

RYNEK HR



Czy różnice pokoleniowe mogą mieć znaczenie w planowaniu czasu pracy?

Już od dekad pracodawcy są przyzwyczajeni do cyklicznego planowania harmonogramów czasu pracy, niezależnie od płci, wieku czy oczekiwań swoich pracowników.

Hubert Kowalski
konsultant, Déhora

W pracy biurowej powszechnie przyjętym systemem pracy w oparciu o klasyczne godziny pracy od 8.00 do 16.00 czy od 9.00 do 17.00. Nieliczni pracodawcy proponują swoim pracownikom „elastyczne” godziny pracy. Natomiast w firmach produkcyjnych przyjętym systemem pracy oparty na modelu wywodzącym się jeszcze z lat 60 XX w., gdzie pracownicy zaczynają pracę w godzinach: 6.00, 14.00 lub 22.00. Czy aby na pewno takie podejście jest wciąż słuszne i aktualne? Czy

oczekiwania pracownika z 2-letnim stażem pracy są takie same, jak tego z 25-letnim?

Mieszanka pokoleniowa na rynku pracy

Obecnie na rodzimym rynku pracy mamy znaczną mieszankę pokoleniową z różnymi oczekiwaniami oraz potrzebami względem pracodawców. Na rynku pracy mamy takie pokolenia, jak: Boomers, czyli osoby urodzone w latach 60. XX wieku; pracowników z pokolenia X, którzy są aktualnie najliczniejszą grupą na rynku pracy; w dalszej kolejności pokolenie millenialsów, a także najmłodsze pokolenie Z, które jest reprezentowane przez osoby urodzone już po 1995 roku. Każde z wymienionych pokoleń ma zupełnie inne oczekiwania względem kultury wykonywania powierzonych zadań, a co za tym idzie także czasu i formy jej świadczenia. Co więcej, osoby z wymienionych pokoleń zupełnie inaczej się komunikują i wyrażają swoje potrzeby. Jak pracodawca może sprostać oczekiwaniom ze-

społu, w którym mamy mix pokoleniowy? W jaki sposób zarządzać taką różnorodnością pracowników w firmie? Na te i inne pytania warto sobie już teraz odpowiedzieć zanim kolejne pokolenia będą kluczowe na rynku pracy.

Każde pokolenie ma własny czas

Skoro każdy przedstawiciel danego pokolenia ma inne oczekiwania i indywidualnie podchodzi do wykonywanych obowiązków, może warto podejść do zarządzania oraz czasu pracy w sposób elastyczny? Pracownicy z pokolenia BB cenią sobie stabilizację i przewidywalność w miejscu pracy, warto więc im ją zapewnić, planując cykliczne seryjne zadania i powtarzalny harmonogram czasu pracy. Dla pracowników X czy Y ważna jest pewna elastyczność w podejściu do planowania. Dodatkowe ułatwienia, takie jak możliwość elastycznego rozpoczęcia pracy, na przykład pomiędzy godziną 8.00 a 10.00, znacznie zwiększy takim osobom poziom zadowolenia z miejsca pracy i ułatwi zacho-

wanie tak potrzebnego work-life balance. Osobom mającym dzieci, takie podejście może także znacznie ułatwić odprowadzanie swoich pociech do szkoły czy przedszkola. Najmłodszy pracownicy z pokolenia Z oczekują bardzo dużej elastyczności ze strony pracodawcy – chcą często pracować w wyznaczonych przez siebie godzinach pracy, nie tych sztywno przyjętych przez firmę. Napotyka to zwykle pewien opór ze strony pracodawców, ze względu na strach przed mniejszą kontrolą nad pracownikami. Ale jeżeli powierzone obowiązki zostaną wykonane, to dlaczego nie można takich prób uwzględnić i przystać na czas pracy wskazany przez pracownika? Praca od 13.00 do 21.00 niczym się nie różni od tej wykonywanej od 8.00 do 16.00, jeżeli będzie tak samo efektywna. W przypadku możliwości pracy w trybie zdalnym, samo miejsce pracy także traci na znaczeniu. Po przyjęciu nowych przepisów o pracy zdalnej oraz kontroli trzeźwości pracowników, pewne granice i możliwo-

ści wkrótce znacznie się rozszerzą. Warto o tym pamiętać, tworząc ogłoszenia o pracę.

Indywidualne potrzeby mają znaczenie

Ostatnio w związku z postępującą indywidualizacją i walką z wkluczeniami, często słyszymy hasła, w których podkreśla się, że każdy z nas jest wyjątkowy. Oprócz tradycyjnej różnicy pokoleniowej, istnieją także znaczne różnice wolucjonalne, osobowościowe i społeczne. Dlatego niezwykle istotne jest uwzględnianie przez pracodawców, także indywidualnych oczekiwań – w tym do czasu i miejsca pracy. Podejście do pracownika jako do indywidualnej osoby jest podejściem korzystnym i zapewne na przestrzeni kolejnych lat, znacznie zyska na wartości, wśród pracodawców. Firmy powinny o tym pamiętać i uwzględnić to w swoich procesach rekrutacyjnych, tym bardziej, że elastyczne podejście do warunków pracy nabiera coraz bardziej na znaczeniu wśród kolejnych pokoleń pracowników.

Zaspokoić potrzeby pracowników, pamiętając o celach pracodawców – benefity elementem Employer Brandingu

Nie jest tajemnicą, że zadowoleni pracownicy to klucz do sukcesu firmy. Dlatego nie można lekceważyć ich potrzeb i warto traktować jak klientów wewnętrznych. Jest to o tyle trudne, że obecnie rynek rzuca spore wyzwanie polskim przedsiębiorcom. Jednym z elementów, który może przyczynić się do zwiększenia satysfakcji pracowników, tym samym wpływając na sprawne i skuteczne reagowanie na zmiany rynkowe, jest wprowadzenie różnego rodzaju benefitów.



Bartosz Zieliński
ekspert, Complace

Co prawda, benefity są często kojarzone z dużymi korporacjami, które mają olbrzymie budżety na ten cel. Jest to jednak jeden z mitów. Nawet małe i średnie przedsiębiorstwa mogą oferować swoim pracownikom cenne dodatki, takie jak prywatna opieka medyczna, karta sportowa czy bezpłatne zajęcia z języka obcego. Takie benefity są nie tylko atrakcyjne dla

pracowników, ale także korzystne dla pracodawców. Przyczyniają się bowiem do budowania pozytywnego wizerunku firmy, zwiększają motywację pracowników i poprawiają efektywność pracy.

Opracować strategię

Wprowadzenie benefitów może być także ważnym elementem Employer Brandingu. Skuteczne pozyskiwanie talentów wymaga opracowania strategii employer brandingowej. Wizerunek pracodawcy musi być wyraźnie określony, aby móc przyciągnąć odpowiednich kandydatów, zainteresować ich i zatrudnić. W dzisiejszym świecie „wojny o talenty” dobrze zaplanowana strategia może stanowić kluczową przewagę konkurencyjną, jednocześnie



zmniejszając koszty rekrutacji. Dzięki oferowaniu pracownikom dodatkowych korzyści możemy przyciągnąć i zatrzymać najlepszych specjalistów na rynku pracy, o których obecnie walczymy z firmami z całego świata. Praca zdalna i digitalizacja w biznesie sprawiły, że polski pracownik równie dobrze może współpracować z firmą z Niemiec, czy USA,

bez konieczności relokacji. I tutaj, jeśli chodzi o digitalizację, warto zwrócić uwagę na medium, jakim jest LinkedIn. Nie tylko daje nam możliwość zaprezentowania firmy, ale i jej pracowników. Oczywiście nie trzeba tego robić samodzielnie – można wesprzeć się działaniami agencji, natomiast

obserwuję, że obecność na tym portalu daje dużą przewagę w budowaniu wizerunku firmy, czy jej ekspertów.

Wprowadzenie benefitów nie powinno być jedynym sposobem na zaspokojenie potrzeb pracowników

Warto jednak pamiętać, że wprowadzenie benefitów nie powinno być jedynym sposobem na zaspokojenie potrzeb pracowników. Ważne jest, aby zawsze słuchać ich opinii i proponować rozwiązania, które odpowiadają ich indywidualnym potrzebom. Dzięki temu możliwe będzie budowanie pozytywnych relacji wewnątrz firmy oraz poprawa ogólnej atmosfery pracy (która jak się okazuje, jest wciąż bardzo istotna – zwłaszcza dla młodszych pokoleń). Podsumowując, wprowadzenie różnego rodzaju benefitów dla pracowników jest dobrym sposobem na zaspokojenie ich potrzeb, jednocześnie przyczyniając się do realizacji celów biznesowych. Benefitów stanowią istotny element Employer Brandingu, który przyciąga najlepszych specjalistów na rynek pracy. Jednakże, aby zwiększyć zadowolenie pracowników, ważne jest także słuchanie ich opinii i proponowanie indywidualnych, spersonalizowanych rozwiązań.

Nadchodzi rewolucja na rynku pracy

2023 r. przyniesie wiele zmian na rynku pracy w Europie Środkowo-Wschodniej, w tym w Polsce – wynika z raportu firmy Cpl „CEE Salary Guide 2023”.

Redukcja etatów w ramach poszukiwania oszczędności w firmach, zrównoważony rozwój oraz równe szanse bez względu na płeć, orientację seksualną czy niepełnosprawność, to tylko niektóre z wyzwań i trendów, przed którymi staną pracodawcy w najbliższych miesiącach. Złotym środkiem pozostaje znalezienie kompromisu pomiędzy rosnącymi oczekiwaniami specjalistów a trudną sytuacją gospodarczą w wielu krajach.

Region Europy Środkowo-Wschodniej został mocno dotknięty pandemią Covid-19, wojną na Ukrainie, a w ostatnich miesiącach także galopującą inflacją. – Nie można jednoznacznie wskazać, czy rok 2023 będzie rokiem pracownika, czy pracodawcy. Z pewnością będzie pełen kompromisów. Z jednej strony pracodawcy będą zmagać się z trudną sytuacją ekonomiczną, z drugiej – chcąc uczestniczyć w wyścigu o najlepsze talenty na rynku – będą mierzyć się z rosnącymi oczekiwaniami specjalistów – komentuje Katarzyna Piotrowska, Country Manager w Cpl Poland.

Zmierzenie się z oczekiwaniami pracowników

Rok 2022 był dla wielu czasem powrotu do biura. Jak wynika z raportu Cpl, pracodawcy, którzy zrezygnowali z pracy zdalnej po zakończeniu lockdown'u, często wywoływali wśród swoich pracowników ogromny poziom frustracji. Ci z kolei aktualnie oczekują nie tylko hybrydowego lub zdalnego modelu pracy, ponieważ – w stosunku do roku poprzedniego – podwoiła się także liczba osób wnioskujących o elastyczne godziny wykonywania obowiązków służbowych. Co więcej, w 2023 roku pracodawcy będą mierzyć się z trendem, jakim jest coraz częstsze wprowadzenie 4-dniowego trybu pracy.

– Kolejna radykalna zmiana, jaką jest 4-dniowy tydzień pracy, będzie stanowiła szczególne wyzwanie. Wielu pracodawców – mimo sukcesu odnotowanego w związku z wdrożeniem go w Islandii i Wielkiej Brytanii – wciąż podchodzi do tej kwestii sceptycznie. Mimo to, 2023 rok z pewnością

będzie tym, w którym pionierzy z regionu CEE zdecydują się na niego, by pozyskać największe talenty. Elastyczni w tym obszarze pracodawcy będą mieli przewagę na rynku, szczególnie w sektorach, gdzie odnotowywany jest niedobór specjalistów – mówi Lucie Matznerová, HR Business Partner w Cpl Czech Republic.

– Również w Polsce postrzeganie 4-dniowego tygodnia pracy jest różne i zdecydowanie zależy od perspektywy oceniającego. Z optymizmem patrzą na ten pomysł pracownicy, licząc na dłuższy weekend. Z kolei pracodawcy podają w wątpliwość realizację założonych celów w krótszym czasie. Co więcej, wyrównanie czasu pracy do poziomu krajów Europy Zachodniej, przy jednoczesnym utrzymaniu wysokości wynagrodzeń, może spowodować postrzeganie Polski jako nieatrakcyjnej lokalizacji nowych inwestycji – mówi Katarzyna Piotrowska, Country Manager w Cpl Poland.

Oszczędności i redukcja etatów

Rosnące ceny energii przekładają się nie tylko na wysoką inflację i wzrost kosztów utrzymania, ale także na koszty ponoszone przez pracodawców. Z tego powodu firmy będą poszukiwały oszczęd-

ności, od obniżania temperatury w miejscu pracy po zastąpienie podróży służbowych wideokonferencjami. W 2023 r. znaczna część firm planuje także zawieszenie zatrudnienia lub zwolnienia w ramach cięcia kosztów, szczególnie na stanowiskach fizycznych. Niektóre firmy zdecydują się również na outsourcing usług.

Zrównoważony rozwój

W 2023 roku przedsiębiorcy będą koncentrować się również na zrównoważonym rozwoju zgodnie ze strategią ESG (ang. Environmental, Social and Corporate Governance). Raportowanie nie jest jeszcze obowiązkowe we wszystkich krajach UE, jednak niektóre – w tym te z regionu CEE – będą miały obowiązek wdrożenia go we wszystkich dużych oraz niektórych średnich i małych firmach. – ESG to raport z postępów firmy w zakresie kluczowych wskaźników efektywności (KPI) dotyczących środowiska, kwestii społecznych i ładu korporacyjnego. Potencjalni kandydaci, szczególnie z pokolenia Z, coraz częściej opierają swoją decyzję o wyborze przyszłego pracodawcy w oparciu o te czynniki. Skupienie się na zrównoważonym rozwoju i podkreślanie go w kampaniach em-

ployer brandingowych może być jedną z kluczowych kwestii przyciągania nowych talentów – mówi Lucie Matznerová, HR Business Partner w Cpl Czech Republic.

Polska postawi na inkluzywność

Jednym z trendów i jednocześnie głównych wyzwań na polskim rynku pracy będzie dążenie firm do inkluzywności. W tym celu niezbędne będzie wdrożenie przejrzystych i angażujących procesów, które umożliwią pracownikom równe szanse rozwoju zawodowego, niezależnie od wieku, płci, orientacji seksualnej, poglądów, statusu społecznego, rodzaju niepełnosprawności i wszelkich innych aspektów różnorodności. – Już na etapie procesu rekrutacyjnego firmy będą koncentrować się na umiejętnościach i doświadczeniu kandydatów jako głównych kryteriach selekcji, odrzucając inne elementy wykorzystywane dotychczas w tym celu. Takie posunięcie znacznie poszerzy pulę kandydatów i wprowadzi różnorodność do organizacji. Ta różnorodność pomysłów i indywidualnych cech ludzkich będzie motorem działania firm i gwarantem ich dalszego rozwoju – mówi Katarzyna Piotrowska, Country Manager w Cpl Poland.

Dobrostan pracownika wśród priorytetów firm

Elastyczne podejście do zatrudnienia, m.in. do czasu i miejsca pracy oraz dbałość o dobrostan zatrudnionych to nowa norma, szczególnie w branżach IT i kreatywnej.

Ewelina Tomiak
People Supporter, Boldare

Zyskujesz godzinę dziennie.

Na co ją przeznaczysz?

Nowojorski Bank Rezerwy Federalnej przeprowadził interesujące badanie – sprawdził, ile czasu zaoszczędzili pracownicy zdalni, nie musząc dojeżdżać do swoich biur. Dodatkowo zbadał, na co przeznaczili ten ekstra czas. Okazało się, że Amerykanie zyskali dzięki pracy zdalnej 60 mln godzin. To czas, który wcześniej spędzali w pociągach, autobusach i autach, jadąc lub stojąc w korkach. Co z tym czasem zrobili? Miażdżąca większość ankietowanych przeznaczyła uzyskane w ten sposób minuty na sen i wypoczynek. Brak konieczności codziennych, często czasochłonnych dojazdów do pracy spowodował, że mogli zadbać o swoje samopoczucie, dla którego sen jest kluczowy.

Odpowiednia doza wypoczynku i zdrowy balans między pracą a życiem prywatnym w naturalny sposób wpływają na dobre samopoczucie każdego człowieka. Firmy są obecnie coraz bardziej tego świadome i rozumieją, że wellbeing zespołów przekłada się na ich skuteczność, stąd chociażby dynamicznie rosnąca otwartość pracodawców na pracę z domu czy hybrydową. Elastyczne podejście do miejsca i czasu pracy to już standard. W wymagających czasach VUCA ludzie po prostu potrzebują więcej przestrzeni, a otwartość i elastyczność pracodawców wydaje się skutecznym sposobem do poczucia wolności w pracy.

Ale nie tylko to przekonuje pracodawców do większej elastyczności. Testy 4-dniowego tygodnia pracy prowadzone w Wielkiej Brytanii okazały się sporą sensacją. Znacząca większość, bo 86 proc. firm określiło jako „bardzo prawdopodobne” lub „prawdopodobne”, że utrzymają 32-godzinny tydzień pracy po okresie próbnym. Wynik eksperymentu z 32-godzinnym tygodniem pracy okazuje się być dla organizacji pozytywnym zaskoczeniem: efektywność wcale nie spadła, a korzyści jest sporo.



Organizacje zdają sobie sprawę, że zadowolenie pracownika nie jest tylko jego prywatną sprawą. Dobre samopoczucie przekłada się przecież na kreatywność i wydajność, a w efekcie – na wyższą jakość świadczonych usług.



Właściwe powody stosowania pracy hybrydowej

Według badania Omnipresent, dziś większość firm nawet nie rozważa rezygnacji z pracy zdalnej. Aż 94 proc. pytanym planuje w swojej organizacji kontynuację modelu pracy zdalnego lub hybrydowego. Jednym z głównych powodów, oprócz dostępu do specjalistów z całego świata (to wskazało 32 proc. badanych) i powstrzymania pracowników przed odejściem (28 proc.), jest postawienie na dobrostan pracownika. Dla 35 proc. ankietowanych menadżerów i organizacji coraz ważniejsza staje się kwestia dobrego samopoczucia pracowników. A ponieważ większość zatrudnionych nie ukrywa, że woli pracę zdalną lub hybrydową od biura, pracodawcy są coraz bardziej skłonni do zadbania o swoją załogę, spełniając ich oczekiwania.

Mniej godzin w pracy, więcej czasu na sen

Dobre samopoczucie pracownika warunkuje szereg czynników, m.in. to, czy jest on wypoczęty czy nie. Okazuje się, że ludzie wysypiają się lepiej, kiedy pracują mniej dni w tygodniu. Według badania przeprowadzonego na Boston College, pracownicy, którzy przeszli na 32-godzinny tydzień pracy, spali o prawie pełną godzinę dziennie dłużej, niż kiedy pracowali 8 godzin tygodniowo więcej. W efekcie znacząco spadła liczba osób, które deklarowały niedostateczną ilość snu. Niemal co druga (42,6 proc.), pracując 40 godzin w tygodniu, czuła się niewyspana. Po przejściu na 32-godzinny system odsetek ten spadł do 14,5 proc.

Nie jest chyba niczym odkrywczym, że pracownicy to przede wszystkim ludzie, którzy mają swoje rodziny, pasje i prywatę – na co, naturalnie, potrzebują czasu. Zdrowa work-life integration to absolutna podstawa, jeśli mówimy o pozytywnym samopoczuciu pracowników. Dbałość o dobrostan ludzi to jednak coś więcej – to holistyczna uważność na ich potrzeby i spełnienie zawodowe. Samoorganizacja, realny wpływ na organizację, decyzyjność, regularne badanie nastrojów w zespołach, czy integracje i wyjazdy na zespołowe workation to niektóre z elementów, które w naszej opinii pozytywnie wpływają na wellbeing.

Dbałość o dobrostan

Nowe podejście firm, zakładające większe skupienie się na potrzebach pracowników potwierdza rynek. Z tegorocznego badania największych pracodawców Top Employers wynika, że organizacje coraz bardziej dbają



Według badania Omnipresent, dziś większość firm nawet nie rozważa rezygnacji z pracy zdalnej. Aż 94 proc. pytanym planuje w swojej organizacji kontynuację modelu pracy zdalnego lub hybrydowego.

o dobrostan swoich pracowników, a ich stan psychiczny postrzegają jako podstawę do gruntownych zmian w prowadzeniu organizacji. Coraz więcej ankietowanych firm oferuje swoim ludziom wsparcie w zakresie powrotu do zdrowia po wypaleniu zawodowym, gwarantuje pracownikom czas na przerwy spowodowane stresem czy aktywnie zniechęca swoich ludzi do korzystania z poczty elektronicznej poza godzinami pracy. Rośnie znaczenie holistycznego podejścia do dobrego samopoczucia pracowników oraz przekonanie, że do podejmowania nowych wyzwań, w tym zawodowych, nie wystarczy dbałość jedynie o kondycję fizyczną.

Marchewka, a nie kij, czyli o ważności kultury doceniania i feedbacku

Otrzymywanie feedbacku na temat podejmowanych działań czy zachowań jest potrzebne każdemu, a już zupełnie jest konieczne w przypadku pracowników.



Iwona Żurawska

dyrektor Departamentu HR, Intrum

Regularnie dawanie informacji zwrotnej pozwala im się rozwijać, daje szansę na poprawienie tego, co jeszcze nie działa w pełni, pokazanie, czego muszą się jeszcze nauczyć, itp. Jednak feedback nie powinien polegać tylko na tym, by zwracać uwagę pracownikowi na jego „braki”. Musi on również wiedzieć, jakie są jego mocne strony, w czym jest dobry. Kultura doceniania przynosi zdecydowanie lepsze efekty niż krytyka, nawet ta konstruktywna.

Firmy mają różne sposoby przekazywania informacji zwrotnej. Bezpośredni przełożony może udzielić jej np. na rozmowie kwartalnej. W praktyce lepiej jednak sprawdzają się krótsze okresy. Najważniejsze jest jednak to, aby takie narzędzie funkcjonowało w firmie, a feedback był przekazywany pracownikowi „w cztery oczy” przez osobę, która zleca zadania, organizuje pracę itp. Złą praktyką jest udzielanie informacji zwrotnej tylko drogą mailową. Najpierw powinno się odbyć spotkanie „1 na 1” z pracownikiem, potem spisanie najważniejszych ustaleń – zawsze w takiej kolejności, nigdy odwrotnie. Jakie są główne funkcje feedbacku: udzielenie

pracownikowi rzetelnej informacji na temat tego, jak pracuje, dzięki czemu może się rozwijać, wyeliminowanie niepożądanych zachowań ze strony pracownika. O czym się często zapomina, a co jest ważne – feedback to rozmowa, (a nie tylko jednostronne wystawienie oceny), podczas której pracownik ma możliwość odnieść się do tego, co usłyszał i przedstawić swoje odczucia dotyczące pracy w danej firmie.

Czy pracownicy lubią otrzymywać feedback?

Przeważnie nie, ponieważ kojarzy im się z oceną czy latami szkolnymi, kiedy wszyscy byliśmy nieustannie oceniani, więc wiele zależy od tego, w jaki sposób informacja zwrotna jest udzielana. Z pewnością nie może składać się tylko z jednego elementu – pokazania pracownikowi, co robi źle, gdzie ma braki. To w ogóle nie jest motywujące i nie przedstawia pełnego obrazu sytuacji. Docenianie pracownika jest ważne, a doświadczenie wielu firm pokazuje, że chyba nawet jeszcze istotniejsze niż krytyka, nawet ta konstruktywna. O ile feedback powinien być przekazywany we właściwym czasie i z określoną częstotliwością, to warto, by w firmie była na stałe wdrożona kultura doceniania, a motywowanie i wzmacnianie pracowników było na porządku dziennym. Doświadczenie Intrum pokazuje, że to jeden z ważniejszych elementów, które tworzą przyjazne miejsce pracy i przyczynia się do tego, że pracownicy odczuwają satysfakcję z wykonywanych obowiązków.

Szanowni Państwo,

Jak zarządzać zespołami w dynamicznych czasach, na które silnie wpływają takie czynniki, jak epidemia czy wojna w Ukrainie? Jak w obliczu zarówno tych zawirowań, jak i rosnącej roli nowoczesnych technologii i sztucznej inteligencji zmienia się charakter pracy działów HR? I przede wszystkim, jakich kompetencji potrzebują współcześni menedżerowie HR? Na te i inne pytania staramy się znaleźć

odpowiedź z zaproszonymi na łamy ekspertami. Przede wszystkim jednak pragniemy Państwu przedstawić te osoby, dzięki którym do firm trafiają talenty i czują się w nich doskonale. Kto zarządza działami HR w prężnie działających w Polsce firmach? Jakie idee im przyświecają i jakie zawodowe ścieżki przywiodły ich do miejsc, które dziś rozwijają? Zapraszamy do lektury.

Redakcja

Lista WHO IS WHO na rynku HR



MAREK DERĘGOWSKI

CZŁONEK ZARZĄDU I DYREKTOR ZARZĄDZAJĄCY, TALENTPOINT

Innowator i entuzjasta nowych technologii z ponad 20-letnim doświadczeniem w tworzeniu oraz wdrażaniu rozwiązań digitalowych. W latach 2020-2022 dyrektor ds. rozwoju biznesu w IT LeasingTeam, gdzie zajmował się opracowaniem, wdrożeniem wewnątrz Grupy Kapitałowej, a następnie

wyjściem na rynek innowacyjnej platformy TalentPoint. Automatyzuje ona pracę działów kadr, ułatwiając formalności pracownikom. Wcześniej współzałożyciel software house'u JADE oraz założyciel Emebel.pl, pierwszego marketplace branży meblarskiej w Polsce. Tworzył i zarządzał projek-

tami dla firm z branży retail i automotive, które wykorzystywały m.in. technologię AR oraz rozwiązania IoT. W 2015 r. jego innowacyjna platforma analizy ruchu fizycznego – zajęła drugie miejsce w Polsce jako najlepszy start-up w Polsce, w ramach programu akcelacyjnego Orange Fab.

MARTA FLORCZAK

CZŁONEK ZARZĄDU, LIDL POLSKA

Marta Florczak dołączyła do zespołu Lidl Polska w kwietniu 2021. Jest tym samym pierwszą członkinią zarządu w tej, od 20 lat prężnie działającej na rynku polskim, firmie. Wcześniej zajmowała stanowiska takie jak dyrektor zasobów ludzkich w Centrum Naukowo-Badawczym w Wiedniu, dyrektor zasobów ludzkich w Lafarge Cement we Francji, dyrektor ds. organizacji i zarządzania zasobami ludzkimi w Lafarge w Polsce, vice-president Cement ds. sprzedaży B2B/B2 C. Jest absolwentką Strategic Human Resources

Management na Open Business School of London. Uzyskała Diploma in Organisational Leadership na Said Business School Oxford University oraz ukończyła Advanced Management Program IESE Business School in Barcelona. Do Lidla wnosi świeżą perspektywę postrzegania HR jako partnera biznesowego mającego faktyczny wpływ na rozwój firmy. Umiejętnie łączy wieloletnie doświadczenie zdobyte w sprzedaży (w bardzo twardej branży) z naturalnymi umiejętnościami miękkimi. Stawia wyzwania sobie i zespołowi, a jej motto to „Niemożliwe jest moż-

liwe”, pamiętając jednocześnie, że wszyscy jesteśmy ludźmi i każdy boryka się z codziennymi wyzwaniami. Jest wielkim zwolennikiem wskaźnikowania procesów personalnych, co zdecydowanie podnosi poziom jakości HRu, a także niesie z sobą wiele oszczędności. Bliska jej sercu jest także społeczna odpowiedzialność biznesu i jest gotowa poruszyć góry, żeby niepotrzebną oraz szkodliwą środowisku papierologię zastąpić czytelnymi i wygodnymi rozwiązaniami elektronicznymi np. w dziedzinie akt pracowników, których notabene w Lidlu Polska jest ponad 27 000.



ANITA KORALEWSKA-RATAJCZAK

HEAD OF HR, GRUPA RABEN

HR Manager z ponad 20-letnim doświadczeniem w międzynarodowych firmach, od 5 lat odpowiedzialna za obszar HR w 15 krajach Grupy Raben. Ma umiejętności w zakresie zarządzania talentami, planowania sukcesji, zarządzania zmianą, zaangażowania pracowników, rozwoju i projektowania organizacji, rekrutacji kadry kierowniczej oraz komunikacji wewnętrznej. Z pasji przekazywania

wiedzy i wspierania innych – certyfikowany trener sprzedaży oraz wykładowca MBA. Uznana za innowacyjne projekty wspierające organizacje w osiąganiu celów biznesowych – nagroda People Innovation Leader. Ma szerokie doświadczenie doradcze w branży TSL. Skupia się na tworzeniu kultury organizacyjnej zorientowanej na pracowników, kładącej nacisk na ich kompetencje, jakość, produk-

tywność i ciągłe doskonalenie. Pomysłowczyni takich projektów międzynarodowych jak Manager of Choice czy Customer Excellence and Leadership, a także liderka projektu transformacji cyfrowej SAP Success Factor – nagrodzonego SAP Quality Award 2022. Anita to partner strategiczny, mentor zmian i skuteczny rzecznik zarówno firmy, jak i ludzi, którzy w niej pracują.

WIKTORIA KUC

DYREKTORKA PERSONALNA, SYMFONIA

Absolwentka socjologii i psychologii w biznesie. Podyplomowo ukończyła również studia z Prawa Pracy na UW, BHP na PW oraz Negocjacji i Mediacji na SWPS. Asesorka SHR, Belbina oraz posiadaczka certyfikatu coaching essentials CoachWise. Członkini ruchu HROdnowa i mentee w programie (nie)Pełnosprawni w Pracy. Pracę w obszarze HR rozpoczęła w 2005 r. w irlandzkiej agencji doradztwa personalnego, gdzie rekrutowała głównie personel medyczny, a w późniejszym czasie również księgowych i finansistów. Dwa lata później przeniosła się do amerykańskiej korporacji branży płatności elektronicznych, gdzie miała możliwość

poznawania najlepszych w tamtych czasie praktyk HR. W 2014 r. dołączyła do firmy z branży dystrybucji IT, również z amerykańskim rodowodem. Samodzielnie prowadziła tam dział HR, a także pełniła funkcje Ethical Advisor i koordynatora HRIS w regionie. W tym czasie prowadziła również własną działalność doradczą w obszarze HR firmom, od sektora MŚP do enterprise. Od 2021 r. zarządza 15-osobowym działem personalnym w Symfonii, dbając jednocześnie o rozwój i dobre samopoczucie blisko 500 pracowników firmy. Oprócz zadań z obszaru zasobów ludzkich dba o rozwój i sprzedaż produktu Symfonia Hsys – innowacyjnego

systemu wspierającego digitalizację działów HR. Aktualnie prowadzi również zajęcia z digitalizacji HR w Szkole Głównej Bankowej i Wyższej Szkole Bankowej. Zwolenniczka HR-u przepełnionego rozsądkiem i szacunkiem dla drugiego człowieka. Uważa, że projektowane procesy nie infantylizują pracowników i nie tworzą w managerach wyuczony bezzadności, ale mają służyć ludziom i biznesowi. W pracy z zespołem najważniejsza jest dla niej decyzyjność i odpowiedzialność, a co za tym idzie – rozwój jednostki jako człowieka i eksperta. Jej mentalnymi mentorami są Josh Bersin, Kim Scott, Amy Edmondson i Beverly Kaye.





MAŁGORZATA ODYNIC

HR DIRECTOR, KUEHNE + NAGEL

Małgorzata Odyniec odpowiada za obszar HR w polskim oddziale Kuehne+Nagel, globalnej firmy logistycznej. Absolwenta Uniwersytetu Warszawskiego oraz Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. W codziennej pracy z ludźmi łączy pasję do HR z wiedzą ekonomiczną i potrzebami oraz oczekiwaniami pracowników i klientów. Jej dewizą pracy zawodowej jest rozumie-

nie potrzeb biznesu, a celem – dostarczenie najlepszych możliwych rozwiązań. Małgorzata jest związana z Kuehne+Nagel od ponad sześciu lat. Buduje środowisko pracy bazujące na kulturze wzajemnego szacunku i zaangażowania. Aktualnie wdraża projekty związane z digitalizacją i automatyzacją, wspiera klientów wewnętrznych w procesie transformacji, a wszystko to

w duchu Diversity & Inclusion. Jest głęboko przekonana, że wspierające i włączające środowisko pracy to takie, w którym każda osoba czuje się szanowana, doceniona i ma możliwość realizacji własnego potencjału. Ta szeroka perspektywa wpływa na większą efektywność, elastyczność oraz kreatywność, co w rezultacie wzmacnia firmę i stanowi o jej sukcesie.

JOLANTA POREDA

GROUP HR DIRECTOR, DIGITAL CARE

Jolanta Poreda zdobywała doświadczenie kadrowo-płacowe oraz HR-owe w branży ubezpieczeniowej, w firmie Europ Assistance, a następnie odpowiadała za obszar HR w spółce Matras S.A. Do Digital Care dołączyła w 2017 r. Obecnie odpowiada w całości za obszar HR Grupy Digital Care – w tym za tworzenie i realizację

strategii zarządzania zasobami ludzkimi w spółkach w Polsce i za granicą. Do jej obszaru odpowiedzialności należą m.in. procesy rekrutacyjne, wdrożenie nowych pracowników, kształtowanie polityki wynagrodzeń i systemów premiowych, ocen okresowych, realizacja eventów i innych działań skierowanych do pracowników,

budowanie kultury organizacyjnej oraz polityka kadrowa, benefitowa i budżety HR. Od października 2022 r. jest prezesem nowo powstałej Fundacji Digital Care, zajmującej się rozwojem przedsiębiorczości wśród dzieci i młodzieży, wsparciem dzieci uzdolnionych oraz działaniami ekologicznymi w branży technologicznej.



RADOSŁAW SZAFRAŃSKI

MANAGING DIRECTOR, COUNTRY HEAD, PAGEGROUP POLAND

Manager z ponad 18-letnim doświadczeniem w obszarze rekrutacji i doradztwa biznesowego. Specjalizuje się w budowaniu i rozwijaniu struktur organizacyjnych w firmach (również start-upach) dla sektora bankowego, finansowego, łańcucha

dostaw i produkcji. Swoją karierę w PageGroup rozpoczął w 2005 r., angażując się w powstanie pierwszego w Polsce oddziału globalnej firmy rekrutacyjnej, będącej światowym liderem w obszarze doradztwa personalnego. Uczestniczył

w tworzeniu wszystkich regionalnych dywizji Michael Page oraz z sukcesem kierował biurami we Wrocławiu, Katowicach i Poznaniu. Od maja 2021 r. zarządza strukturami PageGroup (Michael Page, Page Executive) w całej Polsce.

ANNA SZCZĘSNA

HEAD OF HR, TUTORE POLAND

Podczas swojej kariery zawodowej była związana przede wszystkim z branżą farmaceutyczną. Doświadczenie zdobywała m.in. w Aflofarm Farmacja Polska i Mabion, gdzie była odpowiedzialna za projektowanie i wdrażanie procesów, procedur i narzędzi HR oraz tworzenie i realizację strategii EB. Od stycznia 2023 r. pełni

funkcję Head of HR Tutore Poland. Odpowiada za strategię firmy w kwestii zarządzania zasobami ludzkimi, budowanie kultury organizacyjnej oraz politykę kadrową i benefitową. Szczególnie bliskie są jej obszary EB i walki o równe prawa kobiet na rynku pracy. Pasjonatka szeroko pojętego HR-u, współautorka bloga www.robimyhry.pl,

gdzie publikuje treści będące wsparciem dla wszystkich, którzy na co dzień zarządzają zespołami i zajmują się procesami HR-owymi. Absolwentka Uniwersytetu Łódzkiego – magister stosunków międzynarodowych i europeistyki, a także studiów podyplomowych na Politechnice Łódzkiej – kierunek: zarządzanie zasobami ludzkimi.



TOMASZ WALENCZAK

DYREKTOR ZARZĄDZAJĄCY, MANPOWERGROUP POLSKA

Kieruje trzema markami: Manpower, Experis i Talent Solutions, oferującymi unikalne rozwiązania dla firm i kandydatów. Odpowiedzialny za rozwój organizacji, w tym strategię sprzedażową oraz zarządzanie siecią kilkudziesięciu oddziałów. Wcześniej

przez 12 lat związany z marką Manpower, światowym liderem rozwiązań HR w zakresie pracy tymczasowej i rekrutacji stałej, którą kierował. Usługi ManpowerGroup w Polsce obejmują pracę tymczasową, rekrutację stałą i badanie kompetencji pracowni-

ków, zatrudnienie zewnętrzne, outsourcing procesów, doradztwo personalne, zarządzanie karierą i outplacement. Z sukcesem zarządza organizacją, zajmującą czołowe miejsca w rankingach dla swojej branży. Z firmą związany od 14 lat.

IWONA ŻURAWSKA

DYREKTOR DEPARTAMENTU HR, INTRUM

Absolwenta Akademii Pedagogiki Specjalnej im. Marii Grzegorzewskiej, Szkoły Głównej Handlowej oraz Erickson Coaching International. Doświadczenie zawodowe zdobyła w branży turystycznej, pracując z klientem komercyjnym i indywidualnym oraz w branży medialnej, będąc członkiem zespołu budującego stację

telewizyjną TVN. W swojej karierze zawodowej miała możliwość pracy w środowisku multikulturowym w Polsce, w Europie oraz w USA. Od 1998 r. związana z Intrum. Przez ostatnie lata rozwijała swoją karierę zawodową, biorąc udział w wielu projektach krajowych i międzynarodowych w obszarze biznesowym i HR. Była odpowiedzialna

m.in. za wdrożenie systemu zarządzania jakością (ISO 9001), systemów HR-owych, zarządzanie projektem tworzenia Centrum Operacyjnego w Białymstoku oraz pełniła przez 6 lat funkcję Regionalnego Dyrektora HR w Europie Środkowo-Wschodniej. Obecnie jako członek zarządu Intrum odpowiada za obszary HR i Administracja.

