


■ Społecznie Odpowiedzialni

SIERPIEŃ 2017 r.



Daniel Bienias,
Dyrektor Zarządzający
CBRE w Polsce
mówi o kluczowych
aspektach w nowoczesnym
środowisku pracy

str. 9

W NUMERZE:

str. 16

**Pracownicy – fundament
każdej firmy**

rozmowa z Anną Wicha,
Dyrektorem Generalnym
Adecco Poland

str. 2

**Zespół, który buduje
swoją sukces**

str. 15

**Rynek pracownika w Polsce
jest jak ...Yeti**

wywiad z Andrzejem Pomarańskim,
Wiceprezesem Polskiego
Stowarzyszenia Public Relations

SPIS TREŚCI

str. 2

Zespół, który buduje swój sukces
/Castorama Polska Sp. z o.o./

str. 4

Tworzymy zespół ekspertów
/Astek Polska Sp. z o.o./

str. 5

Dobry pracodawca, czyli jaki?
/POLOmarket Sp. z o.o./

str. 6

Najważniejszy jest charakter
/Murapol S.A./

str. 9

Dobre samopoczucie i wydajność – kluczowe aspekty
w nowoczesnym środowisku pracy
/CBRE Sp. z o.o./

str. 11

Przyjazne państwo, plany gospodarcze i edukacja
muszą wspierać rozwój przedsiębiorstw
/Ventor Sp. z o.o./

str. 14

Zaangażowanie społeczne w farmacji
/Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne LEK-AM Sp. z o.o./

str. 15

Rynek pracownika w Polsce jest jak ... Yeti
– rozmowa z Andrzejem Pomarańskim,
Wiceprezesem Polskiego Stowarzyszenia
Public Relations

str. 16

Pracownicy – fundament każdej firmy
– rozmowa z Anną Wicha, Dyrektorem Generalnym
Adecco Poland Sp. z o.o.

Szanowni Państwo!

Społeczna odpowiedzialność to niezwykle istotna sfera biznesu. Wiemy to wszyscy. Relacje z pracownikami, działalność charytatywna i dbałość o środowisko naturalne to tylko niektóre z wielu jej aspektów. Kilka lat temu, kiedy tworzyliśmy portal www.spoecznieodpowiedzialni.info przyświecała nam idea by był on łatwo dostępnym narzędziem, dzięki któremu możliwa będzie merytoryczna, ponadbranżowa dyskusja na tematy wpisujące się w szeroko rozumiany CSR. Patrząc z perspektywy czasu mamy nadzieję, że udało się to osiągnąć. Codziennie zespół redakcyjny dokłada wszelkich starań, aby tematy, które poruszamy były różnorodne i ciekawe. Staramy się pokazywać dobre przykłady praktyk biznesu społecznie odpowiedzialnego, podkreślać nowatorskie pomysły i propagować cenne inicjatywy. Zależy nam na tym, by idea biznesu społecznie odpowiedzialnego zagościła na dobre w strategiach działania jak największej ilości przedsiębiorstw i organizacji. Uznaliśmy jednak, że tematyczny portal to za mało.

Dlatego, z ogromną przyjemnością, oddaję w Państwa ręce pierwszy numer internetowego magazynu portalu www.spoecznieodpowiedzialni.info, w którym poruszane tematy wpisują się w tak dobrze Państwu znaną ideę CSR.

Wydanie to jest jednocześnie podsumowaniem IX edycji ogólnopolskiego Programu Liderzy Społecznej Odpowiedzialności. Zawiera nie tylko wybrane prezentacje naszych ubiegłorocznych Laureatów, ale również ciekawostki i wyjątkowe wywiady z ekspertami. Państwa szczególnej uwadze polecam wypowiedzi Przedstawicieli tych Firm i Instytucji, które zdecydowały się wziąć udział w naszym przedsięwzięciu. Wierzę, że ich argumentacja i spostrzeżenia przekonają także Państwa do wzięcia udziału w kolejnej, już X, a więc wyjątkowej, jubileuszowej edycji Programu (informacje dotyczące tego projektu zamieściliśmy na ostatniej stronie).

Jestem przekonana, że w naszym magazynie znajdą Państwo wiele ciekawych i wartościowych treści.

Serdecznie zapraszam do lektury!

Wydawca: Grupa Media Press
ul. Zabrska 14/4, 40-083 Katowice
Redakcja portalu www.spoecznieodpowiedzialni.info
tel.: 32 731 21 12, 32 731 21 13
e-mail: redakcja@spoecznieodpowiedzialni.info

Agnieszka Kluska
Redaktor naczelna portalu
www.spoecznieodpowiedzialni.info



Zespół, który buduje swój sukces

Od blisko 20 lat Castorama zajmuje czołową pozycję w branży DIY/home improvement (ulepszania domów). Za sukcesem firmy stoją ludzie, którzy często są związani z nią od wielu lat i w jej strukturach rozwijają swoje talenty. Pracownicy są też głównym fundamentem, dzięki któremu spółka chce w dalszym ciągu budować swoją przewagę rynkową.

W sklepach Castorama i w centrali firmy pracuje obecnie ponad 11 500 osób, wśród których znajdują się ludzie z różnym wykształceniem i w różnym wieku. Zaangażowanie pracowników sprawia, że osiąga ona kolejne sukcesy i jest liderem rynku. Castorama stawia na osoby otwarte, chętne do zdobywania nowych umiejętności i doświadczeń, podchodząc z pasją do codziennej pracy. To dzięki nim klienci mogą otrzymać profesjonalne wsparcie podczas realizacji projektów związanych z ulepszaniem domów i ogrodów oraz zyskują dostęp do oferty, która spełnia ich oczekiwania, obdarzając tym samym pracowników Castorama swoim zaufaniem.

Praca z perspektywą

W Castorama Polska budowanie przyjaznego i bezpiecznego środowiska pracy jest fundamentem, na którym opiera ona swój trwały rozwój. Efekty widoczne są na wielu płaszczyznach jej

działalności. Prócz oczywistych standardów cechujących dobrego pracodawcę, takich jak zapewnienie stabilnych warunków zatrudnienia, firma stale udoskonala wszelkie istotne obszary z punktu widzenia pracowników – na przykład program szkoleń, system premiowy, czy pakiet świadczeń dodatkowych dostępnych dla zespołu.

Spółka umożliwia rozwój i dba również o to, by każdy kto posiada cenne doświadczenie, chciał zostać z nią na lata. Dane dotyczące struktury zatrudnienia potwierdzają skuteczność firmy w tym zakresie. Obecnie aż 68 proc. osób zatrudnionych w Castorama Polska jest związanych z nią ponad 5 lat, w tym 34 proc. to osoby z ponad 10-letnim stażem.

W odpowiedzi na oczekiwania pracowników

Aby móc budować przyjazne i rozwojowe środowisko pracy Castorama podchodzi poważnie do monitorowania potrzeb pracowni-

ków i poziomu ich zaangażowania. Spółka włącza również swój zespół we wdrażanie skutecznych rozwiązań korzystnie wpływających na funkcjonowanie całej organizacji.

Od 2008 r. firma prowadzi w swoim zespole badanie zaangażowania, które od 4 lat obejmuje pracowników wszystkich szczebli. Pozwala mierzyć ono skuteczność wszelkich inicjatyw na rzecz wzmocnienia zaangażowania i tworzenia jak najlepszych warunków pracy. Wskazuje ono zarówno mocne strony organizacji, oraz pozwala zidentyfikować elementy wymagające poprawy. Wyniki badania, po zebraniu i analizie, wracają do przełożonych zespołów w całej Polsce. Na ich podstawie liderzy wraz z poszczególnymi grupami tworzą i wdrażają plany działania, które pozwalają na wzmocnienie korzystnych warunków pracy dla zespołu i poprawę w obszarach, które tego wymagają. Wybrane, zrealizowane pomysły prezentowane są podczas cyklicznie organizowanych Dni Zaangażowania, by z in-



spirujących rozwiązań mogli czerpać inni i tym samym mogły one korzystnie wpłynąć na funkcjonowanie całej firmy.

We wspólnie wyznaczonym celu

Castorama przykłada również dużą wagę do ambicji zawodowych swoich pracowników. Od 2013 r. cyklicznie prowadzony jest proces Rozmów Rozwojowych, którym objętych jest 3 000 pracowników. Pracownik dokonuje oceny własnej pracy w minionym roku, a następnie omawia je z przełożonym. W wyniku tej rozmowy, na bazie zgłoszonych potrzeb i zauważonych obszarów do rozwoju, w odniesieniu do aspiracji pracownika, powstaje indywidualny plan rozwojowy. W dalszej kolejności Dział HR analizuje zgłoszone potrzeby i organizuje działania wspierające realizację ustalonych planów rozwojowych.

Dodatkowe korzyści dla pracowników

W Castorama Polska pracownicy mogą korzystać z wielu świadczeń dodatkowych, dostępnych zarówno w pracy, jak i czasie wolnym.

Spółka obejmuje swój zespół Grupowym Ubezpieczeniem od Następstw Nieszczęśliwych Wypadków. Jest ono w całości opłacane przez pracodawcę. Jego zaletami są: szeroki zakres ochrony, wysokie kwoty świadczeń i ochrona zarówno od wypadków w pracy, jak i w życiu prywatnym. Pracownikom Castorama przysługuje również prywatna opieka medyczna. Bazowy, bezpłatny pakiet gwarantuje im dostęp do podstawowych specjalistów i badań. Pracownicy mają ponadto możliwość wykupienia dodatkowego, opłacanego samodzielnie, rozszerzonego zakresu opieki medycznej dla siebie i swojej rodziny. Cały zespół Castorama Polska posiada

również dostęp do systemu kafeteryjnego. Za pośrednictwem systemu on-line każdy może wykorzystać przysługujące mu punkty i przeznaczyć je m.in. na karty i wejściówki do obiektów sportowych i rekreacyjnych, bilety do kina i teatru oraz na koncerty i kupony do sklepów.

Pracownicy Castorama Polska mogą na preferencyjnych warunkach wykupić dodatkowe ubezpieczenie na życie dla siebie, małżonka(i)/partnera(ki) oraz pełnoletnich dzieci. Mają również możliwość wyboru pakietu ubezpieczeń zgodnie ze swoimi możliwościami i potrzebami. Pamiętając o najmłodszych dzieciach Castorama wdrożyła w 2016 r. Program Ubezpieczeń od Następstw Nieszczęśliwych Wypadków.

W Castorama Polska pracownicy mogą korzystać ze wsparcia Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych. Środki z niego przeznaczone są na m.in.: zapomogi, pożyczki, dopłaty do wypoczynku pracowników i ich dzieci czy dopłat do leczenia sanatoryjnego oraz wczasów profilaktyczno-leczniczych i turnusów rehabilitacyjnych. Wśród świadczeń dostępnych dla osób zatrudnionych w Castorama Polska jest również Pakiet Usług Assistance, karta rabatowa do sieci spożywczej i IKZE – program zabezpieczenia emerytalnego na specjalnych warunkach.

„To ludzie tworzą sukces naszej firmy” – hasło to towarzyszy organizacji od wielu lat. To dzięki pracownikom, ich zaangażowaniu i codziennej pracy Castorama wzmacnia swoją pozycję lidera rynku DIY/home improvement. Hasło to odzwierciedla również realizowaną przez spółkę strategię w zakresie tworzenia jak najlepszych warunków zatrudnienia. Działania dedykowane pracownikom były wielokrotnie doceniane przez zewnętrzne podmioty, czego skutkiem są otrzymywane nagrody i wyróżnienia. Castorama szczerzy się prowadzeniem Odpowiedzialnego Biznesu, którego jednym z aspektów jest budowanie dobrych relacji z pracownikami.

Magdalena Klimek

Reklama

LEWIATAN
POLSKA SIEĆ HANDLOWA

DOBRY PRACODAWCA 2016

JAKOŚĆ * ZAUFIANIE * TENOMA
SUPER MARKA
2017

**Polska Sieć Handlowa Lewiatan wyróżniona tytułem „DOBRY PRACODAWCA 2016” oraz „SUPER MARKA 2017”.
DZIĘKUJEMY ZA ZAUFIANIE!**

Dariusz Korek,
Dyrektor Zarządzający
Astek Polska Sp. z o.o.

Tytuł Dobry Pracodawca 2016 Liderzy Społecznej Odpowiedzialności to dla ASTEK Polska duże wyróżnienie i zarazem potwierdzenie, że jesteśmy firmą wiarygodną, z którą warto współpracować, dla której najważniejszym kapitałem niezmiennie są pracownicy.

Bycie społecznie odpowiedzialnym to przede wszystkim bowiem inwestycja w zasoby ludzkie, a kształtowanie pozytywnego wizerunku firmy wśród pracowników sprawia, że rośnie do niej zaufanie, co nie tylko zatrzymuje tych najlepszych, ale i przyciąga nowych.

Najważniejszą wartością są dla nas ludzie. Korzystamy z dostępnych środków, aby w pełni wykorzystać ich potencjał, motywujemy do zwiększania swoich kompetencji zawodowych i dbamy o różnorodność projektów, przy których pracują.

Konsultanci ASTEK pracują w ramach zdefiniowanych centrów kompetencyjnych skupiających specjalistów z danej dziedziny technologii. Pozwala to nie tylko na stałe podnoszenie poziomu kompetencji naszych konsultantów ale przede wszystkim ciągłą wymianę doświadczeń oraz najlepszych praktyk w ramach danej grupy technologicznej.

Odpowiedzialny biznes to wg nas także kreowanie przyjaznego miejsca pracy – odpowiednią atmosferę w zespołach zapewniają lokalne oraz ogólnopolskie spotkania i imprezy integracyjne.

Ponadto każdy z pracowników ASTEK otrzymuje wsparcie dedykowanego Account Managera w zakresie podnoszenia kompetencji poprzez indywidualnie planowaną ścieżkę rozwoju.

Nasi menedżerowie cechują się nie tylko wieloletnim doświadczeniem w obszarze IT, lecz także kompetencjami miękkimi, dzięki którym inspirują do rozwoju i budowania wartościowych relacji pomiędzy współpracownikami.

 **ASTEK** Polska
Tworzymy zespół ekspertów

Już od 10 lat
tworzymy zespół ekspertów
w usługach outsourcingu IT
i realizacji projektów informatycznych
dla liderów bankowości, ubezpieczeń,
telekomunikacji, hi-tech,
farmacji i logistyki.



Kolejny raz zostaliśmy wyróżnieni w Rankingu Gazele Biznesu, który przedstawia najbardziej dynamiczne polskie przedsiębiorstwa oraz w Programie Dobry Pracodawca - Liderzy Społecznej Odpowiedzialności.



Zapraszamy do współpracy!

www.astek.pl



Dobry pracodawca, czyli jaki?




Stosunek pracy to wbrew pozorom relacja bardziej złożona, niż na pierwszy rzut oka może się wydawać. Dziś o tym, czy pracodawca jest postrzegany jako dobry, decyduje nie tylko terminowa wypłata pensji, ale jeszcze kilka innych czynników. Gdzie zatem leży klucz do sukcesu?

Po pierwsze ROZWÓJ

Podstawą sukcesów naszej firmy – POLOmarketu – są nasi pracownicy. To oni każdego dnia reprezentują markę przed klientami i nasze wartości, którymi kierujemy się w działalności. Umiejętności każdego z nich połączone z duchem pracy zespołowej, motywacją i poczuciem odpowiedzialności decydują o rozwoju naszego przedsiębiorstwa. Dlatego traktujemy ich jako nasz największy kapitał i stwarzamy im jak najlepsze warunki do rozwoju – inwestujemy w szkolenia, planujemy ścieżki kariery i zapewniamy możliwości awansu wewnątrz organizacji.

Po drugie MOTYWACJA

Odpowiednio zmotywowany pracownik to pracownik zadowolony i skuteczny. I bynajmniej nie chodzi jedynie

o motywację finansową. Oczywiście jest ona istotna, ale badania pokazują, że równie ważne są czynniki pozapłacowe, takie jak atmosfera w pracy, pakiet socjalny czy możliwości rozwoju. W POLOmarkecie staramy się, aby nie zabrakło żadnego z elementów tej układanki. Dbamy też o rodziny naszych pracowników, dla których przygotowujemy paczki z okazji różnych świąt, organizujemy pikniki i spotkania świąteczno-noworoczne.

Po trzecie DOCENIANIE

Docenianie pracownika to przede wszystkim wymiar finansowy, dlatego w tym roku zdecydowaliśmy się na podniesienie płacy zasadniczej wszystkim pracownikom naszej sieci. Z doświadczenia wiemy, że praca w handlu jest ciężka. Dlatego w miarę możliwości i w zależności od wyników handlowych staramy się

zapewnić naszym pracownikom godziwe wynagrodzenie.

Na koniec warto dodać, że nasze wysiłki zostały zauważone i docenione nie tylko przez naszych pracowników. W grudniu 2016 r. otrzymaliśmy tytuł „Dobrego Pracodawcy 2016” w uznaniu naszego sposobu zarządzania naszym najcenniejszym kapitałem: ludźmi.



Czy wiesz, że POLOmarket otrzymał tytuł „Dobrego Pracodawcy 2016”?

Dołącz do naszej ekipy i przekonaj się, jak ciekawa i rozwojowa jest praca w handlu!

www.polomarket.pl/kariera



Beata Zielińska,
Dyrektor Personalny
POLOmarket Sp. z o.o.

Zdobycie tytułu Dobrego Pracodawcy 2016 to dla nas zaszczyt, ale też wielka satysfakcja. W Grupie POLOmarket traktujemy pracowników jako nasz

największy kapitał i staramy się stwarzać im takie warunki pracy, aby chcieli z nami pozostać jak najdłużej. Otrzymane wyróżnienie pozwala nam wierzyć, że podejmowane przez nas działania na rzecz naszych pracowników są doceniane i zauważane przez rynek.

Nasza polityka personalna opiera się na trzech podstawowych filarach: godziwym wynagrodzeniu za pracę, bogatym pakiecie pozapłacowych benefitów i systemie szkoleń promującym awans wewnętrzny.

Pierwszy filar – czyli nieodbiegające od rynkowych standardów zarobki – to jeden z najistotniejszych czynników, dla których ludzie decydują się podjąć pracę w handlu. Kto kiedykolwiek pracował w branży ten wie, że nie jest to lekki kawałek chleba. Dlatego w zeszłym roku podnieśliśmy podstawowe wy-

nagrodzenie pracowników zatrudnionych w naszych sklepach i nie wykluczamy kolejnych podwyżek. Oferujemy też bezpłatne dla pracownika rozwiązanie w postaci umowy o pracę pozbawionej okresu próbnego.

Bogaty pakiet pozapłacowych benefitów to drugi element istotny z punktu widzenia pracownika. Zapewnia je Karta Pracownika, którą otrzymują wszystkie osoby zatrudnione w POLOmarkecie. Nasi pracownicy i ich rodziny są objęci programem prywatnej opieki zdrowotnej, mają też możliwość wykupienia ubezpieczenia na życie na bardzo atrakcyjnych warunkach. Karta Pracownika to również zniżki pracownicze w naszych sklepach. Nie zapominamy o dzieciach naszych pracowników, które z różnych okazji otrzymują od sieci paczki.

Nie bez znaczenia jest też polityka szkoleniowa, która obejmuje wszystkich pracowników i wspiera awans wewnętrzny. Oferujemy naszym pracownikom szkolenia podstawowe, specjalistyczne i podnoszące kwalifikacje zawodowe.

POLOmarket to polska sieć supermarketów, zbudowana od podstaw z zaangażowaniem wyłącznie polskiego kapitału. Zaczynaliśmy w 1997 r. od dwudziestu siedmiu sklepów. Dziś POLOmarket to blisko dwieście dziewięćdziesiąt nowoczesnych placówek obecnych zarówno w małych, jak i dużych miastach na terenie całej Polski. Jesteśmy ulubionym miejscem zakupów milionów Polaków. Miesięcznie odwiedza nas ponad 8,6 milionów klientów w całym kraju

Najważniejszy jest charakter

Rozmowa z Michałem Sapotą, Prezesem Zarządu Murapol S.A.



Od 4 pracowników, do ponad 350. Z 10 sprzedawanych mieszkań miesięcznie, do lidera na polskim rynku deweloperskim. Z budowy mieszkań, do holdingu zajmującego się wieloma branżami. Jak to się robi?

Ciężką, codzienną pracą. W pewnym sensie panuje u nas protestancki etos pracy. Dobrze wykonana sama w sobie jest wartością. Od początku istnienia firmy przyjęliśmy zasadę, że wszystkie kompetencje związane z rynkiem nieruchomości musimy gromadzić w organizacji i nieustannie je rozwijać. Konsekwentnie, wraz ze skalą działalności, systematycznie rośnie zatrudnienie oraz poszerza się zakres specjalizacji, które gromadzimy. W efekcie, zbudowaliśmy holding firm, które zarówno na potrzeby Murapolu, ale także dla zewnętrznych Klientów, są w stanie wykonać dowolne zlecenie

związane z branżą nieruchomości na najwyższym poziomie jakości.

O sile firmy często stanowią ludzie w niej pracujący, żyjący dla niej. Tak samo wygląda to w Murapolu?

Ludzie to absolutny fundament. Bez nich nie byłoby nawet tego wywiadu. Zaangażowanie i profesjonalizm naszych ludzi decyduje o tym, że firma się rozwija w takim tempie i na taką skalę.

Duża dynamika wzrostu, to także spore możliwości. Nie tylko dla firmy, ale również dla jej pracowników. Wiąże się z tym konieczność rozwoju kadry. Nowe stanowiska, to z kolei nowe obowiązki, nowe wyzwania. Jak to wygląda w Państwa spółce?

To prawda. Rozwój powoduje, że z jednej strony musimy systematycznie zwiększać zatrudnienie, z drugiej skutkiem jest rozwój struktury organizacyjnej i konieczność rozszerzania managementu na wszystkich szczeblach. Dlatego bardzo ważne jest stałe podnoszenie oraz rozwijanie kompetencji. Osiągamy to poprzez szkolenia zewnętrzne i wewnętrzne, zarówno z zakresu twardych umiejętności merytorycznych, ale również, co szczególnie ważne – kompetencji miękkich, które pozwalają lepiej i efektywniej poruszać się po dużej, rozproszonej organizacji.

Tak szybki wzrost sprzedaży Murapolu i pozycja lidera wskazują, że mają Państwo najlepszych fachowców właśnie u siebie. Ale dowiedziałam się, że ludzie pracujący na stanowiskach top managementu awansowali na nie pracując przez wiele lat na swojej pozycję w spółce. Nie ściągaliście więc ekspertów z zewnątrz.

To prawda. Stawiamy na awanse wewnętrzne, kluczowe tutaj jest to, że na stanowiskach kie-

rownicznych muszą znajdować się ludzie, którzy doskonale znają spółkę, rozumieją jej cele oraz wyznają jej wartości. To muszą być ludzie, którzy zostaną z firmą na dobre i na złe. Szczególnie na złe. Każdy biznes, to nie tylko sukcesy, ale przede wszystkim problemy i wyzwania, to szereg różnego rodzaju ryzyk, zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych. Kiedy przychodzi kryzys i trzeba się zmierzyć z trudnościami, to wtedy okazuje się, jak ważni są ludzie, którzy są gotowi z tymi przeciwnościami walczyć.

Aby przekonać ich, że właśnie tutaj zrobią karierę, zapewniamy im Państwo stabilną i przejrzystą ścieżkę rozwoju zawodowego?

Jesteśmy firmą, która ciągle jest w fazie rozwoju, nieustannie eksplorujemy nowe obszary w biznesie nieruchomości, rozwijamy już posiadane kompetencje. Jesteśmy bardzo żywą organizacją, w której świetnie poczuje się każdy, dla kogo rozwój zawodowy jest ważny, każdy, kto lubi wyzwania i chce się mierzyć z trudnymi zadaniami. A najlepsi mają zawsze szansę na awans.

Jaki jest według Pana profil idealnego pracownika, którego poszukujecie? Jakie cechy powinien posiadać?

Nie szukamy ideałów. Podstawowe kryterium to cechy charakteru. Szukamy osób, które chcą pracować, chcą się rozwijać, dla których kariera zawodowa jest ważna i potrafią się zaangażować. Każdy ma jakieś talenty, które można wykorzystać w organizacji. Kwestia, czy takiej osobie zależy na tym, aby te talenty rozwijać. Niestety nie zawsze tak jest. Nie chcemy pracować z ludźmi, którzy pracę traktują jak karę albo przykry obowiązek. Jeśli kandydat ma w sobie odpowiednio dużo motywacji





do pracy, to jego kompetencje merytoryczne nie są wtedy tak istotne. Kompleksową wiedzę na najwyższym poziomie każdy pracownik jest w stanie uzupełnić w krótkim czasie. Niezależnie czy będzie to architekt, prawnik czy finansista lub sprzedawca.

Mając na uwadze wiele lat Pana doświadczeń, co mógłby Pan doradzić tym, którzy właśnie

teraz decydują o swojej przyszłości, o tym, w którym kierunku iść, jaką pracę wybrać?

Zeby przede wszystkim poprzez pracę się rozwijali i myśleli o tym z dłuższą perspektywą czasową, niż tylko do pierwszej wypłaty. Im jesteś lepszy, tym w naturalny sposób rośnie twoja pozycja na rynku. To jest kapitał, którego nie da się kupić, czy zastąpić. Czasem można mieć szczęście, ale to nie jest sposób na zrobienie kariery. Waż-

ne, żeby się uczyć i rozwijać, robić to w sposób świadomy. To sprawi, że w przyszłości taka osoba będzie niezależna od sytuacji na rynku pracy, będzie sama decydować o sobie. To jest bardzo komfortowe, kiedy masz świadomość, że rynek walczy o Ciebie ze względu na poziom profesjonalizmu. Stanowiska i pieniądze przyjdą wtedy same.

Rozmawiała Julia Gajda

Jak skutecznie budować biznes pamiętając o ludziach?

Grupa Murapol jest jednym z liderów rynku mieszkaniowego w Polsce. Za sukcesem stoją ludzie. Jak udało się Państwu stworzyć zespół, który to osiągnął?

Faktycznie ludzie są podstawą naszego sukcesu i gwarancją rozwoju Grupy. Tak jest niezmiennie od 16 lat, czyli od momentu, kiedy nasz największy akcjonariusz, Michał Dziuda, zdecydował się na utworzenie Murapolu. Od tamtej pory przewinął się u nas szereg osób, z których z czasem ukształtowała się grupa liderów w różnych obszarach. To osoby, które trafiły do spółki 14, 10 czy 8 lat temu i to one stanowią nasz top management. Na nich spoczywa odpowiedzialność za firmę, wokół nich kształtują się kolejni liderzy, budują się zespoły, kompetencje, kariery.

Czym wyróżnia się Państwa organizacja w porównaniu do innych dużych, ogólnopolskich firm?

Przed wszystkim nie jesteśmy korporacją i umiemy wykorzystywać indywidualne predyspozycje i umiejętności. Biznesowo jesteśmy organizacją „agresywną”, nastawioną na osiągnięcie celów i permanentny rozwój. Im

większa i silniejsza organizacja, tym stabilniejsza firma, pozwalająca, by każdy z pracowników widział dla siebie w niej długą perspektywę pracy i możliwość awansu. U nas ciągle coś się dzieje, coś zmieniamy, poprawiamy, szukamy doskonałości we wszystkich obszarach, nie godzimy się na przeciętność. Większość osób, które do nas trafiają, to ludzie na starcie karier zawodowych, z dużym zapałem. Jesteśmy bardzo dynamiczni. Obserwujemy organizację, zachodzące w niej relacje i reagujemy na bieżąco, starając się dopasowywać strukturę do potrzeb biznesowych z maksymalnym wykorzystaniem kompetencji naszych ludzi.

Kadrę tworzy ponad 300 pracowników działających w 12 miastach w Polsce. Na co należy zwracać uwagę zarządzając tak dużym, rozproszonym zespołem o zróżnicowanych specjalizacjach?

Ostatnie kilka lat, to gwałtowny, kilkukrotny wzrost zatrudnienia oraz pojawienie się szeregu nowych specjalizacji. Do tego dochodzi ciągły rozwój geograficzny. Chcemy stać się organizacją międzynarodową i prowadzić działalność

w wielu krajach europejskich. Pracujemy nad tym, aby udoskonalać środowisko pracy, poprawiać komunikację na wszystkich poziomach oraz współpracę pomiędzy poszczególnymi działami. Fundament nie tkwi w tym, ile kupimy działek czy ile mieszkań sprzedamy, ale w tym, jak przebiegają procesy, które prowadzą do tych celów.

Jaką ważną rolę w tym zakresie odgrywa zarząd?

Zarząd jest zaangażowany we wszystkie procesy, jakie przebiegają w firmie, co daje stały, bezpośredni kontakt z większością kadry. Managerowie doskonale wiedzą, czego muszą się uczyć pracownicy na niższych szczeblach. Inne kompetencje potrzebne były 8 lat temu, kiedy było nas 30 osób. Dziś ważny jest rozwój umiejętności miękkich, szczególnie interpersonalnych.

Czy inwestując w podnoszenie kwalifikacji swoich pracowników nie obawiają się Państwo odplywu wyszkolonych ludzi? Co firma im oferuje, aby ich zatrzymać?

To, że ludzie odchodzą jest naturalną sytuacją i różne są tego powody. Czasem komuś nie od-

powiada presja na osiągnięcie celów. Dla mnie ważne jest, że czas, który te osoby spędziły z nami, wykorzystywały do tego, aby się rozwinąć. Jako organizacja biznesowa musimy zarabiać, aby istnieć, to z kolei wymaga osiągnięcia ustalonych wyników, w określonym czasie i w odpowiedniej jakości. Ludzie, którzy chcą być z nami, muszą to rozumieć i się dostosować. W zamian stwarzamy im możliwość rozwoju osobistego, wspieramy w osiąganiu osobistych celów poprzez odpowiednie wynagrodzenie, ułatwianie nauki, a także wsparcie w osobistych problemach. Oferujemy benefity, ale celem samym w sobie nie jest to, żeby ludzi zatrzymać, ale aby mieli komfort pracy i życia.

A w jaki sposób budują Państwo ducha współpracy pomiędzy specjalistami odpowiadającymi za poszczególne etapy inwestycji?

Podstawą jest poczucie wspólnego celu. Na przykład architekt musi rozumieć, że jego praca ma wpływ na zadania realizowane przez inżyniera czy doradcę klienta. Staramy się budować wewnętrzną odpowiedzialność u pracowników, nie tylko za to, co robią sami, ale również za pracę całej firmy. Jesteśmy otwarci, ale jednocześnie wymagający. Chcemy wpływać na nasze otoczenie i je kształtować, nie godzimy się z bylejakością. Chętnie przywitamy u siebie nowych ludzi, którzy chcą się mierzyć z takimi wyzwaniami.

W działaniach CSR Murapol również wspiera szereg inicjatyw zewnętrznych. Czym kierują się Państwo, wybierając określone projekty społeczne?

Czasem są to działania zaplanowane, innym razem zupełnie spontaniczne, które z czasem



wrastają w organizację. Bliski nam jest sport, stąd decyzja o wsparciu Akademii Piłkarskiej 21 z Krakowa była dla nas oczywistą decyzją, tym bardziej, że stoją za nią ludzie, których znamy, gwarantując, że środki przez nas przekazane zostaną wykorzystane w najlepszy sposób. Wspieramy Szlachetną Paczkę i każdego roku zasięg naszego działania rośnie. Angażujemy w ten sposób naszych pracowników, bo to oni

wybierają rodziny, którym pomagamy. Wspieramy PCK, które kupuje dzieciom pomoce naukowe w Bielsku-Białej, fundację Prometeusz, która organizuje wyjazdy wakacyjne dla dzieci z Krakowa i wiele innych inicjatyw. Większość działań kierujemy do dzieciaków, bo to nasza przyszłość jako społeczeństwa.

Rozmawiała Julia Gajda



Dobre samopoczucie i wydajność

– kluczowe aspekty w nowoczesnym środowisku pracy



” Przestrzeń biurowa w Polsce podlega dynamicznym zmianom. Popularne biura „open space” ustępują miejsca elastycznym rozwiązaniom, w których pracownik ma coraz większy wpływ na otoczenie w którym pracuje.

Ewolucja nowoczesnej przestrzeni biurowej w Polsce znacząco różniła się od tej, jaka miała miejsce w bardziej rozwiniętych krajach zachodnioeuropejskich. Silny wpływ standardów międzynarodowych po 1989 r. spowodował przyrost dużej liczby nowoczesnych budynków biurowych, podczas gdy względy kosztowe przyczyniły się do ogromnej popularności aranżacji przestrzeni biurowej w stylu „open space”. Obecnie tego rodzaju przestrzenie coraz częściej ustępują miejsca bardziej elastycznym aranżacjom, wspierającym efektywność pracy.

Bez względu na stanowisko zajmowane w firmie oczekiwania względem idealnego miejsca pracy w Polsce są dość podobne. W latach 2015-2016 firma CBRE przeprowadziła ankietę „Jak chcemy pracować?”, według której najważniejszymi aspektami środowiska pracy w biurze są: możliwość kontroli otoczenia (poziom hałasu, temperatura) i dostęp do światła dziennego.

Wiele firm zdecydowało się ostatnio na zmianę aranżacji przestrzeni. Obecnie najbardziej liczy się wysoka wydajność, która jest kluczowym pojęciem w dzisiejszych trendach w zarządzaniu.

Jak podejść do zmiany?

Jeśli zmiana sposobu pracy w organizacji nie zostanie zaakceptowana przez pracowników, może skutkować wzrastającym niezadowolaniem i w rezultacie przełożyć się na spadek produktywności. Istnieje szereg aktywności, które mogą zostać podjęte w celu zniwelowania negatywnych konsekwencji zmiany środowiska pracy. Należą do nich: **PRZEPROWADZENIE AUDYTU** w celu zidentyfikowania problematycznych dla pracowników aspektów; **KONTROLA ŚRODOWISKA PRACY** (temperatura, poziom hałasu, dostęp do światła dziennego) to najważniejsze czynniki wskazane przez pracowników. Ciche strefy, budki telefoniczne i pokoje do wewnętrznych spotkań to najbardziej efektywne sposoby na zwiększanie kontroli nad środowiskiem pracy w biurze typu „open space”. Angażowanie pracowników poprzez **TWORZENIE GRUP ROBOCZYCH** mających realny wpływ na konkretne aspekty nowego biura. Organizowanie **WIZYT W INNYCH BIURACH**, w których z sukcesem wdrożone zostały rozważane rozwiązania. Zachęcanie pracowników do **WYRAŻANIA SWOICH OPINII** na temat

nowych rozwiązań w biurze. Przeprowadzenie **BADANIA SATYSFAKЦИИ PO ZMIANIE BIURA**, pokazanie pracownikom rezultatów i umożliwienie wprowadzenia drobnych zmian.

Wnioski

Wniosek 1: W związku z tym, że rynek usług w Polsce zaczął rozwijać się po zmianie ustrojowej, przeciętny menedżer jest zazwyczaj znacznie młodszy, niż osoby na tym samym stanowisku w krajach Europy Zachodniej. Większość osób na stanowisku menedżera jest w wieku 25-50 lat, a więc należy do pokolenia X lub Y. Starsi pracownicy (w wieku powyżej 50 roku życia) weszli na rynek pracy przed przewrotem ekonomicznym w 1989 r. i charakteryzują się znacząco innymi opiniami różniącymi się od reszty społeczeństwa.

Wniosek 2: Niezależnie od grupy wiekowej oraz funkcji pełnionej w firmie, opinie ankietowanych na temat kluczowych aspektów analizowanych układów biurowych są zbliżone. Jednakże, **młodsze generacje są znacznie bardziej pozytywnie nastawione do układu typu „open space” oraz biura ela-**



stycznego. Ta sama grupa wiekowa jest jednocześnie bardziej sceptyczna w stosunku do pracy z domu i biur coworkingowych.

Wniosek 3: Większość ankietowanych wskazała, że możliwość kontroli otoczenia to najistotniejszy element miejsca pracy. Szczególnie zainteresowanie pokojami cichej pracy, pokojami spotkań oraz budkami telefonicznymi dowodzi, że **pracownicy biurowi byłoby bardziej skłonni akceptować interaktywne biura, jeśli zapewniłoby się im udogodnienia umożliwiające jednocześnie pracę w skupieniu.**

Wniosek 4: Postrzeganie środowiska pracy w Polsce obarczone jest wieloma stereotypami. Po pierwsze, pracownicy biurowi mają tendencję do bardziej pozytywnego postrzegania układów biurowych, z którymi mają już doświadczenie. Po drugie, **najniższy poziom stereotypów dotyczy biur w układzie gabinetowym, natomiast najwyższy odnosi się do postrzegania biur elastycznych.**

Wniosek 5: Nie istnieje uniwersalne rozwiązanie biurowe, które będzie odpowiada-

ło każdej instytucji. Zgodnie z tym, co pokazała publikacja CBRE Fast Forward 2030 – podejście „jedno rozwiązanie pasuje wszystkim” z reguły daje odwrotny skutek – „jedno rozwiązanie nie pasuje nikomu”. Charakter biura powinien w każdym przypadku wynikać z kultury korporacyjnej konkretnej firmy i być wykorzystywany jako narzędzie do kształtowania wizerunku organizacji.

Daniel Bienias,
Dyrektor Zarządzający CBRE w Polsce



Elżbieta Tiszchenko,
HR Manager
CBRE Sp. z o.o.

W CBRE doskonale wiemy, że naszym największym kapitałem są nasi pracownicy. W obliczu niezwykle konkurencyjnego obecnie rynku pracownika, pozyskiwanie oraz zatrzymywanie talentów powinno stanowić priorytet każdej organizacji.

Już od kilku lat obserwujemy ewolucję potrzeb pracowników wobec miejsca pracy, zmieniające się trendy w kulturze organizacyjnej w firmach na całym świecie oraz wpływ, jaki na lojalność i zaangażowanie pracowników ma postawa pracodawcy. Z przeprowadzonych przez nas badań wynika, że aż 80% pracowników przyznaje, że oferta firmy w zakresie strategii dbałości o dobre samopoczucie będzie czynnikiem decydującym o zatrudnieniu i zatrzymaniu ich przez okres następnych 10 lat. To dowód na to, że realizacja zasad odpowiedzialnego biznesu nie jest już działaniem fakultatywnym, lecz niezbędnym dla każdej organizacji, która dba o wizerunek dobrego pracodawcy oraz zdaje sobie sprawę z jego bezpośredniego przełożenia na biznes.

Tytuł Dobrego Pracodawcy 2016 traktujemy zarówno jako wyróżnienie, jak i potwierdzenie, że prowadzona przez nas strategia budowania partnerskich relacji z pracownikami daje pozytywne efekty. W CBRE przykładamy szczególną uwagę do tworzenia atmosfery wzajemnego szacunku i wsparcia, w celu budowania zaangażowanych, zgranych zespołów. Kadra zarządzająca oraz menedżerowie motywują do wzajemnej współpracy i komunikacji między zespołami, inicjując różne formy integracji, co kreuje unikalną atmosferę pracy.

Wiemy, że dbanie o pracowników to przede wszystkim inwestowanie w ich rozwój oraz zapewnienie im ku temu jak najlepszych warunków.

Do każdego z pracowników podchodzimy indywidualnie: wspieramy w doborze ścieżki kariery, organizujemy programy mobilności, dofinansowujemy naukę oraz organizujemy programy szkoleniowe w ramach CBRE Academy. Ceniemy ludzi kreatywnych, ambitnych i wykazujących inicjatywę, dlatego mocno wspieramy oddolne projekty naszych pracowników, zarówno te w sposób bezpośredni związane z biznesem, jak i te o wymiarze społecznym.

Działania CSR, mające promować wśród pracowników ideę odpowiedzialności społecznej, stanowią dla nas podłoże do budowania silnej relacji wewnątrz organizacji. Wspieramy zaangażowanie pracowników w projekty charytatywne, wydarzenia dobroczynne oraz kampanie społeczne, takie jak między innymi udział w globalnej akcji podnoszenia świadomości społecznej nt. autyzmu czy charytatywnym turnieju siatkówki plażowej branży nieruchomości komercyjnych. Odpowiedzialność społeczna to dla nas również aktywność wspierająca ekologię i ochronę środowiska, jak ograniczenie drukowania dokumentów, nie korzystanie z plastikowych butelek czy segregację odpadów.

Obecnie ok. 90% czasu spędzamy w budynkach. To sprawia, że promowanie wśród pracowników zdrowego trybu życia, dzięki takim działaniom jak propagowanie koncepcji work-life balance czy dofinansowanie aktywności sportowej, uznajemy za priorytet, który ma bezpośredni wpływ na zdrowie i samopoczucie naszych pracowników.

Chcemy, aby nasi pracownicy wiedzieli jak bardzo ceniemy ich zaangażowanie, dlatego gwarantujemy im możliwość rozwoju w strukturze firmy oraz prowadzimy strategię motywowania i nagradzania w postaci bonusów, premii oraz nagród jubileuszowych. Gwarantujemy także pracownikom mniej zamożnym lub znajdującym się w trudnej sytuacji finansowej wsparcie w postaci dofinansowania w ramach Zakładowego Funduszu Świadczeń Społecznych.

Zdajemy sobie również sprawę z tego, że potrzeby naszych pracowników zmieniają się. Zależy nam, aby zmieniać się razem z nimi, dlatego raz w roku organizujemy badanie zaangażowania, które pozwala nam poznać ich opinie, pomysły oraz potrzeby. W ten sposób staramy się zadbać o to, aby tytuł Dobrego Pracodawcy, w oczach naszych pracowników, był aktualny co roku.



Przyjazne państwo, plany gospodarcze i edukacja muszą wspierać rozwój przedsiębiorstw

„Istotą skutecznej edukacji zawodowej jest przewidywanie potrzeb rynkowych i kształcenie młodych ludzi w zawodach dających im szansę na zatrudnienie, a nie kształcenie w zawodach, na które nie ma zapotrzebowania rynkowego. W przeciwnym wypadku będziemy wydawać publiczne pieniądze na kształcenie bezrobotnych i marnotrawić potencjał ludzi oraz nasze podatki. Z kolei rolą pracodawców jest tworzenie odpowiednich warunków pracy, zaplecza socjalnego i możliwości stałego rozwoju. Fundamentalne znaczenie ma tu zatem współdziałanie wielu obszarów gospodarki, w tym państwa, nauki i przedsiębiorstw.

„Pojęcie przyjazne państwo pozostaje sloganem zapisanym na papierze”

Największym kapitałem każdego przedsiębiorstwa są pracownicy, którzy poprzez swoje zaangażowanie stają się współzarządzającymi firmą, bezpośrednio wpływając na jej pozycję rynkową. Rolą pracodawców jest zatem takie kształtowanie środowiska pracy, by było maksymalnie przyjazne. Niesie to bezpośrednio za sobą dynamiczny i stały rozwój firm, który z kolei warunkuje rozwój gospodarki całego kraju. Do tego jednak potrzebna jest administracja państwowa, która stymuluje te procesy, zwłaszcza w odniesieniu do polityki fiskalnej. Niestety niemal każdego dnia docierają do nas przykłady problemów, z jakimi borykają się firmy, które zamiast skupić się na prowadzeniu biznesu, tak, aby był on konkurencyjnym, wobec agresywnej ekspansji zagranicznych korporacji, muszą poświęcać wiele energii

i czasu na borykanie się z przeciwnościami natury administracyjnej, fiskalnej i prawnej. – Marzy mi się, że nastanie taki czas, kiedy przedsiębiorca w tym kraju nie będzie traktowany jak potencjalny oszust i złodziej, ale jako ten, którego państwo doceni, że istnieje ono właśnie dzięki przedsiębiorstwom – mówi **Janusz Urbanik**, Prezes Zarządu firmy Vantor Sp. z o.o., polskiego przedsiębiorstwa z Dębicy, jednego z największych pracodawców na Podkarpaciu, odnoszącego od wielu lat międzynarodowe sukcesy w realizacji montażu izolacji termicznych oraz produkcji systemów klimatyzacyjnych i wentylacyjnych, spawaniu konstrukcji stalowych oraz kompleksowej budowie i serwisie rurociągów, a także platform wiertniczych. Firma ta prowadzi także leasing pracowniczy, głównie w zakresie realizacji zadań w Norwegii. – Z własnego doświadczenia, jak również z doświadczenia innych znanych mi przedsiębiorców wiem – dodaje J.

Urbanik – że pomimo dotychczasowych ustaw, mających podobno chronić przedsiębiorców – konsekwencje różnych interpretacji przez poszczególne organy państwa tych samych przepisów prawa, są przerzucane na podatników. Sprowadza się to do tego, że to przedsiębiorcę obarcza się winą za to, że jakiś przepis zastosował tak, jak powszechnie jest on stosowany, a nie tak, jakby w konkretnej sprawie życzył sobie tego urzędnik. Jeśli administracja państwowa nie chce lub nie potrafi pomóc przedsiębiorcy, to niech przynajmniej nie traktuje przedsiębiorcy jak przeciwnika, którego należy pokonać. To jest zaprzeczenie służebnej roli państwa wobec swojego obywatela. To wręcz działanie na niekorzyść państwa, bowiem osłabiając przedsiębiorcę osłabia się polską konkurencyjność – dodaje prezes Janusz Urbanik. Jego zdaniem administracja państwowa często nie dostrzega zmian biznesu i jego otoczenia krajowego oraz międzynarodowego. Nie



stara się słuchać i zrozumieć argumentów przedsiębiorcy, kurczowo trzymając się swojej „urzędniczej” wizji, powołując się na uprawnienie do swobodnej oceny, często jedynie z perspektywy biurka urzędniczego, bez jakiegokolwiek doświadczenia w prowadzeniu biznesu. – My, jako obywatele, powinniśmy żyć w poczuciu zaufania do działań państwa i jego administracji, które z założenia mają na celu wspólne dobro. Ale do prawdy trudno mówić o zaufaniu, w sytuacji, gdy administracja sama sobie nie ufa i jeden organ państwowy dąży do podważenia ustaleń innego organu, tylko z tego względu. Z moich obserwacji wynika, że większość wysiłku administracji poświęcane jest na uzasadnienie takich działań, co sprawia, że konkretna sprawa przedsiębiorcy, w swej istocie, schodzi już na dalszy plan. Obecnie mam odczucie, że to przedsiębiorcy są dla przepisów, a nie przepisy dla nas, jak być powinno i jak to się dzieje w krajach o rozwiniętych i silnych gospodarkach. Dla mnie, jako dla przedstawiciela biznesu, takie działania nie mają nic wspólnego z przyjaznym państwem, do którego dążymy, i w którym przecież wszyscy chcemy żyć – zaznacza J. Urbanik. Bardzo często postępowania takie nie dają szans przedsiębiorcy na satysfakcję z doczekania się sprawiedliwości przed sądem, ponieważ wcześniej nałożone kary finansowe, doprowadzają przedsiębiorcę do upadłości, gdyż aparat państwowy pozostaje niewzruszony na odwołania od tych decyzji. Postępując w taki sposób państwo i jego organy nigdy nie będą przyjazne dla swojego obywatela i nie będą przez niego akceptowane. W taki sposób buduje się dwa światy – państwowy i obywatelski.

„Chcemy być nadal rzetelnym i uczciwym partnerem”

Pozycja rynkowa przedsiębiorstwa, to przede wszystkim wynik efektywnej, kompetentnej, zaangażowanej i kreatywnej pracy całej kadry kształtującej wizerunek rzetelnego i uczciwego partnera dla klientów. – To dla nas absolutny priorytet, gdyż tylko taki przedsiębiorca ma szansę na sukces, rozwój i stabilizację, szczególnie na niezwykle wymagających rynkach zagranicznych. Tylko taka „drużyna” jest w stanie stawiać sobie ambitne cele, realizować je zawsze ze stuprocentowym zaangażowaniem – mówi Janusz Urbanik, Prezes firmy Ventor. Właściwe podejście pracowników do codziennych obowiązków decyduje o tym, czy przedsiębiorstwo sukcesywnie się rozwija, ugruntowując swoją pozycję rynkową, czy wręcz przeciwnie – traci ją, poprzez ekonomiczną stagnację i brak zaangażowania zespołu. Na to pozytywne nastawienie do wykonywanych zadań składa się wiele elementów. Jednym z ważniejszych jest lojalność w stosunku do pracodawcy i pełne identyfikowanie się z nim. – Nasi pracownicy wiedzą, że swą wysoką klasę trzeba potwierdzać każdym dniem pracy. Stale trzeba zadawać sobie pytanie, czy nie moglibyśmy zrobić czegoś lepiej, staranniej i bardziej efektywnie? – zaznacza prezes Janusz Urbanik.

Dębicka firma, kładąc szczególny nacisk na politykę pracowniczą, wraz z dynamicznym rozwojem przedsiębiorstwa, jasno określonym i realizowanym planem działania oraz rosnącą liczbą kontraktów, staje przed koniecznością zwiększania zatrudnienia. – Stawiamy na ludzi młodych, odpowiednio wyedukowanych, którzy już na starcie kariery

powinni być doskonale przygotowani do zawodu. Inwestowanie w system nauczania, nakierowany na potrzeby rynku krajowego i globalnego, to najlepsza gwarancja stabilnej przyszłości gospodarczej kraju. Istotą skutecznej edukacji zawodowej jest przewidywanie potrzeb rynkowych i kształcenie młodych ludzi w zawodach dających im szansę na zatrudnienie, a nie kształcenie w zawodach, na które nie ma zapotrzebowania rynkowego. W przeciwnym wypadku będziemy wydawać publiczne pieniądze na kształcenie bezrobotnych i marnotrawić potencjał ludzi oraz nasze podatki. Z kolei rolą pracodawców jest tworzenie odpowiednich warunków pracy, zaplecza socjalnego i możliwości stałego rozwoju – podkreśla Janusz Urbanik. Fundamentalne znaczenie ma tu zatem współdziałanie wielu obszarów gospodarki, w tym państwa, nauki i przedsiębiorstw.

„Trzeba znów mocno stawiać na szkolnictwo zawodowe”

Ventor gwarantuje swoim pracownikom wiele możliwości rozwoju zawodowego i osobistego. – Aby być wciąż o krok przed konkurencją, konieczne są systematyczne szkolenia i podnoszenie kwalifikacji. Naszej kadry zapewniamy nie tylko warsztaty, na których mogą poszerzać wiedzę teoretyczną i doskonalić swoje umiejętności praktyczne, ale także szkolenia produktowe z nowości rynkowych i innowacyjnych rozwiązań wprowadzanych w naszej branży – twierdzi prezes J. Urbanik.

Zagraniczne projekty Ventora realizowane są głównie w krajach skandynawskich, ale



spółka otrzymuje wiele propozycji współpracy m.in. z Anglii, Francji, Korei Południowej. Koniecznością stały się zatem kursy językowe dla pracowników, które spółka finansuje. – Znajomość przynajmniej jednego języka obcego umożliwia komunikację na rynkach zagranicznych, co jest jednym z warunków pracy, ale również wpływa pozytywnie na ogólny rozwój człowieka i podnosi samoocenę. Pracownicy bez obaw podejmują nowe wyzwania zawodowe w wyznaczonym dla nich obszarze i skupiają się na rzetelnym wykonywaniu swoich obowiązków, co ma bezpośredni wpływ na jakość realizowanych przez nich projektów – dodaje prezes Ventora.

Kształtowanie właściwych postaw pracowników zaczyna się już od najmłodszych lat,

a za to powinien być odpowiedzialny przede wszystkim rodzinny dom oraz system szkolnictwa, który w naszym kraju jest daleki od ideału. Nasze doświadczenia pokazują, że tylko właściwa edukacja na każdym poziomie kształcenia i dbałość o rozwój młodych ludzi są w stanie wypracować w nim takie cechy, jak pracowitość, solidność, uczciwość i umiejętność pracy w zespole. Obecnie wielu absolwentów szkół ponadgimnazjalnych i wyższych decyduje się na wyjazd z kraju. Wprowadzanie potrzebnych zmian w systemie kształcenia, także na poziomie szkolnictwa zawodowego, i dbałość zarówno o uczniów, jak i o nauczycieli jest więc nie do przecenienia. Jeśli młodzież będzie odpowiednio wykształcona na miarę oczekiwań rynku pracy, łatwiej znajdzie zatrudnienie

w swoim miejscu zamieszkania. Dlatego właśnie Ventor od 2009 r. rozpoczął stałą współpracę z Zespołem Szkół Zawodowych nr 1 w Dębicy. Firma objęła patronatem klasy zawodowe o profilach, zgodnych z ofertą pracy w przedsiębiorstwie: o kierunku blacharz izolacji przemysłowych oraz kształcące monterów izolacji przemysłowych. Uczniowie klas patronackich mają również możliwość nauki języka norweskiego i angielskiego w multimedialnej sali językowej znakomicie wyposażonej – z inicjatywy i dzięki wsparciu finansowemu Ventor. Taki model współpracy pomiędzy przedsiębiorstwem a szkołą przynosi obustronne, wymierne korzyści. Młodzież otrzymuje zawód, który daje realne szanse na znalezienie zatrudnienia na lokalnym rynku pracy, a przedsiębiorstwo zwiększa swoje szanse na pozyskanie wykwalifikowanej i świadomej kadry, odpowiednio przygotowanej niemal do natychmiastowego wykonywania odpowiedzialnych zadań i realizacji najbardziej skomplikowanych projektów. Ventor propaguje także aktywność fizyczną wśród lokalnej społeczności, zwłaszcza dzieci i młodzieży. Od wielu lat wspiera szkolne kluby sportowe, m.in. piłkarski Międzyszkolny Klub Sportowy przy ZSZ nr 1 w Dębicy, Międzynarodowy Klub Pływacki „Bobry”, Uczniowski Klub Sportowy „Olimp” przy Szkole Podstawowej nr 9 w Dębicy, Dziecięcą Akademię Piłkarską w Dębicy. – Działamy w specyficznej branży, w której wciąż brakuje specjalistów. Decyzja o rozpoczęciu współpracy ze szkołami zawodowymi była więc naturalna. Oczywiście, w aspekcie kształcenia kluczową rolę odgrywa jednak administracja państwowa i lokalny samorząd. To one powinny w sposób szczególny dbać o edukację młodych pokoleń, również poprzez umożliwienie im korzystania z różnego rodzaju narzędzi edukacyjnych – podkreśla prezes Janusz Urbanik, który za zaangażowanie w kształtowanie właściwego modelu edukacji zawodowej w 2012 r. został odznaczony medalem Komisji Edukacji Narodowej.

Światło w tunelu

– Rozwój przedsiębiorstw i państwa jest ze sobą sprzężony: jeśli rozwijają się przedsiębiorstwa, rozwija się też państwo; jeśli upadają przedsiębiorstwa – upada z nimi również państwo – twierdzi J. Urbanik i od razu dodaje, że on jak i wszyscy przedsiębiorcy z nadzieją, ale też i z obawą, wypatrują zapowiadanych zmian, które mają wprowadzić „przełom na linii administracja publiczna – przedsiębiorca”. Liczymy, że proponowane zapisy w Konstytucji Biznesu, takie jak zasada domniemania uczciwości przedsiębiorcy, zasada przyjaznej interpretacji przepisów, zasada pogłębiania zaufania, bezstronności i równego traktowania, czy wreszcie zasada pewności prawa oraz zasada współdziałania organów nie będą kolejnymi pustymi sloganami, ale staną się silnym fundamentem polskiej gospodarki, gospodarki z wielkim potencjałem.

Zuzanna Pawełczyk, Jacek Majewski



Zaangażowanie społeczne w farmacji

Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne LEK-AM Sp. z o.o., to jedna z najdynamiczniej rozwijających się firm branży farmaceutycznej na polskim rynku. Jako nowoczesna spółka koncentruje się nie tylko na produkcji i dostarczaniu nowoczesnych produktów leczniczych, ale również na kształtowaniu pozytywnych relacji z interesariuszami.

Liczba przedsiębiorstw podejmujących działania z zakresu Biznesu Społecznie Odpowiedzialnego systematycznie rośnie, również w tym zakresie, wraz z zaangażowaniem w CSR w firmach produkujących leki i suplementy diety są realizowane w różnorodny sposób, m.in. poprzez kampanie informacyjne, edukacyjne, wspieranie organizacji pacjentów, czy też poprzez działalność charytatywną i sponsoring. Aktywność w tym zakresie, wraz z zaangażowaniem w ochronę środowiska i inwestycje w innowacyjne produkty i technologie są także fundamentem działalności Przedsiębiorstwa Farmaceutycznego LEK-AM.

Na tym polu producent leków w podwarszawskiego Zakroczymia działa wielowymiarowo, zarówno w przestrzeni lokalnej, jak i ogólnopolskiej. Priorytetowo traktowane są takie obszary, jak: mecenat sztuki, sponsoring sportu, wspieranie i rozwój nauk medycznych i farmaceutycznych, m.in. poprzez współpracę z uniwersyteckim środowiskiem naukowym czy partnerstwo merytoryczne. W tym zakresie, w latach ubiegłych, LEK-AM uczestniczył m.in., jako fundator praktyk studenckich, w projekcie Liderzy Ochrony Zdrowia Fundacji im. Lesława A. Pagi, dedykowanemu młodym, zdolnym ludziom, którzy w przyszłości zarządzają będą służbą zdrowia i pla-

cówkami medycznymi. W roku ubiegłym przedsiębiorstwo było także współorganizatorem panelu poświęconego zagadnieniom CSR podczas Europejskiego Forum Jakości.

Działania spółki na rzecz potrzebujących pomocy to również dotacje finansowe i rzeczowe dla m.in. Domowego Hospicjum Dziecięcego „Promyczek” z Otwocka, Przedszkola Publicznego w Zakroczymiu, wsparcie dla Podopiecznego Fundacji AVALON, Fundacji „Zdążyć z Pomocą” oraz wielu wydarzeń charytatywnych. Firma, rzeczowo i finansowo, systematycznie wspiera jedną z misji w Zambii, gdzie znajduje się szpital, hospicjum, przedszkole i szkoła. LEK-AM był również głównym sponsorem XV Charytatywnego Balu Dziennikarzy, siedmiokrotnie Charytatywnego Balu Gwiazd Dobroczynności oraz w roku 2016 dołączył do drużyny „Szlachetna paczka z Edenred”.

Spółka od lat prowadzi również działania na rzecz kultury i sztuki, angażując się w inicjatywy, które często bez zewnętrznego wsparcia nie miałyby szans na realizację. LEK-AM pięciokrotnie był już sponsorem zachodniopomorskiego Festiwalu Sacrum Non Profanum, dwukrotnie wystawy Arsenal Warszawa w Muzeum Niepodległości. Również dofinansowuje pro-

dukcję filmową i teatralną. W zakresie sponsoringu sportowego, dotychczas wspierał nie tylko męski zespół siatkarski AZS, Turniej Koszykówki Polish Youth Hoop Heroes w 2016 r., ale również własne drużyny piłkarskie i koszykarskie, powołane spośród pracowników.

Rok ubiegły był również wyjątkowy dla przedsiębiorstwa ze względu na szereg nagród, którymi firma została uhonorowana, zarówno w zakresie najwyższej jakości produktów, innowacyjności, ale również za swoją działalność społeczną. Szczególnym wyróżnieniem, którym LEK-AM może się poszczycić, jest tytuł Lidera Społecznej Odpowiedzialności – Dobra Firma 2016, który to spółka zdobyła już po raz drugi z rzędu. Nagroda jest potwierdzeniem, że można z sukcesem rozwijać swoją działalność biznesową, będąc jednocześnie firmą społecznie odpowiedzialną.

Joanna Chrustek, Joanna Jakoweńko



Małgorzata Wójcik,
Dyrektor Personalny
Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne
LEK-AM Sp. z o.o.

Z dumą przyjęliśmy wiadomość, że Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne LEK-AM po raz drugi otrzymało tytuł Lidera Społecznej Odpowiedzialności – Dobra Firma 2016. To zaszczyt znaleźć się w gronie firm, które spełniają surowe kryteria weryfikujące zaangażowanie w działalność prospołeczną oraz propracowniczą. Tytuł ten jest dla nas ważnym potwierdzeniem, że umiejętnie łączymy dynamiczny rozwój działalności biznesowej, zatrudniając obecnie 490 pracowników, będąc jednocześnie firmą społecznie odpowiedzialną.

W misji i strategii LEK-AM zobowiązaliśmy się z największą troską wspierać zdrowie pacjentów. Troska ta jest realizowana nie tylko poprzez produkcję najwyższej jakości wyrobów medycznych. Z roku na rok poszerzamy zakres działań, by dbać o szero-

ko rozumiany interes społeczny, ekologię oraz relacje z interesariuszami.

Priorytetowo traktujemy takie obszary jak: mecenat sztuki, sponsoring sportu, wspieranie i rozwój nauk medycznych i farmaceutycznych, m.in. poprzez współpracę z uniwersyteckim środowiskiem naukowym czy partnerstwo merytoryczne. Działania charytatywne spółki na rzecz potrzebujących pomocy to dotacje finansowe i rzeczowe dla licznych fundacji, hospicjów, szkół i przedszkoli.

Dzięki zaangażowaniu pracowników w działania prospołeczne możemy być dumni z działań wolontariatu pracowniczego, który rokrocznie organizuje akcje wspierające wybrane organizacje pożytku publicznego. Działania te wykraczają również poza teren Polski, ponieważ od trzech lat wspieramy jedną z misji w Zambii.

Polityka personalna, realizowana przez Firmę LEK-AM, osadzona jest na paradygmacie, że pracownicy stanowią strategiczny zasób, będący nośnikiem wiedzy i stanowiący siłę napędową naszej organizacji. Stabilność zatrudnienia znajduje odzwierciedlenie w fakcie, że w roku 2017 osiemdziesięciu pracowników odbiera nagrodę jubileuszową za przepracowanie 10 lat w strukturach naszej organizacji. Co sprawia, że pozostają z nami na lata? Środowisko pracy oparte na szacunku i godności, konkurencyjne wynagrodzenie, odpowiednio dopasowany pakiet świadczeń pozapłacowych, możliwość rozwoju kwalifikacji oraz poczucie bezpieczeństwa.



Rynek pracownika w Polsce jest jak ... Yeti

Na trudne pytania związane z polityką kadrową odpowiada nasz ekspert – Andrzej Pomarański, Wiceprezes Polskiego Stowarzyszenia Public Relations.

Czym jest rynek pracownika i jak Pan ocenia to zjawisko?

Dużo się o tzw. rynku pracownika mówi w kontekście braku rąk do pracy w różnych branżach i zawodach, np. ponoć w Polsce brakuje 100 tys. kierowców zawodowych, ale oni i tak wolą pracować za granicą, bo tam lepiej zarabiają. Pojęcie to mocno ostatnio „promują” przedstawiciele branży HR, np. agencji doradztwa personalnego. W statystykach widzimy wprawdzie pewne wzrosty płac w gospodarce (być może po części wymuszone wzrostem płacy minimalnej i minimalną stawką godzinową), ale to wcale nie oznacza, że mamy w pełni rozwinięty i dotyczący całej gospodarki rynek pracownika. Z tym zjawiskiem jest trochę, jak z Yeti: prawie wszyscy o nim słyszeli, ale w „realu” niewiele go spotkało. Jeżeli uda nam się to zjawisko, rozumiane jako zrównoważenie relacji pomiędzy pracobiorcą a pracodawcą oraz zapewnienie pracownikom dobrych warunków pracy oraz sprawiedliwego wynagrodzenia, spotkać to należy uznać je za pozytywne.

Jakie cechy we współczesnych realiach rynku pracy powinien mieć idealny pracodawca, a jakie idealny pracownik? Którego z nich, Pana zdaniem, trudniej znaleźć i czy w ogóle jest to możliwe?

„Pracownik jest największym naszym kapitałem”, „pracownicy są dla nas najważniejsi”, itp. – idealny pracodawca zamiast głośić wciela w życie takie dumne hasła. Ideały nie istnieją, ale w skrócie rzecz ujmując: dobry pracodawca to taki, który w rzeczywistości zapewni dobre

warunki pracy, możliwość rozwoju i wypełnia swoje deklaracje wobec pracowników.

Idealnych pracowników też nie ma, ale ci dobrzy to tacy, którzy rozumieją, że praca jest swojego rodzaju kontraktem, zobowiązaniem, do którego należy podchodzić poważnie. Niestety rynek dominują tzw. milenials, w większości osoby bez doświadczenia, charakteryzujące się brakiem etosu pracy i zaangażowania, ale za to roszczeniową postawą i niezasadnie wysokimi oczekiwaniami płacowymi.

Czy, Pana zdaniem, polityka pracownicza może być narzędziem PR? Czy może mieć znaczenie wizerunkowe, a jeśli tak, to w jakim wymiarze i zakresie?

Polityka pracownicza nie tylko może, ale powinna być ważnym narzędziem PR. Są dwa główne wymiary takich działań. Wymiar wewnętrzny, gdzie przy pomocy komunikacji wewnętrznej dobrze zaprogramowana polityka

personalna pozwala na integrowanie pracowników z firmą. Brzmi to banalnie, ale dobrze poinformowana, rozumiejąca strategię i sytuację przedsiębiorstwa oraz zmotywowana załoga często decyduje o sukcesie rynkowym. Pracownicy mogą być najlepszymi ambasadorami firmy, gdy są traktowani fair, ale w wyniku błędów, złej polityki i komunikacji mogą stać się najgorszymi wrogami własnej organizacji.

Drugi wymiar, to oczywiście wymiar zewnętrzny, który związany jest z wizerunkiem przedsiębiorstwa. Tu też ważną rolę odgrywają pracownicy i ich opinie o firmie, które idą w świat. Ważnym elementem zewnętrznych działań komunikacyjnych w obszarze polityki personalnej są działania z zakresu tzw. employer branding. Właściwy wizerunek i dobra reputacja to obecnie nawet 80 proc. udziałów w wycenie wartości marki, czy firmy. Dobra opinia o firmie przekłada się nie tylko na poziom sprzedaży (dóbr, czy usług), ale również daje możliwość

Andrzej Pomarański – ekspert ds. komunikacji, PR i CSR, rzecznik prasowy, trener biznesu, manager z ponad 20-letnim doświadczeniem w public relations w wielu branżach. Pracował m.in. dla: General Motors Poland, Polskiego Stowarzyszenia Pro-Marka (m.in.: Procter and Gamble, Unilever, Henkel, Coca-Cola, Pepsico), Polskiej Telefonii Cyfrowej (Era, Heyah, T-Mobile), gdzie pełnił funkcje szefa komunikacji zewnętrznej i biur prasowych. Absolwent Wydziału i Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego. Wiceprezes Polskiego Stowarzyszenia Public Relations.

Prowadził i zarządzał dużymi międzynarodowymi projektami z zakresu komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej. Specjalizuje się w relacjach z mediami, komunikacji kryzysowej, tworzeniu i wprowadzaniu strategii PR, budowaniu wizerunku firm, marek i instytucji, a także CSR. Komentuje dla mediów, w tym ogólnopolskich stacji TV i radiowych, zagadnienia dotyczące komunikacji, marketingu oraz wizerunku w świecie polityki i biznesu.

pozyskiwania najlepszych talentów wśród potencjalnych pracowników, tzw. „gwiazd”.

Pracownicy chcą zarabiać jak najwięcej, pracodawcy płacić jak najmniej – taki stereotyp funkcjonuje od lat w naszej świadomości. Czy nadal jest aktualny? Jak pogodzić te sprzeczne interesy?

Tak naprawdę to nie jest stereotyp, ale projekcja naszej rzeczywistości, którą często staramy się ubrać w ładne słowa. W krajach, które cały czas są na dorobku, jeszcze długo będziemy mieli do czynienia z takim stanem rzeczy. Pomimo

nacisku na rozwój innowacyjności cały czas jesteśmy rynkiem, który konkuruje niskimi płacami. Niedawno jeden z dużych koncernów motoryzacyjnych ogłosił, że chce przenieść produkcję luksusowych SUV-ów do Europy środkowo-wschodniej, aby obniżyć koszty ich wytwarzania. Wprawdzie obserwujemy wzrost wynagrodzeń (o którym wyżej wspominałem), ale jest on raczej związany z niedoborem pracowników, czyli rynkową grą podaży i popytu, niż altruistycznym podejściem pracodawców, którzy pomimo rozwoju CSR-u zawsze będą hołdowali zasadzie „biznesem biznesu jest biznes”.

Jakie trendy można zaobserwować na obecnym rynku pracy? W jakim kierunku, Pan zdaniem, będzie on ewoluował w przyszłości?

To bardziej pytanie do analityków branży HR. Z pewnością będziemy obserwować coraz większą specjalizację, rozwój nowych technologii i wzmożone inwestycje w innowacje, ale z drugiej strony procesy reindustrializacji i odwrót od sektora usług w kierunku wytwórstwa dóbr.

Rozmawiała Agnieszka Kluska



Pracownicy – fundament każdej firmy

O odpowiedzialności i uczciwości wobec siebie, klientów i pracowników oraz o tym, co gwarantuje rozwój firmy w długoterminowej perspektywie, rozmawiamy z Anną Wicha, Dyrektorem Generalnym Adecco Poland Sp. z o.o.

Od wielu lat stoi Pani na czele polskiego oddziału Adecco. To z pewnością z jednej strony nobilitacja, ale z drugiej także ogromna odpowiedzialność. Jak, według Pani, cechy charakteru najbardziej przydają się w codziennej pracy na takim stanowisku?

Nikogo nie zaskoczę, jeśli powiem, że odpowiedzialność. Adecco jest międzynarodową, prestiżową marką, musimy patrzeć na dobro naszych klientów, nie tylko w krótkoterminowej perspektywie, ale także w długim horyzoncie czasowym i współtworzyć ich biznes. Dodatkowo działamy w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi, co ze swej natury wiąże się z dbaniem także o dobro i bezpieczeństwo zatrudnionych. Zupełnie inaczej zarządza się zapatrzaniem w sprzęt, a inaczej ludźmi, ich emocjami i umiejętnościami, zwłaszcza jeśli dostarczamy na co dzień takie dobro, jakim jest PRACA. Kolejną cechą jest bez wątpienia umiejętność wyznaczania celów. Przez te wszystkie lata naszym priorytetem byli nasi pracownicy.

Jesteśmy wobec nich uczciwi, transparentni, zatrudniamy ich w oparciu o umowę o pracę, za godne stawki. Chcemy wspólnie z nimi tworzyć wspaniałe miejsca pracy, zarówno dla nas, jak i związanych z nami kandydatów. Takie podejście pomaga budować mocne zaangażowanie kadry i gwarantuje bezpieczny rozwój w długoterminowej perspektywie.

Najważniejsza jest jednak uczciwość: wobec siebie, pracowników i klientów. Rynek agencji zatrudnienia w Polsce jest słabo regulowany, musimy konkurować z podmiotami, które oferują znacznie niższe stawki i jednocześnie postępują nieetycznie ze swoim zespołem. I znikają. A my, oferując bardzo dobrą jakość, ciągle rośniemy i rozwijamy nasze serwisy.

Ostatnio bardzo dużo mówi się o tzw. „rynku pracownika”. Na czym dokładnie polega to zjawisko? Jak je Pani ocenia?

Rynek pracy, w przeciwieństwie, do na przykład rynku surowców czy metali szlachetnych,

ma bezpośredni wpływ na naszą codzienność i jest szczególnie interesujący dla naszych pracodawców – na temat ubezpieczeń społecznych, prawa pracy czy umów napisano całe tomy. Nie można jednak zapominać, że jest to rynek jak każdy inny, rządzący się prawami popytu i podaży i gdy popyt rośnie a podaż nie, cena idzie w górę. W tym przypadku ceną jest wynagrodzenie pracownika. Pod koniec zeszłego roku stopa bezrobocia wynosiła 8,3 proc., co jest jednym z najniższych wyników z ostatnich 25 lat. Ale trudno jest ocenić to zjawisko jednoznacznie. Z perspektywy pracowników jest to korzystne. To dobry moment na podwyższanie płacy minimalnej, bo i tak jest na to ogólna, rynkowa presja. Pracodawcom coraz bardziej opłaca się sięgać po siłę roboczą do biedniejszych regionów. Rosną wynagrodzenia, a wraz z nimi konsumpcja, rośnie dobrobyt przeciętnych pracowników. Trudno ocenić to negatywnie. Z drugiej jednak strony pracodawcy nie za-

wsze mają środki, by zapłacić pracownikom więcej, sami operują na niskich przychodach i, choć potrzebują kolejnych pracowników, by się rozwijać, to zwyczajnie ich nie stać. Pracownik jako dobro luksusowe? W pewnym sensie tak może być. A to już nie jest takie pozytywne zjawisko, choć w efekcie może skłonić naszych biznesmenów do inwestowania w technologie i rozwój albo zupełnie odwrotnie – do ucieczki w szarą strefę.

Są Państwo liderem na rynku pośrednictwa pracy i doradztwa personalnego w Polsce. Potwierdza to kolejne wyróżnienie Adecco tytułem „Super Marka 2017”. Co, w Pani opinii, o tym zdecydowało?

Uczciwość, przejrzystość i konkurowanie jakością. Zwłaszcza ten ostatni aspekt jest szczególnie ważny na rynku pośrednictwa pracy. Istnieje duża pokusa, by poprzez agencje oszczędzać na wydatkach w kapitał ludzki, tymczasem to nie tędy droga. Ludzie chętniej i lepiej pracują za godziwe wynagrodzenie, z perspektywą emerytury i ubezpieczeniem zdrowotnym. Dlatego nasi ludzie traktują miejsca, w których pracują uczciwie, a swoje zadania wykonują najlepiej jak potrafią. To wiadać.

Jeśli ktoś sięga po naszych pracowników, ma gwarancję, że są to profesjonalści, którzy swoją pracę wykonają najlepiej jak potrafią. Nieważne, czy chodzi o zmycie podłogi i rozstawienie towaru na półkach, czy o zarządzanie skomplikowanymi projektami. Na jakości i profesjonalizmie nie warto oszczędzać.

Dlaczego to właśnie Państwu warto powiedzieć z jednej strony znalezienie odpowiednich pracowników, a z drugiej – własną karierę zawodową? Czy jest coś, co Państwa wyróżnia? Wyróżnia nas przede wszystkim jakość, a co za tym idzie – także marka. W przypadku złej jakości usług mamy znacznie więcej do stracenia, niż nasza konkurencja. Silna marka oznacza silne zobowiązanie wobec klientów

i pracowników, którzy nam zaufali. Z drugiej strony, właśnie ze względu na naszą pozycję na rynku, jesteśmy w stanie zapewnić pracownikom znacznie więcej możliwości rozwoju, niż konkurencja. Współpracujemy z dużymi markami i firmami, które dają solidne perspektywy dalszego rozwoju. Statystycznie w około 20 proc. przypadków praca tymczasowa kończy się stałym zatrudnieniem. Oznacza to, że co piąty pracownik ma możliwość, dzięki pracy u nas, uzyskania stałego zatrudnienia u dużych, stabilnych i szanowanych graczy na rynku. Dzięki nam można także zdobyć doświadczenie w pracy dla firm o ugruntowanej pozycji. Referencje od takich pracodawców mają sporą wartość i są świetnym startem dla mało doświadczonych pracowników na rynku pracy.

Czy zgadza się Pani z opinią, że za sukcesem każdej firmy bez względu na branżę, w której działa, stoją przede wszystkim jej pracownicy?

Ludzie są najważniejszym kapitałem firmy niezależnie od jej wielkości, branży, czy miejsca na rynku. Nawet najdoskonalsze maszyny nie pozwolą zbudować przewagi konkurencyjnej bez odpowiednio wyszkolonej i kompetentnej załogi. Rola kapitału ludzkiego oceniana jest nawet wyżej niż przedsiębiorstwa i rynku pracy. Takie kraje, jak Szwajcaria i Singapur, pozbawione surowców naturalnych, zbudowały swoją potęgę gospodarczą i dobrobyt dzięki zasobom ludzkim. Świetnie wyedukowani pracownicy, skuszeni wysokimi pensjami i dobrymi warunkami życia, pomagają tworzyć potęgę na przykład sektora bankowego, silnego zarówno w Szwajcarii, jak i w Singapurze. Innym, moim zdaniem, bardzo dobrym przykładem jest Adecco – szwajcarska firma, której największym kapitałem są wartościowi ludzie ją tworzący na każdym szczeblu hierarchii.

Nie neguję roli systemów IT czy maszyn, jednak bez utalentowanych pracowników firma nie będzie się rozwijać. Narzędzie jest ni-

czym bez człowieka, który potrafi je obsłużyć i nie ważne, czy mowa o młotku, koparce, systemie CRM czy zautomatyzowanej linii w fabryce.

Państwa portfolio pracodawców jest bardzo szerokie. Jakie cechy dominują wśród tych osób, które szukają zatrudnienia za pośrednictwem Adecco?

To bardzo interesujące pytanie. Wśród ludzi szukających pracy za naszym pośrednictwem znaleźć można przedstawicieli wszystkich grup społecznych, nawet tych tradycyjnie wykluczonych z rynku pracy lub mających na nim trudności. Na przykład zatrudniamy i osoby dojrzałe, i te krótko po studiach czy szkole, całkowicie bez doświadczenia zawodowego. Samotne matki, emerytów, ludzi, którzy zdecydowali się wyjść z długotrwałego bezrobocia. To bardzo niejednorodna grupa. Wszystkich tych ludzi łączy jednak odwaga i chęć zmiany swojego życia na lepsze. Zamiast czekać aż ktoś im „da” pracę lub szansę, sami przyszli do nas i postanowili zaoferować swoje umiejętności. Oni dają z siebie to, co mają najlepsze – zapał i chęć oraz pracowitość. Odwdzięczamy im się dokładnie tym samym – choć nie zawsze znajdziemy dla nich pracę, ale zawsze możemy im pomóc – to nasze rekrutacyjne motto.

Rozmawiała Agnieszka Kluska



better work, better life

10 powodów

dlaczego warto wziąć udział w Programie Liderzy Społecznej Odpowiedzialności?

- ✓ długoletnia historia Programu – obecnie trwa jego X edycja,
- ✓ ponadbranżowy Program organizowany w trzech kategoriach: Dobra Firma, Dobry Pracodawca i Eko Firma,
- ✓ prestiżowy patronat Instytutu Filozofii i Socjologii PAN,
- ✓ obiektywna Kapituła weryfikująca i oceniająca zgłoszenia,
- ✓ rozpoznawalny znak graficzny,
- ✓ elitarne grono Laureatów – uczestnictwo w Klubie Liderów CSR,
- ✓ wzrost zaufania wśród pracowników i kontrahentów,
- ✓ promocja różnorodnych praktyk CSR – możliwość dzielenia się wiedzą i doświadczeniem,
- ✓ uczestnictwo w corocznych konferencjach i warsztatach,
- ✓ możliwość wypromowania nowych trendów i rozwiązań CSRowych.

