

MIEJSCE PRACY

Zadania komunikacyjne przeprowadzone były w trzech etapach przy wykorzystaniu m.in. takich narzędzi, jak publikacje, intranet czy prezentacje multimedialne. W pierwszym etapie zapoznawano pracowników z sytuacją biznesową, w celu lepszego zrozumienia przez nich kontekstu funkcjonowania Spółki, w tym głównych kierunków zatwierdzonej strategii oraz celów. Drugi etap polegał na rozpowszechnieniu informacji o WMW oraz objaśnianiu oczekiwanych zachowań i postaw wynikających z WMW. Przekaz informacji odbywał się podczas spotkań wewnętrznych ze wszystkimi pracownikami. W efekcie każdy dyrektor przeprowadził szkolenie w swojej komórce organizacyjnej, prezentując zasady WMW wraz z przykładami oczekiwanych zachowań i postaw, jak najbardziej zbliżonych do specyfiki pracy poszczególnych zespołów. Dzięki tym działaniom, pracownicy mogli dostrzec związek WMW z wymaganiami dotyczącymi ich pracy oraz oczekiwanych kompetencji na swoich stanowiskach. Na potrzeby tego projektu przeszkolono trenerów, którzy wspierali dyrektorów podczas spotkań z pracownikami. Za cały proces odpowiedzialna była jedna osoba z Departamentu Zarządzania Zasobami Ludzkimi – koordynująca oraz objaśniająca wszystkie niejasności związane z wdrażaniem WMW. Trzecim i ostatnim etapem była kontrola przebiegu procesu komunikacyjnego oraz podsumowanie wyników komunikacji poprzez przeprowadzenie wywiadów i badań fokusowych. Jako kryteria sukcesu przyjęto stopień identyfikacji pracowników z WMW, zaangażowanie w proces implementacji wartości w życie codzienne firmy i znajomość treści WMW.

► Wolontariat pracowniczy

Nazwa: PricewaterhouseCoopers Sp. z o.o.
 Główna działalność: Świadczenie usług w oparciu o specjalizację branżową, oferując rozwiązania w zakresie audytu, usług doradczych i doradztwa podatkowego klientom z sektora publicznego i prywatnego
 Siedziba: Warszawa
 Rok założenia: 1990
 Liczba zatrudnionych w 2005: 886
 Strona internetowa: www.pwc.pl

PricewaterhouseCoopers Fundacja „Podaruj siebie”

Pomysł na Fundację PricewaterhouseCoopers pojawił się już na początku roku 2005. Wtedy to grupa osób żywo zainteresowanych działalnością społeczną w firmie zainicjowała rozmowy na temat powstania Fundacji, która stwarzałaby pracownikom możliwość podjęcia konkretnych działań wspierających rozwiązanie wybranych problemów społecznych. Tym samym Fundacja PwC miała zintegrować i ukierunkować liczne, rozproszone dotychczas, inicjatywy pro bono podejmowane przez firmę. Filarami działalności Fundacji stały się: wolontariat, doradztwo i wsparcie finansowe. Jednocześnie w każdym z działów firmy wyłonieni zostali koordynatorzy, pracujący blisko ze sobą i nadający Fundacji obecny kształt. Jednym z pierwszych zadań było zbadanie potrzeb i możliwości pracowników. W tym celu zostało przeprowadzone badanie ankietowe wśród pracowników firmy. Ankiety wypełniło blisko 200 osób, a ich wyniki pokazały, że wielu pracowników zainteresowanych jest szerszą działalnością społeczną w bardzo konkretnych, wskazanych przez siebie obszarach. W kolejnym etapie kierownictwo firmy formalnie wsparło te działania m.in. deklaracją, że każdy z pracowników ma prawo wykorzystania trzech godzin w miesiącu, w ramach godzin pracy, na aktywność społeczną w ramach Fundacji. Działalność Fundacji PricewaterhouseCoopers „Podaruj siebie” objęła nie tylko biuro warszawskie, ale i pozostałe 5 biur regionalnych. W każdym z nich wyłonieni zostali partnerzy społeczni.

Przykładowe działania podjęte w ramach Fundacji to: nauka języka angielskiego podopiecznych i pracowników Powiślańskiej Fundacji Społecznej (PFS); przygotowanie kampanii marketingowej promującej działalność PFS; zbiórka żywności dla najbardziej potrzebujących rodzin dzieci będących pod opieką PFS; organizacja spotkań nastolatków z domów dziecka połączonych z pogadanką o pierwszej pracy, ścieżce kariery, zachęcaniem do nauki, sportu, hobby etc.; odwiedziny dzieci w ośrodku Fundacji Pomocy Dzieciom z Chorobą Nowotworową oraz szpitalu na oddziałach onkologii i hematologii dziecięcej; doradztwo IT i opieka nad komputerami w Fundacji Pomocy Dzieciom z Chorobą Nowotworową; doradztwo na rzecz Dziennego Ośrodka Rehabilitacji w Poznaniu w zakresie PR; przygotowywanie okazjonalnych zbiórek środków pieniężnych, jak i innych datków, paczek dla wszystkich partnerów społecznych Fundacji PwC. W ramach wsparcia finansowego, oprócz organizowania akcji charytatywnych, pracownicy mogą dokonywać wpłat na rzecz Fundacji PwC poprzez potrącenia z wynagrodzenia w formie przekazania 1% podatku, przekazania stałej, comiesięcznej kwoty z pensji, bądź też okazjonalne datki pieniężne. Obecnie, po doświadczeniach ubiegłego roku, Fundacja PwC „Podaruj siebie” ma w planach stworzenie ogólnopolskiego programu, który pomagałby w rozwiązaniu problemów społecznych wybranej grupie docelowej.