

**str. 3** Nagrodziliśmy Liderów Społecznej Odpowiedzialności  
Podsumowanie Europejskiego Forum Jakości i Innowacyjności



## Dodatkowo w numerze:

str. 6

**Praca w handlu  
to szansa  
na rozwój**

str. 11

**Energetyczny pracodawca  
przyszłości**

- rozmowa z Jolantą Wachowicz,  
Dyrektorem Zarządzania  
Zasobami Ludzkimi w PSE S.A.

str. 18

**Bycie eko  
- moda czy  
konieczność?**

# Szanowni Państwo!

**Z**ewsząd docierają do nas informacje o stabilnym rozwoju gospodarczym. Potwierdza to szereg specjalistycznych badań i kompleksowych analiz. Kupujemy i produkujemy coraz więcej. Taka sytuacja sprzyja spadkowi bezrobocia, które osiąga najniższe od wielu miesięcy wskaźniki. Można byłoby pomyśleć: świetnie, nie mamy się czym martwić, wszystko idzie w dobrym kierunku. Ale czy na pewno? Wszyscy mamy świadomość, że dynamiczny progres gospodarczy bezpośrednio przekłada się na wzrost zapotrzebowania na dodatkowe etaty.

Niestety, coraz więcej podmiotów boryka się ze znalezieniem odpowiednich pracowników, a przecież każda firma chciałaby mieć w swoich szeregach osoby kreatywne, zaangażowane, ciekawe świata i nastawione na ciągły rozwój i samodoskonalenie. Tylko jak je znaleźć? Jak się okazuje – problem jest istotny. Dlatego właśnie drugi numer naszego magazynu chcemy poświęcić temu zagadnieniu. Jak być dobrym pracodawcą? Jak skutecznie budować i konsekwent-

nie realizować strategię employer branding? Na te i wiele innych pytań z zakresu polityki pracowniczej znajdą Państwo odpowiedź na naszych łamach. Przedstawiciele znanych firm – uznanych w swoich regionach pracodawców, podzielą się własnymi doświadczeniami w tej dziedzinie. To bardzo cenna wiedza. Zachęcam do skorzystania z niej.

Warto dać się zauważyć jako rzetelny pracodawca. Z pewnością pomoże w tym udział w ogólnopolskim Programie **Liderzy Społecznej Odpowiedzialności**, którego współorganizatorem jest nasza Redakcja. To już 11 edycja tego przedsięwzięcia. Serdecznie zapraszam do przesyłania zgłoszeń nie tylko w kategorii **Dobry Pracodawca**, ale także w dwóch pozostałych: **Dobra Firma** i **Eko Firma**. Powodzenia!

Agnieszka Kluska

Redaktor naczelna portalu

[www.spolecznieodpowiedzialni.info](http://www.spolecznieodpowiedzialni.info)

## SPIS TREŚCI

|  |    |   |    |
|--|----|---|----|
| Nagrodziliśmy Liderów Społecznej Odpowiedzialności .....   | 3  | Jak być dobrym pracodawcą? – rozmowa z Justyną Czado, psychologiem, trenerem biznesu oraz Kierownikiem ds. Personalnych w KOI Capital Sp. z o.o. .... | 13 |
| Rynek pracownika czy pracodawcy?<br>– rozmowa z Anną Ledwożyw, Dyrektorem HR w BorgWarner Turbo Systems Sp. z o.o. oraz BorgWarner Poland Sp. z o.o. ....                  | 4  | Podstawą produkcji dobrych maszyn są dobrzy pracownicy – rozmowa z Ryszardem Sową, Prezesem Zarządu Strassmayr Polska Sp. z o.o. ....                 | 14 |
| Laureaci o Programie .....   | 5  | Rozwój biznesu przez rozwój ludzi .....   | 16 |
| Praca w handlu to szansa na rozwój .....   | 6  | Bycie eko – moda czy konieczność?<br>– rozmowa z Piotrem Żołądkowskim, ekspertem ds. PR i wykładowcą akademickim .....                                | 18 |
| Pracodawca z przyszłością – wypowiedź Beaty Zielińskiej, Dyrektora Personalnego w POLOmarket Sp. z o.o. ....   | 7  | Stabilny i zrównoważony rozwój .....  | 19 |
| Społeczna odpowiedzialność w podziemnej „Wieliczce” ....   | 9  | Podkarpackie innowacyjne zakłady produkcyjne – Campus BorgWarner w Polsce .....   | 21 |
| Media Expert stawia na rozwój pracowników .....  | 10 |   |    |
| Energetyczny pracodawca przyszłości<br>– rozmowa z Jolantą Wachowicz, Dyrektorem Departamentu Zarządzania Zasobami Ludzkimi Polskich Sieci Elektroenergetycznych S.A. .... | 11 |   |    |

# Nagrodziliśmy Liderów Społecznej Odpowiedzialności



17 listopada 2017 roku w Krynicy-Zdroju odbyło się Europejskie Forum Jakości i Innowacyjności, podczas którego zostały wręczone wyróżnienia w Programie Liderzy Społecznej Odpowiedzialności 2017 w kategoriach: Dobra Firma, Dobry Pracodawca oraz Eko Firma.

Intencją Europejskiego Forum Jakości i Innowacyjności było umożliwienie jego uczestnikom wymiany idei i poglądów, poznanie najnowszych trendów i rozwiązań ułatwiających codzienną gospodarczą działalność w Polsce i w innych krajach Europy m.in. w odniesieniu do standardów zarządzania, norm, certyfikacji, finansowania innowacyjnych inwestycji, obowiązujących przepisów czy polityki pracowniczej.

W Krynicy-Zdroju podczas Forum z zaproszonymi przedstawicielami środowisk biznesowych, gospodarczych, naukowych i samorządowych rozmawialiśmy o konkurencyjności i innowacyjności gospodarki, nowoczesnych modelach zarządzania oraz społecznej odpowiedzialności biznesu.

Podczas dyskusji z Anną Ledwożyw, **Dyrektor HR w BorgWarner**, poruszone zostały także zagadnienia dotyczące metod nowoczesnej rekrutacji oraz zrównoważonego rozwoju społecznego i gospodarczego firm.

Dyskusję zwieńczyło wręczenie Laureatom X edycji Programu Liderzy Społecznej Odpowiedzialności statuetek w kategoriach **Dobra Firma, Dobry Pracodawca oraz Eko Firma**.

Program Liderzy Społecznej Odpowiedzialności ma za zadanie upowszechnienie w działających na terytorium Polski firmach i instytucjach zasad CSR oraz **wskazanie liderów realizacji założeń w tym zakresie**.

**Od dziesięciu lat projekt realizowany jest pod patronatem Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk.**

Wyróżnione podmioty otrzymują tytuł Lidera Społecznej Odpowiedzialności oraz certyfikat Dobra Firma, Dobry Pracodawca

lub Eko Firma. Laureaci stają się członkami elitarnego Klubu Liderów CSR oraz spotykają się na konferencjach poświęconych tematyce biznesu społecznego, odpowiedzialnego, polityki propracowniczej i ekologii.



Od lewej: Nina Krutikow-Bulas, NITROERG S.A.; Natalia Rapczyńska oraz Beata Zielińska, POLOmarket Sp. z o.o.; Anna Ledwożyw, BorgWarner Poland Sp. z o.o.; Robert Józwiak, Komunalne Przedsiębiorstwo Komunikacji Miejskiej Sp. z o.o. w Białymstoku

# Rynek pracownika czy pracodawcy?

Jak wynika z badań Millward Brown, niemal co trzeci przedsiębiorca skarży się na problem z pozyskaniem pracowników o odpowiednich kwalifikacjach. Bezrobotnych ubywa, a przedsiębiorcy mają z tego powodu coraz większe problemy. W badaniu na temat trudności, jakich doświadczyła firma w prowadzeniu działalności w ostatnich miesiącach, kłopoty zasygnalizowało niemal 9 na 10 respondentów.

Najbardziej przedsiębiorcom daje się we znaki nadmierna biurokracja (36 proc.), a tuż za nią problem z pozyskaniem pracowników o odpowiednich kwalifikacjach (33 proc.) oraz rosnące koszty pracownicze (25 proc.). Na dalszych pozycjach znalazł się skomplikowany system podatkowy oraz wysoka, zaniżająca marżę konkurencja. Wraz ze spadającym bezrobociem rośnie znaczenie problemu braku rąk do pracy. W podobnym badaniu, przeprowadzonym jesienią 2015 r., spytano przedsiębiorców ogólnie o bariery prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce. Brak ludzi do pracy wymieniany był na końcu długiego zestawienia, a stopa bezrobocia wynosiła wtedy 10 proc. Listę otwierały wówczas podatki, regulacje prawne, biurokracja oraz ZUS. Na piątym miejscu były koszty pracy, które obecnie są w czołówce przeszkód.



Z **Anną Ledwożyw**, Dyrektorem HR w BorgWarner Turbo Systems Sp. z o.o. oraz BorgWarner Poland Sp. z o.o., rozmawialiśmy podczas Europejskiego Forum Jakości i Innowacyjności, które odbyło się 17 listopada ubiegłego roku w Krynicy-Zdroju.

**Badania jasno pokazują, że firmy mogą mieć realne problemy z pozyskaniem pracowników a BorgWarner w 2017 roku zatrudnił 400 nowych pracowników. Jak poradzić sobie Państwo z tym wyzwaniem?**

Rzeczywiście, w 2017 roku zatrudnienie w BorgWarner wzrosło dwukrotnie. Od 20 lat obserwuję zmieniające się trendy na rynku pracy: raz jest to rynek pracownika, raz pracodawcy. Tendencja jest taka, że w trakcie trwania tzw. rynku pracownika trzeba się bardziej postarać, a jakość oferty zatrudnienia musi być stosunkowo wyższa. To również moment weryfikacji, sprawdzenia czy firma oferuje atrakcyjne warunki pracy. To, na co ja stawiam, to wewnętrzny **employer branding**. Nikt tak dobrze nie zareklamuje firmy na zewnątrz jak pracownicy. Od tego warto zacząć rekrutację. Prowadząc ją w ten sposób, otrzymaliśmy 150 aplikacji – tak duży odzew pokazuje, że pracownicy są dumni z firmy, w której pracują. To również pozwala oszczędzić pieniądze, które byłyby wydane na ogłoszenia (które też się pojawiają). Oczywiście nie da się w ten sposób rekrutować na wszystkie stanowiska.

Drugim źródłem wykorzystywanym przez nas są reklamy radiowe. Korzystając z tego źródła otrzymywaliśmy nawet 600 aplikacji tygodniowo (kandydatów aplikujących tą me-

todą prosiliśmy o dopisek radio w dokumentach aplikacyjnych). Jako firma z branży automotive usytuowana w Dolinie Lotniczej korzystamy też z agencji headhunterskich aby pozyskać inżynierów i pracowników wyższego szczebla. Większość firm z branży usytuowana jest na Śląsku, a w Polsce relokacja nie jest jeszcze popularnym zjawiskiem. Aby przyciągnąć pracowników wymyśliłiśmy kampanię „Powrót na Podkarpacie”, niestety ten region Polski dalej, mimo dużej zmiany jeżeli chodzi o infrastrukturę, jest postrzegany jako Polska kategorii „B”. Rynek tu jest trudny, dlatego warto stawiać na pracowników.

**Co zrobić aby pozyskany przez nas pracownik chciał zostać z nami na długie lata? Wiemy, że nikt nie chce pracować w „złej firmie”, co oznacza bycie dobrym i atrakcyjnym pracodawcą?**

Jest takie powiedzenie „**przychodzimy do firmy, a odchodzimy od swoich szefów**”. Trzeba być przede wszystkim firmą rzetelną. Jeżeli planujemy coś zmienić to róbmy to, ale informujemy o tym swoich pracowników. Gdy nie ma przepływu informacji, sprawnej komunikacji to wtedy pojawia się chaos. Niedawno zwiększaliśmy produkcję z 7 do 17 linii, tym samym z kilku klientów zrobiło się kilkunastu. Gdyby pracownicy nie zostali po-

informowani o tych zmianach na pewno byłoby sfrustrowani. Mimo dużej automatyzacji i usprawnieniu procesów nie ma możliwości, aby przy takim tempie zmian nie było problemów. Najważniejsze, żeby pracownicy wiedzieli i otwarcie informowali o problemach z którymi się mierzą. Pozwala to znajdować wspólne rozwiązania. Najgorzej jest gdy ludzie nie mają zaufania, nie informują o ważnych sprawach. Dlatego tak istotna jest polityka otwartych drzwi, cykliczne spotkania z dyrektorami. Powiedzmy sobie szczerze, gdyby nie było wsparcia ze strony pracowników, taka zmiana jaka nastąpiła w BorgWarner w 2017 r. nie byłaby możliwa.

**Na koniec proszę jeszcze powiedzieć, skoro „odchodzimy od swoich szefów”, jakie cechy powinien posiadać „dobry szef”?**

W dużym skrócie: **dobry lider powinien przede wszystkim posiadać charyzmę**. Niektórzy twierdzą, że to ta cecha charakteru, z którą się rodzimy, której trudno się nauczyć. Na drugim miejscu jest otwarta i szczerza komunikacja. Jeżeli dajesz słowo dotrzymuj go, jeżeli zmieniają się okoliczności poinformuj o tym swoich pracowników. Muszą wiedzieć dlaczego tak się stało.

# LAUREACI O PROGRAMIE



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

**Z**dumą przyjęliśmy wiadomość, że Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne LEK-AM po raz trzeci otrzymało tytuł Lidera Społecznej Odpowiedzialności – Dobra Firma. Produkcja i sprzedaż leków obwarowana jest twardymi przepisami narzucenymi przez prawo. Tytuł ten jest dla nas ważnym potwierdzeniem, że sposób zarządzania firmą w obszarze społecznej odpowiedzialności wykracza poza formalne zobowiązania.

Misja i strategia LEK-AM ukierunkowana jest na wspieranie zdrowia naszych pacjentów. Na poziomie celu strategicznego troska ta dotyczy nie tylko docelowych grup konsumentów, ale szeroko rozumianego do-

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.

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. Dbamy o rozwój kompetencji i umiejętności nie tylko poprzez szkolenia merytoryczne. To co nas wyróżnia to obecność na ważnych wydarzeniach motywacyjno-rozwojowych, takich jak „Nie musisz być idealny aby osiągać niemożliwe” Łukasza Krasonia, czy na „Festiwalu Szczęścia”. Współpracujemy z międzynarodową organizacją Toastmasters International wspierając naszych pracowników na ścieżce rozwoju kompetencji liderkich i przemówień publicznych. Zachęcamy do aktywności fizycznej nie tylko poprzez finansowanie drużyny piłkarskiej czy siatkarskiej. W sierpniu 2017 roku nasi biegacze wystartowali w Spartan Race, jednym z trudniejszych biegów z przeszkodami, który sponsorowaliśmy. Nie ustajemy w poszukiwaniu najlepszych rozwiązań w obszarze społecznej odpowiedzialności, które wyróżnią nas jako godnego zaufania partnera biznesowego i bardzo dobrego pracodawcę. Wzrost zatrudnienia w roku 2017 do poziomu 510 pracowników jest tego ważnym dowodem.

**To wielki zaszczyt znaleźć się ponownie w gronie firm, które spełniają surowe kryteria weryfikujące zaangażowanie w działalność prospołeczną oraz propracowniczą.**

brobytu społecznego. Z roku na rok poszerzamy zakres działań, które obejmują wszystkie grupy naszych interesariuszy oraz ekologię.

Priorytetowo traktujemy takie obszary jak: mecenat sztuki, sponsoring sportu, wspieranie i rozwój nauk medycznych i farmaceutycznych, m.in. poprzez



**Dariusz Cegielski,**  
Prezes Zarządu  
Trans Polonia S.A.

**Z**radością przyjęliśmy informację o docenieniu przez Kapitułę Programu Liderzy Społecznej Odpowiedzialności Grupy Trans Polonia w zakresie respektowania i stosowania zasad CSR. Od wielu lat staramy się dokładać najwyższych starań ku uwzględnianiu i egzekwowaniu w naszej strategii rozwoju interesów społecznych, reguł ochrony środowiska naturalnego oraz budowania najlepszych relacji z Klientami, Pracownikami i Społecznością Lokalną. Wnoszenie pozytywnego wkładu w otoczenie firmy oraz minimalizowanie mniej korzystnych skutków działalności traktujemy w kategorii inwestycji, mogącej zwiększyć nasze szanse na długookresowy sukces, zarówno w ujęciu społecznym, jak i biznesowym. Trans Polonia podejmowała dotychczas wiele inicjatyw w zakresie CSR, jak charytatywne wspieranie podopiecznych fundacji, którym nieobce jest dobro dzieci, młodych sportowych talentów, czy społeczności lokalnych. Jednocześnie mając na uwadze spełnianie najwyższych oczekiwań naszych klientów, chcemy maksymalnie ograniczyć wpływ na środowisko, wynikający z logistycznej specyfiki działalności TPG. Dlatego w codziennej pracy pamiętamy o szeregu norm i standardów, re-

gulujących europejską branżę przewoźników ładunków petrochemicznych.

Grupa Trans Polonia to lider logistyki płynnych surowców che-

**Tytuł Laureata Programu Dobra Firma 2017 i Dobry Pracodawca 2017 to powód do dumy, a także motywacja do dalszych wysiłków w respektowaniu zasad społecznej odpowiedzialności biznesu.**

micznych i paliw w Europie Śródziemnej. Dysponujemy największą w Polsce flotą, liczącą ponad 500 jednostek cysternowych i chcemy stale się rozwijać, czemu służy realizacja Programu Inwestycyjnego na kolejne lata. W naszej ocenie zasady CSR obejmują także oferowanie stanowisk pracy o najwyższych standardach i w tym kierunku prężnie działamy. Program Inwestycyjny, jak i uruchomiona z sukcesem Szkoła Kierowców służą tworzeniu kolejnych stabilnych miejsc pracy.



# Praca w handlu to szansa na rozwój



O tym, że praca w handlu łatwa nie jest wiedzą wszyscy, którzy kiedykolwiek próbowali swoich sił w tej branży. Jednocześnie jest to jedna z tych ścieżek kariery, w której możliwości awansu są praktycznie nieograniczone. Nikogo nie dziwi dyrektor regionalny czy członek zarządu, który zaczynał od stanowiska kasjera. Wręcz przeciwnie – taka osoba, znająca firmę od podszewki – jest niezwykle cennym i kompetentnym fachowcem.



## Pracownicy – nasz największy kapitał

Co prawda w rachunku zysków i strat pośród aktywów nie ma pozycji „kapitał ludzki”, ale coraz częściej menedżerowie wysokiego szczebla przyznają, że to właśnie ludzie stanowią o wartości firmy. To stwierdzenie jest tym bardziej prawdziwe w przypadku biznesu takiego jak nasz, czyli sieci handlowej, której pracownicy każdego dnia mają kontakt z setkami tysięcy klientów. To dzięki nim nasze hasło – „POLOmarket. Mój ulubiony” – staje się rzeczywistością.

O taki kapitał trzeba nie tylko dbać, ale też go pomnażać. W naszym przypadku

oznacza to stworzenie atrakcyjnych ścieżek rozwoju oraz zaoferowanie dobrego wynagrodzenia i atrakcyjnego pakietu benefitów pozapłacowych. To bardzo ważne, gdy zatrudnia się 6,5 tys. osób.

## Ucz się, ucz...

Bardzo często o tym, czy dany pracownik zostanie z firmą na dłużej decydują możliwości rozwoju, jakie przedsiębiorstwo może mu zaoferować. „Akademia POLOmarket” to zupełnie nowy system szkoleń wewnętrznych dla wszystkich pracowników. Pozwala on nabyć kompetencje konieczne w handlu i niezbędne na rynku

pracy. W ramach programu prowadzona jest też „Akademia Menedżera”. Jest to projekt szkoleniowy skierowany do wyróżniających się kierowników sklepów i ma na celu przygotowanie ich do pełnienia w przyszłości funkcji kierowniczych.

Ponadto, na rok 2018 zaplanowaliśmy szkolenia wewnętrzne dla wszystkich pracowników, poruszające m.in. takie zagadnienia jak umiejętność współpracy międzypokoleniowej. Firma wspiera też pracowników, którzy postanawiają kształcić się na własną rękę na zewnętrznych kursach.

POLOmarket ma też ofertę stażów i praktyk skierowaną do studentów i pełnoletnich



uczniów szkół ponadgimnazjalnych. Są to zarówno programy płatne, jak i bezpłatne. Przygotowują one młodych ludzi do wejścia na rynek pracy z pewnym doświadczeniem i znajomością reguł, jakie na nim panują.

#### Nie tylko pensja

Osoby pracujące w POLOmarkecie otrzymują nie tylko dobrą pensję, ale również bardzo bogaty pakiet świadczeń pozapłacowych. Już sam fakt bycia pracownikiem sieci uprawnia do posiadania Karty Pracownika, która oferuje wiele atrakcyjnych zniżek na artykuły sprzedawane w naszych sklepach.

Wszyscy pracownicy mogą też skorzystać z prywatnej opieki medycznej dla siebie i dla rodziny. Jest to o tyle ważne, że

dzięki temu pracownicy i ich najbliżsi mają natychmiastowy i opłacony w ramach pakietu dostęp do lekarzy deficytowych specjalizacji. Ponadto, pracownicy otrzymują informacje dotyczące profilaktyki zdrowotnej.

Dla wielu osób bardzo ważne jest to, że firma nie zatrudnia na tzw. umowach śmieciowych, ale na umowie o pracę. Pierwsza umowa jest podpisywana na sześć miesięcy, kolejna – na czas nieokreślony. Daje to pracownikom pewność, że pracodawca jest uczciwy i gra fair. Dbamy też o ich rodziny – pamiętamy o ważnych dla nich okazjach, organizujemy pikniki rodzinne z okazji Dnia Dziecka i przygotowujemy świąteczne paczki dla dzieci.

Zaangażowany pracownik to dobrze poinformowany pracownik. Z tego względu,

w tym roku rozpoczęliśmy wydawanie regularnego magazynu pracowniczego, czyli POLOkuriera. Wcześniej, informacje dla pracowników pojawiały się w sklepach w pomieszczeniach socjalnych w formie plakatu, a dziś każdy z nich otrzymuje swój egzemplarz magazynu pracowniczego.

#### PoloCup, czyli grywalizacja w POLOmarkecie

W tym roku na jesieni rozpoczęliśmy też zupełnie nowy dla organizacji projekt, czyli grywalizację w ramach projektu „PoloCup”. W ten sposób włączyliśmy w proces zarządzania i motywowania pracowników mechanizmy znane z gier. Dzięki temu codzienne obowiązki, które z biegiem czasu mogą wydawać się monotonne, zyskały ponownie na znaczeniu i na nowo sprawiają przyjemność. Projekt trwa od kilku miesięcy i jak na razie świetnie spełnia postawione przed nim zadania.

#### Warto pracować w POLOmarkecie!

A zatem czy warto pracować w handlu? Odpowiedź wydaje się oczywista: jak najbardziej. Na pewno warto pracować w POLOmarkecie, który traktuje swoich pracowników jako największą wartość budującą firmę i stara się zapewnić im najlepsze możliwe warunki rozwoju zawodowego i osobistego. Tutaj wszyscy mają równe szanse, a jedynym kryterium oceny jest zaangażowanie w pracę i chęć działania dla dobra organizacji.

**POLOmarket jest dwukrotnym Laureatem Programu Liderzy Społecznej Odpowiedzialności – Dobry Pracodawca.**

Beata Zielińska, POLOmarket Sp. z o.o.

# Pracodawca z przyszłością

O zmianach w relacji pracodawca-pracownik opowiada **Beata Zielińska**, Dyrektor Personalny w POLOmarket Sp. z o.o.

Czy nam się to podoba, czy nie, od pewnego czasu mamy do czynienia z rynkiem pracy pracownika. Bardzo niski poziom bezrobocia sprawia, że to pracodawcy konkurują o dobrych pracowników, a nie na odwrót. Bez wątplenia firmy muszą coraz mocniej inwestować w tzw. employer branding, czyli tworzenie wizerunku atrakcyjnego dla obecnych i potencjalnych pracowników. Taka sytuacja wymusza zmiany, które w długiej perspektywie są korzystne dla obu stron.

#### Kim jesteś, pracodawco?

Kiedyś sytuacja była prosta. Pracownik pracował, a pracodawca za wykonaną pracę płacił. Relacje między nimi były hierarchicz-

ne. Pracownik miał wykonywać zlecone zadania, bo za to otrzymywał wynagrodzenie. Dla pracodawcy bez znaczenia było, czy pracownik lubi swoją pracę czy nie.

Jednakże na przestrzeni ostatnich lat rynek pracy bardzo się zmienił. Oczekiwania kolejnych grup wchodzących na rynek pracy, a także niedobór pracowników sprawiły, że relacje musiały wyewoluować w stronę równorzędnego partnerstwa. Owszem, mechanizm świadczenia pracy jest ten sam, co kiedyś, ale dziś pracodawca musi uwzględnić oczekiwania swoich pracowników, jeśli nie chce być narażony na konieczność poszukiwania coraz to nowych kandydatów. Oznacza to, że musi im zaoferować coś, czego nie znajdują u innych.

#### Nowe pokolenia: wyzwanie czy zagrożenie?

W dużej mierze za zmianą relacji pracownik-pracodawca stoją nowe pokolenia, które na rynku pracy pojawiły się w ciągu ostatnich 10 lat. To ludzie cyfrowo kompetentni, mający kontakt ze światem i nieprzwiązani do jednej ścieżki kariery. Elastyczni, dobrze wykształceni i znający swoją wartość. Otwarli na nowe wyzwania i zmianę zawodu w razie konieczności. Ludzie, którzy wyrosli we względnie dobrobycie i dla których pieniądze nie są celem samym w sobie, a sposobem na realizację marzeń. To właśnie oni pokazali pracodawcom, że praca jest dla nich tylko częścią życia i to wcale nie najważniejszą.



Natalia Rapczyńska oraz Beata Zielińska z POLOmarket Sp. z o.o. odbierają statuetkę Lidera Społecznej Odpowiedzialności – Dobry Pracodawca 2017

Okazało się, że zatrzymanie tych ludzi w firmie wymaga od pracodawcy czegoś więcej niż tylko regularnej wypłaty. Dla wielu osób motywacją równie istotną, co pieniądze, jest atmosfera w pracy i po-

czucie satysfakcji z wykonywanych zadań. A to z kolei zobligowało przedsiębiorstwa do zadbania o swój wizerunek i wprowadzenia takich zmian w organizacji pracy, jakich oczekiwali pracownicy. Dość wspo-

mniej o pakietach świadczeń pozapłacowych czy elastycznym czasie pracy.

#### Kto nie idzie do przodu, ten się cofa

Z myślą o swoich 6,5 tys. pracowników POLOmarket od kilku lat realizuje politykę zatrudnienia, której celem jest zatrzymanie najbardziej wartościowych pracowników w organizacji. Sieć oferuje rynkowe wynagrodzenia (dwie podwyżki płac w ciągu ostatnich dwóch lat), dodatki stażowe, pierwszą umowę na sześć miesięcy (zamiast zwyczajowych trzech), przejrzysty system awansów, świadczenia pozapłacowe, opiekę medyczną, zniżki pracownicze, a także pakiet szkoleń w ramach „Akademii POLOmarketu”. Po co? Po to, aby stworzyć wyjątkowe miejsce pracy, w którym będą oni chcieli zostać jak najdłużej.

To pracownicy są najważniejszym kapitałem przedsiębiorstwa bo to oni tworzą je na co dzień. Z tego względu rozwojowi firmy, rozumianemu jako powiększanie przychodów i zysków, musi dziś towarzyszyć rozwój firmy jako odpowiedzialnego i rzetelnego pracodawcy, który swoim pracownikom zaoferuje możliwości rozwoju i poczucie sensu wykonywanej pracy.

## 10 powodów

### dłaczego warto wziąć udział w Programie Liderzy Społecznej Odpowiedzialności

- ✓ długoletnia historia Programu,
- ✓ 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 promowania nowych trendów i rozwiązań CSRowych.







Fot. Ryszard Tatomin

# Społeczna odpowiedzialność w podziemnej „Wieliczce”

Kopalnia Soli „Wieliczka” działa nieprzerwanie od ponad 700 lat, co czyni ją jedną z najstarszych firm w Polsce i Europie. Od samego początku stanowiła ważny element społeczno-ekonomiczny w Wieliczce, stąd śmiało można powiedzieć, że CSR ma w genach.

Przez długie stulecia wielicka kopalnia była przede wszystkim dużym ośrodkiem produkcji soli. Dawała zatrudnienie, kształciła fachowców, rozwijała sztukę górniczą. Opieka medyczna, przejrzysty system wynagrodzeń, minimalizacja skutków górniczej eksploatacji – to wszystko było w Wieliczce już w czasach Kazimierza Wielkiego.

Współcześnie w Wieliczce nie wydobywa się już soli. Przedsiębiorstwo skupia swoje wysiłki na ochronie dziedzictwa kultury i przyrody (od 1978 r. kopalnia figuruje na Liście UNESCO) oraz udostępnianiu

go społeczeństwu poprzez działalność turystyczną, uzdrowiskową, organizację wydarzeń.

Wieliccy górnicy w misji firmy podkreślili: „Czujemy się odpowiedzialni wobec otoczenia i społeczności lokalnej. Będziemy chronić środowisko naturalne i wspierać społecznie użyteczne inicjatywy”. Dotrzymują słowa, prowadząc intensywne prace zabezpieczające, podtrzymując tradycję i dając przykład wrażliwości na drugiego człowieka.

Kopalnia dba o podziemia, ale dba również o powierzchnię. Świadectwem odpo-

wiedzialności za środowisko naturalne są m.in. ekologiczna warzelnia oraz zabytkowy Park św. Kingi.

Kopalnia Soli „Wieliczka” pomyślnie przeszła przemianę z zakładu przemysłowego w nowoczesnie zarządzaną firmę na miarę XXI wieku. W swych działaniach stawia na zrównoważony rozwój, kapitał ludzki, wielowiekową tradycję. Z drugiej zaś strony śmiało sięga po nowoczesne rozwiązania, dzięki którym podziemny zabytek przetrwa kolejne stulecia.

Julia Ćwiertniak

**Tomasz Broniowski,**  
Dyrektor Biura,  
Kopalnia Soli „Wieliczka” S.A.

Tytuł Lidera Społecznej Odpowiedzialności z jednej strony dowodzi, że podążamy właściwą ścieżką, że umiemy słuchać i wspierać, z drugiej zaś oznacza zobowiązanie do jeszcze większej troski o ludzi, zabytek, środowisko naturalne. Kopalnia Soli „Wieliczka” liczy sobie ponad 700 lat i odpo-

wiedzialność ma w genach – bez niej kilkunastowieczna nieprzerwana historia byłaby niemożliwa. Kopalnia od zawsze stanowi kluczowy element wielickiego pejzażu: nie tylko jako ceniony pracodawca, ale też źródło tradycji budujących górniczą tożsamość Wieliczki oraz jej mieszkańców. Zabytkowa kopalnia łączy etos minionych wieków ze współczesnością, z potrzebami lokalnej społeczności, która, podobnie jak w czasach książąt i królów, w naturalny sposób skłania się ku solnemu przedsiębiorstwu. Niwelujemy skutki przemysłowej działalności, zabezpieczamy zabytkowe wyrobiska, na różne sposoby udostępniamy podziemne dziedzictwo, a wszystko po to, by móc kolejnym pokoleniom przekazać bezcenną kopalnię wraz ze świadomością jej unikalnej roli w kształtowaniu różnorodnych sfer ludzkiego życia.

Fot. Rafał Stachurski



Kopalnia Soli „Wieliczka” liczy sobie ponad 700 lat i odpo-

# Media Expert stawia na rozwój pracowników



Uwalnianie potencjału i rozwój pracowników to główne atuty strategii zarządzania kadrami, którą od lat realizuje popularna sieć handlowa Media Expert. Doświadczenie i unikalne know-how, jakie sieć wypracowała sobie przez ponad 15 lat na polskim rynku, umożliwia realizację autorskich rozwiązań w zakresie HR. Ich celem jest stworzenie przyjaznego miejsca pracy i warunków, w których pracownicy mogą realizować się również pozazawodowo. Sieć właśnie otrzymała tytuł Lider Społecznej Odpowiedzialności – Dobry Pracodawca 2017.

Tytuł Dobry Pracodawca 2017 sieć Media Expert otrzymała w uhonorowaniu standardów zarządzania kadrami. Nagroda jest przyznawana przez Kapitułę Ogólnopolskiego Programu Liderzy Społecznej Odpowiedzialności, realizowanego pod patronatem Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk. Założeniem tego Programu jest m.in. docenianie jakości zarządzania kadrami oraz wdrażania ponadstandardowych rozwiązań, dzięki którym tworzy się przyjazne miejsca pracy.

Media Expert to jedna z najbardziej rozpoznawalnych marek na polskim rynku RTV/AGD. Sieć tworzy obecnie 440 elektromarketów, a pracowników w żółto-czarnych koszulkach można spotkać aż w 330 polskich miastach. Warto jednak podkreślić, że Media Expert oprócz „włączania niskich cen” z powodzeniem, od lat, realizuje bardzo ciekawe, autorskie rozwiązania w zakresie zarządzania kadrami. O skuteczności tych działań może się przekonać ponad 7 tys. pracowników. Liczba ta z roku na rok rośnie, bowiem sieć konsekwentnie się rozwija,

a poprzez racjonalną strategię ekspansji zwiększa zasięg sprzedaży i grono klientów. Jak zapewniają przedstawiciele sieci, pomimo skali zatrudnienia, wciąż kultywowane są wartości typowe raczej dla mniejszych biznesów, czy firm rodzinnych. – Przed wszystkim staramy się bardzo indywidualnie traktować wszystkich naszych pracowników. Słuchamy ich głosu i chętnie wspieramy inicjatywy, dzięki którym praca w Media Expert nie jest tylko pracą – jest okazją do budowania przyjaznych relacji, otwartości na świat i potrzeby drugiego człowieka, rozwijania swoich pozazawodowych pasji – mówi **Grzegorz Tytuś**, Dyrektor HR sieci Media Expert.

Potwierzeniem tych słów są wdrażane programy pracownicze, których wspólnym mianownikiem jest gwarancja poczucia stabilizacji i bezpieczeństwa zatrudnienia oraz zastąpienie koncepcji współzawodnictwa ideą współdziałania w zespole. Dzięki temu pracownicy chętniej budują wzajemne relacje i solidarnie realizują postawione cele. Ponadto, tworzy się

interesujące ścieżki kariery oraz dostęp do licznych szkoleń, dzięki którym stale podnosi się kwalifikacje zawodowe każdego pracownika.

Sieć zachęca również do działalności charytatywnej. Funkcjonująca przy Media Expert Fundacja „Włącz się!” promuje w Polsce ideę wolontariatu pracowniczego. Wyzwała w pracownikach sieci ogromne, jak się okazuje, pokłady entuzjazmu i wolę niesienia pomocy najbardziej potrzebującym. Dzięki temu pracownicy wykazują lepszą organizację pracy, efektywniej definiują cele i priorytety. Najważniejszym jednak wskaźnikiem, który był impulsem do wdrażania programów wolontariatu w sieci Media Expert jest fakt, że prawie 75 proc. ankietowanych deklaruje, że dzięki wolontariatowi wzrosło ich poczucie zadowolenia z życia. W skali roku realizowanych jest nawet kilkadziesiąt tego typu projektów charytatywnych.

Więcej informacji: [www.kariera.mediaexpert.pl](http://www.kariera.mediaexpert.pl)

## Grzegorz Tyluś, Dyrektor HR sieci Media Expert

Bardzo cieszymy się, że Kapituła Ogólnopolskiego Programu Liderzy Społecznej Odpowiedzialności, działająca pod patronatem Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk, zdecydowała o przyznaniu naszej sieci tytułu Dobrego Pracodawcy 2017. To wyróżnienie odbieramy jako potwierdzenie skuteczności naszych działań oraz idei tworzenia przyjaznych miejsc pracy, jaką staramy się realizować od ponad 15 lat. U jej podstaw są wartości, które wspólnie uznajemy za niezwykle istotne nie tylko z punktu widzenia pracodawcy czy pracobiorcy, ale również Klienta. Poczucie stabilizacji zatrudnienia i finansowego bezpieczeństwa, koncepcja współdziałania, a nie współzawodnictwa i wspieranie indywidualnego rozwoju to elementy, które mają swoje odzwierciedlenie we wdrażanych przez Media Expert programach pracowniczych. Wspominałem również o Klientach, bo wiem to, jak zostaną oni obsłużeni zależy przecież od wysokich kwalifikacji zawodowych, zaangażowania i satysfakcji z wykonywania codziennych obowiązków naszych sprzedawców i konsultantów. Uważamy, że pracownicy Media Expert stanowią jeden z najważniejszych kapitałów, a umiejętne nim zarządzanie wpływa finalnie na konkurencyjność naszej sieci. Brzmi korporacyjnie, ale korporacja to słowo, którego unikamy. Dziś zatrudniamy ponad 7 tys. osób, ale wciąż staramy

się bardzo indywidualnie traktować każdego z naszych pracowników. To ogromna zasługa kadry zarządzającej siecią, wspierającej inicjatywę, dzięki której praca w Media Expert jest również okazją do zawierania ciekawych znajomości, budowania relacji, empatii i otwartości na świat oraz rozwijania i dzielenia się swoimi pozazawodowymi pasjami. Nie można jednak zapominać o nieco bardziej przyziemnych sprawach, które budują poczucie stabilizacji zatrudnienia i finansowego bezpieczeństwa. Stawiamy na długoletnią współpracę oraz budujemy indywidualne ścieżki rozwoju kariery, inwestujemy w kompetencje i tworzymy warunki, w których każdy z naszych pracowników może uwolnić swój potencjał. Ta strategia przynosi obopólne korzyści i jest doceniana przez samych pracowników. Świadczy o tym chociażby fakt, że wśród naszej kadry jest wielu pracowników z kilkunastoletnim już dorobkiem zawodowym, którzy swoje pierwsze kroki w karierze stawiali właśnie w Media Expert.

Społeczna odpowiedzialność naszej sieci znajduje swoje odzwierciedlenie również w projektach, których celem jest wsparcie osób poszkodowanych przez los lub instytucji, które tego typu zadania wypełniają zgodnie ze swoimi obowiązkami statutowymi. Działająca przy sieci Media Expert Fundacja „Włącz się!” jest jednym z prekursorów i promotorów idei wolontariatu pracowniczego w Polsce. Jesteśmy dumni z naszych pracowników, którzy z entuzjazmem i empatią angażują się w pomoc najbardziej potrzebującym, realizując nawet kilkadziesiąt projektów charytatywnych rocznie.

# Energetyczny pracodawca przyszłości

Rozmowa z **Jolantą Wachowicz**, Dyrektorem Departamentu Zarządzania Zasobami Ludzkimi Polskich Sieci Elektroenergetycznych S.A.

**Przystąpili Państwo do Programu Liderzy Społecznej Odpowiedzialności – Dobry Pracodawca 2017 proszę powiedzieć co dla Państwa oznacza bycie dobrym pracodawcą?**

Dla Polskich Sieci Elektroenergetycznych S.A. dobry pracodawca to taki, który przede wszystkim oferuje bezpieczeństwo, stabilizację oraz wynagrodzenie adekwatne do posiadanych kompetencji i doświadczenia, a także wachlarz świadczeń dodatkowych dla pracowników. Wyróżnia nas między innymi dodatek do energii elektrycznej jaki otrzymują nasi pracownicy po przepracowaniu określonego czasu w spółce. To również taki pracodawca, który oferuje możliwość rozwoju i budowania potencjału kompetencyjnego firmy w sposób systemowy i uporządkowany. Chcąc sprostać oczekiwaniom najlepszych kandydatów na dynamicznym, ale i trudnym rynku pracy, staramy się angażować pracowników w inicjatywy i projekty przygotowujące ich do nowych rozwiązań czy podnoszących ich kwalifikacje, a także zapewniać przyjazną atmosferę pracy. Staramy się też, aby nasi pracownicy czuli się częścią organizacji, którą wspólnie tworzymy.

**Wiemy już jaki powinien być idealny pracodawca, a jakie cechy powinien mieć dobry pracownik?**



# SMARTPSE

W PSE stawiamy przede wszystkim na profesjonalizm. Czekamy na pracowników merytorycznych, odpowiedzialnych i z zapałem, którym praca sprawia przyjemność i z którą pracownik się identyfikuje. Doceniamy pracowników skoncentrowanych na realizacji wyznaczonych celów, z inicja-

tywą, rozumiejących i reagujących na potrzeby spółki. Nasi pracownicy szukają rozwiązań, przedstawiają rekomendacje i mierzą się z przeciwnościami. Bardzo cenimy komunikatywność, współpracę, otwartość na zmiany, a także umiejętność podejmowania decyzji.

Chcemy, aby nasi pracownicy kierowali się wartościami naszej spółki w codziennej pracy. Dla operatora systemu przesyłowego to niezwykle istotne.

### Na jakie stanowiska najczęściej Państwo rekrutujecie?

Zmiany w zakresie regulacji rynku elektroenergetycznego w Polsce i w Europie oraz konieczność dostosowania do zmian technologicznych i oczekiwań coraz bardziej wymagających klientów sprawiają, że PSE rozwijają się w tempie błyskawicznym. Dlatego w ostatnim czasie poszukujemy wysoce wykwalifikowanych specjalistów. Na pierwszym miejscu

menty sprzyjające utrzymaniu naszych pracowników w organizacji.

Ponadto, zależy nam aby nasi pracownicy włączali się w życie firmy, byli jego częścią.

W ubiegłym roku uruchomiliśmy projekt SMART PSE, którego celem jest tworzenie zdolnej do szybkiej adaptacji organizacji, której priorytetem pozostaje zapewnienie bezpiecznego funkcjonowania polskiego systemu energetycznego. Zależy nam na wprowadzeniu w PSE kultury innowacyjności i elastyczności. Projekt SMART PSE w swoim zamyśle spełnia kilka celów: identyfikacji i rozwiązywania problemów, które przeszkadzają nam działać sprawniej, wynajdywania kreatywnych, innowacyjnych ludzi i rozwiązań oraz wspierania pracowników w wypełnianiu ich zadań w obliczu czekających PSE nowych wyzwań, a co za tym idzie stworzenia w PSE bardziej przyjaznego środowiska pracy.

” W ubiegłym roku uruchomiliśmy projekt SMART PSE, którego celem jest tworzenie zdolnej do szybkiej adaptacji organizacji, której priorytetem pozostaje zapewnienie bezpiecznego funkcjonowania polskiego systemu energetycznego. Zależy nam na wprowadzeniu w PSE kultury innowacyjności i elastyczności. Projekt SMART PSE w swoim zamyśle spełnia kilka celów: identyfikacji i rozwiązywania problemów, które przeszkadzają nam działać sprawniej, wynajdywania kreatywnych, innowacyjnych ludzi i rozwiązań oraz wspierania pracowników w wypełnianiu ich zadań w obliczu czekających PSE nowych wyzwań, a co za tym idzie stworzenia w PSE bardziej przyjaznego środowiska pracy.

stawiamy na zatrudnianie osób, które posiadają kompetencje i doświadczenie w elektroenergetyce, takich, które wspierają kluczowe departamenty, tj.: eksploatację, zarządzanie systemem, rozwój systemu, przesył, czy standardy techniczne. Wzmacniamy naszą kadrę również w obszarze realizacji inwestycji, jako konsekwencja wprowadzenia przez PSE nowego modelu działania w tym zakresie.

Poszukujemy pracowników z wiedzą techniczną, jak również projektową. Stawiamy na osoby innowacyjne, kreatywne, chcące rozwijać się w branży elektroenergetycznej oraz wspierać swoim doświadczeniem nasze kluczowe procesy.

Aby wyszukiwać najlepszych i przyciągnąć ich do firmy co roku organizujemy program stażowy „Energetyczny Staż”.

### Jak w Państwa strukturach motywujecie pracowników do osiągania wyznaczonych celów i jak zachęacie ich żeby zostali z wami dłużej?

W PSE mamy świadomość, że to pracownicy są fundamentem sukcesu i trwałego rozwoju naszej organizacji. To nasza kadra realizuje cele strategiczne, jakie ma postawione przed sobą spółka. Nasze narzędzia motywacyjne opierają się o motywację płacową i pozapłacową. Premie kwartalne, premie projektowe, bogaty pakiet świadczeń pracowniczych, szeroki dostęp do szkoleń, dofinansowanie studiów czy nauki języków obcych to ele-

menty sprzyjające utrzymaniu naszych pracowników w organizacji. Ponadto, zależy nam aby nasi pracownicy włączali się w życie firmy, byli jego częścią. W ubiegłym roku uruchomiliśmy projekt SMART PSE, którego celem jest tworzenie zdolnej do szybkiej adaptacji organizacji, której priorytetem pozostaje zapewnienie bezpiecznego funkcjonowania polskiego systemu energetycznego. Zależy nam na wprowadzeniu w PSE kultury innowacyjności i elastyczności. Projekt SMART PSE w swoim zamyśle spełnia kilka celów: identyfikacji i rozwiązywania problemów, które przeszkadzają nam działać sprawniej, wynajdywania kreatywnych, innowacyjnych ludzi i rozwiązań oraz wspierania pracowników w wypełnianiu ich zadań w obliczu czekających PSE nowych wyzwań, a co za tym idzie stworzenia w PSE bardziej przyjaznego środowiska pracy. Projekt realizuje GRUPA SMART, czyli zespół pięćdziesięciu osób z różnych departamentów, którzy zorganizowani w kilku zespołach realizują poszczególne projekty. Oczywiście aby ten program przyniósł konkretne efekty, ważne jest pełne zaangażowanie jak największej grupy naszych pracowników i wdrożenie efektów pracy grup projektowych w całej spółce. Dzięki takiemu podejściu mamy szansę stworzenia naszym pracownikom możliwości pracy w nowoczesnej i godnej zaufania firmie.

Dodatkowo realizujemy inicjatywy skierowane bezpośrednio do pracowników i ich rodzin. Propagujemy kulturę dbania o zdrowie i bezpieczeństwo, poprzez wdrażanie kampanii edukacyjnych, szkoleń oraz innych aktywności w tym zakresie.

Naszym dużym sukcesem okazał się projekt wspierania pracowników w opiece nad dziećmi. Poza dofinansowywaniem przedszkoli czy zielonych szkół, wprowadziliśmy w tym roku specjalne dni opieki nad dziećmi w dni wolne od szkoły, które nie są dniami wolnymi od pracy. Takie dni mają również charakter edukacyjny – dzieci uczestniczą w instruktażach i mini-wykładach np. dotyczących udzielania pierwszej pomocy, czy bez-

pieczeństwa przeciwpożarowego. Za takie inicjatywy i działania odpowiada w PSE sekcja koordynująca działania z zakresu employer branding.

### Jak Pani zdaniem zmieniała się rola PSE jako pracodawcy w ostatnich 5-10 latach i jak będzie wyglądała w przyszłości?

Pełnimy jedną z kluczowych funkcji w naszym kraju. Świadczymy usługi przesyłania energii elektrycznej, przy zachowaniu wymaganych kryteriów bezpieczeństwa pracy Krajowego Systemu Elektroenergetycznego. Odpowiadamy za bezpieczną i ekonomiczną pracę KSE jako części wspólnego, europejskiego systemu elektroenergetycznego, zapewniamy też niezbędny rozwój krajowej sieci przesyłowej oraz połączeń transgranicznych, udostępniamy na zasadach rynkowych zdolności przesyłowe w celu realizacji wymiany transgranicznej i tworzymy infrastrukturę techniczną dla działania krajowego hurtowego rynku energii elektrycznej.

Realizując tak odpowiedzialną rolę PSE, jako pracodawca, stoi przed nowymi wyzwaniami. W poprzednich latach koncentrowaliśmy się na programie rozwoju i mobilizacji kadr, rozwoju modelu zarządzania projektami czy wdrażania systemowych rozwiązań wspomagających doskonalenie kompetencji dedykowanych poszczególnym grupom pracowników. Dziś i w przyszłości chcemy skoncentrować się na przekazywaniu wiedzy w organizacji, co związane jest z jednym z naszych kluczowych wyzwań jakim jest wymiana pokoleniowa. Musimy zadbać o utrzymanie wysokiego poziomu kwalifikacji naszych pracowników oraz wdrożyć kompleksowe rozwiązania zarządzania przez cele. Dlatego w ramach wdrażanej obecnie polityki kadrowej chcemy zadbać o rozwój kluczowych kompetencji poprzez program high-potentials i plany sukcesji.

Zależy nam na wsparciu wybitnych studentów i absolwentów studiów o profilu elektroenergetycznym w rozpoczęciu ich drogi zawodowej. Realizujemy program stypendialny „Startuj z Energią” oraz wspomniany już program stażowy „Energetyczny Staż”, które pozwalają nam pozyskać do pracy najzdolniejsze osoby, wiążące swoją przyszłość z elektroenergetyką. Nasi doświadczeni pracownicy, przed przejściem na zasłużoną emeryturę, dzielą się wiedzą i doświadczeniem z młodym pokoleniem, które czerpiąc z tego, szybciej i efektywniej wdraża się w nowe obowiązki.

Chcemy w dalszym ciągu być pracodawcą atrakcyjnym, elastycznym i odpowiedzialnym. Dlatego dbamy o naszych ekspertów i dążymy do zatrudniania naprawdę najlepszych. Robimy to wszystko dlatego, by nasi specjaliści, również w przyszłości, dzięki swojej wiedzy, odpowiedzialności i profesjonalizmowi mogli zadbać o bezpieczeństwo energetyczne naszego kraju i by pracowali w nowoczesnej firmie.

Rozmawiała Magdalena Klimek

# Jak być dobrym pracodawcą?

Rozmowa z **Justyną Czado**, psychologiem, trenerem biznesu, ekspertem ds. HR oraz Kierownikiem ds. Personalnych w KOI Capital Sp. z o.o.



## Za pomocą jakich narzędzi firmy mogą budować markę dobrego pracodawcy?

W dobie szybko zmieniającego się świata, rosnących wymagań rynku pracy, aby znaleźć odpowiednich kandydatów, firmy muszą korzystać ze wszelkich dostępnych narzędzi employer branding. Markę dobrego pracodawcy możemy budować już na uczelniach, uczestnicząc w dniach kariery oraz targach pracy i aktywnie współpracować z biurami karier. Można tworzyć dopasowane do rynku programy ambasadorskie, dzięki którym firma zaistnieje w świadomości studentów. Oprócz tego aktywnie tworzyć i prowadzić krótkie wystąpienia lub eventy z tematów ważnych dla młodych ludzi a ściślej powiązanych z rodzajem działalności firmy.

Kolejnym narzędziem jest zakładka „Kariera” tworzona na stronach internetowych firm, gdzie oprócz aktualnych ogłoszeń o pracę warto opisać proces rekrutacyjny z informacją dla kandydata jak się przygotować na rozmowę kwalifikacyjną. Social media to dziś już standard, aktywne prowadzenie fan page’a daje realną możliwość na zaangażowanie przyszłych pracowników firmy. Tworzenie krótkich, przyciągających uwagę filmów na temat działalności firmy, jej zakresu i informacji pracowników o ich doświadczeniach tworzy klimat zaufania i większej aktywności wśród przyszłych pracowników. Publikowane ogłoszenia muszą mieć atrakcyjną i kreatywną formę, zarówno w treści, jak i w grafice. W większości kandydaci interesują się opcją co firma może zaoferować za ich czas i zaangażowanie w wykonywane obowiązki, więc warto poświęcić chwilę na szczegółowy opis benefitów i możliwości rozwoju już na etapie ogłoszenia. Jeżeli zależy nam, aby wzbu-

dzić w kandydatach możliwość wykazania się i rywalizacji bo wymaga tego stanowisko, możemy zaproponować grę symulacyjną, a dla kandydata z innego miasta rekrutację w siedzibie firmy zastąpić wideorekrutacją.

## Czy większe znaczenie ma EB (employer branding) wewnętrzny czy zewnętrzny?

Zarówno EB wewnętrzny i zewnętrzny mają znaczenie. W obecnej sytuacji, aby ograniczyć koszty rekrutacji warto bliżej przyjrzeć się działaniom wewnętrznego EB, poszukać odpowiednich narzędzi po to, aby ograniczyć do minimum odejścia wartościowych pracowników.

## Jakie są grupy odbiorców każdego z nich? Czy EB wewnętrzny wymaga od podmiotu innych aktywności niż EB zewnętrzny?

Tak, bo grupą odbiorców EB wewnętrznego są obecni pracownicy i tutaj warto skupić swoją uwagę na wszelkich działaniach związanych z onboardingiem, tworzeniem opisu stanowisk czy ścieżki kariery, szkoleniami oraz wprowadzeniem systematycznej informacji zwrotnej o postępach pracowników czy możliwościach awansu. Jeżeli chodzi o zewnętrzny EB to tutaj warto skupić się na działaniach opartych na współpracy z zewnętrznymi podmiotami czy większą uwagę przywiązać do social media. Zarówno w wewnętrznym i zewnętrznym EB warto angażować już zatrudnionych pracowników, oni są wizytówką firmy i obietnicą sukcesu dla przyszłych pracowników.

## Co wyróżnia dobrego pracodawcę?

Dobry pracodawca to taki, który potrafi pozostawić dobre wrażenie nawet po opuszczeniu

firmy przez pracownika. To firma, która od początku do końca stosuje przejrzystą i spójną komunikację ze swoimi pracownikami. Dobry pracodawca to taki, który tworzy rozwiązania dopasowane do potrzeb każdego pracownika. Wachlarz benefitów i innych możliwości odpowiednich do doświadczenia, stażu pracy i zainteresowań pracowników daje realną możliwość na wzrost pracownika razem z firmą. To pracodawca, który za pomocą działu HR daje możliwość rozwoju zawodowego, awansu czy podnoszenia swoich kwalifikacji, zarówno tych specjalistycznych, ale też kompetencji miękkich, które są bardzo poszukiwane na rynku pracy.

## Jak zmieniła się rola pracodawcy na przestrzeni ostatnich lat i jak kształtuje się teraz?

Rola pracodawcy zmieniła się przede wszystkim bardzo dynamicznie, rosnące wymagania czy zmiany gospodarcze i technologiczne w pewnym sensie wymusiły na firmach zmiany w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi.

Pracodawcy teraz coraz częściej inwestują w narzędzia EB, co związane jest z większą fluktuacją pracowników i większymi wymaganiami co do formy zatrudnienia, dodatkowych świadczeń pozapłacowych czy środowiska pracy, ale również dzisiejsi pracownicy mają większą świadomość prawną niż kilkanaście lat temu. W obecnych czasach pracownicy cenią sobie bardziej niż kiedyś swój czas prywatny. Są bardziej skłonni realizować swoje pasje niż skupiać się na karierze. Warto więc zainwestować w rozwój pasji pracowników. Nowe technologie pomagają firmom dotrzeć do potencjalnych pracowników, co z drugiej strony wymusza niejako większe niż wcześniej skupienie na dbaniu o pozytywny wizerunek firmy w sieci. Employer branding to nie trend a coś, w co nawet trzeba inwestować. Warto śledzić trendy rynkowe i być na bieżąco zamiast nadrabiać zaległości.

## W jaki sposób pracodawcy mogą wpływać na lokalne otoczenie i czy, przede wszystkim, powinni w ogóle to robić?

Każda firma posiada relacje z otoczeniem, w którym funkcjonuje. Aby były one poprawne, obie strony muszą wyrażać chęć współpracy i budowania tych relacji z szacunkiem dla drugiej strony. Identyfikacja rodzaju biznesu z najbliższym otoczeniem ma duże znaczenie, bo pozwala równoważyć interesy firmy z celami, oczekiwaniami i potrzebami lokalnej społeczności, co ostatecznie przynosi korzyści wszystkim zainteresowanym.

# Podstawą produkcji dobrych maszyn są dobrzy pracownicy



O tym jak zostaje się dobrym pracodawcą i dlaczego to takie ważne, rozmawiamy z **Ryszardem Sową**, Prezesem Zarządu Strassmayr Polska Sp. z o.o., Laureatem wyróżnienia Dobry Pracodawca 2017.

## Jak doszło do tego, że firma o korzeniach austriackich stała się polskim przedsiębiorstwem?

Strassmayr to jeden z liderów branży producentów maszyn do remontów dróg na świecie. Firma wywodzi się z Austrii i szczyli się 60-letnią historią. Kilka lat temu znalazła się na krawędzi upadłości, co pozwoliło nam na jej przejęcie. Nazwa pozostała, ale dzisiaj jest to w całości polskie przedsiębiorstwo. Oznacza to, że wszystkie etapy, począwszy od projektowania, poprzez produkcję, kończąc na serwisie, odbywają się w Polsce i realizowane są przez naszych pracowników. Kolejnym wyzwaniem było przekonanie klien-

tów, że jakość i niezawodność, będące synonimami Strassmayr, dalej nimi pozostaną.

## Czy dzisiaj możemy powiedzieć, że Wam się udało?

Tak. Chcę w tym miejscu podkreślić, że podstawą sukcesu okazali się nasi pracownicy. Mam taką dewizę, która mówi o tym, że budowa dobrych maszyn opiera się na wykształconej i fachowej kadry. To znaczy, jeśli zatrudniamy odpowiednich pracowników, kształcimy ich, wymagamy wydajności i najwyższej jakości, to sukces jest tylko kwestią czasu. Oczywiście firma również musi dbać

o swoją kadry ponieważ edukacja wykwalifikowanego fachowca to inwestycja kosztująca wiele czasu i środków, więc nie mamy wyjścia – musimy być dobrym pracodawcą.

## Dzisiaj dużo mówi się o braku wykwalifikowanej kadry na rynku pracy. Czy Państwo również borykacie się z tym problemem?

Nie odpowiem wprost tak lub nie. Ja widzę zupełnie inny problem: podejście do pracy ludzi w wieku 40, 50 lat jest zupełnie inne, niż młodszego pokolenia. Widać to najlepiej np. w momencie, gdy jest tak duża liczba zleceń, że ich realizacja wymaga wydłużenia

dnia pracy, czy poświęcenia wolnej soboty. Nigdy nie mam problemu z ludźmi tzw. starszej daty, za to młodszy już nie zawsze są tak elastyczni. Oczywiście nie możemy generalizować, ale u nas dostrzegamy to zjawisko. O tym może nie mówi się tak głośno, a moim zdaniem jest to jeden z dużych problemów i wyzwań stojących przed pracodawcą.

### Zapytam inaczej – czy Pana zdaniem dzisiejszy rynek pracy to rynek pracodawcy czy pracownika?

Oczywiście obserwujemy zmiany zachodzące na rynku pracy i sami borykamy się z problemem zatrudnienia. Natomiast ja uważam, że dobra współpraca na linii pracownik – pracodawca jest wtedy, kiedy obie strony są od siebie uzależnione. Zdają sobie sprawę, że pracownicy mają świadomość, że z różnych względów mogą stracić pracę, jednak byłbym nierozsądny gdybym pozbył się dobrego fachowca. Z drugiej strony oni wiedzą, że mogą również sami się zwolnić i poszukać zatrudnienia w innej firmie, ale większość z nich tego nie robi, gdyż mają tutaj dobre

warunki. I tak długo, dopóki ta równowaga będzie utrzymana, bez względu na to co słyższy się w mediach, to u nas będzie się dobrze pracowało.

### Pretekstem do naszej rozmowy jest zdobycie przez Państwa tytułu Lidera Społecznej Odpowiedzialności – Dobry Pracodawca 2017. Co to znaczy być dobrym pracodawcą?

Odpowiem trochę przewrotnie. Najlepiej pamiętam ze szkoły nauczycieli, którzy byli wobec mnie wymagający. Uważam, że receptą na sukces jest jasne ustalanie kierunku rozwoju firmy, wymaganie, przede wszystkim od siebie, a także zrozumienie i odpowiednie reagowanie na potrzeby ludzi, których się zatrudnia. To może brzmi banalnie, ale często zapominamy, że właśnie te oczywistości mają największy wpływ na rozwój przedsiębiorstwa.

### Jesteście Państwo firmą rodzinną. Jakie są tego atuty?

Dzisiaj zatrudniamy 65 osób i mogę powiedzieć, że znam każdego z tych ludzi. Myślę,

że to jest ogromny plus firmy rodzinnej. Nasi partnerzy, klienci, przedstawiciele doceniają ten rodzinny charakter i zdają sobie sprawę, że dzięki temu, że jesteśmy spółką średniej wielkości możemy szybciej i sprawniej reagować na ich oczekiwania. Np. jeżeli chcieliby usprawnić swoją maszynę to w dużej korporacji będzie to trwało, dajmy na to dwa lata (ze względu na procedury, proces decyzyjny, itp.), a u nas – dwa miesiące. Jest to możliwe dzięki lepszej organizacji pracy, większemu zaangażowaniu emocjonalnemu i dużej elastyczności, które pozwalają nam na sprawne i fachowe spełnianie oczekiwań kontrahentów.

Rozmawiał Tomasz Popławski



**Ryszard Sowa,**  
Prezes Zarządu  
Strassmayr Polska Sp. z o.o.

Po kilku latach działalności, rozwoju technicznego i funkcjonalnego produkowanych maszyn oraz stałej rozbudowie sieci sprzedaży w różnych krajach świata, możemy potwierdzić, że udało nam się utrzymać dobrą jakość maszyn oraz prowadzić rozwój technologiczny i funkcjonalny produkowanych maszyn w stopniu nie tylko umożliwiającym utrzymanie klientów, z którymi austriacki Strassmayr współpracował wcześniej od wielu lat, ale pozwalającym na zdobycie nowych klientów w większości krajów Europy, USA, Kanady, w wielu krajach Afryki oraz Azji.

Ten niewątpliwym sukces był i jest możliwy wyłącznie dzięki zaangażowaniu kadry zarządzającej i wszystkich pracowników poszczególnych działów firmy Strassmayr Sp. z o.o.

W okresie, gdy w wielu miejscach mówi się głośno o rynku pracownika, wyłącznie odpowiedzialne podejście do współpracy z pracownikami na zasadach wzajemnego szacunku i rozwoju może zaowocować produkcją dobrych jakościowo maszyn, które znajdują klientów w najbardziej wymagających krajach jak Niemcy, Francja, Holandia, USA, Szwecja oraz jednocześnie wyjątkowo dobrą sprzedażą w krajach Europy Wschodniej, Rosji i Afryki.

Zarząd i kadra firmy Strassmayr Sp. z o.o. przykładają duże znaczenie do rozwoju zatrudnionych pracowników oferując różne kierunki dodatkowego kształcenia, dobre warunki pracy oraz poczucie satysfakcji z wykonywanej pracy. Stosunki pomiędzy Zarządem spółki i zatrudnionymi pracownikami są oparte na jasno określonych zasadach określających nie tylko obowiązki, ale również obopólne prawa.

Dla naszej firmy uzyskanie wyróżnienia w konkursie Dobry Pracodawca 2017 jest kolejnym potwierdzeniem, że współpraca Zarządu i kadry z poszczególnymi pracownikami zatrudnionymi w spółce jest prowadzona prawidłowo, z jednej strony zapewniając zatrudnionym pracownikom pewne miejsce pracy i rozwoju osobistego, a z drugiej gwarantując Zarządowi zatrudnienie oddanych i zaangażowanych pracowników, zainteresowanych dalszym rozwojem firmy.

Jednak podstawowym potwierdzeniem właściwego kierunku rozwoju współpracy w ramach spółki jest fakt produkcji maszyn, które dzięki zaangażowaniu pracowników odpowiadają wymogom najbardziej wymagających klientów Europy Zachodniej i USA. Bez zaangażowania pracowników i kadry w rozwój firmy i poszczególnych maszyn, taki sukces handlowy i wizyjny nie byłby możliwy.

**ASTEK** Polska  
Tworzymy zespół ekspertów

**Twoja firma potrzebuje programistów?**

**Stworzymy zespół ekspertów IT dla Twojego przedsiębiorstwa!**

ASTEK Polska jest częścią międzynarodowej Grupy ASTEK, specjalizującej się w outsourcingu kadry IT i wsparciu projektów informatycznych.

**ASTEK Polska w liczbach:**

|   |  |
|---|--|
| <div style="background-color: #003366; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">65</div> <p><b>TYSIĄCY SPECJALISTÓW W BAZIE,</b> wśród których są Twoi przyszli eksperci IT</p> | <div style="background-color: #003366; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">500</div> <p><b>KONSULTANTÓW,</b> którzy realizują projekty dla naszych Klientów</p> |
| <div style="background-color: #003366; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">50</div> <p><b>KLIENTÓW</b> znanych i największych firm polskich i globalnych</p>               | <div style="background-color: #003366; color: white; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">5</div> <p><b>MIAST W POLSCE:</b> Warszawa, Gdańsk, Kraków, Poznań, Wrocław</p>      |

**Zaufaj doświadczeniu ASTEK Polska!**

[www.astek.pl](http://www.astek.pl)  
[sales@astek.pl](mailto:sales@astek.pl)



# Rozwój biznesu przez rozwój ludzi

Doosan Babcock Energy Polska S.A. działa na polskim rynku od 25 lat, od 2007 r. jako część międzynarodowej Grupy Doosan, świadcząc wysokiej jakości usługi serwisowe, remontowe i modernizacyjne, jak również utrzymania ruchu w zakresie turbin parowych, kotłów, aparatury kontrolno-pomiarowej, automatyki (AKPiA) i elektryki oraz urządzeń i instalacji pomocniczych. Obecnie zatrudnia 550 osób. W 2014 r. spółka otworzyła nowe Centrum Technologiczno-Produkcyjno-Serwisowe w Rybniku.

– Dla mnie, otwarcie nowej siedziby naszej spółki to sukces wielu ludzi, którzy byli zaangażowani w jej powstanie. Teraz z pełną odpowiedzialnością mogę powiedzieć, że jest to również spełnienie jednego z moich marzeń. Jednocześnie jest to potwierdzenie naszej strategii rozwoju biznesu poprzez rozwój ludzi – powiedział **Ryszard Siwoń-Olszewski**, Prezes Doosan Babcock Energy Polska S.A. podczas oficjalnego otwarcia. Spółka od wielu lat wspiera odpowiedzialny i zrównoważony rozwój, za-

równy wewnątrz organizacji, jak i w swoim łańcuchu dostaw. W firmie program CSR ukierunkowany jest na problemy środowiskowe, społeczne i etyczne, w odpowiedzialny sposób przyczyniając się do rozwoju ludzi, a zarazem pozytywnie oddziałując na relacje firmy z klientami, dostawcami, pracownikami i społecznościami lokalnymi.

– Działania CSR prowadzimy w trzech kluczowych obszarach – mówi Prezes Ryszard Siwoń-Olszewski. – Pierwszym z nich jest wspie-

ranie inicjatyw edukacyjnych, które obejmują zachęcanie młodych ludzi do nauki przedmiotów ścisłych, technologii, inżynierii i matematyki oraz wzmacniają rozwój osobisty naszych pracowników. Drugi obszar związany jest ze zrównoważonym rozwojem, koncentruje się na zarządzaniu naszym wpływem na środowisko, jakość, zdrowie i bezpieczeństwo. Ostatnim obszarem naszego zainteresowania jest społeczność lokalna, dla której staramy się czynić pozytywną zmianę poprzez tworzenie miejsc



pracy. W styczniu 2017 r. Doosan Babcock zdobył Złotą Statuetkę Lidera Polskiego Biznesu. Statuetki są przyznawane firmom, które w swojej działalności kierują się nie tylko zyskiem, ale i etyką prowadzenia biznesu.

Spółka kładzie duży nacisk na ustawiczne podnoszenie kwalifikacji swoich pracowników. Dlatego m.in. szkoli pracowników fizycznych we własnej szkole spawaczy, monterów i brygadzystów, a kadrze inżynieryjno-administracyjnej oferuje liczne zewnętrzne szkolenia oraz studia podyplomowe, w tym EMBA. Ponadto, rozwijając spółkę oraz tworząc nowe jej oddziały na terenie Polski tworzy nowe miejsca pracy. Idea ta jest spójna ze strategią Doosan – 2G – growth of business by growth of people, czyli rozwój biznesu poprzez rozwój ludzi. – Ludzie byli i są podstawą naszego sukcesu i dzięki nim możemy budować naszą przyszłość, co z kolei zapewnia naszym pracownikom szansę na awans – mówi Prezes.

Czytając strategię i wizję firmy Doosan Babcock wyraźnie widać, że pracownicy są dla niej najważniejsi, a ochrona ich życia i zdrowia stanowi absolutny priorytet. Na działania mające na celu poprawę stanu bezpieczeństwa i higieny pracy oraz dążenie do zera wypadków składa się wiele elementów. Te najważniejsze, to dla przykładu: rozpoczynanie każdego spotkania od krótkiej odprawy bhp, realizacja wewnętrznego Konkursu BHP na „Najbezpieczniejszy zakład”, zachęcanie pracowników do promowania rozwiązań poprawiających stan bhp, wdrożenie programu dodatkowych badań lekarskich dla pracowników starszych wiekiem, analiza zagrożeń przed rozpoczęciem pracy (LMRA) prowadzona bezpośrednio przez pracowników. Wszystkie te działania dostarczają dużo danych, które są podstawą podej-



nia wypadku. Dbamy o to, żeby każdy pracownik był zaangażowany w sprawy bezpieczeństwa, ochronę życia i zdrowia, posiadał niezbędną wiedzę do samodzielnego i bezpiecznego wykonywania obowiązków oraz posiadał większą świadomość zagrożeń i zasad działania w sytuacjach niebezpiecznych – mówi Ryszard

” Bezpieczeństwo naszych pracowników jest dla nas bardzo ważne, dlatego też nasze działania nie ograniczają się jedynie do zapewnienia odpowiedniego i bezpiecznego sprzętu czy realizowania naszej pracy zgodnie z procedurami. W codziennej pracy koncentrujemy się na kształtowaniu odpowiednich zachowań pracowników, ponieważ tylko przemyślane działania zmniejszają prawdopodobieństwo zaistnienia wypadku.

mowanych działań prewencyjnych. Spółka prowadzi szereg programów mających na celu podnosić świadomość pracowników, nauczyć zarządzać bezpiecznie i efektywnie w zgodzie z polityką oraz najlepszymi praktykami w dziedzinie bhp, promować pozytywną kulturę organizacyjną. Najważniejsze to: Human Performance – 12 narzędzi zapobiegania błędom, który wspomaga realizację wizji „Focus 2 zero” oraz „Bezpiecznie zarządzanie” (oparte na programach Institution of Occupational Safety and Health).

– Bezpieczeństwo naszych pracowników jest dla nas bardzo ważne, dlatego też nasze działania nie ograniczają się jedynie do zapewnienia odpowiedniego i bezpiecznego sprzętu czy realizowania naszej pracy zgodnie z procedurami. W codziennej pracy koncentrujemy się na kształtowaniu odpowiednich zachowań pracowników, ponieważ tylko przemyślane działania zmniejszają prawdopodobieństwo zaistnie-

Siwoń-Olszewski. – Wiemy, że każdy najmniejszy nawet wypadek to przede wszystkim cierpienie człowieka. Jest to najważniejszy dla nas argument na rzecz organizowania bezpiecznych warunków pracy.

Pracownicy Doosan Babcock udzielają się w formie wolontariatu w akcjach, których nadrzędnym celem jest niesienie pomocy tym najbardziej potrzebującym. Spośród wielu wymienimy kilka podziękowań dla Firmy m.in. otrzymanych z Domu dla Nieletnich Matek w Rybniku, Domu Dziecka w Kozienicach, Zespołu Szkół Technicznych w Rybniku, Stowarzyszenia „17-tka” z Rybnika, Wojewódzkiego Szpitala Specjalistycznego nr 3 w Rybniku (oddział pediatriczny), Związku Harcerstwa Polskiego – Hufiec Ziemi Rybnickiej oraz Zespołów Szkolno-Przedszkolnych w Rybniku za pomoc i zaangażowanie włożone w prace remontowe w tychże placówkach. Spółce dwukrotnie przyznano (w roku 2013 i 2015) nagrody „Wolon-

tariusz Roku miasta Rybnika” Stowarzyszenia Oligos w Rybniku – w kategorii Wolontariat Pracowniczy i Główny Wolontariusz Roku.

Spółka kładzie duży nacisk nie tylko na rozwój swoich pracowników, ale również na rozwój młodzieży. Doosan Babcock od wielu lat wspiera Urząd Miasta Rybnika w organizacji Festiwalu Nauki, który pokazuje, że nauka nie musi być nudna, zwłaszcza jeśli możemy doświadczyć jej poprzez eksperymenty. W tym roku wydarzenie zgromadziło ponad 1100 dzieci z rybnickich szkół podstawowych. Dzieci miały okazję zobaczyć, w jaki sposób działa ciekły azot, a także jak przeprowadzane są reakcje chemiczne. Ponadto młodzi odkrywcy mogli zagrać na laserowej harfie oraz jeździć na elektrycznym rowerze. Wspieranie inicjatyw edukacyjnych nie kończy się na powyższym. Spółka z chęcią wspiera inicjatywy uczniów w zakresie robotyki, gdzie przykładem może być koto naukowe Robotix z Zespołu Szkół Technicznych, którego uczniowie z sukcesem wystartowali w tym roku w VI Międzynarodowym Turnieju Robotów. Ponadto, Doosan Babcock od lat wspiera studentów z Instytutu Automatyzacji Procesów Technologicznych i Zintegrowanych Systemów Wytwarzania Politechniki Śląskiej, którzy co roku budują samochód elektryczny i uczestniczą w zawodach ligi F24+ oraz The Greenpower Corporate Challenge na torze Rockingham Motor Speedway w Wielkiej Brytanii. Warto dodać, że przez ostatnie lata studenci Politechniki zajmowali miejsca w pierwszej trójce.

Doosan Babcock jest również sponsorem lokalnych i ogólnopolskich imprez (Jesienny Przegląd Kabaretowy RYJEK, Ogólnopolski Festiwal Piosenki Aktorskiej, Ogólnopolski Konkurs Tańca Breakdance). Doosan wierzy, że długoterminowy, trwały sukces można osiągnąć tylko poprzez ludzi. – Ludzie byli i są podstawą naszego sukcesu i dzięki nim możemy budować naszą przyszłość – mówi Ryszard Siwoń-Olszewski – Zaufanie do naszych ludzi jest samym sednem filozofii zarządzania Doosan.

Doosan Babcock Energy Polska S.A. jest laureatem licznych nagród, jak choćby: Lider Polskiego Biznesu 2016, Lider Bezpieczeństwa Technicznego 2016 przyznany przez Urząd Dozoru Technicznego i Ministerstwo Rozwoju, „Firma Dobrze Widziana”, Medal Europejski oraz Złote Godło Najwyższa Jakość Quality International 2016. Spółka może się również pochwalić dyplomem w uznaniu efektywnej współpracy w obszarze minimalizowania ryzyka eksploatacji urządzeń technicznych, utrzymywania wysokiego standardu bezpieczeństwa technicznego oraz wkładu w stabilny rozwój polskiej gospodarki przyznanego przez Urząd Dozoru Technicznego i Ministerstwo Rozwoju RP 2016 oraz dyplomem w uznaniu za wkład w tworzenie nowych miejsc pracy przyznany przez Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej RP.

Biurowisko Doosan Babcock Energy Polska S.A.



# Bycie eko – moda czy konieczność?

EKO  
PR  
w firmie

O „zielonym” PR oraz o tym, co oznacza we współczesnych realiach gospodarczych dbałość o środowisko i bycie eko – firmą rozmawiamy z **Piotrem Żołądkowskim**, ekspertem ds. PR i wykładowcą akademickim.

## Jak powinna wyglądać strategia budowania wizerunku eko – firmy?

Decyzja dotycząca bycia eko wcale nie jest prosta do realizacji. Można wmawiać sobie i otoczeniu, że sam fakt eliminowania niepotrzebnych druków papierowych jest już działaniem ekologicznym i będzie to prawda. Natomiast takie praktyki są tylko skromnym promilem całej działalności. Wiele zależy od tego czym zajmuje się nasza firma. Czy jest producentem jakiegoś dobra czy usługodawcą oraz to, w jakiej gałęzi gospodarki działamy. Eko to nie tylko rezygnacja z druków. Eko to zdecydowanie coś więcej. To troska nie tylko o środowisko naturalne, ale także o zasoby, z których korzystamy. To również świadomość tego, jak działamy na co dzień i jakie działania podejmujemy w dłuższej perspektywie czasowej. Każdy z nas jest już eko. Często nie nazywamy swoich decyzji, nie nadajemy im przedrostka „eko”, a jednak tak działamy. Przykład: wymiana starego typu żarówek na nowoczesne, zużywające mniej energii elektrycznej. To prosty przykład, ale daje obraz jak każdy z nas staje się eko. Z firmami jest podobnie. Tyle tylko, że na większą skalę.

Jakie są popularne metody minimalizowania negatywnego wpływu na lokalne środowisko w małych, średnich i dużych firmach?

Zasadniczo najpopularniejszą formą jest działanie na styku sponsoringu i kampanii społecznych. Duży nacisk położyć można na kwestie edukacyjne. To jest temat, który zawsze będzie dobrze widziany i docelowo przynosić będzie (w dłuższej perspektywie czasowej) największe korzyści. Kampanie informacyjne, edukacyjne adresowane do uczniów i grup ich otaczających niosą bardzo wiele korzyści a jednocześnie nie rujną budżetu firmy. To dobra i sprawdzona metoda. Zresztą .... Edukacja zawsze jest potrzebna.

## Dlaczego klienci coraz częściej chcą korzystać z usług i produktów firm uwzględniających w swoich strategiach założenia proekologiczne?

Dlatego, że chcą żyć z czystym sumieniem i chcą swoją decyzją konsumentką pozytywnie wpłynąć na środowisko naturalne – chociaż tyle. Oczywiście dochodzi tu też wątek mody. Dobrze widziane jest korzystanie z usług i produktów firm uwzględniających założenia proekologiczne. Czasem firmy muszą pomóc swoim klientom w takich decyzjach. Przykładem jest wycofanie bezpłatnych torebek foliowych z sieci supermarketów.

Czy klienci wybierający eko produkty mają realny wpływ na kształtowanie środowiska, czy raczej jest to efekt PR-u?

To jest trochę jak z wyborami do Sejmu. Czy nasz głos ma realny wpływ? Czy ulegamy partyjnym zapewnieniom zawartym w programach wyborczych?

Tak – ulegamy partiom, bo nie widzimy alternatywnych podmiotów.

Tak – nasz pojedynczy głos ma znaczenie.

Tak – wybierając produkty eko realnie wpływamy na kształtowanie środowiska. Inne myślenie, jakkolwiek może być uargumentowane, to jednak jest błędne.

## Wdrażanie rozwiązań eko wiąże się zwykle z dużym nakładem środków finansowych. Czy można być eko firmą bez ponoszenia ogromnych kosztów?

Można. Wspomniałem o tym na początku. Można tworzyć duże strategie płacąc duże pieniądze firmom doradczym. Można jednak być eko – firmą nie realizując takich kosztownych działań. Przykład? Czy firma, która do wynagrodzenia dla pracowników dołącza opłacony bilet miesięczny na komunikację miejską jest eko? Moim zdaniem jest. Koszt? Zależy od firmy, liczby pracowników i charakteru działalności.

Rozmawiała  
Agnieszka Kluska



Coroczna impreza MostBlunted Graffiti Jam, podczas której MEC udostępnia swoje ściany artystom graffiti z całej Polski. Firma na nadzieję, że w ten sposób powstanie największa w Polsce galeria graffiti.

# Stabilny i zrównoważony rozwój

Zapewnić odbiorcom niezawodną dostawę ekologicznego i bezpiecznego ciepła, po optymalnych cenach – to podstawowy cel Miejskiej Energetyki Ciepłej w Koszalinie. Dlatego większość inwestycji, prac modernizacyjnych oraz organizacyjnych, prowadzonych od lat w przedsiębiorstwie, związanych jest bezpośrednio z ochroną środowiska i poszanowaniem potrzeb lokalnej społeczności.

W koszalińskiej MEC osiągnięcie tych celów możliwe jest nie tylko dzięki blisko 50-letniemu doświadczeniu, stabilnej kondycji ekonomicznej firmy i wyspecjalizowanej kadrze, ale także sprawnemu zarządzaniu. W spółce już dawno zdano sobie sprawę, że inwestycje w ekologię przynoszą wymierne korzyści nie tylko dla środowiska, ale i dla samej firmy i jej klientów. W ostatnich latach na działania proekologiczne, takie jak optymalizacja systemu ciepłowniczego, w tym modernizacja źródeł ciepła, sieci i węzłów, MEC przeznaczyła prawie 50 mln zł. Projekt pn. „Optymalizacja miejskiego systemu ciepłowniczego w Koszalinie” to jedno z kluczowych przedsięwzięć ostatnich lat, realizowanych przez spółkę, która na ten cel otrzymała dofinansowanie w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko.

– Wszystkie nasze działania związane z ochroną środowiska, jak np. modernizacja kotłowni, zmniejszenie emisji dwutlenku węgla

i innych związków do atmosfery, ograniczenie strat ciepła, przyczyniły się do tego, że Koszalin należy obecnie do grona miast o najczystszyim powietrzu w Polsce. To dla nas istotne osiągnięcie, wpisujące się w ramy naszej działalności proekologicznej i będące szczególną oznaką społecznej odpowiedzialności naszej działalności – podkreśla **Robert Mania**, Prezes Zarządu MEC w Koszalinie. – To pojęcie rozumiemy bowiem jako wrażliwość na otoczenie, a nie jedynie działania ograniczające się do sponsoringu. Wspieramy oczywiście instytucje kultury, kluby sportowe i organizacje społeczne, edukujemy dzieci i młodzież w zakresie ekologii, jesteśmy inicjatorem i partnerem takich akcji, jak konkursy fotograficzne, festyny rekreacyjno-sportowe, wycieczki do naszych obiektów, czy dorocznego Graffiti Jam, w ramach którego udostępniamy mury otaczające nasze przedsiębiorstwo artystom graffiti. Szczególnie cieszy nas natomiast fakt, że działając w nie-

zwykle dynamicznie rozwijającej się branży, notujemy stały rozwój. To dowód dobrej współpracy z partnerami, wysokiej jakości naszej oferty, dobrych relacji z administratorami obiektów i mieszkańcami. To współdziałanie jest bardzo ważne, firma nie powinna bowiem funkcjonować obok mieszkańców, niezależnie od miasta, w którym przecież wyrosła – dodaje Robert Mania.

Joanna Chrustek, Joanna Jakoweńko



**Adam Wyszomirski,**  
Członek Zarządu  
Miejskiej Energetyki Ciepłej  
Sp. z o.o.

Tytuł Lidera Odpowiedzialności Społecznej jest dla nas potwierdzeniem, że Miejska Energetyka Ciepła to solidny partner nie tylko dla biznesu. Jesteśmy firmą, która powstała, wyrosła i działa z sukcesami w Koszalinie,

nie zapominamy zatem o jego mieszkańcach, do których przecież zaliczają się także nasi pracownicy. To właśnie oni: nasi pracownicy, mieszkańcy miasta i jego okolic, są największym kapitałem przedsiębiorstwa. Pomagamy im rozwijać się i zdobywać nowe kwalifikacje, ale również, przez wspieranie instytucji kultury, klubów sportowych i organizacji społecznych, inicjowanie koncertów, konkursów fotograficznych, festynów, ułatwiamy realizację ich pozazawodowych pasji. Oczywiście nasze działania skierowane są do wszystkich mieszkańców Koszalina, co, jak zauważyliśmy, spotyka się z bardzo pozytywnym odzewem – jesteśmy postrzegani bowiem jako firma solidna, wrażliwa na potrzeby otoczenia, z którą warto się związać i współpracować na wielu polach.

Bardzo szczególną oznaką naszej społecznej odpowiedzialności jest świadomość, że warto inwestować w ekologiczne technologie, bo każda tego typu inwestycja przynosi wymierne korzyści nie tylko dla środowiska, ale również dla samej firmy, jej klientów i wszystkich mieszkańców. W ostatnich latach na działania proekologiczne, takie jak optymalizacja systemu ciepłowniczego, w tym modernizacja źródeł ciepła, sieci i węzłów, przeznaczyliśmy prawie 50 mln złotych. Projekt pod nazwą „Optymalizacja miejskiego systemu ciepłowniczego w Koszalinie” to jedno z kluczowych przedsięwzięć ostatnich lat, na które otrzymaliśmy dofinansowanie w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko. W rezultacie tych i innych inwestycji doprowadziliśmy do zmniejszenia emisji dwutlenku węgla i innych związków do atmosfery, ograniczyliśmy straty ciepła. Efekt jest rewelacyjny: Koszalin należy obecnie do grona miast o najczystszyim powietrzu w Polsce.

Innym wymiarem inwestowania w ekologię jest nasze zaangażowanie w edukację dzieci i młodzieży. Publikujemy własne wydawnictwa, propagujące racjonalne korzystanie z ciepła, regularnie pomagamy organizować w przedszkolach i szkołach lekcje ciepła systemowego, pokazujące, co to jest ciepło, skąd się bierze w naszych domach, jak powstaje w sposób bezpieczny dla środowiska i jakie są sposoby jego oszczędzania.

Można powiedzieć, że współpracując z najmłodszymi mieszkańcami miasta, dbamy o naszą wspólną przyszłość.

**LIDERZY SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI**

**EKO FIRMA**

więcej informacji: [www.społecznieodpowiedzialni.info](http://www.społecznieodpowiedzialni.info)



Campus BorgWarner w Polsce

# Podkarpackie innowacyjne zakłady produkcyjne – Campus BorgWarner w Polsce

Niezmiennie od wielu lat BorgWarner w Polsce w sposób zrównoważony i odpowiedzialny rozwija swoją działalność biznesową. Producent turbosprężarek, układów kontroli i sterowania przekładni automatycznych oraz łańcuchów rozrządu dla branży motoryzacyjnej jest mocno zaangażowany zarówno w dostarczanie swoim klientom najwyższej jakości produktów, w tworzenie miejsc pracy, jak również we wspieranie lokalnej społeczności.

Spółki BorgWarner Poland i BorgWarner Rzeszów są częścią amerykańskiego koncernu BorgWarner Inc., producenta systemów doładowania silników, sterowania rozrządem, termiką, emisją spalin oraz przeniesieniem napędu. Nowoczesne rozwiązania i zastosowane technologie w produktach wytwarzanych przez koncern przyczyniają się do zmniejszenia zużycia paliwa i emisji substancji szkodliwych, przy równoczesnej poprawie właściwości jezdnych. Obecnie BorgWarner Inc. to 6 wyspecjalizowanych dywizji w 17 krajach na świecie, zatrudniających ok. 27 tys. pracowników w 62 lokalizacjach.

Nowe, globalne przesłanie BorgWarner obejmuje dwa centralne aspekty: z jednej strony korporacja prezentuje wizję czystego, energooszczędnego świata, z drugiej – chce być liderem w dziedzinie roz-

wiązań napędowych. Oferta produktów BorgWarner do pojazdów z silnikiem spalinowym została rozszerzona o rozwiązania oparte o napędy hybrydowe i elektryczne, co pozwala prezentować się firmie jako czołowy dostawca kompletnych, nowoczesnych rozwiązań. Nowy wizerunek stwarza spółce BorgWarner kolejne szanse na rynku i zapewni konkurencyjność również w przyszłości.

Polskie oddziały spółki to zakłady produkcyjne oraz nowoczesne Centrum Techniczne zlokalizowane w pobliżu rzeszowskiego lotniska, w miejscowości Jasionka, w Podkarpackim Parku Naukowo-Technologicznym. Campus BorgWarner w Polsce tworzą: BorgWarner Poland Sp. z o.o. obejmujący dywizję Turbo Systems (produkcja i regeneracja turbosprężarek) oraz nowoczesne Centrum Badawczo-Rozwojowe,

gdzie od podstaw projektowane, testowane i wdrażane są do produkcji turbosprężarki, dywizja Morse Systems (produkcja łańcuchów rozrządu i modułów rozrządu ze zmiennymi fazami) oraz BorgWarner Rzeszów Sp. z o.o., obejmujący dywizję Transmission Systems (wytwarzanie elementów przekładni automatycznych i sprzęgieł).

## **Efektywny i skuteczny system zarządzania**

Sukces BorgWarner w Polsce to przede wszystkim zasługa zarządu firmy i pracowników, którzy przywiązują ogromną wagę do ciągłej poprawy systemu kierowania organizacją. W spółkach zarządzanie odbywa się przy zastosowaniu zintegrowanego systemu, obejmującego 3 standardy,

oparte na międzynarodowych normach: ISO TS 16949, ISO 14001 oraz OHSAS 18001. System ma także za zadanie nadzorować wpływ firmy na środowisko oraz wspierać bezpieczne metody pracy. Doskonałość zarządzania jakością w BorgWarner w Polsce jest wynikiem twórczej realizacji zasad TQM (Total Quality Management), stosowanych w globalnej korporacji BorgWarner, gdzie każdy aspekt działalności realizowany jest z uwzględnieniem działań pro jakościowych. W tym procesie uczestniczą wszyscy pracownicy, a poprzez pracę zespołową, zaangażowanie i podnoszenie kwalifikacji widoczny jest postęp jakości pracy. W całej organizacji obowiązuje również Korporacyjny System Zarządzania Jakością, tzw. BorgWarner Quality System oraz System Zarządzania Produkcją, tzw. BorgWarner Production System. BWQS i BWPS to nowoczesne i elastyczne systemy, wspomagające procesy produkcyjne, stosowane w zakładach BorgWarner na całym świecie, a ich największą zaletą jest uniwersalność, jasne kryteria oraz czytelne, graficzne i intuicyjne przedstawienie wyników tak, aby każdy członek zespołu mógł swobodnie interpretować bieżącą sytuację. Fundamentalne zasady BWQS i BWPS, do których należą m.in. rozwój pracowników, komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna, planowanie produkcji, ustandaryzowana praca, przynoszą wymierne korzyści, w postaci satysfakcji odbiorców produktów i ich użytkowników, jak również zmniejszenia kosztów operacyjnych, ochrony środowiska oraz zachowania bezpieczeństwa pracy.

Jak mówi **Marek Zabielski**, Dyrektor BorgWarner Poland Sp. z o.o.:

– Prawidłowe funkcjonowanie firmy, zwłaszcza w tak wymagającej branży jaką jest automotive, zależne jest od posiadanych standardów, określających i wymu-

Dowodem na to, jak dużą wagę spółka przywiązuje do kwestii bezpieczeństwa pracy, jest zdobycie przez nią po raz kolejny nagrody CEO's Safety Excellence Award, asygnowanej za przepracowanie miliona godzin bez wypadku. Statuetka, którą przyznaje Zarząd światowego koncernu BorgWarner Inc. została wręczona przedstawicielom każdej z polskich dywizji w listopadzie 2016 roku. W związku z uzyskaniem najwyższego uzna-

W związku z rozbudową, dywizja BorgWarner Turbo Systems zatrudniła od stycznia 2017 roku kolejne 400 osób. W latach 2017-2020 planowany jest dalszy wzrost zatrudnienia z uwagi na dalszą ekspansję zakładów.

Pracownicy BorgWarner to w większości młode, wykształcone osoby. Tworzą one sprawnie działający i ukierunkowany na rozwój zespół, którego plan i praca

” BorgWarner w polityce kadrowej realizuje dwa podstawowe cele: zapewnienie niezbędnej liczby pracowników o określonych kwalifikacjach dla osiągnięcia wyznaczonych celów biznesowych oraz jak najlepsze wykorzystanie ich potencjału i aspiracji tak, aby mogli tworzyć wartość spółki z poczuciem satysfakcji i dumy. Polityka zatrudnienia realizowana przez firmę opiera się na kilku filarach – określonej kulturze korporacyjnej, atrakcyjnym wynagrodzeniu, odpowiednio dopasowanym pakiecie świadczeń pracowniczych, możliwości rozwoju osobistego i podnoszenia kwalifikacji oraz poczuciu bezpieczeństwa.

nia za przestrzeganie zasad bezpieczeństwa, nagrodę pieniężną w wysokości 60 tys. dolarów przekazano na lokalne cele charytatywne w ramach działań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu.

Z okazji osiągnięcia miliona godzin bez wypadku trzy dywizje BorgWarner mogły przekazać darowizny pieniężne na rzecz takich jednostek jak: Stowarzyszenie Pomocy Dzieciom i Młodzieży Sprawnej Inaczej w Trzebownisku, Towarzystwo Przyjaciół Dzieci Oddział Regionalny w Rzeszowie, Podkarpackie Hospicjum dla Dzieci, TITUM Stowarzyszenie na rzecz wspomagania rozwoju dzieci i młodzieży, Podkarpackie Stowarzyszenie na rzecz dzieci z porażeniem mózgowym oraz Dom Dziecka im. J. Kor-

uzależnione są od wspólnych celów firmy. Wszystkim zatrudnionym, BorgWarner zapewnia poczucie stabilności oraz możliwości autentycznego rozwoju w odniesieniu do realizowanych zadań. To wszystko sprawia, że zakład posiada unikalną kulturę organizacyjną, która jest doceniana przez klientów i pracowników firmy na całym świecie.

BorgWarner w polityce kadrowej realizuje dwa podstawowe cele: zapewnienie niezbędnej liczby pracowników o określonych kwalifikacjach dla osiągnięcia wyznaczonych celów biznesowych oraz jak najlepsze wykorzystanie ich potencjału i aspiracji tak, aby mogli tworzyć wartość spółki z poczuciem satysfakcji i dumy. Polityka zatrudnienia realizowana przez firmę opiera się na kilku filarach – określonej kulturze korporacyjnej, atrakcyjnym wynagrodzeniu, odpowiednio dopasowanym pakiecie świadczeń pracowniczych, możliwości rozwoju osobistego i podnoszenia kwalifikacji oraz poczuciu bezpieczeństwa. – Wierzmy, że wzmacnianie tego, co w ludziach najbardziej wartościowe, gwarantuje sukces zawodowy i osobisty. Stosujemy najwyższe standardy, system działań adresowanych do kadry pozwala im realizować się zawodowo, a pracodawcy osiągać zamierzone cele. Ma to znaczenie szczególnie, gdy firma dynamicznie się rozwija, a kolejne zmiany wymagają nie tylko nowych umiejętności, ale także zrozumienia i akceptacji. Nie zapominamy o podstawach, które pozwalają na stworzenie przyjaznego miejsca pracy. Dbamy o bezpieczeństwo zatrudnionych osób i ich zdrowie. Zapewniamy profilaktykę zdrowotną, promujemy też aktywność sportową, a w trudnych sytuacjach życiowych oferujemy pomoc i wsparcie. Nieodzownym elementem kultury firmy, na który kładziemy nacisk, są relacje pracodawcy z pracownikami, oparte o wzajemny szacunek, zaufanie oraz współpracę – podsumowuje Paweł Tetela, dyrektor BorgWarner Rzeszów Sp. z o.o.

” Wierzmy, że wzmacnianie tego, co w ludziach najbardziej wartościowe, gwarantuje sukces zawodowy i osobisty. Stosujemy najwyższe standardy, system działań adresowanych do kadry pozwala im realizować się zawodowo, a pracodawcy osiągać zamierzone cele.

szających wysoki poziom usług. Zintegrowany System Zarządzania koordynuje wszystkie działania związane z jakością, środowiskiem i bezpieczeństwem wewnątrz, jak i na zewnątrz firmy. Dzięki temu produkty są zgodne z określonymi wymaganiami. System OHSAS promuje te zagadnienia, które dla nas są szczególnie ważne, czyli spokojne i zdrowe środowisko pracy. Ta problematyka jest dla nas niezwykle istotna z kilku powodów. Przede wszystkim ustanowione normy zachowań i ich przestrzeganie przez pracowników sprzyjają podnoszeniu wydajności i jakości pracy. Z kolei poczucie bezpieczeństwa i zadowolenie pracowników przekładają się na wyniki ekonomiczne. Odpowiedni poziom stabilizacji, który udało się nam osiągnąć to niewątpliwie zasługa wykwalifikowanej, doświadczonej i odpowiednio wykształconej kadry, dlatego jej bezpieczeństwo jest dla nas priorytetem.

czaka w Strzyżowie. Dywizji Turbo Systems udało powtórzyć się to osiągnięcie również w tym roku. 4 października pracownicy otrzymali nagrodę, a BorgWarner Turbo Systems w Polsce mogło przekazać 20 tys. dolarów następującym instytucjom: Stowarzyszenie SOS Wioski Dziecięce w Polsce (SOS Wioski Dziecięce w Biłgoraju), które otrzymało kwotę w wysokości 36 tys. złotych oraz Stowarzyszenie Pomocy Dzieciom i Młodzieży Sprawnej Inaczej w Trzebownisku, Fundacja Podkarpackie Hospicjum dla Dzieci, Stowarzyszenie na Rzecz Dzieci z Domu Dziecka w Strzyżowie „Serca Sercom”, które otrzymały po 12 tys. złotych.

#### Praca – stabilność i rozwój

BorgWarner w podzieszkowskim Campu zatrudnia obecnie ponad 1,4 tys. osób, w tym ok. 150 wysoko wykwalifikowanych inżynierów w Centrum Technicznym.

MEDIA PRESS  
grupa

SERWISY  
INTERNETOWE



KREUJ Z NAMI SWOJĄ MARKĘ

GRUPA MEDIA PRESS:  
FORUMBIZNESU.PL, SPOLECZNIEODPOWIEDZIALNI.INFO,  
DOBRAMARKA.EU, NAJWYZSZAJAKOSCQI.PL