je niska i u 2012. godini iznosila je malo više od 1%. Trend dragovoljne fluktuacije od 2005.godine prikazan je na sljedećem grafičkom prikazu.



Slika 13. TREND dragovoljne fluktuacije zaposlenika (%) 2005. - 2012.godine

Prema strukturi obrazovanja 28% svih zaposlenih ima višu ili visoku stručnu spremu, dok najveći postotak zaposlenika, njih 59% ima završenu srednju stručnu spremu.



Slika 14. Nivo obrazovanja zaposlenika

| Godina | 2011. | 2012. |
|---|-------|-------|
| Osnovna plaća muškarca / osnovna plaća žene | 1:1 | 1:1 |

Tablica 9. Omjer osnovne plaće za isto radno mjesto muškarca i žena prema kategoriji zaposlenika

4.3.6. Kolektivno pregovaranje

U AD Plastik-u djeluju tri sindikata. Samostalni sindikat EKN-a Hrvatske, podružnica AD Plastik d.d., Solin, podružnica AD Plastik d.d., Zagreb, Sindikat AD Plastik RIS Zagreb te Nezavisni sindikat djelatnika zaposlenih u AD Plastik. Kolektivni ugovor potpisuje se na kraju svake godine za iduću godinu. Tako je Kolektivni ugovor potpisan i za 2012. godinu. Osnovna plaća za pojedino radno mjesto utvrđuje se na temelju osnovne satnice i koeficijenta složenosti. Radnicima kojima je ugovoreni koeficijent složenosti do uključujući 1,55 za 2012. godinu pripadao je posebni dodatak na osnovnu plaću koju su ostvarili na temelju sati rada u obračunskom mjesecu. Sva društva kćeri koja su poslovala cijelu 2012. godinu imaju potpisane Kolektivne ugovore sa sindikatima.

Kolektivnim ugovorom nastoji se promicati socijalna i ekonomska sigurnost radnika u svim društvima AD Plastik Grupe i to posebno u području prava i obveza kao što su: zaštita dostojanstva radnika, godišnji odmor i dopust, radno vrijeme, naknade i ostala materijalna prava radnika.

Radničko vijeće predstavničko je tijelo svih zaposlenika kompanije AD Plastik. U savjetu je devet predstavnika zaposlenika, od kojih svi zastupaju mišljenje i prijedloge zaposlenika u kompaniji AD Plastik.

| Godina | 2011. | 2012. |
|--------------------------------------|---------------|---------------|
| Polazna osnovna satnica po satu rada | 13,42 kn/satu | 13,62 kn/satu |

Tablica 10. Polazna osnovna satnica po satu rada prema kolektivnim ugovorima za 2011 i 2012. godinu

4.3.7. Promicanje brige za zdravlje i sigurnost

Zakonske odredbe određuju da poslodavci s više od 250 zaposlenika i više pogona, odnosno pogona na više lokacija izvan sjedišta, moraju osnovati središnji odbor za zaštitu na radu čija je zadaća unaprijediti zaštitu na radu. Naša kompanija osnovala je Odbor za zaštitu na radu koji se sastaje barem jednom svaka tri mjeseca. Proizvodna djelatnost sama po sebi nosi određene više razine rizika nego

neka druga djelatnost. Sukladno tome, poduzimamo niz mjera kako bismo povećali sigurnost naših zaposlenika i smanjili rizik od ozljeda tijekom proizvodnog procesa te ostalih aspekata poslovanja. Svi radnici obvezni su proći posebnu obuku za osposobljavanje za siguran rad. U nastavku prikazujemo broj sati obuke iz zaštite na radu po lokaciji.

| BR. | Obuke | Broj radnika | Sati osposobljavanja po radniku | Ukupno sati osposobljavanja |
|-----|--|--------------|---------------------------------|-----------------------------|
| 1 | Opće osposobljavanje svih uposlenih radnika | 43 | 6 | 258 |
| 2 | Praktično osposobljavanje | 33 | 56 | 1.848 |
| 3 | Praktično osposobljavanje (ponovna provjera) | 46 | 56 | 2.576 |
| 4 | Opće osposobljavanje ovlaštenika | 5 | 6 | 30 |
| 5 | Odbor | 19 | 12 | 228 |
| 6 | Tečaj iz toksikologije | 10 | 10 | 100 |
| 7 | Obuka za pružanje prve pomoći | 24 | 6 | 144 |
| 8 | Tečaj iz higijenskog minimuma | 13 | 23 | 299 |
| 9 | Osposobljavanje za rad na računalu | 17 | 6 | 102 |
| 10 | Nadzor iz stanja zaštite | 2 | 660 | 1.320 |
| 11 | Seminar ZNR | 2 | 24 | 48 |
| | Ukupno | | | 6.953 |

Tablica 11. Sati obuke o zaštiti na radu na lokaciji Solin

| BR. | Obuke | Broj radnika | Sati osposobljavanja po radniku | Ukupno sati osposobljavanja |
|-----|--|--------------|---------------------------------|-----------------------------|
| 1 | Opće osposobljavanje svih uposlenih radnika | 5 | 6 | 30 |
| 2 | Praktično osposobljavanje | 5 | 56 | 280 |
| 3 | Praktično osposobljavanje (ponovna provjera) | 14 | 56 | 784 |
| 4 | Opće osposobljavanje ovlaštenika | 24 | 6 | 144 |
| 5 | Opće osposobljavanje povjerenika | 8 | 6 | 48 |
| 6 | Tečaj iz toksikologije | 36 | 10 | 360 |
| 7 | Obuka za pružanje prve pomoći | 24 | 6 | 144 |
| 8 | Osposobljavanje za rad na računalu | 10 | 6 | 60 |
| 9 | Nadzor iz stanja zaštite | 2 | 660 | 1.320 |
| 10 | Seminar ZNR | 1 | 24 | 24 |
| 11 | Rukovanje opasnim otpadom | 6 | 2 | 12 |
| | Ukupno | | | 3.206 |

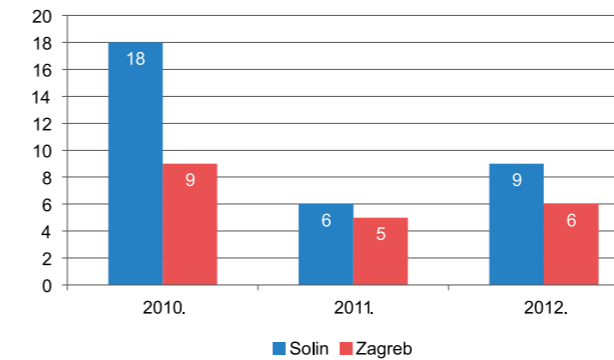
Tablica 12. Sati obuke o zaštiti na radu na lokaciji Zagreb

Ukupan broj sati obuke o sigurnom radu za obje tvornice iznosio je 10.159 sati, odnosno ako uzme u obzir prosječan broj zaposlenih u našoj kom-

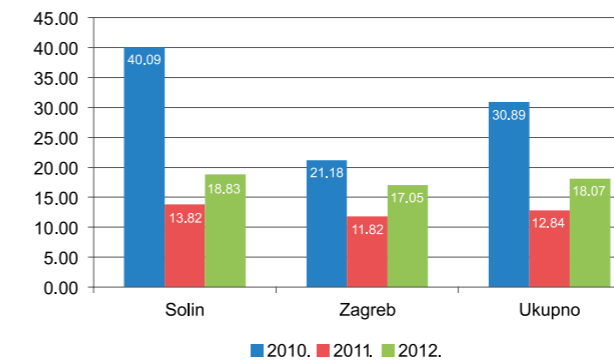
paniji od 842 u 2012. godini dobijemo prosječan broj sati obuke o zaštiti na radu u iznosu 12,06 sati po zaposlenom.

4.3.8. Broj ozljeda na radu

Kontinuirano smanjenje ozljeda na radnom mjestu jedan je od preduvjeta za osiguravanje kvalitete radnih uvjeta. U nastavku prikazujemo podatke o broju ozlijeđenih radnika te broj ozljeda kroz prosječan broj zaposlenih po proizvodnim pogonima i ukupno na razini cijele kompanije za 2010, 2011 i 2012. godinu.



Slika 15. Broj ozlijeđenih radnika na mjestu obavljanja radnih zadataka



Slika 16. (Broj ozljeda (bez ozljeda dolaska /odlaska na posao) /prosječan broj zaposlenih)* 1.000



4.3.9. Fond solidarnosti radnika

U AD Plastik-u d.d. još od 2001. godine na snazi je Sporazum o solidarnoj pomoći za slučaj teško bolesnih radnika. Na temelju ovog Sporazuma formiran je novčani fond (na dan 31.12.2012. godine fond je imao 297 članova) koji se financira sredstvima koje dobrovoljno mjesečno izdvajaju radnici u iznosu od najmanje 10 kn po radniku prilikom isplate plaće, kao i sredstava koje daje AD Plastik d.d. u iznosu koji ne može biti niži od tromjesečnog iznosa uplata radnika. Sredstva Fonda koriste se za novčanu pomoć u slučajevima teško bolesnih stanja radnika, njihovih bračnih supružnika i njihove djece do stjecanja pune poslovne sposobnosti, od osnivanja 154 osobe su koristile novčanu pomoć iz fonda.

| Godina | 2011. | 2012. |
|--|------------|-----------|
| Ukupno isplaćeno iz Fonda solidarnosti | 106.570,09 | 39.697,50 |

Tablica 13. Isplaćeni iznos pomoći radnicima (u HRK)

4.4. Okoliš

Kao što smo ranije naveli za sudjelovanje u proizvodnji dijelova za automobile neophodno je poštivanje visokih kriterija kvalitete i zaštite okoliša. AD Plastik-ove tvornice u Hrvatskoj imaju certifikate ISO 14001:2004, koji potvrđuju da se učinkovito sustavno upravlja okolišem. Upravljanje okolišem i načelo održivog poslovanja temelj su svih poslovnih odluka te je dio Kodeksa poslovnog ponašanja AD Plastik Grupe, koji se odnosi na Zaštitu okoliša, osnovni dokument.

4.4.1. Upravljanje kemikalijama

REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and restriction of CHemicals) predstavlja pravni okvir Europske unije za kemikalije. Uredba (EZ) br. 1907/2006 Europskoga parlamenta i Vijeća EZ o registraciji, evaluaciji, autorizaciji i ograničavanju kemikalija (REACH) stupila je na snagu 1. lipnja 2007. i zamjenjuje mnogobrojne dosadašnje uredbe i direktive koje su regulirale područje kemikalija jedinstvenim sustavom.

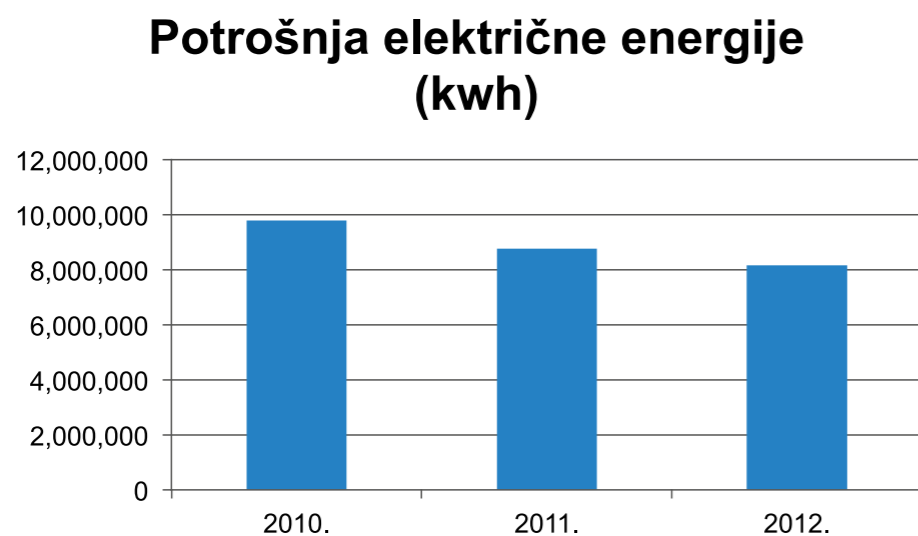
REACH zahtijeva od proizvođača ili uvoznika da registrira kemijske tvari u Europskoj agenciji za kemikalije (European Chemicals Agency – ECHA) te propisuje obveze proizvođača, uvoznika i daljnjih korisnika tvari pojedinačno, u pripravcima i proizvodima, koje se proizvode ili uvoze u EU u količini iznad jedne tone, osiguravanje određenih podataka o tim tvarima. Sadržaj potrebne dokumentacije za registraciju ovisan je o količini tvari koja se stavlja na tržište Europske unije.

Proizvođači i uvoznici dužni su osigurati podatke o svojstvima tvari koje proizvode, odnosno uvoze, te podatke koristiti kod ocjenjivanja rizika te utvrditi i preporučiti odgovarajuće mjere upravljanja rizikom. Bez podataka o tvarima koje se proizvode ili uvoze, proizvođači i uvoznici ne mogu ih stavljati na tržište.

Iako će ova uredba na području Hrvatske postati zakonska obveza tek pristupanjem Hrvatske Europskoj Uniji, AD Plastik je morao postupati po ovoj regulativi od njenog donošenja u Europskoj Uniji. Poduzete mjere uključuju analizu supstanci pod REACH-om, zahtijevanje od svih dobavljača iz i izvan Europske Unije da ispunjavaju sve zahtjeve koje postavlja REACH te udovoljavanje zahtjevima iz Smjernica Auto industrije o REACH-u (The Automotive Industry Guideline on REACH).

| Godina | 2010. | 2011. | 2012. |
|-------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Potrošnja električne energije (kWh) | 9.799.927 | 8.769.500 | 8.153.811 |

Tablica 14. Potrošnja električne energije AD Plastik-a (u kWh)



Slika 17. Potrošnja električne energije AD Plastik-a od 2010-2012. godine

4.4.2. Električna energija, otpadne vode i ispuštanje CO₂

Aktivnosti koje smo poduzeli u 2012. godini kako bismo smanjili potrošnju energije su sljedeće:

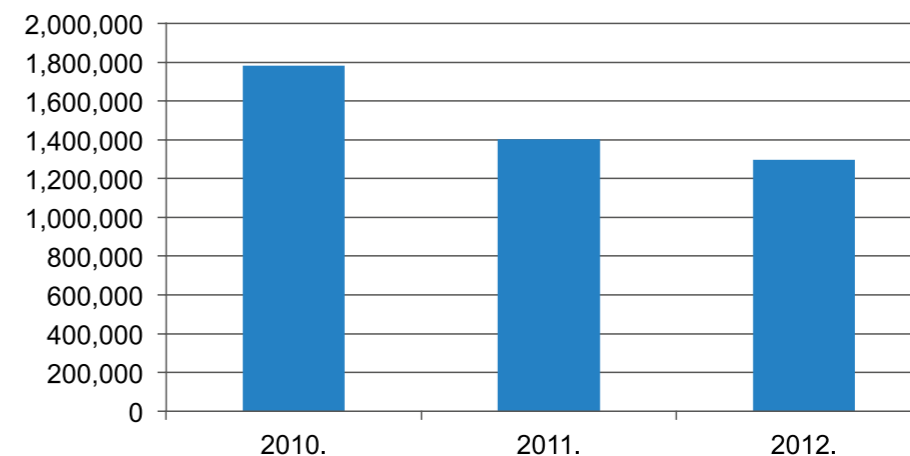
- Oblaganje grijača po svim izolatorima strojeva;
- Zamjena postojećih rasvjetnih tijela sa suvremenijima koji su nam dale bolje osvjetljenje te smanjile potrošnju na rasvjeti za cca 40%;
- Ugradnja tri dodatna mjerila električne energije zbog kvalitetnije praćenja potrošnje
- Ugradnja Sustava kontinuiranog praćenja svih energenata

| Godina | 2010. | 2011. | 2012. |
|----------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Emisija CO ₂ (kg/god) | 1.781.439 | 1.403.988 | 1.297.160 |

Tablica 15. Emisija CO₂ AD Plastik-a (kg/god)

Prema analizi otpadnih voda, rezultati odgovaraju graničnim vrijednostima i dopuštenim koncentracijama pokazatelja kvalitete sukladno vodopravnoj dozvoli.

Emisija CO₂ u atmosferu kg/god



Slika 18. Emisija CO₂ AD Plastik-a od 2010-2012. godine

| Godina | 2011. | 2012. |
|--|---------|---------|
| Ulaganja u materijalna sredstva u funkciji zaštite okoliša | 253.732 | 544.860 |

Tablica 16. Iznos ulaganja u materijalna sredstva u funkciji zaštite okoliša (u HRK)



Ciljevi za 2013. i 2014. godinu

5. Ciljevi za 2013. i 2014. godinu

Ključni ciljevi u budućem izvještajnom razdoblju su:

- Uvođenja sustava OHSAS 18001 za upravljanje zaštitom zdravlja i sigurnosti na radu za lokacije u Hrvatskoj;
- Procjena relevantnih dobavljača po pitanjima održivosti poslovanja;
- Procjena zadovoljstva kupaca;
- Povećanje iznosa za donacije i sponzorstva;



Kontakti

Eventualna pitanja i komentare u svezi ovog Izvješća i njegovog sadržaja, molimo vas uputite na adresu:

AD Plastik d.d.

Služba korporativnih komunikacija

Matoševa 8,
21 210 Solin
informacije@adplastik.hr
www.adplastik.hr

