

ŚWIADCZENIA

Rower dla pracownika

Nextbike Polska i Benefit Systems proponują nowy bonus dla pracowników: abonamenty rowerowe. Pracodawcy mogą je kupować dla pracowników za pieniądze z Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych. Abonament jest dostępny w

programie MultiBenefit i uprawnia do korzystania z rowerów Nextbike Polska. Do dyspozycji użytkowników jest 2650 rowerów w Warszawie, 200 we Wrocławiu, 149 w Opolu, 140 w Sopocie i 80 w Poznaniu. Miesięczny

abonament uprawnia do korzystania z miejskich rowerów nieograniczoną liczbę razy, przy czym pierwsza godzina przy każdym wypożyczeniu jest bezpłatna. Abonamenty są dostępne w dwóch wersjach: ważny w dni robocze lub całoty-

godniowy. Abonament jest dostępny w ramach oferty Benefit Systems dla pracodawców oraz w sprzedaży na platformie MultiBenefit. Więcej informacji znajduje się na stronie www.multibenefit.pl/nextbike. [DCZ]

Dowodzenie bez przejmowania sterów

Przewodzi, ale nie rządzi. Pomaga zrozumieć innych i efektywnie współpracować, by zrealizować konkretny cel. Kto to? Facylitator.

Gdy spotkania nie idą tak, jak powinny, gdy burze mózgów kończą się konfliktami, gdy firmy się łączą i trzeba zespół pociągnąć do wspólnego działania, gdy jest do zrealizowania bardzo ważny projekt, a współpraca się nie układa, gdy pracownicy nie chcą się dzielić wiedzą... Na kłopoty facylitator.

To ktoś, kto zaproponuje takie metody pracy, żeby grupa sama znalazła najlepsze własne rozwiązanie problemu. Bo np. konsultant zwykle proponuje coś, co już zastosowano w podobnych przypadkach w innych firmach, coach podczas zajęć grupowych nastawia się na cele nie grupy, lecz jej poszczególnych członków. A facylitator? Stawia na zaangażowanie wszystkich do wspólnego działania i zrealizowania celu.

– Jest jak główny technolog czy inżynier procesów w fabryce. Nie bierze bezpośredniego udziału w produkcji, ale ustawia ją i czuwa, żeby produkt końcowy był taki, jak zaplanowano – wyjaśnia Grzegorz Turniak, prezes Polskiego Stowarzyszenia Profesjonalnych Facylitatorów (PSPF).

Ułatwia i przyspiesza

Po angielsku facilitate oznacza ułatwianie, przyspieszanie.



► **KTO TO JEST:** Facylitator jest jak główny technolog czy inżynier procesów w fabryce – mówi Grzegorz Turniak, prezes PSPF. [FOT. GK]

– To taki sposób współpracy z grupą, w którym uczestnicy sesji biorą odpowiedzialność za wypracowane efekty, są zaangażowani i zadowoleni ze sposobu pracy. Facylitator zwraca uwagę i sugeruje dotyczące sprawy, którą pilotuje, i zwykle nie ingeruje w zawartość merytoryczną sesji. Wyjaśnia nieporozumienia powstałe w związku z pracą grupy i promuje rozwiązania ułatwiające współpracę – mówi Dariusz Kołota, partner LeadArt, członek zarządu PSPF.

Efektom facylitacji obok osiągnięcia celów mogą też być: wartościowa dyskusja, wymiana opinii, pomysły, wnioski i zaangażowanie członków grupy. Skąd taka moc facylitatora? – Z neutralnego podejścia.

Poświęca uwagę działaniu grupowemu, dbając, aby stworzyć warunki zachęcające wszystkich do udziału w jej pracy. Może również przyjąć rolę przewodnika promującego

otwarty dialog, skłaniać uczestników do głębszych przemyśleń na temat założeń, przekonań, wartości czy uprzedzeń – tłumaczy Dariusz Kołota.

To nowe umiejętności

Kto może zostać facylitatorem?

– Trzeba lubić ludzi, ale też procedury i struktury i mieć zmysł analityczny, bo facylitator porządkuje chaos. Musi umieć słuchać i komunikować się jasno, zwięźle i celnie. Ważne jest opanowanie i dobra organizacja – wylicza prezes Turniak.

Facylitator powinien się oswoić z niepewnością, z tym, że nigdy w pełni nie przewidzi wszystkiego, co może się wydarzyć w grupie. Stosuje różne metody i wykorzystuje specjalistyczne umiejętności, ale jednocześnie musi czujnie obserwować, co się dzieje z grupą i z wycuciem reagować na rozwój sytuacji – dodaje Dariusz Kołota.

Jest kilka stopni wtajemniczenia w facylitacji. Żeby zdobyć podstawowe umiejętności, wystarczy dwudniowe szkolenie. Niezbędne jest jednak doświadczenie biznesowe, a idealnie, jeśli można je połączyć z doświadczeniem w zarządzaniu projektami.

Facylitator może przychodzić do firmy z zewnątrz, ale może też być jej pracownikiem. Ale uwaga: w tym drugim przypadku może być za bardzo uwikłany w panującą w przedsiębiorstwie relacje i jego problemy. Dlatego warto dobierać facylitatora do wagi problemu, który trzeba rozwiązać.

Dorota Czerwińska
d.czerwinska@pb.pl ☎ 22-333-98-52

Podaruj ludziom czas dla rodziny

Czy spędzamy z bliskimi wystarczająco dużo czasu? Czy rozmawiamy o tym, co nas boli i co lubimy? Czy znamy się nawzajem?

Dwie godziny dla rodziny to coroczna akcja Fundacji Humanites – Sztuka Wychowania, która jest częścią Międzynarodowego Dnia Rodziny obchodzonego 15 maja. Fundacja zachęca firmy i instytucje do podarowania pracownikom tego dnia dwóch godzin, aby spędzili je ze swoimi rodzinami. W tym roku akcja odbywa się pod hasłem „Co pokolenie, to marzenie”.

– Zapraszamy do rozmów o marzeniach – zarówno tych spełnionych, jak i niespełnionych, często bardzo skrytych. Akcja ma na celu poznanie ko-

rzni własnej rodziny i przez to swojej tożsamości. Relacje i więzi buduje się bowiem poprzez bycie ze sobą – mówi Zofia Dzik, prezes Fundacji Humanites.

W tym roku udział w „Dwóch godzinach dla rodziny” zapowiedziały: Citi Handlowy, Enel-Med, GFK Polonia, JVC, K2, Orange, Pentacomp, PwC, Tchibo, Wirtualna Polska, Ernst & Young i wiele instytucji społecznych i publicznych.

Nadrzędnym celem akcji jest zwrócenie uwagi na konieczność dbania o relacje rodzinne, wspieranie budowania tożsamości młodego pokolenia poprzez ciekawość siebie i dobrą rozmowę. Jak pokazują analizy Centrum Badań Opinii Społecznej, 70 proc. Polaków deklaruje, że spędza z rodziną wolny czas, ale mimo to mało o sobie wiedzą. Według badań

socjolog prof. Barbary Fatygi

z Uniwersytetu Warszawskiego tylko około 20 proc. dorosłych zajmujących się wychowaniem dzieci i młodzieży zna ich potrzeby i ulubione formy spędzania wolnego czasu.

– Rodzinne więzi powinny być bardzo troskliwie pogłębiane i pielęgnowane. Bez naszego naprawdę dużego zaangażowania ograniczą się tylko do logistycznej wymiany informacji. Warto pamiętać, że relacje rodzinne nieustannie nas kształtują i są podstawą budowy tożsamości młodego pokolenia – podkreśla Zofia Dzik.

Dodaje, że zainteresowanie zaproponowaną przez fundację formą obchodów Dnia Rodziny dowodzi, iż pracodawcy coraz częściej dostrzegają potrzebę zapewnienia pracownikom równowagi między życiem zawodowym i prywatnym. [DCZ]

Chcemy więcej zarabiać

Mniej liczy się bezpieczeństwo i stabilność zatrudnienia. Bardziej lepsza płaca.

Jak wynika z badania Randstad Award 2014, aż 69 proc. z ponad 8 tys. ankietowanych uznało, że o atrakcyjności pracodawcy świadczy w pierwszej kolejności wysokość wynagrodzenia. Komfort bezpieczeństwa, będący na pierwszym miejscu w poprzednich latach, spadł na drugie miejsce. Na kolejnych wskazywano przyjazną atmosferę w firmie, jej stabilną sytuację finansową i interesującą pracę. Co ciekawe, przed rokiem dystans między głównymi

sprawami: wynagrodzeniem i bezpieczeństwem był dwukrotnie większy. W dodatku zarobki były dopiero na piątym miejscu.

– W okresie dekonjunkury pracodawcy skupili się na podnoszeniu efektywności firm, a pracownicy na utrzymaniu pracy, nawet takiej, która ich nie w pełni satysfakcjonuje. Wyniki badania wskazują oczekiwanie na pozytywne skutki poprawy gospodarki. Skoro sytuacja się poprawia, to chcielibyśmy poprawy warunków pracy – już nie tylko stabilnej, ale też dobrze płatnej i w przyjaznej atmosferze. W najbliższym czasie możemy się zatem spodziewać wzmożonej presji płacowej w firmach, zwłaszcza

na kluczowych stanowiskach, a także wzrostu liczby kandydatów poszukujących lepszej oferty na rynku – mówi Kajetan Słonina, dyrektor zarządzający agencji doradztwa personalnego Randstad.

Z kolei w badaniu „Polacy mówią o pracy”, przeprowadzonym na zlecenie serwisu Zarobki.pracuj.pl przez TNS Polska, większość ankietowanych (54 proc.) sądzi, że jest w stanie zarabiać więcej. Jednocześnie prawie połowa (45 proc.) uważa, że pensja, którą dostają, jest mniej więcej równa średniej dla stanowiska w branży. Natomiast 39 proc. mężczyzn i 36 proc. kobiet uważa, że ich zarobki są poniżej takiej średniej. [DCZ]

Szkolenia

Niełatwe publikacje naukowe

Wśród naukowców krąży angielskie określenie „publish or perish” (publikuj lub zgiń). Publikują nie tylko lekarze, którzy wybierają ścieżkę naukową, lecz także tzw. doradcy medyczni (medical advisors), odpowiadający za merytoryczny kontakt z badaczami. W Skandynawii i w Wielkiej Brytanii wiedzę na temat przygotowywania prac naukowych do druku i technik prezentacji wyników badań naukowych zdobywa się na studiach medycznych. Ale są też agencje, które oferują wsparcie na każdym etapie przygotowywania pracy i wyników badań do publikacji w renomowanych czasopiśmie naukowych. W Polsce takie usługi są ciągle nowością. Sporadycznie zajęcia z przygotowywania publikacji prowadzą w formie nieobowiązkowych fakultetów uniwersytety medyczne czy np. Fundacja Nauki Polskiej. Szkolenia z tego zakresu oferuje również agencja Proper Medical Writing.

– Pomagamy we właściwym wyborze pisma, czyli po zapoznaniu się z pracą i jej poziomem, sugerujemy, jakie czasopisma mogą być nią zainteresowane i szacujemy szanse pracy na przyjęcie do druku. Następnie wysyłamy streszczenie do redakcji wybranych pism z zapytaniem, czy są taką pracą zainteresowane. Po otrzymaniu odpowiedzi przygotowujemy ostateczną listę proponowanych autorowi czasopism. Natomiast nie zajmujemy się lobbingiem w czasopiśmie medycznych na rzecz polskich prac – tłumaczy dr Maria Kołowska-Häggström, dyrektor medyczny w Proper Medical Writing. Przyjęcie pracy do druku zależy od jakości przeprowadzonego badania, oryginalności wyników, zainteresowania tematem i wynikami oraz znaczenia badania dla codziennej praktyki klinicznej. Najważniejszy jest więc poziom merytoryczny artykułu. [DCZ]

Kadry

Schodami w górę

KATARZYNA STASIŃSKA

Została dyrektorem praktyki wynagrodzeniowej Aon Hewitt w Polsce. Wcześniej odpowiadała za prowadzenie projektów wynagrodzeniowych, planowania zatrudnienia, badań płac i badań zaangażowania pracowników. Specjalizuje się w programach zarządzania wynikami, systemach oceny pracowników, systemach wynagrodzeń, optymalizacji struktur wynagradzania i świadczeń oraz w komunikacji wynagrodzeń pracownikom. Przed dołączeniem do Aon Hewitt pracowała w Hay Group i w Mercerze.

ROMAN NAMYSŁOWSKI

Dołączył do partnerów Crido Taxand. Odpowiada za zespół podatków pośrednich w dziale doradztwa podatkowego oraz za rozwój nowych usług i wsparcie w zakresie podatku VAT dla firm. Specjalizuje się w

zagadnieniach z zakresu podatku od towarów i usług i od lat angażuje się w tworzenie dobrego prawa podatkowego. W ramach Krajowej Rady Doradców Podatkowych przygotowywał opinie dotyczące wybranych zmian prawa podatkowego i propozycje nowelizacji prawa podatkowego dla władz wykonawczych i ustawodawczych.

ANNA CZAPLIKA

Została dyrektorem generalnym Grayling Poland. Ma 20 let doświadczenia w międzynarodowych firmach public relations, m.in. przez osiem lat była partnerem zarządzającym polskiego biura Weber Shandwick, zajmowała stanowiska kierownicze w polskich oddziałach Burson-Marsteller i Hill&Knowlton. Specjalizuje się w strategicznej komunikacji korporacyjnej, a także współpracy z firmami z sektora farmaceutycznego, technologicznego (IT) i markami konsumenckimi. [DCZ]