nr 15 | 2016 | kwartalnik dystrybuowany jest bezpłatnie
ISSN 2083-9316 | www.asbiznesu.pl

asBIZNESU

Postaw na **kompetencje!**

Dobre praktyki
Winkhaus
Grupa INEA

Warto wiedzieć
Pieniądze na edukację pracowników

Prawo
Gdy pracownik podnosi kwalifikacje

Stowarzyszenie Centrum Promocji i Rozwoju Inicjatyw Obywatelskich PISOP

ul. Pl. J. Metziga 26/6
64-100 LESZNO
Tel./Fax 65 520 78 86

ul. F. Ratajczaka 26/6/96
61-815 POZNAŃ
Tel./Fax 61 851 91 34

e-mail: pisop@pisop.org.pl

CENTRUM PISOP

Postaw na kompetencje!

Uwzględnianie rozwoju zespołu w przedsiębiorstwach pojawiło się na większą skalę i w sposób zorganizowany w latach 90-tych ubiegłego stulecia. Obecnie chyba wszyscy polscy pracodawcy nie traktują edukacji jako kosztu, ale jako inwestycję. Mamy bowiem świadomość, że konkurencyjność opiera się na dostępie do utalentowanych pracowników, którzy mogą stać się motorem innowacji w firmie, strażnikiem jakości produktu i wyjątkowym sprzedawcą. Biorąc pod uwagę rozwój technologii, rola potencjału, wiedzy i umiejętności pracowników jest zdecydowanie kluczowa w firmie.

Przekonanie to jedno, a realizacja – drugie. Odpowiedzi na pytanie: **Jak profesjonalnie kształtować kompetencje swoje i pracowników?** – udziela Artur Roger. Praktyczne przykłady przybliża zaś Przemysław Oczyp w artykule **Plus/Minus.** Na szczęście mamy szeroką paletę inicjatyw edukacyjnych, począwszy od studiów podyplomowych, kursów prowadzonych przez zewnętrznych specjalistów bądź szkoleń wewnętrznych, poprzez webinaria aż do mentoringu i coachingu. Warto przy tym pamiętać, że pracodawca z mocy prawa powinien ułatwiać pracownikowi podnoszenie kwalifikacji. Może też skorzystać z dofinansowania ze środków unijnych (**Nowe podejście do finansowania rozwoju kompetencji pracowników**), zmniejszając tym samym swoje koszty. W ramach każdej inwestycji, także w podnoszenie wiedzy i doświadczenia, warto minimalizować ryzyko, w tym przypadku odejścia kompetentnego pracownika (**Prawo**). Ale także dbać o przyjazną atmosferę i środowisko pracy (**Przyjazne środowisko pracy, czyli jakie powinno być biuro idealne?**), powszechnie wiadomo bowiem, że nie ma pracownika z niewolnika.

Zachęcam także do zadumy nad odpowiedzialnością przedsiębiorcy (**Wywiad**) oraz odpowiedzialnością pojmowaną przez konsumentów (**Inny punkt widzenia**).

Na koniec życzę kompetentnych pracowników, szefów i partnerów.

Ewa Gałka
Redaktor naczelna

Spis treści

- 3 Wstęp
- 4 Puls Branży
- 6 Badania: **Przyjazne środowisko pracy, czyli jakie powinno być biuro idealne?**
- 9 Temat numeru: **Jak profesjonalnie kształtować kompetencje swoje i pracowników?**
- 12 Plus/Minus
- 13 Wywiad: **Inteligent organicznie zapracowany**
- 16 Dobra praktyka: **Wspieranie edukacji przynosi korzyści biznesowe**
- 18 Dobra praktyka: **Winkhaus inwestuje w ludzi**
- 20 Odpowiedzialni: **Podstawą jest zaangażowanie**
- 21 Warto wiedzieć: **Nowe podejście do finansowania rozwoju kompetencji pracowników**
- 24 Inny punkt widzenia: **CSR oczami konsumentów**
- 26 Prawo: **Gdy pracownik podnosi kwalifikacje**
- 28 Po godzinach: **Ciało pomostem między nami a naszymi emocjami**
- 30 Felieton: **Odpowiedzialność wraca**
- 31 Fotorelacja: **I Festiwal Filmów Odpowiedzialnych „17 Celów"**

asBIZNESU od 2011 roku

Wydawca: Stowarzyszenie Centrum Promocji i Rozwoju Inicjatyw Obywatelskich PISOP

Adres redakcji Kwartalnika:
ul. Ratajczaka 26/6/96, 61-815 Poznań
tel./faks 61 851 91 34 | e-mail: pisop@pisop.org.pl
NIP: 697-20-53-010 | Regon: 411184520
Redaktor naczelna: Ewa Gałka
Redaktor prowadząca: Anita Nowicka, anita.nowicka@asbiznesu.pl
Wsparcie merytoryczne: Agata Robińska
Sekretarz redakcji: Justyna Schaefer-Kurkowiak
Korekta językowa: Maria Gałka
Projekt makiety i skład: Anna Wardowska
Projekt okładki: Anna Wardowska
Druk: Zakład Aktywności Zawodowej PROMYK | **Nakład:** 1000 egz.

Magazyn wraz z portalem www.asbiznesu.pl stanowią kompleksowe źródła inspiracji i wiedzy na temat społecznej odpowiedzialności biznesu.

Magazyn As Biznesu w ramach społecznie odpowiedzialnych działań wydawcy drukowany jest w przedsiębiorstwie społecznym – Zakład Aktywności Zawodowej PROMYK w Żerkowie.

Redakcja Kwartalnika zaprasza do przesyłania swoich opinii, refleksji czy informacji prasowych wszystkich, którzy chcą podzielić się społecznie odpowiedzialną wiedzą i doświadczeniem: redakcja@asbiznesu.pl.

Redakcja nie zwraca materiałów niezamówionych, zastrzega sobie prawo redagowania nadesłanych tekstów, nie odpowiada za treść zamieszczanych reklam i ogłoszeń.

Kwartalnik jest częścią projektu LOWES – Leszczyński Ośrodek Wsparcia Ekonomii Społecznej realizowanego przez Centrum PISOP.

Fundusze Europejskie Program Regionalny
SAMORZĄD WOJEWÓDZTWA WIELKOPOLSKIEGO
Unia Europejska Europejski Fundusz Społeczny

O budowaniu autorytetów w XXI wieku

Debata z udziałem ekspertów, przedstawicieli firm i organizacji pozarządowych, kalejdoskop wolontariatów pracowniczych, inspirujące warsztaty i wiele więcej zaplanowano na 24 listopada w Warszawie w czasie IV Konferencji Koalicji Prezesi-wolontariusze pt. „Dlaczego wolontariat? O budowaniu autorytetów w XXI wieku".
Do udziału w wydarzeniu zaproszeni są: kadra zarządzająca, członkowie zarządów, osoby odpowiedzialne za rozwój zawodowy i osobisty menedżerów, koordynatorzy wolontariatu pracowniczego, osoby z działów HR, CSR, menedżerowie, którzy planują wdrożenie wolontariatu pracowniczego w firmach, osoby z NGO odpowiedzialne za wolontariat, eksperci, przedsiębiorcy społeczni.
Organizatorem Konferencji jest Akademia Rozwoju Filantropii i Inwestycje Społeczne Sp. z o.o. w Warszawie.
Więcej informacji o Koalicji Prezesi-wolontariusze oraz relacje z poprzednich konferencji na stronie www.dobrybiznes.info.

Edukacyjna działalności biznesu, czyli Targi CSR 2016

W czwartek 17 listopada 2016 roku Stadion PGE Narodowy w Warszawie stanie się przestrzenią do poznania dobrych praktyk firm i organizacji w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu. Wszystko to za sprawą organizowanych tam Targów CSR.
Tematem przewodnim tegorocznych Targów będzie edukacyjna działalność biznesu. Zwiedzający będą mogli poznać działalność ponad 60 wystawców, w głównej mierze firm, które na co dzień wdrażają CSR i postępują zgodnie z jego zasadami, będą mogli porozmawiać z praktykami CSR czy nawet włączyć się w poszczególne projekty realizowane i prezentowane przez firmy. Organizatorzy przewidują różnorodne formy prezentacji zagadnień z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu: część konferencyjna, wywiady/rozmowy na scenie, premiery publikacji poświęconej strategii CSR i oczywiście stoiska targowe. Targi CSR będą transmitowane online i obecne w mediach społecznościowych pod hashtagiem #TargiCSR. Organizatorzy zapraszają wszystkich zainteresowanych tematem. Udział w wydarzeniu jest bezpłatny, nie obowiązuje rejestracja. Więcej informacji o Targach można znaleźć na stronie www.odpowiedzialnybiznes.pl.

TARGI CSR

ECO-MIASTO

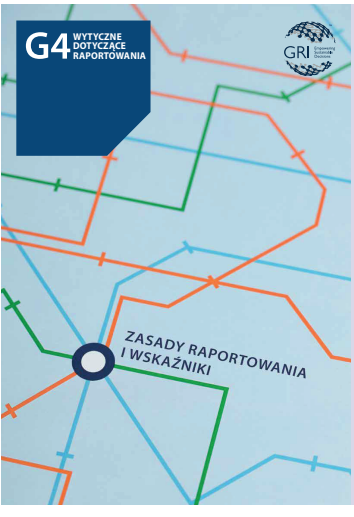
Jeszcze do 20 października br. każde polskie miasto lub związek gminny może wziąć udział w konkursie ECO-MIASTO. Zgłoszenia można przesyłać w ramach czterech kategorii: zrównoważona mobilność, efektywność energetyczna budynków, gospodarka wodna, zarządzanie lokalnymi systemami energetycznymi. Jury konkursowe przyznaje w każdej kategorii dwie nagrody: dla miasta powyżej oraz poniżej 100 000 mieszkańców. Dodatkowo przyznawane są wyróżnienia w każdej kategorii oraz nagrody partnerów konkursu.
Konkurs organizowany jest już po raz czwarty przez Ambasadę Francji w Warszawie. W tym roku swojego wsparcia udzieliły firmy Renault, Saint-Gobain, Saur Polska oraz Grupa EDF (EDF Polska, DK Energy Polska i Tiru). Partnerem jest także KAPE i Fundacja Wspólnie LafargeHolcim.

Poznań przyjazny seniorom

Poznań jako drugie po Gdyni miasto w Polsce przystąpiło do sieci Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) Miast Przyjaznych Starzeniu. Obecnie należy do niej około 350 miast z 28 krajów świata. Przystąpienie do sieci wiąże się z koniecznością uwzględniania potrzeb seniorów w różnych działaniach miasta związanych m.in. z przestrzenią publiczną, komunikacją, budownictwem, transportem, partycypacją społeczną. Oznacza to na przykład, że wszystkie nowe inwestycje czy zmiany w infrastrukturze będą w Poznaniu przygotowywane z myślą o seniorach. Zmieni się także sposób prowadzenia polityki społecznej. Ma ona skupiać się przede wszystkim na utrzymaniu aktywności osób starszych i ich jak najdłuższej samodzielności.
Inicjatorami dołączenia Poznania do sieci miast byli: Miejska Rada Seniorów, Centrum Inicjatyw Senioralnych i Damian Dubina, prezes Instytutu Rozwoju Aktywności.

Liderzy Różnorodności

Jaką rolę odgrywa lider we wdrażaniu idei różnorodności w organizacji? Na to pytanie odpowiedzi będą szukali uczestnicy III Kongresu Różnorodności, który odbędzie się 9 listopada 2016 r. w Warszawie.
Kongres Różnorodności to konferencja tematyczna, która od 2013 roku odbywa się w Warszawie. Zrzesza specjalistów, ekspertów, praktyków i przedstawicieli biznesu wokół tematu zarządzania różnorodnością. Celem Kongresu jest pobudzenie dyskusji na temat wyzwań różnorodności w miejscu pracy i zarządzania poprzez wartości. Tegoroczną nowością jest przegląd Praktycy o różnorodności, prezentujący najbardziej innowacyjne i angażujące polskie dobre praktyki.
Organizatorem wydarzenia jest BE.NAVIGATOR oraz Henkel Polska. Więcej informacji można znaleźć na stronie www.be-navigator.pl.



Raportowanie pozafinansowe obowiązkowe

Coraz chętniej firmy raportują swoje działania pozafinansowe mające wpływ na środowisko i społeczeństwo. Już niedługo dla niektórych z nich będzie to obowiązek.
Obecnie trwają prace nad wdrożeniem unijnej dyrektywy ws. ujawniania informacji niefinansowych i informacji dotyczących różnorodności (dyrektywa 2014/95/UE). Obliguje ona m.in. duże spółki giełdowe do raportowania działań wpływających na środowisko i społeczeństwo.
Najnowsze, międzynarodowe standardy sprawozdawczości z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu dostępne są już w języku polskim. Partnerami tłumaczenia są: Ministerstwo Rozwoju, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Deloitte, Grupa LOTOS S.A., Krajowa Izba Biegłych Rewidentów, Provident Polska S.A.
Wytyczne dostępne są bezpłatnie, do pobrania pod adresem www.odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/g4-pl.

Przyjazne środowisko pracy, czyli jakie powinno być biuro idealne?

Dla każdej firmy, która chce odnosić sukcesy, jednym z kluczowych czynników jest przestrzeń, w jakiej funkcjonuje.

Katarzyna Gajewska

Starszy Konsultant, Dział Doradztwa i Badań Rynku, CBRE

Mikołaj Sznajder

Zastępca Dyrektora, Dział Powierzchni Biurowych, CBRE

Dlaczego miejsce pracy ma znaczenie?

Siedziba firmy wpływa na samopoczucie jej pracowników, na jej wizerunek i postrzeganie przez klientów, na wewnętrzną komunikację i współpracę ludzi, na codzienne funkcjonowanie firmy. Zwłaszcza w dobie wszechogarniającej rzeczywistości wirtualnej, kiedy niemal wszystkie transakcje można przeprowadzić online, z nieokreślonej lokalizacji, czynnikiem spajającym wszystkie operacje będzie jeszcze długo adres przedsiębiorstwa.

Świat się zmienia i miejsca pracy też. Wynika to nie tylko z rozwijającej się technologii, ale też ze zmieniających się potrzeb i oczekiwań pracowników, jak również z ciągłego dążenia firm do poszukiwania oszczędności przy jednoczesnym zwiększeniu efektywności. Czasy, w których to pracownik biurowy musiał codziennie stawić się do pracy w sztywno określonych ramach czasowych i przestrzennych, gdzie często musiał walczyć z niesprzyjającymi warunkami pracy, minęły. Coraz częściej mówi się o tym, że to miejsce pracy ma spełniać wymagania pracownika, a nie na odwrót.

Miejsce pracy zyskuje na znaczeniu. Już nie tylko poczucie sprawczości, duma z wykonywania pracy, ale również miejsce, w jakim się ją wykonuje, stały się istotnym czynnikiem sukcesu. Połączenie tych wszystkich elementów pozwala na kształtowanie się tzw. pracowników holistycznych, którzy łączą swoje życie zawodowe z prywatnym, którzy chcą aktywnie wpływać na swoje działania, pracować zgodnie z własnymi przekonaniami i równocześnie być całkowicie oddanymi ideom firmy. Biuro, w jakim pracują i równocześnie je kreują, jest jednym z istotnych motywatorów na rynku pracy.

Co jest ważne dla pracownika?

Jak ważną rolę odgrywa środowisko pracy i jakie jest jego postrzeganie przez pracowników biurowych, pokazuje najnowszy raport CBRE „How we want to work?". Ankieta przeprowadzona na niemalże 500 pracownikach biurowych w Warszawie pozwoliła na przeanalizowanie trzech różnych typów przestrzeni biurowej: biura gabinetowego, biura typu open space oraz biura elastycznego w zależności od wieku, roli pełnionej w firmie oraz doświadczenia badanych. Ankietowani, którzy zostali poproszeni o wyrażenie swojej opinii na temat powyżej wymienionych układów pokazali, iż niezależnie od roli pełnionej w firmie ich poglądy na temat kluczowych aspektów były zbliżone. Głęboko zakorzenione przyzwyczajenia Polaków sprawiają, że nadal preferowana jest praca w układzie gabinetowym. Warto jednakże zauważyć, iż opinia o nowoczesnych aranżacjach powierzchni zmienia się w zależności od poziomu doświadczenia pracy w takim układzie. Osoby, które miały

> **Miejsce pracy ma spełniać wymagania pracownika, a nie na odwrót.**

okazje korzystać z dobrodziejstw biur elastycznych, czyli niestandardowych miejsc pracy, np. pokoi do cichej pracy, kanap i foteli czy przestrzeni kreatywnych, wykazują znacznie bardziej pozytywne nastawienie i rozumienie tego typu konceptu.

Raport CBRE analizuje poszczególne czynniki środowiska pracy i ich wpływ na opinie pracowników biur. Okazuje się, że nowinki technologiczne czy designerskie sale zabaw wcale nie mają największego znaczenia, chociaż oczywiście wiele elementów wyposażenia biur, gwarantujących odpowiedni komfort pracy, musi być już standardem. Najważniejsza dla ludzi jest przede wszystkim możliwość kontroli otoczenia (temperatury, hałasu, światła) oraz dostęp do komunikacji publicznej. Przytoczone powyżej aspekty środowiska pracy okazały się istotne dla wszystkich badanych grup: stażystów, specjalistów oraz menedżerów.

Jaki układ biura wybrać?

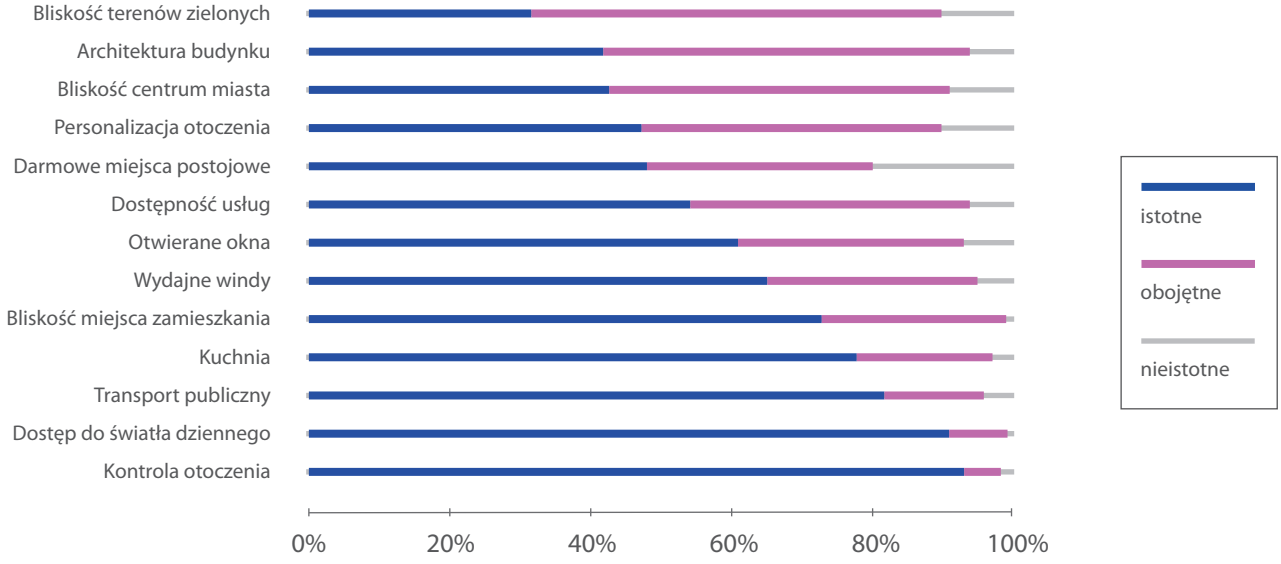
Największą możliwość kontroli otoczenia daje naturalnie biuro w układzie gabinetowym. Z uwagi na fakt, iż układ ten jest uznawany za nieefektywny, gdyż ogranicza możliwość pracy większej liczby osób w jednym miejscu, wiele firm rezygnuje ze schematu wydzielonych przestrzeni i pokoi na rzecz biura w układzie open space. Powierzchnie tego typu sprzyjają integracji, wymianie pomysłów i doświadczeń, aczkolwiek nie dają możliwości sterowania środowiskiem pracy, a co za tym idzie, wpływają negatywnie na wydajność pracy. Ludzie potrzebujący skupienia wolą przebywać w mniejszych bądź zamkniętych pomieszczeniach, w których nikt ich nie rozprasza i mają kontrolę nad systemem klimatyzacji. Rozwiązaniem mogą być budki telefoniczne, sale konferencyjne czy strefy relaksu zlokalizowane w różnych częściach biura.

Koncepcją, która może sprostać różnego rodzaju wymaganiom jest tzw. biuro elastyczne, w którym pracownicy sami sobie wybierają miejsce i sposób pracy w zależności od aktualnej potrzeby. Takie biuro powstaje w wyniku procesu analizy firmy, co pozwala określić rzeczywiste zapotrzebowanie na biurka i sale i przynosi też znaczne oszczędności. Dla większości firm realnie osiągalnym wskaźnikiem jest 8 stanowisk pracy na każdych 10 pracowników. Dzięki takiej analizie powstaje nadwyżka około 10-20% przestrzeni biurowej, która może zostać przeznaczona na dodatkowe pomieszczenia:

- wewnętrzne pokoje spotkań z rzutnikami, tablicami i otoczeniem sprzyjającym pracy kreatywnej,
- dodatkowe przestrzenie socjalne, wykorzystywane w trakcie przerw lub mniej formalnych spotkań,

Biuro jest jednym z istotnych motywatorów na rynku pracy.

Jak istotne są poszczególne aspekty środowiska pracy?

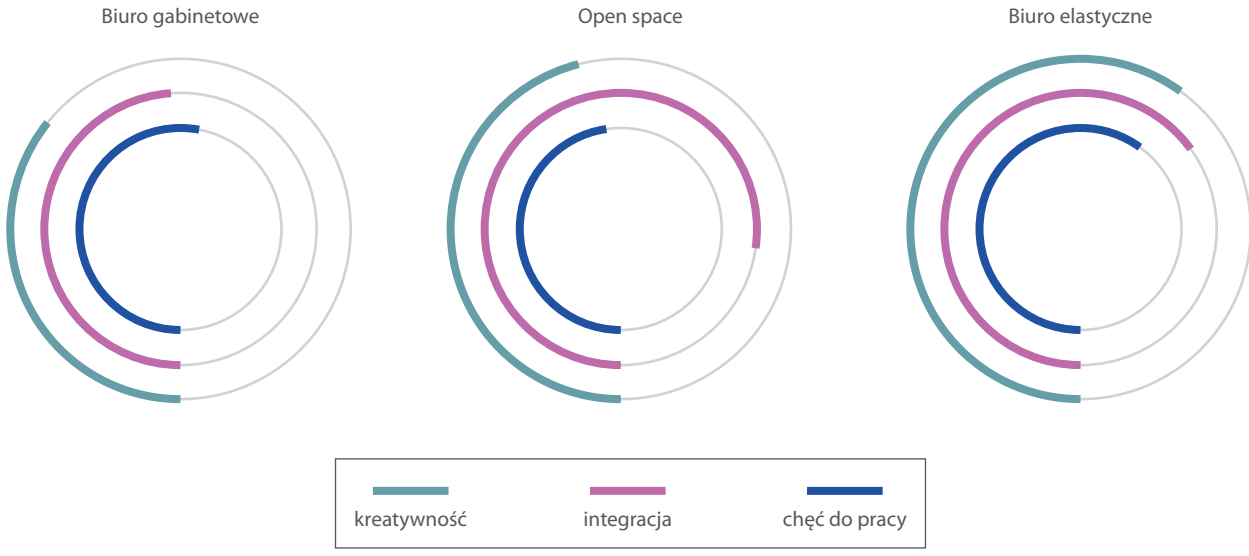


Źródło: CBRE, 2016 r.

- biura na dzień, czyli dzielone biura do prowadzenia indywidualnych rozmów,
- wyciszone, niewielkie pokoje do pracy wymagającej skupienia,
- dodatkowe pokoje konferencyjne,
- pokoje wypoczynkowe,
- ponadstandardowej wielkości kuchnia.

które wspierają i stymulują kreatywność, ale też integrację i ogólną chęć do pracy. Poniższy wykres pokazuje, iż biuro elastyczne jest najlepszym sposobem na pogodzenie tych aspektów.
W Polsce coraz więcej firm decyduje się na takie właśnie rozwiązanie. Nawet konserwatywne firmy prawnicze czy banki wykorzystują jego elementy. Początkowo niechętne systemowi „bezbiurkowemu", w którym pracownicy codziennie muszą spakować się do szafki i nie mają stałego miejsca z czasem przekonują się do jego zalet. Wiele z nich wskazuje na istotne polepszenie współpracy między ludźmi z różnych działów, porządek i ograniczenie ilości drukowanych dokumentów, brak konieczności nagłego poszukiwania nowego biura przy zwiększeniu zatrudnienia, lepszy komfort i zadowolenie wśród zespołów. Z obserwacji wynika, że z biegiem czasu w wielu przypadkach to nie nowe pokoje relaksu, zabawy czy ćwiczeń są potrzebne, ale właśnie sale konferencyjne. Wśród wskazywanych mankamentów pojawia się opinia, iż w takim biurze trudniej współpracować w ramach dotychczasowych departamentów, w których pracownicy rozpraszają się. Wynikiem jest konieczność częstszych, ale bardziej efektywnych spotkań, co przekłada się na inne planowanie czasu. Zalety takiego nowego środowiska pracy są jednak znaczące i w dłuższym okresie przekładają się na poprawę jakości pracy i życia ludzi. ■

Jaka przestrzeń biurowa jest najlepsza, by pogodzić: kreatywność, integrację, chęć do pracy?



Źródło: CBRE, 2016 r.

Elastyczne biuro charakteryzuje zarówno szeroka oferta różnorodnych miejsc wspierających prace w skupieniu, jak również praca w zespole na otwartej przestrzeni. W takim układzie pracownicy codziennie mogą zmieniać miejsce pracy, pracować w innym otoczeniu, w izolacji lub w zespole, bliżej okna lub na kanapie. Biura elastyczne mają dużo salek spotkań, wygodnych mebli, wspólnych przestrzeni i małych pomieszczeń do rozmów telefonicznych. Zaawansowane technologicznie pozwalają szybko zarezerwować salę, odbyć konferencję wideo, połączyć się z internetem z każdego miejsca, wyciszyć się.
Przy obecnym tempie i stylu pracy większość firm szuka rozwiązań,

Biuro elastyczne jest najlepszym sposobem na połączenie kreatywności, integracji i ogólnej chęci do pracy.

Jak profesjonalnie kształtować kompetencje swoje i pracowników?

Byłem kiedyś mimowolnym świadkiem rozmowy właściciela firmy ze swoim asystentem. Sytuacja ta zachęciła mnie do zastanowienia się nad kompetencjami pracowników.

Artur Roger

Trener i coach biznesu

Członek zarządu Polskiego Towarzystwa Trenerów Biznesu

Kompetencje, czyli?

– Panie Dawidzie, jak idzie rekrutacja do naszego działu marketingu? Mamy jakichś kompetentnych kandydatów?
– Znów przyszedł młody człowiek i mówił, że może zostać kierownikiem, bo ma świetne kompetencje, skończył zarządzanie i marketing… Opowiadał, że ma same piątki w indeksie, że przeczytał chyba wszystkie książki na temat marketingu, jakie zostały ostatnio wydane.
– To chyba świetnie?!
– Niekoniecznie. Po naszych analizach i testach wyszło, że umie tylko gadać… Natomiast z konkretnymi kompetencjami u niego raczej krucho.

Pewnie nieraz jako szefowie spotkaliście się z podobną sytuacją. A zastanawialiście się, co tak naprawdę kryje się pod pojęciem kompetencja? Obawiam się, że nasz kandydat nie miał pełnej wiedzy na ten temat. A czy wy macie?
Kompetencja w danym obszarze składa się z wiedzy, umiejętności i postawy. Aby osiągnąć pełnię kompetencji, potrzebne są te trzy składniki. Nasz kandydat miał prawdopodobnie spory zasób wiedzy, ale możliwe, że umiejętności okazały się niewystraczające lub zawiodła postawa.
Kształcenie kompetencji ma kluczowe znaczenie dla naszego rozwoju zawodowego i osobistego. Od wielu lat w Polsce trwa moda na tak zwane kształcenie przez całe życie. Z badań Bilans Kapitału Ludzkiego prowadzonych w 2012 r. przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości[1] wynika, że prawie 40% Polaków w wieku 18-59 lat bierze udział w różnych formach kształcenia ustawicznego. Warto przy tym zwrócić uwagę, że systematyczny spadek aktywności szkoleniowej przypada na wiek około 45 lat, a zatem tendencję do dokształcania mają przede wszystkim osoby stosunkowo młode, już dobrze wykształcone i mieszkające w dużych ośrodkach miejskich.

Kompetencja składa się z wiedzy, umiejętności i postawy.

Wśród osób pracujących to kobiety częściej podnoszą swoje kompetencje na nieobowiązkowych kursach lub szkoleniach.
Jaką mamy motywację do podjęcia dalszej nauki? Niestety Polacy w dużej części nie wyróżniają się nadzwyczaj wygórowanymi motywacjami czy ambicjami dotyczącymi kształcenia. Naszym głównym motywatorem jest wymóg pracodawcy (wskazało nań około 40% badanych). Chęć kształcenia swoich umiejętności dla samodoskonalenia się jest głównym motywatorem wśród kadry kierowniczej i specjalistów.
Skoro rola pracodawcy w zakresie kształcenia kompetencji jest tak istotna dla polskiego pracownika, jak zatem pracodawca może wzmocnić jego kompetencje? Obecnie rynek edukacyjny dysponuje całą gamą ofert i możliwości kształcenia osób aktywnych zawodowo.

[1] *Kształcenie przez całe życie*, na podstawie badań zrealizowanych w 2012 roku w ramach III edycji projektu Bilans Kapitału Ludzkiego, Anna Szczucka, Konrad Turek, Barbara Worek, Warszawa 2012 r.

Jak ocenić poziom kompetencji?

Pracodawcy zdecydowanie powinni zacząć proces dokształcania pracownika od ustalenia, jakim poziomem kompetencji on dysponuje. Analiza potrzeb związanych z rozwojem kompetencji może bazować na samoocenie, obserwacjach, rozmowach z pracownikiem bądź testach psychologicznych. Oto kilka popularnych, sprawdzonych metod:

1. Narzędzia diagnostyczne oraz testy
Jeśli testy mają solidne podstawy naukowe, warto z nich korzystać. Testami z prawdziwego zdarzenia nie są oczywiście kwestionariusze z różnych rozrywkowych czasopism. Większość z nas ma olbrzymią pokusę wypełnienia krótkiego testu z serii: czy jestem dobrym menedżerem, sprzedawcą, handlowcem? Testy te mają to do siebie, że łatwo ferują wyroki, którymi nieopatrznie możemy się kierować. Profesjonalne testy powinny być zobiektywizowane, rzetelne, zapewniać trafność pomiaru oraz… być zaadoptowane kulturowo. Nie każdy zagraniczny test sprawdzi się w realiach polskiego rynku pracy. Przykłady dobrych testów to m.in. NEO-FFI, NEO-PI-R, LMI. Uwaga! Taki test nie może być jedynym wyznacznikiem oceny poziomu kompetencji, inaczej możemy naszemu pracownikowi wyrządzić wielką krzywdę.

Proces dokształcania pracownika warto zacząć od ustalenia jego poziomu kompetencji.

2. AC/DC (ośrodek oceny i rozwoju)
Assessment Center/Development Center potocznie nazywane ośrodkiem oceny i rozwoju służą maksymalnie obiektywnej ocenie kompetencji pracownika i ustaleniu aktualnego poziomu jego kompetencji w danym obszarze. Osoby poddawane testowi wykonują zestaw zadań – indywidualnie oraz grupowo. Uczestnicy cały czas są obserwowani przez asesorów wewnętrznych lub podwykonawców. AC najczęściej jest wykorzystywane przy rekrutacji pracowników, również tej wewnętrznej. DC natomiast służy określaniu kierunku rozwoju pracownika. W trakcie AC/DC pracownik może być poproszony o odegranie danej roli, przedstawienie prezentacji, wykonanie zadań grupowych itd. Ta metoda jest preferowana przez większe firmy z powodu czasochłonności i kosztów.

3. Ocena 360 stopni
To narzędzie służy uzyskaniu obiektywnej informacji na temat poziomu kompetencji pracowników. W procesie oceny opinie przedstawiają wszystkie strony współpracy: badany pracownik, jego współpracownicy, podwładni oraz przełożeni, a czasem np. także klienci. W tej metodzie wszyscy wypowiadają się na temat zachowań, które obserwują na co dzień u ocenianej osoby. Warto jednak zwrócić uwagę, że wynik oceny 360 stopni może być trudny do zaakceptowania przez uczestnika badania, szczególnie jeżeli sam miał lepszą opinię o swoich kompetencjach. Konieczne jest tu więc adekwatne przekazanie informacji zwrotnej.

Jak kształcić kompetencje?

Dobrze przeprowadzona diagnoza pozwala na uzyskanie wiarygodnych danych pozwalających na rozwój pracownika. Na tej bazie należy określić jego cele rozwojowe dotyczące zarówno wiedzy i umiejętności, jak i postawy związanej z obowiązkami zawodowymi. Warto, aby cele były omówione wspólnie przez pracownika z przełożonym. Wreszcie przyszedł czas na wybranie narzędzi rozwoju kompetencji.

1. Studia podyplomowe
Podyplomowo można już studiować naprawdę wąskie dziedziny, takie jak np. kształcenie głosu i mowy, projektowanie marki, handel ze Wschodem czy metody ilościowe w analizie rynków finansowych[2]. Osoby, które myślą o podjęciu studiów podyplomowych, mogą spotkać się z problemem bogactwa oferty, za którą niekoniecznie idzie wysoka jakość kształcenia. Warto zastanowić się, jakie kierunki studiów opłaca się teraz ukończyć, na ile praktyczny jest oferowany program, tak aby nasz wysiłek i pieniądze nie poszły na marne, a wybór finalnie pomógł nam w karierze.

[2] www.edulandia.pl

2. Szkolenia
Kto w nich nie uczestniczył? Ręka do góry! Z ilu byliście zadowoleni? Przypomnicie sobie, które szkolenia faktycznie wzmocniły, a może nawet wykształciły w was nowe kompetencje?
Szkolenie nie jest tylko i wyłącznie wykładem, choć sam wykład może być jego częścią. Na niego może składać się warsztat oraz trening. Taki trening ma na celu właśnie wykształcenie nowej lub ulepszenie starej umiejętności. Można go porównać do typowego treningu sportowego. Jest sportowiec (uczestnik szkolenia) i jest trener, który go trenuje. Warto zwrócić uwagę, że tak, jak w sporcie trener nie musi być byłym sportowcem (choć może mu to pomóc), tak trener - szkoleniowiec nie musi być praktykiem w danej branży. Akurat ta kwestia jest często postrzegana jako pewna kontrowersja. Zadajmy sobie zatem pytanie, czy dobry handlowiec będzie umiał nauczyć, jak skutecznie handlować? Niekoniecznie. To są zupełnie inne kompetencje. Co innego jest skutecznie sprzedawać, a co innego skutecznie uczyć sprzedawania.
Szkolenie nie powinno mieć formy „a' la show". Ważne jest, aby trener opierał swoją wiedzę na dowodach naukowych w myśl zasady evidence based training – czyli szkoleń opartych na dowodach.

3. Trening w miejscu pracy
Możemy go zaobserwować wszędzie tam, gdzie na plakietce pracownika widać napis: „uczę się". Młodszy stażem pracownik uczy się kompetencji wymaganych na danym stanowisku pracy pod okiem bardziej doświadczonego kolegi. Często trening jest prowadzony przez trenerów wewnętrznych, doświadczonych pracowników lub czasem nawet przez samych szefów (to w wypadku niedużych firm). Ta forma kształcenia jest dla pracodawcy o tyle opłacalna, że uczeń jednocześnie wykonuje pracę.

Na bazie diagnozy należy określić cele rozwojowe pracownika dotyczące zarówno wiedzy i umiejętności, jak i postawy związanej z obowiązkami zawodowymi.

4. Mentoring
W praktyce jest to relacja mistrz – uczeń. Mentorem w kontekście organizacji zostaje najczęściej osoba (niekoniecznie starsza) posiadająca dłuższy staż pracy oraz piastująca wyższe stanowisko[3]. Mentor to osoba, która pełni rolę przyjaciela i zaufanego doradcy, jednak cała relacja przebiega na poziomie profesjonalnym. Obie strony spotykają się i komunikują między sobą w sposób regularny, jednak wskazane jest, aby kontakty te nie miały charakteru zbyt sformalizowanego. Mentor jest jednocześnie doradcą, konsultantem i coachem. Ma pomagać swojemu podopiecznemu w rozwoju jego ścieżki zawodowej.

5. Coaching
Polega on na indywidualnej pracy coacha z klientem (szefem, pracownikiem). Istnieje sporo definicji tego terminu. Mnie najbardziej przypadła do gustu taka oto historia zasłyszana w szkole coachów: coaching jest jak proces powożenia bryczką. Coach siedzi obok powożącego zaprzęg i zadaje mu umiejętnie pytania: Dokąd chcesz jechać? Jak chcesz jechać? W jakim terminie chcesz dojechać do celu? Jakie przeszkody czekają Cię po drodze? Jak chcesz je ominąć? Coach sam na te pytania odpowiada i to on przez cały czas powozi powóz. Coach ani przez chwilę nie sięga po lejce, tylko siedzi obok. Ciężar odpowiedzialności za rozwiązywanie problemów spoczywa na uczestniku. Coach ma tu być dobrym specjalistą od coachingu, nie doradcą czy konsultantem. Ta metoda świetnie wpływa na zmianę postaw uczestnika.
Pracodawco, jeśli zależy ci na wykorzystaniu potencjału pracowników, dopasuj formę kształcenia do ich indywidualnych preferencji i potrzeb oraz skorzystaj z bogatej oferty edukacyjnej dostępnej na polskim rynku. Powodzenia w kształceniu kompetencji! ■

Bibliografia

„Szkolenia oparte na dowodach", Clark R., Biblioteka Moderatora 2014
„Podręcznik trenera", Jarmuż S., Witkowki T., Biblioteka Moderatora 2004
„Rozwój osobisty. Instrukcja obsługi", Żak R., MT Biznes 2015

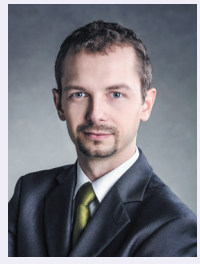
[3] www.polishpsychologists.org

PLUS

MINUS

Rozwój naszych kompetencji odbywa się każdego dnia pracy

Podnoszenie kompetencji swoich i pracowników powinno w pierwszej kolejności wynikać z motywacji – zarówno pracodawcy, jak i pracownika. Przy braku motywacji, a co za tym idzie często celu, wszelkie studia czy szkolenia nie odniosą skutku.



Przemysław Oczyp

Dyrektor Zarządzający Go Responsible

W ostatnich latach, głównie za sprawą dotacji z Unii Europejskiej, rynek został wręcz zalany przez darmowe szkolenia podnoszące kompetencje, bezpłatne usługi doradców, coachów itd. Czy jednak odniosły one skutek? Ciężko na to pytanie jednoznacznie odpowiedzieć, choć wiele opinii jest negatywnych. W branży dokształceń mówi się, że darmowe szkolenia rozwojowe zrobiły więcej złego niż dobrego: pojawiały się jak grzyby po deszczu, ale znaczna ich część była „robaczywa". Wpływ na to miał często wymóg spełnienia „warunków projektowych", skutkujący przeprowadzaniem zajęć na siłę. Ponieważ trzeba było się rozliczyć z dotacji, „odbębniano" szkolenie, byle osiągnąć wskaźniki w postaci odpowiedniej liczby przeszkolonych osób i dotrzymać harmonogramu projektu. To wpływało na niską jakość szkoleń, które nie odpowiadały na oczekiwania grupy i nie były dla nich wyzwaniem. Prowadzący bywali nieprzygotowani i nieznający grupy, a uczestnicy brani „z łapanki". Firmy coraz częściej mówiły, że nie mają czasu na kilkudniowe szkolenia swoich pracowników, a sami pracownicy nie byli nimi zainteresowani, ponieważ uważali je za zmarnowany czas – a swoją robotę i tak trzeba było zrobić.

> **Mówi się, że darmowe szkolenia rozwojowe zrobiły więcej złego niż dobrego.**

Nie powinniśmy jednak zapominać, że rozwój kompetencji odbywa się każdego dnia pracy. Wtedy, gdy znajdujemy się w nowych sytuacjach, realizujemy inne zadanie niż zazwyczaj czy radzimy sobie z trudnym klientem (bądź nie radzimy, o ile tylko wyciągniemy z tego wnioski). Wcale więc nie trzeba uczestniczyć w zewnętrznych formach dokształcania. Istotne i skuteczne w rozwoju własnych kompetencji jest staranie się o to, aby być na bieżąco z trendami, potrzebami klientów i z działaniami konkurencji. A ze strony pracodawcy umożliwienie tego pracownikom – w różny sposób, np. poprzez przydzielanie niestandardowych zadań, prenumerowanie specjalistycznej prasy czy po prostu omawianie w zespole ważnych zagadnień, nowych trendów i pomysłów.

> **Istotne i skuteczne w rozwoju własnych kompetencji jest bycie na bieżąco z trendami, potrzebami klientów i z działaniami konkurencji.**

Nie ma jednego skutecznego sposobu podnoszenia kompetencji. Najtrudniejsze, a zarazem najważniejsze jest jednak budowanie odpowiednich postaw i motywacji – zarówno własnej, jak i pracowników w zespole. ■

Inteligent organicznie zapracowany

Według Mariana Marka Przybylskiego inteligent powinien pokazywać wzory zachowań, forsować rzeczy wartościowe, lepsze, trudniejsze.

Fot. Romuald Świątkowski

Marian Marek Przybylski - społecznik, propagator Nagrody Pracy Organicznej, wieloletni szef i współwłaściciel Oficyny Wydawniczej Głos Wielkopolski, członek Zarządu Spółdzielni Wydawniczej „Czytelnik" w Warszawie, współwłaściciel i przewodniczący Rady Nadzorczej Telewizji WTK, prezes i współwłaściciel spółki Instytut Edukacji Europejskiej, będącej założycielem Collegium Da Vinci i współzałożycielem Uniwersytetu SWPS (Warszawa, Katowice, Poznań, Sopot, Wrocław).

Prawie 30 lat temu, jako szef Głosu Wielkopolskiego, ustanowił Pan Nagrodę Pracy Organicznej. Czy Wielkopolanie są „genetycznie", historycznie bardziej wrażliwi na bycie odpowiedzialnym wobec otoczenia, wspólnoty?

Marian Marek Przybylski: Myślę, że tak. Jeśli gdzieś jeszcze można mówić o pracy organicznej, to chyba właśnie tutaj, w Poznaniu, w Wielkopolsce. Jest tendencja, by o tej historycznej idei pracy organicznej pamiętać i ją wskrzeszać. Stworzyłem Nagrodę Pracy Organicznej, by honorować najwybitniejsze postacie, takie jak Tadeusz Mazowiecki, Krzysztof Skubiszewski czy Stanisław Barańczak. W ten sposób chcieliśmy podkreślić wielkość tych ludzi, którzy wiele osiągnęli, pracowali dla kraju, którzy są godni naśladowania.

Czy tę wielkopolską wrażliwość, także pewne wyczulenie w kwestii społecznej odpowiedzialności widzi Pan także u młodszych pokoleń?

Na szczęście tak, głównie dzięki temu, że są stowarzyszenia i inne organizacje, które promują pracę organiczną. Wśród podmiotów wyróżnianych za taką działalność są nie tylko gigantyczne koncerny, wielkie inicjatywy, ale także przedsięwzięcia mniejsze, rodzinne, prywatne. Wielkopolska, w tym Poznań, jest miejscem, gdzie mamy największą liczbę małych, rodzinnych firm, które dobrze sobie radzą. Ta aktywność ma chyba najwięcej znamion pracy organicznej.

W jaki sposób media po przełomie 1989 roku wpływały na wrażliwość społeczną i czy spełniły swoją rolę?

Po 1989 roku była ogromna szansa na to, aby w mediach prezentować swoje ambicje, pozytywne wzorce. Ja starałem się wtedy je realizować w Głosie Wielkopolskim. Z tych ambicji powstała instytucja „Obiadów w Głosie". Przez 16 lat wzięło w nich udział ok. 200 wybitnych postaci, które każdy chciałby poznać, z którymi chciałby porozmawiać. Prezydenci, premierzy, ludzie kultury, nauki i sztuki przyjeżdżali specjalnie na te obiady do Poznania – to była perła w koronie naszych przedsięwzięć, świadczyła nie tylko o prestiżu gazety, ale i o szacunku dla naszego miasta. Chciałem to pokazać, że możemy w Poznaniu być szanowani, zauważani.

Ten, kto został wykształcony, przygotowany do życia w społeczeństwie, ma coś do powiedzenia, nie może zatrzymywać swojej wiedzy, doświadczenia dla siebie.

Instytut Edukacji Europejskiej (IEE), którego jest pan prezesem – poprzez różne projekty – edukuje liderów, menedżerów i pracowników. Na ile ważną rolę pełni w tych projektach zagadnienie społecznej odpowiedzialności?

Ludzi kształcą uczelnie: Collegium Da Vinci i Uniwersytet SWPS, których IEE jest założycielem. W Collegium Da Vinci naszymi partnerami, cenionymi przez studentów wykładowcami, są przedsiębiorcy. Praktycy przedstawiają swoje doświadczenia. Swoim przykładem udowadniają, że bez współpracy biznesu ze środowiskiem, bez inwestowania w ludzi nie można funkcjonować z sukcesem. Przekonują, że przedsiębiorca nie pracuje tylko dla siebie i dla zysku, ale i po to, by dawać coś otoczeniu, w którym działa. Ten element społecznej odpowiedzialności biznesu jest więc istotny i obecny. W obu uczelniach mamy takie kierunki studiów, które pchają ludzi do pracy z innymi ludźmi.

Fot. Romuald Świątkowski

Uważam, że przedsiębiorca, któremu się powodzi, ma wręcz obowiązek, by się dzielić z otoczeniem.

Czy zwraca pan uwagę na to, jakie idee przekazywane są studentom, słuchaczom oraz w jaki sposób uczelnie oddziałują na środowisko, w którym działają?

Robimy to razem z Piotrem Voelkelem. Wiem, że nasza dotychczasowa praca jest obserwowana: czego dokonaliśmy, co robimy, czym się interesujemy i w co się staramy pozytywnie włączać. Piotr jest człowiekiem sukcesu: w biznesie inwestuje w sztukę, prowadzi działania ważne i rozpoznawane. Siłą rzeczy to oddziałuje na ludzi, którzy z nim współpracują – także na środowisko naukowe. Ja też się starałem i teraz próbuję to kontynuować.
Staramy się, by studenci, którzy tutaj są, nie opuszczali uczelni wyposażeni wyłącznie w encyklopedyczną czy profesjonalną wiedzę. Stąd taka mnogość organizowanych tu wydarzeń o charakterze artystycznym i społecznym. Uczelnia wypełniona jest wybitnymi dziełami sztuki współczesnej – to studentów cywilizuje, rozszerza ich poziom kulturowy, uwrażliwia.

IEE organizuje liczne wykłady i seminaria poświęcone m.in. historii, gospodarce, mediom. Czy jest popyt na taką formę społecznego zaangażowania?

Dzięki uczelniom dysponujemy kadrą naukową, która potrafi mówić o sprawach społecznych, historii, socjologii – stąd powstały projekty, z którymi wychodzimy na zewnątrz. Od dekady organizuję na przykład Konwersatorium Europejsko-Samorządowe, czyli cykl wykładów adresowanych do pracowników instytucji publicznych, państwowych i samorządowych, podmiotów komercyjnych. Celem przedsięwzięcia jest rozszerzenie wiedzy słuchaczy, którzy dawno skończyli studia. Mówimy im o polityce, kulturze, o tym, co

sie dzieje na świecie. I na tę wiedzę jest popyt.

Jest Pan też twórcą spotkań naukowych dla osób w wieku średnim i dla seniorów w wielu gminach Wielkopolski.

W ramach 17. Otwartego Uniwersytetu Powiatu Poznańskiego jechaliśmy z wykładami do każdej gminy powiatu: do szkół, do domów kultury. Wykładowcy mówili o kulturze, ekonomii, historii. Spotkanie miało charakter akademicki. To było miejsce, gdzie ludzie wymienili się uwagami, wypili wspólnie kawę, spędzili ze sobą czas. Ten projekt – moim zdaniem bardzo pożyteczny – robiliśmy dwukrotnie z dużym powodzeniem. W ramach innego projektu pn. Akademia Regionalna jeździliśmy do szkół z wykładami profesorskimi o Wielkopolsce, o pracy organicznej, o Powstaniu Wielkopolskim. Wiem, że takie rzeczy mogą zaważyć na rozwoju młodej osoby, zdecydować o wyborze studiów. Zorganizowaliśmy też akademickie wykłady w ramach lokalnych „uniwersytetów" w Czerwonaku, Komornikach, Pobiedziskach i Swarzędzu.
Warunek powodzenia tych przedsięwzięć był jeden, aby władze konkretnej miejscowości, gminy, firmy widziały w nich sens i je doceniały.

Co Panem kieruje, co pcha do pracy społecznikowskiej, mecenatu sztuki?

Mam bardzo rozbudowane poczucie tego, kim w społeczeństwie powinien być inteligent. On ma obowiązek robić więcej niż inni – nie tylko dla siebie. Powinien pokazywać pewne wzory zachowań, forsować rzeczy wartościowe, lepsze, trudniejsze. Jest w tym coś z tego XIX-wiecznego podejścia do pracy organicznej.
Ten, kto został wykształcony, przygotowany do życia w społeczeństwie, ma coś do powiedzenia, nie może zatrzymywać swojej wiedzy, doświadczenia dla siebie. Ja coś robię – ciągle mnie to popycha do przodu. Zmieniałbym dookoła wiele rzeczy, ciągle jest coś do poprawienia, coś mnie denerwuje. Jak mnie to przestanie denerwować, interesować, będzie to znak, że czas zakończyć działalność.

Firmy są w stanie wydać pieniądze na bardzo dziwne rzeczy, na „spektakularne" akcje promocyjne, nie potrafiąc przy tym przeznaczyć znacznie mniejszych środków na rozwój intelektualny pracowników.

Czy przedsiębiorców, liderów, w ten sposób pojmujących swoją rolę jest w Poznaniu, w Wielkopolsce więcej?

Ludzi, którzy idąc przez życie zostawiają coś dobrego po sobie, jest bardzo wiele. Inna sprawa, że poznaniacy są aktywni i nie zawsze mogą liczyć na uznanie za swoja pracę. Może też dlatego, że nie bardzo umieją się zaprezentować, nie potrafią przedstawić tego, co zrobili. Przegrywają z osobami niekoniecznie bardziej wartościowymi, za to bardziej asertywnymi. Być może to też cień pracy organicznej: robić cicho, skromnie, nie afiszować się, ale posuwać się do przodu – to nam chyba zostało po czasach zaborów.

Twierdzi pan zatem, że przedsiębiorców dbających o pozytywny wpływ na otoczenie, filantropów, społeczników jest więcej, niż się powszechnie sądzi?

Tak, to bardzo prawdopodobne. Uważam, że przedsiębiorca, któremu się powodzi, ma wręcz obowiązek, by się dzielić z otoczeniem. Musi coś z tego sukcesu przeznaczyć dla innych osób, które mają jakiś problem i potrzeby.

Na co pana zdaniem powinni przede wszystkim zwracać uwagę przedsiębiorcy w kwestii społecznej odpowiedzialności?

To chociażby zwrócenie uwagi na pracowników, za których przedsiębiorca jest odpowiedzialny. Dostrzegam niezmiernie smutne zjawisko: jest wiele firm odnoszących sukcesy ekonomiczne, które nie odczuwają potrzeby rozszerzania wiedzy swoich pracowników. Firmy są w stanie wydać pieniądze na bardzo dziwne rzeczy, na „spektakularne" akcje promocyjne, nie potrafiąc przy tym przeznaczyć zdecydowanie mniejszych środków na rozwój intelektualny załogi.

We współczesnym, konkurencyjnym świecie rozwój pracownika jest sprawą fundamentalną. Czym różnią się poszczególne firmy, poszczególne oferty, skoro są tak podobne?

Moim zdaniem różnią się ludźmi, którzy te oferty przynoszą. Jeśli w mieście do wyboru jest 30 banków, klient zaufa temu, w którym trafi na kompetentną obsługę. Na ludzi, którzy potrafią rozmawiać nie tylko o pieniądzach, nie ograniczają się do przysłowiowego „wciśnięcia" klientowi kredytu. ■

Wspieranie edukacji przynosi korzyści biznesowe

Jednym z najważniejszych celów strategii firmy i strategii CSR Grupy INEA jest rozwój społeczeństwa informacyjnego. Działania te skupione są wokół edukacji. Jak to może się opłacać?

Agata Robińska
Redaktorka, As biznesu

Strategia walki z wykluczeniem informacyjnym realizowana jest w skali województwa od 2011 roku. Działania firmy – dostawcy usług multimedialnych i telekomunikacyjnych – ograniczają się do Wielkopolski, bo tutaj firma inwestuje, tutaj rozwija się i daje zatrudnienie 800 Wielkopolanom. Grupa INEA postawiła na edukację swoich wielkopolskich interesariuszy – klientów czy przyszłych pracowników na każdym etapie życia i edukacji.

Czym skorupka za młodu …

Już w szkole od najmłodszych lat korzystanie z e-podręcznika, e-dziennika, biblioteki cyfrowej, wirtualnego muzeum czy e-kursów to codzienność. *Do tego potrzebny jest internet szerokopasmowy, a dziś mniej niż 8% szkół w Wielkopolsce ma internet o prędkości 100Mbp/s. Zdecydowana większość placówek ma więc gorsze łącze internetowe niż większość z nas w swoich domach* – podkreśla Renata Szwarc, specjalistka ds. PR Grupy. Sieć szerokopasmowa jest rekomendowana przez Ministerstwo Edukacji Narodowej w ramach programu Cyfrowa Szkoła. To szansa dla firmy, która stawia sobie ambitne cele.

Dlatego też w kwietniu tego roku INEA ruszyła z projektem "Szkoły są mega, twoja może być giga". Firma zamierza umożliwić dostęp do sieci światłowodowej kilkuset szkołom podstawowym i ponadpodstawowym w Wielkopolsce.

Już ponad 200 placówek edukacyjnych w Wielkopolsce korzysta z usług INEA świadczonych za pomocą technologii światłowodowej, pozwalającej na jednoczesne korzystanie z dużej przepustowości przez sporą liczbę odbiorców.

Poza usługą dostępu do internetu firma oferuje dodatkowy pakiet świadczeń. Podłączone szkoły dostają też w pakiecie m.in. nieograniczony dostęp do multimedialnych zasobów naukowych.

Jaka jest korzyść dla firmy? Placówka podłączana jest za symboliczną złotówkę, ale szkoła musi zostać abonentem INEA. To daje Grupie nowego klienta na lata.

> **Współpraca ze szkołą ponadpodstawową stwarza szansę nie tylko na zysk, ale także na pozyskanie przyszłych kadr.**

Absolwenci technikum przyszłymi pracownikami

Czasami współpraca ze szkołą ponadpodstawową stwarza szansę nie tylko na zysk, ale także na pozyskanie przyszłych kadr. Tak jest w przypadku Zespołu Szkół Technicznych w Turku – szkoły, która jest klientem i korzysta z usług firmy, gdyż jest podłączona do światłowodu. W tej szkole kształcą się przyszli technicy teleinformatycy, którzy w przyszłości mogą znaleźć zatrudnienie w Grupie INEA.

Współpraca rozpoczęła się w kwietniu 2015 roku. Wielkim sukcesem jest samo zainteresowanie uczniów tematyką telekomunikacyjną. W zeszłym roku firma zaprosiła wybraną klasę na wycieczkę, podczas której uczniowie zobaczyli, jak wygląda budowa przyłącza światłowodowego. Po powrocie do szkoły pracownicy przeprowadzili wykład

oraz warsztaty, które polegały na zaprojektowaniu drogi przyłącza światłowodowego do osiedla domków. *Proszę sobie wyobrazić, że ci młodzi ludzie poradzili sobie z tym zadaniem bez najmniejszych problemów. Edukacja młodzieży jest dla nas bardzo ważna, to motor do dalszego rozwoju. I nie chodzi tutaj o wiedzę książkową, ale o edukację, która przekłada się na nasze życie, czyli wiedzę w praktyce* – podkreśla Renata Szwarc.

Praca magisterska o INEA?

Jak pozyskiwać wartościowych absolwentów? Ścisła współpraca z uczelnią na pewno nie zaszkodzi. INEA podjęła współpracę z Politechniką Poznańską i od września 2011 r. przygotowuje tematy prac dyplomowych oraz zajęć laboratoryjnych dla Wydziału Elektroniki i Telekomunikacji. Studenci tego wydziału odbywają praktyki w firmie, a najlepsi znajdują również zatrudnienie w spółkach Grupy INEA. Już teraz ponad 100 absolwentów Wydziału Elektroniki i Telekomunikacji zasila struktury Grupy INEA. Inicjatorem nawiązania współpracy pomiędzy uczelnią a firmą jest dr hab. inż. Piotr Zwierzykowski z tego wydziału. Otrzymuje on od INEA przygotowane tematy prac i dystrybuuje je wśród studentów studiów inżynierskich i magisterskich, którzy są w momencie wyboru tematu pracy dyplomowej. *Współpracujemy na podobnych zasadach z różnymi firmami, ale współpraca z Grupą INEA ma charakter cykliczny i zorganizowany. Studenci mają okazję lepiej poznać firmę, ponieważ na ogół odbywają tam staż, pracownicy Grupy natomiast mają możliwość zaproponować temat pracy i zbadać zagadnienie dla nich istotne. Oczywiście, żeby były efekty, ważne jest w każdym przypadku zaangażowanie obu stron* – podkreśla Zwierzykowski.

Dodatkowo w ramach wydarzenia CaseWeek, organizowanego na terenie Politechniki, dzięki atrakcyjnie prowadzonym zajęciom warsztatowym, jest szansa na przyciągnięcie najbardziej ambitnych studentów.

Społeczeństwo się starzeje, firma to zauważa i stawia na działania edukacyjne.

Warsztaty i pokaz spawania światłowodów dla partnerskiej szkoły ZST w Turku. Fot. Archiwum Grupy INEA

INEA obejmuje patronatem konferencje i spotkania techniczno-naukowe organizowane przez Politechnikę. W efekcie ostatnich spotkań udało się zatrudnić jedną osobę w Dziale Usług TV oraz zaproszono do współpracy trzech stażystów, a praktyki odbyło sześć osób.

Seniorzy = klienci

Społeczeństwo się starzeje, firma to zauważa i stawia na działania edukacyjne, które mają pomóc osobom starszym w zrozumieniu cyfrowego świata. Dlatego nawiązała współpracę z Centrum Inicjatyw Senioralnych. Pracownicy CIS przeprowadzą w listopadzie szkolenia dla konsultantów INEA z Infolinii Obsługowej oraz Biur Obsługi Abonenta. Dzięki temu sposób komunikacji pracowników będzie bardziej przystępny dla osób starszych. Na efekty tej i innych inicjatyw dla seniorów będzie trzeba poczekać. Jednak takie działania powinny być docenione także przez starzejących się pracowników.

Walka z wykluczeniem cyfrowym i działania edukacyjne są realizowane na wielu płaszczyznach. Firma została doceniona. Za działania na rzecz budowy sieci dostępowych w technologii FTTH oraz walkę z wykluczeniem cyfrowym otrzymała w 2016 roku prestiżową nagrodę od FTTH Council Europe.

Czy edukowanie klientów i pracowników się opłaca? Tak, ponieważ przekłada się na wzrost wskaźników biznesowych – przyznaje Renata Szwarc z Grupy INEA. I nie ma się czego wstydzić. Takie myślenie to dojrzały CSR. ■

Winkhaus inwestuje w ludzi

Społeczna odpowiedzialność w centrum stawia człowieka. Szczególne wsparcie w ramach swojej działalności większość firm kieruje jednak do pracowników. To oni bowiem odpowiadają choćby za jakość produktu, zadowolenie klienta, rozwój firmy i dobry wizerunek.

Dagmara Angier-Sroka
Doradczyni, Centrum PISOP

Winkhaus jest dużym niemieckim przedsiębiorstwem obecnym na rynku od ponad 160 lat. W swojej branży – okuć do okien i drzwi uchodzi za lidera innowacji. Na siedzibę w Polsce rodzina Winkhaus wybrała Rydzynę koło Leszna, dając pracę 800 osobom. Osiągnięcia przedsiębiorstwa w perspektywie ponad 20 lat świadczą o jego dynamicznym rozwoju, zaangażowaniu i profesjonalizmie kadry.

Wsparcie i zaufanie

Zadziwiające, jak polityka firmy kształtuje jej strukturę – trzon kadry stanowią osoby pracujące niemal od początku jej istnienia, staże kilkunastoletnie należą do krótkich! Wiele osób przechodziło różne stopnie kariery zawodowej i korzystało z różnych form wsparcia, m.in. z dofinansowania studiów i nauki języków obcych. Duża część pracowników biurowych do dziś korzysta z organizowanych przez firmę szkoleń z języka angielskiego i niemieckiego. Korzyści są wymierne: jakość pracy i zaangażowanie pracowników.

Dla pracowników z kolei liczy się wsparcie sprofilowane pod potrzeby. Monika Olszewska z działu obsługi klienta podkreśla *indywidualne podejście do pracownika wzmacnianie poprzez szkolenia wewnętrzne, w tym związane z wdrażaniem produktów oraz zewnętrzne.* Znacznie podnoszą one efektywność i profesjonalizm.

Przedsiębiorstwo dba o rozwój pracowników, w końcu bez ciągłego podnoszenia kompetencji pracowników firma nie będzie się dalej tak szybko rozwijać. Przykładem wspierania edukacji jest Monika Olszewska, która sięgnęła po tytuł doktora na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu na Wydziale Zarządzania. Koszt studiów pokrył pracodawca, natomiast ona została zobowiązana do pozostania w stosunku pracy przez 3 lata po obronie. Podejście opłaciło się obu stronom.

Winkhaus na targach Securex 2016, Międzynarodowe Targi Poznańskie, 06.2016 r. Fot. Archiwum Winkhaus

Szacunek i jasne zasady

Winkhaus wydaje własny biuletyn dla klientów. Ciekawym jego elementem jest stała rubryka poświęcona pasjom, którym pracownicy oddają się w swoim czasie wolnym. Za przykład mogą posłużyć chociażby artykuły o tworzącym rzeźby z recyklingu Zbyszku Antiasowie z działu eksportu czy o Arkadiuszu Bujnowskim – podróżniku zwiedzającym świat z perspektywy kampera.

Euro 2016 trwało - również w Winkhausie! Mecz: Niemcy - Polska. Załoga kibicuje Polakom. Fot. Archiwum Winkhaus

Na kulturę pracy w Winkhaus składają się: szacunek i indywidualne podejście do pracownika, płaska struktura organizacyjna, jasne zasady.

Elastyczne formy zatrudnienia i czas pracy – to także ważny element inwestowania w ludzi i dopasowania wymagań do sytuacji życiowej pracownika. Firma przyjazna jest rodzinom i rodzicom. Klaudia Mendyka-Waszkowiak, kierownik marketingu Winkhausu potwierdza: *Elastyczny czas pracy ułatwia odprowadzenie dzieci do szkoły czy wizyty z dzieckiem u lekarza. Panuje tu zaufanie na linii pracownik – pracodawca.*

Na kulturę pracy w przedsiębiorstwie składają się: szacunek i indywidualne podejście do pracownika, płaska struktura organizacyjna, jasne zasady. Zatrudnienie w dziale administracji praktycznie niewiele się zmienia, pracują osoby z przeszło 20-letnim stażem pracy (od momentu powstania firmy w Rydzynie), natomiast możliwy jest awans poziomy na stanowisko w innym dziale. Pierwszeństwo podczas rekrutacji na nowe stanowiska mają dotychczasowi pracownicy. Warto wspomnieć, że jeden z pracowników przeszedł wszystkie szczeble organizacji: od magazyniera aż do dyrektora handlowego. Dyrektor Krzysztof Ratajczak ma na swoim koncie ponad 20-letni staż w firmie i szereg stanowisk. To bardzo ważne dla organizacji, że jej zarząd zna firmę od przysłowiowej podszewki.

Logo Winkhaus, firmy zarządzanej obecnie przez 5. pokolenie właścicieli, Sofię i Tilmanna, to jednocześnie marka produktów i ich nazwisko. Sygnując produkt, właściciele biorą odpowiedzialność za wartości, które symbolizuje marka: dbałość o jakość, dokładność, innowacyjność.

Właściciele biorą odpowiedzialność za wartości, które symbolizuje marka: dbałość o jakość, dokładność, innowacyjność.

Sztab aktywnych, ambitnych, zaangażowanych ludzi w zakładzie w Rydzynie od prawie dwudziestu pięciu lat pracuje na taki wizerunek firmy na rynku polskim. ■

Podstawą jest zaangażowanie

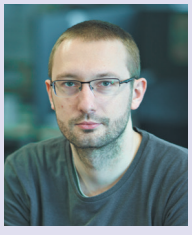
Społeczna odpowiedzialność biznesu nie zakorzeni się w firmie bez zaangażowania pracowników. Nie przełoży się na korzyści dla przedsiębiorstwa, jeśli nie będzie odpowiadać na lokalne potrzeby. Podkreśla to zarówno ekspertka wdrażająca działania CSR w Franklin Temleton Investments, jak i dziennikarz Gazety Wyborczej obserwujący społeczne działania firm.

Izabela Kłosowicz

Fot. archiwum prywatne

Od 9 lat związana z Franklin Templeton Investments, gdzie zarządza działem administracyjnym. Od ponad 4 lat zajmuje się także kwestiami społecznej odpowiedzialności biznesu i komunikacji wewnętrznej poznańskich biur firmy. Przygodę ze zrównoważonymi działaniami rozpoczęła od wolontariatu pracowniczego. Gdy stawiała pierwsze kroki we Franklin Templeton, niewiele firm w Polsce miało rozbudowane czy choćby wprowadzone programy wolontariatu pracowniczego. Tymczasem Franklin oferował globalny program Involved, który zachęcał pracowników do działań na rzecz społeczności lokalnych. *Wydawał mi się on bardzo interesujący i zostałam poproszona przez mojego szefa o rozkręcenie go w naszym poznańskim biurze* – komentuje. Ta aktywność nie słabnie. *Pasjonuje mnie wolontariat pracowniczy i zaangażowanie pracowników – nadal intensywnie pracuję nad jego rozwojem, zarówno lokalnie jak i w skali globalnej* – podkreśla pani Izabela.
Jej zainteresowania w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu w szczególności obejmują rozwój zasobów ludzkich i zarządzanie oraz kwestie partycypacji pracowniczej czy różnorodności. Za pozytywną tendencję w CSR uważa wzrost ilości dobrych praktyk skierowanych na pracowników. Zdaniem Izabeli Kłosowicz *sukces firmy budują wszyscy jej pracownicy, a normy etyczne, na których firma się opiera, jeszcze ten sukces wzmacniają.* ■

Piotr Fijałkowski



Fot. archiwum prywatne

Jest dziennikarzem w poznańskim oddziale Gazety Wyborczej. Zajmuje się tematyką gospodarczą, stąd pojęcie społecznej odpowiedzialności biznesu jest mu dobrze znane. Nie jest jednak przekonany do samego terminu CSR. *Mówiąc brutalnie, kojarzy mi się z korporacyjną nowomową, próbą poprawy wizerunku przez głośne hasła i kolorowe zdjęcia* – zauważa. Tu też upatruje największe wyzwanie dla społecznej odpowiedzialności biznesu. B*y CSR nie stał się Facebookiem – miejscem, na którym wiele osób chwali się pięknymi historiami i zdjęciami, choć żyje zupełnie inaczej* – stwierdza. Najbliższe są mu działania społeczne podejmowane lokalnie, angażujące pracowników. *Kibicuję szczególnie akcjom, w których wszyscy pracownicy z jakiegoś zakładu pracy spontanicznie ruszają, by komuś pomóc, kogoś rozweselić, dać trochę siebie* – sygnalizuje.
Działania CSR powinny jednak wynikać z charakteru firmy. Jako dobry przykład Pan Piotr przytacza budowę biurowca Bałtyk w Poznaniu. *Inwestor mógłby zatrudnić architekta, który wyciśnie z działki możliwie największą liczbę metrów kwadratowych, ogrodzić wszystko płotem i po trzech latach oddać do użytku gotowy budynek. Tymczasem w przypadku Bałtyku jest inaczej. Pyta się mieszkańców miasta, jak zagospodarować przestrzeń między biurowcem, a sąsiednim budynkiem, dba o to, by architektura współgrała z otoczeniem, pokazuje kolejne etapy realizacji. A co jednak najważniejsze – udaje się to wszystko połączyć z biznesowymi wytycznymi* – chwali podejście Piotr Fijałkowski. ■

Nowe podejście do finansowania rozwoju kompetencji pracowników

Online, lokalnie, a przede wszystkim w odpowiedzi na potrzeby firm z sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw – tak działa nowy system wsparcia przedsiębiorców współfinansowany z funduszy europejskich.

Tekst:
Zespół Bazy Usług Rozwojowych

Było dobrze, mogło być lepiej?

W ciągu ostatnich dwóch dekad polska branża szkoleniowa zmieniała się i rozwijała wraz z całą gospodarką. Od trudnych początków lat 90. do rozkwitu koniunktury i ogromnej popularności szkoleń, które były związane ze wsparciem dla przedsiębiorców, wykorzystywanym w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego. Szkolenia były jedną z najpopularniejszych form wsparcia stosowanych w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007-2013 i w wielu przypadkach stanowiły zachętę do dalszego podnoszenia i uzupełniania kwalifikacji zawodowych w dłuższych formach edukacyjnych. Te lata to okres rozkwitu branży szkoleniowej, a także czas, w którym zmieniło się postrzeganie szkoleń i kształcenia pracowników. Pracodawcy mogli łatwiej finansować rozwój swoich kadr i traktowali szkolenia często przede wszystkim jako metody motywacji, rozwój natomiast był na drugim planie.

W świadomości społecznej szkolenia straciły aurę luksusu zarezerwowanego dla dużych, bogatych firm i korporacji. Dla większości przedsiębiorstw szkolenia stały się usługą łatwo dostępną. Edukować mógł się więc w zasadzie każdy, kto tylko chciał zadać sobie odrobinę trudu i zakwalifikować się na cykle spotkań realizowane ze wsparciem funduszy europejskich.

> **W Bazie Usług Rozwojowych mikro, mały lub średni przedsiębiorca będzie mógł wybierać z tysięcy ofert sprawdzonych firm szkoleniowych.**

Należy jednocześnie zaznaczyć, że zastosowany w ramach PO KL system dystrybucji środków przeznaczonych na wspieranie przedsiębiorstw i pracowników nie był wolny od wad.

W ramach badań przeprowadzonych przez Organizację Współpracy Gospodarczej i Rozwoju zwrócono uwagę, że przyjęty system realizacji projektów ograniczał w dużym stopniu wpływ przedsiębiorstw na definiowanie oferty szkoleniowej. Niewiele było także projektów szytych na miarę, czyli takich, które zostały przygotowywane pod potrzeby konkretnego pracodawcy. Dominowały projekty szkoleniowe, gdzie nabór był otwarty, a zakres merytoryczny dotykał ogólnej problematyki związanej z przedsiębiorczością i zarządzaniem. Firmy szkoleniowe odgrywały główną rolę, definiując treść oraz zakres oferty dostępnych szkoleń czy kursów. W efekcie proponowany wachlarz szkoleń czy kursów często nie był dostosowany do faktycznych potrzeb odbiorców wsparcia. Niewielka była również liczba projektów szytych na miarę, przygotowywanych w odpowiedzi na potrzeby konkretnego przedsiębiorstwa. W projektach EFS dominowały szkolenia ogólne, realizowane w formule otwartej.

Nowe rozwiązania na nowe czasy

Nowe podejście do wspierania rozwoju kompetencji pracowników opiera się na odwróconych, w stosunku do poprzedniej perspektywy, rolach uczestników projektów. Teraz to przedsiębiorca – jako odbiorca usług – będzie centralnym podmiotem całego systemu. Przedsiębiorca będzie otrzymywał dofinansowanie i samodzielnie wybierał usługi rozwojowe niezbędne dla jego firmy. Potrzeby pracodawców są najważniejszym punktem odniesienia.

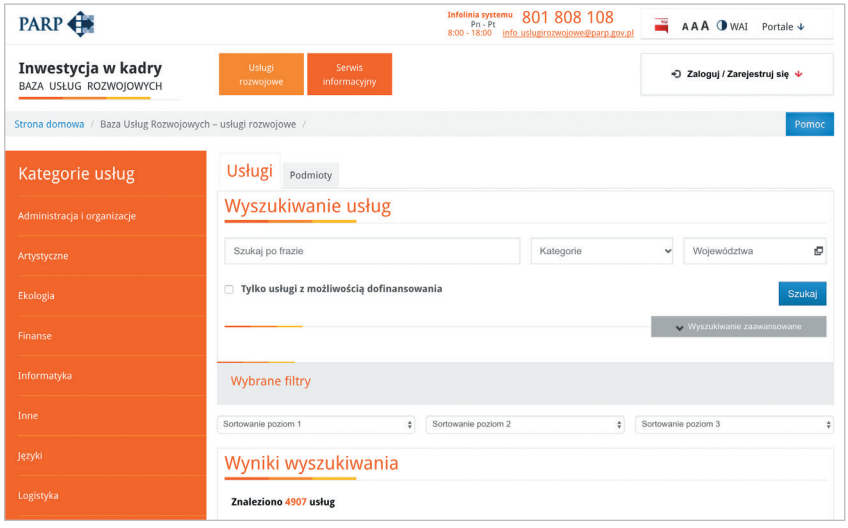
Podejście to będzie realizowane równolegle na dwóch poziomach – krajowym i regionalnym – co pozwoli na zapewnienie jakości udzielanej pomocy i optymalizację zaplanowanych mechanizmów dystrybucji środków przeznaczonych na wsparcie adaptacyjności przedsiębiorstw.

Centralnym elementem krajowego systemu zapewniania jakości usług rozwojowych jest Baza Usług Rozwojowych dostępna na stronie www.uslugirozwojowe.parp.gov.pl.

Przedsiębiorca – jako odbiorca usług – będzie otrzymywał dofinansowanie i samodzielnie wybierał usługi rozwojowe niezbędne dla jego firmy.

Administratorem Bazy jest Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. Głównym założeniem, które przyświeca opracowaniu koncepcji Bazy Usług Rozwojowych jest przekazanie w ręce odbiorców usług możliwości swobodnego wyboru podmiotu, z którym można przeprowadzić proces podnoszenia swoich kompetencji lub kompetencji swoich pracowników. Chcieliśmy zbudować narzędzie, które w prosty i szybki sposób umożliwi znalezienie usługi rozwojowej, odpowiadającej na potrzeby użytkowników – wyjaśnia Wojciech Szajnar, Dyrektor Departamentu Usług Rozwojowych w Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości. Na stronie Bazy Usług Rozwojowych,

Usługa rozwojowa obejmuje szkolenie, doradztwo, e-learning, kurs zawodowy, mentoring, a nawet coaching. Znacznie poszerza to gamę dostępnych usług i daje nowe możliwości rozwoju.



Portal www.uslugirozwojowe.parp.gov.pl pozwala rozwijać kompetencje pracowników.

usługi podzielone są tematycznie – każda zainteresowana osoba może je przeglądać i przebierać w tematach. Jeżeli wiemy dokładnie, czego szukamy lub gdzie miałoby odbyć się szkolenie, możemy skorzystać z wyszukiwarki. To bardzo proste! Podobne do wyszukiwarki połączeń lotniczych. Wystarczy wpisać, dla kogo ma być szkolenie, w jakiej cenie lub gdzie ma się odbyć, i kliknąć „szukaj" – precyzuje Wojciech Szajnar. System przeszuka tysiące ofert i pokaże tylko te, które spełnią założone wymogi. Osobom zainteresowanym tylko usługami współfinansowanymi z EFS wyszukiwarka wyfiltruje właściwe oferty. Jeżeli nie uda się znaleźć poszukiwanej propozycji np. szkolenia, można zamieścić zamówienie na nie na tzw. giełdzie usług, która pozwala znaleźć odpowiedź na konkretne potrzeby. Dzięki giełdzie usług jest też możliwość zamówienia usługi rozwojowej dopasowanej do potrzeb danej osoby. W sposób precyzyjny i jasny można również określić swoje preferencje i wymagania – wyjaśnia Wojciech Szajnar. Takie podejście pozwoli zminimalizować problem ewentualnego nieprzystosowania oferty do potrzeb rozwojowych przedsiębiorstw.

Integralnym elementem nowego podejścia do finansowania działań rozwojowych przedsiębiorstw i pracowników będą regionalne systemy dystrybucji środków oparte na podejściu popytowym, co oznacza, że na usługi zamieszczone w Bazie Usług Rozwojowych mikro, mały lub średni przedsiębiorca będzie mógł pozyskać dofinansowanie w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych (RPO). Środki te będą dostępne w ramach tzw. Podmiotowych Systemów Finansowania (PSF), tj. schematów dystrybucji środków funduszy europejskich przeznaczonych na wspieranie rozwoju przedsiębiorców i pracowników. Schematy te – w zależności od rozwiązań przyjętych w danym regionie – zostaną oparte na systemie dystrybucji bonów lub refundacji kosztów usługi.

Na stronie www.uslugirozwojowe.parp.gov.pl usługi podzielone są tematycznie – każda zainteresowana osoba może je przeglądać i przebierać w tematach.

Osoby, które otrzymają dofinansowanie na usługę rozwojową ze środków funduszy europejskich będą miały obowiązek dokonania jej oceny. Zobowiązania takiego nie będzie przy skorzystaniu np. ze studiów czy szkoleń realizowanych w pełni komercyjnie, a więc niedofinansowanych, choć zawsze warto przekazywać realizatorom informację zwrotną. Przy zakupie usług będzie to bowiem praktyczna podpowiedź dla nowo korzystających.

Jak widać, sporo zmian jest planowanych w obszarze wspierania rozwoju kompetencji zawodowych. Wydaje się, że system jest łatwiejszy i bardziej przystępny dla użytkowników. ■

Więcej informacji:

801 808 108

www.uslugirozwojowe.parp.gov.pl

info_uslugirozwojowe@parp.gov.pl

CSR oczami konsumentów

Spełnieni Realiści, Wrażliwi Intelektualiści? A może Korpo-Egoiści? Która z tych grup konsumentów może mieć największy wpływ na kierunki rozwoju społecznej odpowiedzialności w Polsce?

Justyna Schaefer-Kurkowiak
Ekspertka ds. komunikowania, Centrum PISOP

W poszukiwaniu motywacji

Podstawową motywacją do rozwoju społecznej odpowiedzialności biznesu są korzyści, które firma może osiągnąć. Wymienić tu można choćby skuteczniejszą promocję, dobry wizerunek, korzystniejsze kontakty czy lepsze relacje ze społecznością lokalną. Niemałe znaczenie we wdrażaniu CSR mają także regulacje narzucane przez państwo. Mobilizują one firmy do wdrażania rozwiązań (np. w zakresie ochrony praw pracowniczych czy środowiska naturalnego) zgodnych z zasadami społecznej odpowiedzialności biznesu. Szukając źródeł działań społecznie odpowiedzialnych firm, nie można jednak pominąć konsumentów. Oczekiwania, jakie wysuwają oni wobec przedsiębiorców, wymuszają na firmach prospołeczne działania. Klienci, podejmując decyzję o zakupie danego produktu czy usługi, często kierują się swoimi przekonaniami. O ich wyborze może więc zadecydować utożsamianie się z działaniami CSR konkretnego przedsiębiorstwa.

W rękach konsumentów

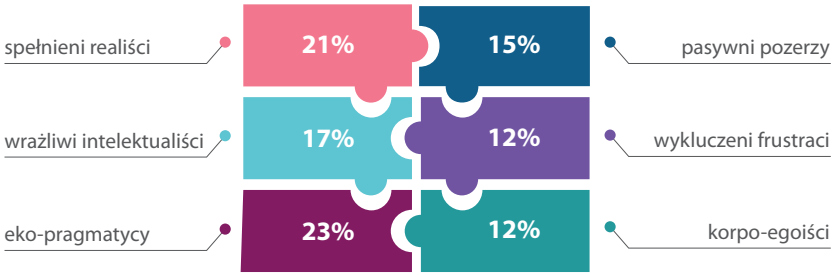
Ruchem, który zmienił pozycję klientów w relacjach z przedsiębiorstwami jest konsumeryzm. Początkowo dążył on do zwiększenia praw konsumentów: prawa do bezpieczeństwa, informacji, wyrażania własnej opinii czy ochrony wolnego rynku i swobodnej konkurencji. Obecnie zmierza on do konsumeryzmu zrównoważonego i oznacza takie korzystanie z dóbr i usług, które ma zapewniać lepszą jakość życia ludzi, nie niszcząc przy tym środowiska naturalnego i dbając o przyszłość kolejnych pokoleń. Ruch współczesnego konsumeryzmu może mieć znaczny wpływ na rozwój CSR pod warunkiem wzrostu świadomości i społecznej odpowiedzialności samych konsumentów. Klienci muszą posiadać odpowiednią wiedzę, podejmować określone działania, przeanalizować swoje zwyczaje i styl życia, wreszcie zmienić zachowania rynkowe. Tacy konsumenci mają szansę wpływać na postępowanie firm oraz mobilizować innych klientów do podobnych działań. W praktyce można znaleźć przykłady głośnych akcji konsumenckich, które wymusiły zmianę działań przedsiębiorstwa i wdrożenie CSR (np. akcja przeciwko mBankowi, Spółce LPP właścicielowi marek tj. Reserved, Cropp czy Mohito, Polsatowi). Spektakularne zachowania klientów nie są jednak domeną Polaków. Polscy klienci rzadziej niż mieszkańcy krajów zachodnich oczekują od przedsiębiorstw działań społecznie odpowiedzialnych i uzależniają od nich swoje decyzje konsumenckie. Sytuacja ta szybko jednak może się zmienić.

> **Szukając źródeł działań społecznie odpowiedzialnych firm, nie można pominąć konsumentów.**

Polscy konsumenci a CSR

Odpowiedź na pytanie, jak działania społecznie odpowiedzialne firm wpływają na decyzje konsumenckie w Polsce, przynosi badanie Barometr CSR. Wyodrębnia ono sześć segmentów Polaków o zbliżonych cechach i postawie:

1. Spełnieni Realiści
Spełnieni Realiści to osoby dojrzałe (średnia wieku wynosi tu ok 37 lat), wykształcone, pracujące. Mają dobrą sytuację materialną, są aktywne, towarzyskie i zadowolone z tego, co osiągnęły. Satysfakcja z pracy jest dla nich ważniejsza niż wartości



materialne. Są tą grupą, której świadomość społecznej odpowiedzialności jest zdecydowanie największa. Zwracają oni uwagę na działania CSR podejmowane przez firmy, często nawet się w nie angażując (np. biorąc udział w akcjach społecznych). Ważna jest dla nich ochrona środowiska naturalnego i potrzeby innych ludzi. Pomagają innym, bo uważają, że należy tak robić. Są przekonani, że sporo już osiągnęli, więc teraz mogą dzielić się tym z innymi.

2. Wrażliwi Intelektualiści
Wrażliwi Intelektualiści to z kolei kobiety z wykształceniem wyższym. Są to osoby emocjonalne o dużej empatii, zauważające problemy innych. Warto jednak podkreślić duże zróżnicowanie tej grupy pod kątem ich podejścia do życia, wartości, potrzeb, sposobu spędzania czasu. Mają dużą świadomość CSR i pozytywnie oceniają takie inicjatywy. Są jednak przekonane, że ze względu na ograniczone zasoby, nie mogą w pełni angażować się w odpowiedzialne działania.

3. Eko-Pragmatycy
Eko-Pragmatycy są najstarszą i najsłabiej wykształconą grupą o ustabilizowanej pozycji i przeciętnych dochodach. Swój czas lubią spędzać w domu z rodziną. To dla niej pracują, a praca ma przynosić im przede wszystkim pieniądze. Wykazują postawy proekologiczne, jednak przede wszystkim dlatego, że przynoszą im one oszczędności. Przedstawiciele tej grupy mają niską świadomość CSR. Nie są przekonani do tego, by firmy uzyskiwały korzyści z działań społecznie odpowiedzialnych.

4. Pasywni Pozerzy
Pasywni Pozerzy to przede wszystkim młodzi mężczyźni pracujący fizycznie. Są przekonani, że pieniądze wyznaczają pozycję społeczną i dają władzę. Są przede wszystkim skoncentrowani na sobie, kreowaniu własnego wizerunku. Deklarują, że często włączają się w działania społeczne czy akcje CSR firm. Ich zapewnienia nie są jednak wiarygodne. Osoby z tej grupy nie rozróżniają działań społecznie odpowiedzialnych od filantropii.

5. Wykluczeni Frustraci
Wykluczeni Frustraci to młodzi mieszkańcy wsi, słabo wykształceni i często bezrobotni. Mają najgorszą sytuację materialną. Nic nie jest dla nich szczególnie ważne: ani praca, ani rodzina, ani własny rozwój. Są niezadowoleni ze swojego życia, ale też bierni, nie potrafią nic zrobić, aby swoją sytuację odmienić. Przyjmują pozycję roszczeniową, oczekują, że inni powinni im pomagać. Nie czują potrzeby pomagania. Nie rozumieją, czym jest społeczna odpowiedzialność biznesu.

6. Korpo-Egoiści
Korpo-Egoiści to głównie młodzi mężczyźni z dużych miast, studenci, pracownicy umysłowi o wysokich dochodach. Pieniądze są dla nich ważne po to, aby spełniać swoje przyjemności. Są egocentrykami, cynikami i hedonistami. Uważają, że firmy są po to, by generować zyski, a nie angażować się społecznie. Sami nie biorą udziału w akacjach charytatywnych czy CSRowych. Nie czują potrzeby, aby pomagać innym.

Badanie pokazuje, że Polacy pod kątem podejścia do CSR są podzieleni. Wśród klientów można znaleźć zarówno entuzjastów działań społecznie odpowiedzialnych, sceptyków, a nawet przeciwników tej idei. Sporo w Polsce musi się jeszcze zmienić, aby działania konsumentów stały się dla przedsiębiorstw motywacją do wdrażania zasad CSR. Z pewnością będą temu sprzyjać światowe trendy, globalizacja oraz rozwój społeczeństwa informacyjnego. Jak trafnie zauważyła prof. Anna Czubała z Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, *społecznie wrażliwi konsumenci wpływają na wzrost społecznie odpowiedzialnych przedsiębiorstw i odwrotnie – społecznie odpowiedzialne przedsiębiorstwa wpływają na prospołeczne zachowania konsumentów.* ▪

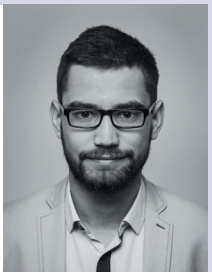
Wdrażaniu zasad CSR w przedsiębiorstwach będą sprzyjać światowe trendy, globalizacja oraz rozwój społeczeństwa informacyjnego.

Źródło

„Czy Polacy są gotowi na odpowiedzialny biznes? Segmentacja Polaków ze względu na postawy i zachowania wobec CSR”, Dominika Maison, Małgorzata Greszta

Gdy pracownik podnosi kwalifikacje

W dobrze funkcjonującym środowisku pracy zarówno pracodawca, jak i pracownicy są zainteresowani systematycznym podnoszeniem kwalifikacji.



Piotr Wlaź

Aplikant radcowski, Rosicki Purski i Wspólnicy Ecdf Kancelaria Radców Prawnych sp.k.

Lepiej wykwalifikowany pracownik jest bardziej efektywny i kreatywny, potrafi samodzielnie rozwiązywać problemy, wnosząc wartość dodaną do firmy. Z kolei z punktu widzenia pracownika podnoszenie kwalifikacji stanowi inwestycję w siebie i sprawia, że jego umiejętności mają wyższą wartość nie tylko dla jego pracodawcy, ale także na rynku pracy w ogóle.

Te oczywiste korzyści znajdują swoje odzwierciedlenie w przepisach prawa pracy. Ustawodawca uznaje bowiem, iż wspieranie pracowników w podnoszeniu ich kwalifikacji jest obowiązkiem pracodawcy.

Czy pracownik może żądać od pracodawcy sfinansowania szkolenia?

Ułatwianie pracownikom podnoszenia kwalifikacji zawodowych zostało wymienione wśród podstawowych obowiązków pracodawcy (art. 94 pkt 6 Kodeksu Pracy). Czy oznacza to, że pracownik może od pracodawcy żądać sfinansowania albo zorganizowania szkolenia np. z zakresu obsługi komputera? Wydaje się, że obowiązek pracodawcy w tym zakresie nie jest tak kategoryczny. Sąd Najwyższy stwierdził bowiem, że: *sam pracownik powinien być zainteresowany podwyższaniem swoich kwalifikacji, a w związku z tym przejawiać w tym kierunku inicjatywę i zaangażowanie, pracodawca zaś ma jedynie obowiązek mu to ułatwić*[1]. Trzeba więc mieć na uwadze, że ułatwianie podnoszenia kwalifikacji nie oznacza wyręczania w tym pracownika przez pracodawcę.

Niemniej jednak w przypadku, gdy pracownik przejawia chęć doszkalania się, pracodawca powinien wziąć to pod uwagę i nie tworzyć przeszkód w tym zakresie. Z ułatwieniami wiążą się już konkretne obowiązki pracodawcy – przewidziane w przepisach prawa pracy – takie jak urlop szkoleniowy i zwolnienie z części lub całości dnia pracy, które zostaną omówione poniżej). Pracodawca jest jednak zobowiązany do ich udzielenia tylko w przypadku, gdy podnoszenie kwalifikacji nastąpi z jego inicjatywy lub wyrazi na nie zgodę (choćby dorozumianą). Inaczej mówiąc, obowiązki te „nie aktywują się", jeżeli pracodawca zdecyduje, iż nie wyraża zgody na podnoszenie kwalifikacji przez pracownika w sposób, który mógłby powodować np. jego nieobecność w pracy. Oczywiście, jeżeli pracownik decyduje się dokształcać we własnym zakresie po godzinach pracy, nie potrzebuje na to zgody pracodawcy.

> **Pracodawca nie może dyskryminować konkretnego pracownika poprzez utrudnianie mu dostępu do szkoleń lub odmawianie zgody na podnoszenie kwalifikacji zawodowych.**

Czy brak zgody na doszkalanie nie stanowi więc *de facto* naruszenia obowiązku ułatwiania pracownikowi podnoszenia kwalifikacji? Wiele z pewnością będzie zależeć od okoliczności konkretnego przypadku, trzeba jednak pamiętać o dwóch kwestiach. Po pierwsze wydaje się, że minimum obowiązków pracodawcy to niestawianie pracownikowi nadzwyczajnych przeszkód w postaci np. zlecania pracy w nadgodzinach w okresie przygotowywania się do egzaminu. Po drugie pracodawca nie może dyskryminować konkretnego pracownika w stosunku do pozostałych

[1] Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 25 maja 2000 r., sygn. akt I PKN 657/99

zatrudnionych poprzez utrudnianie mu dostępu do szkoleń lub odmawianie zgody na podnoszenie kwalifikacji zawodowych (podczas, gdy w stosunku do innych pracowników takiej zgody udziela).

Kiedy urlop szkoleniowy i zwolnienie z dnia pracy?

W przypadku, gdy pracownik zdobywa lub uzupełnia wiedzę i umiejętności – z inicjatywy pracodawcy albo za jego zgodą – na tym ostatnim ciążą konkretne, wspomniane wyżej obowiązki: udzielenia urlopu szkoleniowego i zwolnienia z całości lub części dnia pracy w celu punktualnego przybycia na obowiązkowe zajęcia i na czas ich trwania (nie dotyczy to więc zajęć, które nie są obowiązkowe zgodnie z harmonogramem danego szkolenia). Istotny jest fakt, że za okres urlopu i zwolnienia przysługuje pracownikowi wynagrodzenie.
Urlop szkoleniowy przysługuje pracownikowi tylko w przypadku, gdy dane szkolenie kończy się egzaminem określonym w przepisach. Kodeks Pracy precyzyjnie określa wymiar takiego urlopu i uzależnia go od rodzaju egzaminu, do którego pracownik ma przystąpić: urlop taki wynosi 6 dni w przypadku egzaminów eksternistycznych (tj. zdawanych przez osoby, które ukończyły 18 lat i nie są uczniami jakiejkolwiek szkoły), maturalnych lub potwierdzających kwalifikacje zawodowe oraz 21 dni na przygotowanie pracy dyplomowej oraz przygotowanie się i przystąpienie do egzaminu dyplomowego. Urlop powinien być wykorzystany przez pracownika przed egzaminem, a nieskorzystanie z niego powoduje, że urlop przepada.
Wymiar zwolnienia w celu przybycia na zajęcia i uczestniczenia w nich nie został równie sztywno określony. Takie zwolnienie powinno być udzielone na czas, który pozwoli pracownikowi na punktualne przybycie do miejsca, w którym odbywają się zajęcia, co w praktyce jest uzależnione od harmonogramu szkoleń i odległości pomiędzy miejscem pracy, a szkołą lub uczelnią.

Urlop szkoleniowy przysługuje pracownikowi tylko w przypadku, gdy dane szkolenie kończy się egzaminem określonym w przepisach.

Lojalność za wsparcie w podnoszeniu kwalifikacji?

Pracodawcy traktują pomoc w podnoszeniu kwalifikacji pracowników jako inwestycję w swoją kadrę, która – jak każda inwestycja – najczęściej wiąże się z pewnymi wydatkami. Z tego względu przedsiębiorcy mogą nie być zainteresowani wspieraniem pracowników w podnoszeniu kwalifikacji, nie mając pewności, czy pracownik pozostanie u nich w zatrudnieniu po zakończeniu kursu lub szkolenia. Ustawodawca przewidział więc możliwość zawarcia umowy szkoleniowej (zwanej także lojalnościową).
W umowie szkoleniowej (która musi być zawarta w formie pisemnej) pracodawca zobowiązuje się do wspierania pracownika w podnoszeniu kwalifikacji w określonym zakresie, a pracownik – do pozostania w zatrudnieniu u tego pracodawcy przez wskazany w umowie czas (nie dłuższy, niż 3 lata). Pracodawca może zobowiązać się do wsparcia szkolenia pracownika w różnym zakresie, np. poprzez pokrycie czesnego, kosztów przejazdów do szkoły lub podręczników.

Pracodawcy traktują pomoc w podnoszeniu kwalifikacji pracowników jako inwestycję, która jak każda inwestycja wiąże się z wydatkami.

Obowiązek pozostawania w zatrudnieniu nie oznacza, że – przykładowo – złożenie przez pracownika wypowiedzenia przed upływem tego okresu będzie nieskuteczne – nikogo nie można przecież zmusić do pozostawania w zatrudnieniu. W takim jednak przypadku pracownik będzie musiał zwrócić poniesione przez pracodawcę koszty, związane ze wsparciem dokształcania – w wysokości proporcjonalnej do okresu zatrudnienia po ukończeniu podnoszenia kwalifikacji zawodowych lub okresu zatrudnienia w czasie ich podnoszenia. Przykładowo, jeżeli pracownik zobowiąże się pozostawać w zatrudnieniu przez rok, a odejdzie z pracy po 9 miesiącach – wówczas będzie musiał zwrócić ¼ kosztów poniesionych przez pracodawcę. Na takich samych zasadach pracownik będzie zobowiązany do zwrotu kosztów pracodawcy w przypadku, gdy nie rozpocznie szkolenia albo przerwie je bez uzasadnionych przyczyn, lub jeśli pracodawca rozwiąże z pracownikiem umowę o pracę bez wypowiedzenia z winy pracownika.

Jak widać, istnieją ramy prawne pozwalające na rozwój kompetencji pracowników we współpracy z pracodawcami – wypada więc zachęcać obie strony do korzystania z tych instrumentów. ■

Ciało pomostem między nami a naszymi emocjami

Dopada cię złość albo stres, ale powstrzymujesz swoje emocje, żeby zachować spokój. Cieszysz się, że nie pokazujesz po sobie, iż wyprowadzono cię z równowagi. Czy to oddziałuje na twój organizm?

Remigiusz Paprocki

Psychoterapeuta, psycholog współpracujący z Hotelem Wellness ProVita

www.hotelprovita.pl

Pamiętaj o reakcji: walka lub ucieczka

Często nie zdajemy sobie sprawy z powiązania psychiki i ciała. Najłatwiej zauważyć to u małych dzieci, gdzie ich pobudzenie najczęściej wiąże się z rumieńcami, a nadmierna reakcja psychiczna z nadruchliwością.

Aktywność fizyczna pozwala odreagować stres

Człowiek, nie mając dostępu do wewnętrznej – emocjonalnej części siebie, uzewnętrznia trudne do uniesienia emocje poprzez różne choroby. Kiedy więc odczuwamy złość, gniew albo doznajemy stresu, powstrzymujemy te emocje i ich nie odreagowujemy, wówczas ogromna ilość energii, tworząca się w organizmie, nie zostaje użyta do reakcji walki bądź ucieczki (która była charakterystyczna dla człowieka pierwotnego), tylko kumuluje się w ciele. Zrozumienie tego, co dzieje się w takiej sytuacji z nami i naszym organizmem, może zapobiec blokadom psychicznym, które objawiają się różnymi dolegliwościami i chorobami.

Najczęściej spotykanym stanem doświadczania emocji przejawianych za pomocą ciała są tzw. zaburzenia somatyzacyjne, objawy których nie potwierdzono ani wynikami badań medycznych, ani procesem chorobowym, ani wiekiem, a także zażywanymi lekami. Mogą się one objawiać: bólami w klatce piersiowej, uczuciami duszności, zasłabnięciami i omdleniami, bólami brzucha, nietolerancjami pokarmowymi, przyspieszonym oddechem z poczuciem lęku, napadowym kaszlem, nietrzymaniem moczu, oziębłością seksualną, zaburzeniem koordynacji ruchowej lub nadmiernym wypadaniem włosów.

Na pojawienie się zaburzeń somatyzacyjnych ma wpływ m.in. stłumiona złość, postawa egocentryczna, niska samoocena, wyparte potrzeby i pragnienia, traumatyczne przeżycia. Im wcześniej człowiek doznaje traumy i im później „przepracuje" traumatyczne zdarzenia, tym więcej symptomów somatyzacyjnych pojawia się w jego życiu. Warto

> **Przewlekły, długotrwały i nieodreagowany stres objawia się różnymi dolegliwościami i chorobami.**

pamiętać, że pojedyncze przeżycia stresowe mobilizują organizm, zwiększając jego odporność. Jednak długotrwałe napięcie psychiczne znacznie obniża mobilizację organizmu na przykład poprzez istotny spadek odporności.

Odreagowuj, regeneruj, stosuj uważność

Aby funkcjonować z bagażem wspomnianych dolegliwości, warto nauczyć się, jak radzić sobie ze stresem i zmniejszać napięcia psychiczne. Istotą w radzeniu sobie z własnym stresem jest kilka faz. Pierwszą z nich jest umiejętność jego odreagowania. Ważne jest, aby mieć dobry kontakt ze swoim ciałem na przykład przez regularną aktywność fizyczną – może to być dowolny rodzaj sportu. Kiedy już odreagujemy, czyli uwolnimy energię skumulowaną w fazie uciekaj lub walcz, jesteśmy gotowi na drugą fazę – regenerację organizmu. To moment, w którym możemy znacznie zwolnić. Szczególnie dobroczynny wpływ na struktury mózgowe ma działanie jogi, która może pomóc nam wprowadzić do życia więcej uważności, nabrać dystansu do siebie oraz świata. Coraz bardziej zagęszczony świat gadżetów, informacji powoduje, że nie jesteśmy wystarczająco uważni na własne przeżycia. C.G. Jung (psycholog i psychiatra) pisał: *Dopóki nie uczynisz nieświadomego – świadomym, będzie ono kierowało twoim życiem, a ty będziesz to nazywał przeznaczeniem.* Analizy nad obrazowaniem mózgu dowodzą, że osoby, które nie potrafią skupić się na chwili obecnej i głównie koncentrują się na celach, tracąc tym samym radość z przeżywania teraźniejszych chwil, są w ciągłej gotowości do walki/ucieczki. Osoby te nie potrafią się relaksować, w konsekwencji czego ciągła gotowość umysłu może doprowadzić z czasem do stanu chorobowego.

Aby temu zapobiec, warto trenować mindfullnes, czyli uważność. To nic innego jak przełączenie się z trybu działania na tryb bycia. Podstawą praktykowania jest chęć i konsekwencja. Warto codziennie dać sobie czas na to, by coraz bardziej świadomie kierować uwagą, którą poświęcimy różnym zmysłom. Jednym z nich jest rozwijanie doświadczenia własnego ciała poprzez naukę świadomego odczuwania bezpośrednio za pomocą zmysłów z poszczególnych partii ciała oraz skupianie uwagi na oddychaniu. Dzięki temu człowiek potrafi zakotwiczyć się w teraźniejszości.

Pojedynczy stres mobilizuje organizm, zwiększając jego odporność. Długotrwałe napięcie psychiczne obniża mobilizację organizmu, np. poprzez spadek odporności.

Bądź a nie trwaj

Gdy jednak stres przekracza znacząco granice adaptacyjne człowieka, warto również rozważyć wsparcie psychologa bądź psychoterapeuty. W Stanach Zjednoczonych czy też w Niemczech bardzo ważną rolę odgrywa wsparcie psychologiczne i psychoterapeutyczne na różnych wymiarach życia człowieka. Spotkanie z takim ekspertem pozwala dojść do stabilizacji i zintegrować poszczególne części siebie, do których człowiek ma utrudniony dostęp. Doświadczając codziennej integracji ciała i umysłu, zaczynamy być w świecie, a nie trwać w nim poprzez działanie. Wówczas można powiedzieć, że dochodzi w naszym życiu do przebudzenia, w którym odkrywamy w nas samych to, co najgłębsze, najskrytsze i najlepsze. ■

Trening uważności to przełączenie się z trybu działania na tryb bycia.

Weź jabłko do dłoni, przyjrzyj mu się. Przyglądaj się temu owocowi, jakbyś widział go po raz pierwszy. Obracając jabłko w dłoni, zwróć uwagę na jego kształt i kolory. Poczuj zapach.
Weź pierwszy mały kęs, poczuj, jak powoli rozchodzi się w ustach. Delektuj się jego smakiem. Gryź powoli. Nie spiesząc się, weź kolejny kęs i następny. Zaobserwuj, jakie myśli i emocje pojawiają się w twojej głowie. Czy myśli wędrują? Czy są przy tobie i przy tym, jak jesz?

Odpowiedzialność wraca

Jest wiele osób, którym jest bliskie przekonanie, że dobro, które czynią, kiedyś do nich powróci. Wierzę, że podobnie jest z odpowiedzialnością i jej brakiem.

Tekst: Paweł Poloch
właściciel BetterLand

Uczciwie czy nieuczciwie?

Znam pewnego przedsiębiorcę, który zajmuje się naprawą tłumików samochodowych. Kiedy w 2004 roku urządzenia te bardzo się skomplikowały a zarazem zaczęły psuć, stanął przed wyborem: naprawiać uczciwie czy nieuczciwie i zatruwać środowisko, szkodzić zdrowiu, wprowadzać w błąd właścicieli samochodów?
Uczciwie oznaczało nieco drożej i wymagało wprowadzenia innowacyjnych rozwiązań i inwestycji. Większość firm konkurencyjnych wybrała drogę na skróty. Jak grzyby po deszczu powstawały warsztaty, które nieuczciwie "naprawiały" popsuty tłumik. Wycinały z niego newralgiczną część, powodując tym zwiększone zatruwanie środowiska i szkody finansowe dla swoich klientów.
Przedsiębiorca ten jednak stwierdził, że to nieodpowiedzialne i nieuczciwe. Systematycznie więc pracował nad technologią tańszej naprawy, a jednocześnie - co ważne - edukował, organizował spotkania i konferencje, konsultował się z ekspertami, uczestniczył w targach i pisał artykuły o szkodliwości procederu. Stworzył w końcu innowacyjną usługę, znacznie tańszą od tej, którą oferowali nieuczciwi wykonawcy. Dziś jest liderem na rynku, a klienci indywidualni i serwisy samochodowe przyjeżdżają do niego z całej Polski a nawet z ościennych krajów.
Nie sposób nie skojarzyć tej sytuacji z niedawną aferą w Volkswagenie, który aby spełnić rygorystyczne normy, zmienił parametry spalin. Efekt jest taki, że dziś Koncern musi podejmować sporo działań, aby odzyskać zaufanie i odbudować swoją reputację. Takich przykładów w biznesie jest mnóstwo. Decyzje odpowiedzialne społecznie nie zawsze są policzalne, podobnie jak kreatywność czy innowacyjność przedsiębiorstwa. Co więcej, wracają do organizacji z ogromną siłą.

> **Decyzje odpowiedzialne społecznie nie zawsze są policzalne, podobnie jak kreatywność czy innowacyjność przedsiębiorstwa.**

Czym zachęcić klienta?

Jakiś czas temu wraz z moją niespełna dwuletnią córką wstąpiłem do przypadkowej apteki. Przy okienku stała pani z dziewczynką w wieku zbliżonym do mojej córeczki. Farmaceutka poczęstowała dziecko lizakiem. Zadowolona a jednocześnie nieświadoma następstw mama podziękowała w imieniu córki.
Przyszła kolej na mnie. Pani magister także i mojemu dziecku zaproponowała słodki przysmak, na co zaprotestowałem. Nieco zmieszana aptekarka tłumaczyła, że mam rację, ale ten jeden lizaczek z pewnością nie zaszkodzi. Grzecznie ją wtedy pouczyłem, że niektórzy rodzice mogą nie wiedzieć o szkodliwości spożywania słodyczy i przerażającej konsekwencji dawania ich dzieciom. Farmaceuta, który powinien znać podstawy zdrowego żywienia a częstuje dzieci niezdrową żywnością, to dla nich sygnał, że lizaki są ok. Dodałem, że jest to dla mnie bardzo wątpliwe etycznie, ponieważ na farmaceucie spoczywa odpowiedzialność za kreowanie prozdrowotnych zachowań, bo komu klienci maja ufać?
Normalnie chodzę do innej apteki. Panie często trafnie mi doradzają lub wręcz odradzają zakupu niektórych medykamentów. Swoich klientów edukują i inspirują do samorozwoju i prozdrowotności. Zyskują na tym. Klienci dzielą się z tą firmą najnowszymi newsami z rynku, wymieniają doświadczenia, opowiadają o działaniu zakupionych produktów, informują o tym, co ma konkurencja. Dobro do nich wraca!
W ostatnich latach świadomość nabywców nieporównywalnie wzrosła i będzie rosnąć coraz bardziej. Dla klientów ważne jest kto, gdzie i jak coś wyprodukował. Wolą kupować u odpowiedzialnych sprzedawców, korzystać z rzetelnych i uczciwych firm. Takie firmy polecają innym i w takich firmach chcą pracować. ■

I Festiwal Filmów Odpowiedzialnych „17 Celów”

Ponad 50 filmów wzięło udział w I Festiwalu Filmów Odpowiedzialnych „17 Celów”. Przed jurorami postawiono bardzo trudne zadanie – wybrania najciekawszych, najbardziej wartościowych, opowiadających o zrównoważonym rozwoju filmów.
Nagrodę Złotej Tarczy otrzymał film „Warszawski sen” zrealizowany przez Fundację Instytut Innowacji. Srebrna Tarcza trafiła do Instytutu Globalnej Odpowiedzialności za produkcję „Skąd się bierze głód – najpilniej strzeżona tajemnica XXI wieku”. Brązową Tarczą Jury nagrodziło film „Nie bój się pomagać” w reżyserii Stanisława Mąderka. Na festiwalu Jury przyznało także jedno wyróżnienie firmie Castorama Polska za film „Majsterkowy powrót do szkoły 2015”. Jurorzy uznali, że dodatkowa nagroda należy się Castoramie i ludziom tam pracującym za pokazanie, że korporacja może mieć ludzką twarz i skutecznie włączać się w działania lokalnych społeczności, a nawet je inspirować. Natomiast zgromadzona publiczność zagłosowała na film „Sprawiedliwy Handel w mieście Solidarności” – Polskiego Stowarzyszenia Sprawiedliwego Handlu „Trzeci Świat i My”.
Organizatorem Festiwalu była Fundacja Res Severa. As Biznesu objął patronat nad tym wydarzeniem. ■

Fot. Wojciech Matecki

Magdalena Bodzan z Instytutu Globalnej Odpowiedzialności mówi o problemie głodu na świecie.

Jurorzy i przedstawiciele patronów zapraszają na podium zwycięzców. Od lewej: Ewa Gałka – ekspertka CSR, prezeska Centrum PISOP, redaktorka naczelna Asa Biznesu, Jakub Sitek – dyrektor Wielkopolskiej Izby Przemysłowo- Handlowej, jeden z jurorów, Anna Fil-Kowanek – wydział kultury Urzędu Miasta Poznania, prof. Marek Wasilewski – Uniwersytet Artystyczny w Poznaniu, jeden z jurorów, Mieczysław Ferenc – członek Zarządu Starostwa Powiatowego, jeden z honorowych patronów.

Nagrodę dla zwycięskiego filmu „Warszawski sen” odebrała Katarzyna Gontarczyk – fundatorka Fundacji. Obok Ewa Gałka – ekspertka CSR, prezeska Centrum PISOP, jedna z jurorów oraz Mieczysław Ferenc – członek Zarządu Starostwa Powiatowego w Poznaniu, jeden z honorowych patronów.

Widzowie kupowali produkty Sprawiedliwego Handlu i przeglądali materiały partnerów Festiwalu, w tym najnowszy numer Asa Biznesu.

PARTNERZY

asBIZNESU
OPINIOTWÓRCZY KWARTALNIK O SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI

WIELKOPOLSKA IZBA PRZEMYSŁOWO-HANDLOWA

WORLD TRADE CENTER® POZNAŃ

CENTRUM PISOP

POZnań convention bureau

Pracodawcy RP WIELKOPOLSKA

FUNDACJA IM. KRÓLOWEJ POLSKI ŚW. JADWIGI

PROVITA WELLNESS HOTEL

elsa The European Law Students' Association

CITY PARK HOTEL & RESIDENCE

UNIWERSYTET EKONOMICZNY W POZNANIU

AIESEC

NICKELTECHNOLOGY PARK POZNAŃ

Rosicki Purski Wspólnicy Ecdf KANCELARIA RADCÓW PRAWNYCH

WYŻSZA SZKOŁA BANKOWA w Poznaniu

WYŻSZA SZKOŁA LOGISTYKI

Sheraton Poznan HOTEL

CENTRUM BUKOWSKA

rehasport clinic

4HS

SIGNAL GROUP

POLAND IAESTE

ILONN HOTEL POZNAŃ

TRENERZY.ORG.PL Polskie Towarzystwo Trenerów Biznesu

inonecar.com

COLLEGIUM DA VINCI

CIENISTA OFFICE