



W jaki sposób komunikować się z pracownikami produkcyjnymi tak, by czuli się częścią firmy? Jak budować strategię HR, aby była ona przejrzysta dla wszystkich zatrudnionych? Pytania te już od dawna zadaje sobie wiele przedsiębiorstw. Podczas VIII Warsztatowego Kongresu Szefów Produkcji oraz konferencji HR Factor Joanna Jeziorowska i Adamina Solecka prezentowały, jak tym wyzwaniom stawiała czoła Grupa OKNOPLAST.

Od pewnego czasu rynek pracy w Polsce przechyla swoją szalę na stronę pracownika. Oznacza to, że pracodawcy muszą zmierzyć się z większą rotacją, odpływem specjalistów oraz problemami z obsadzeniem wakatów na halach produkcyjnych. Wyzwania te dotyczą niemal wszystkie firmy, o ile tylko nie są one jedynym miejscem zatrudnienia w regionie. Swoją receptę na wspomniane trudności stworzyła Grupa OKNOPLAST. Wnioski na ten temat Joanna Jeziorowska, Dyrektor Personalny oraz Adamina Solecka, przedstawiły podczas dwóch dużych wydarzeń w świecie HR, które miały miejsce w ostatnim czasie.

Po pierwsze: komunikacja

Prelegenci VIII Warsztatowego Kongresu Szefów Produkcji byli zgodni – podstawowym wyzwaniem stojącym przed polskimi firmami jest pozyskanie i utrzymanie pracowników produkcyjnych. Jak z zaistniałą sytuacją radzi sobie rodzimy producent stolarki otworowej, należący do czołówki europejskiej? Ważną rolę w utrzymaniu zatrudnionych w szeregach firmy odgrywa komunikacja i to właśnie jej, dotyczyło wystąpienie Joanny Jeziorowskiej oraz Adaminy Soleckiej.

– Podstawowym błędem niektórych pracodawców jest komunikacja jednostronna. Wymiana wiadomości i spostrzeżeń

powinna być dwukierunkowa, jeśli chcemy uniknąć chaosu związanego z przepływem każdej informacji. Właśnie dlatego wśród pracowników procesu operacyjnego w Grupie OKNOPLAST wprowadziliśmy szereg narzędzi komunikacyjnych, dzięki którym mają oni rzetelną wiedzę o bieżącym funkcjonowaniu firmy – opowiada Joanna Jeziorowska, Dyrektorka Personalna w Grupie OKNOPLAST. – W naszym przedsiębiorstwie obowiązuje polityka otwartych drzwi, mamy nawet pokój HR w centrum działu produkcji. Każdy może przyjść i porozmawiać na dowolny temat. Stworzyliśmy ponadto kioski multimedialne dostarczające informacje o działaniu Grupy, a pracownicy posiadają także komunikator firmowy zainstalowany w telefonach. Poprzez kanały te informujemy wszystkich o podstawowych aspektach organizacyjnych.

Firma przeprowadza także ankiety oraz pogłębione analizy mające na celu zdiagnozowanie oczekiwań i problemów pracowników. Nowo zatrudnieni mogą ponadto liczyć na przewodniki ułatwiające wdrożenie się w strukturę i funkcjonowanie przedsiębiorstwa, a obcokrajowcy otrzymują szkolenia językowe, pomagające im w sprostaniu codziennym obowiązkom zawodowym. Wprowadzone rozwiązania bardzo pozytywnie wpłynęły na zwiększenie zaangażowania pracowników Grupy OKNOPLAST.

Po drugie: przejrzysta strategia

Kolejnym sposobem na zmniejszenie rotacji specjalistów jest stworzenie strategii HR, która będzie zrozumiała dla wszystkich osób zatrudnionych w firmie. Powinna ona także wspierać realizację celów strategicznych i odpowiada na bieżące potrzeby przedsiębiorstwa. Bez niej trudno mówić o zaangażowaniu pracowników produkcyjnych. Temat został poruszony podczas konferencji HR Factor w Krakowie, gdzie jako prelegentka występowała Joanna Jeziorowska.

– Gdy przeprowadziliśmy badanie pracowników w 2015 roku, okazało się, że nie mają oni wiedzy o strategii firmy. Tymczasem jest ona niezbędna, aby w sposób rzeczywisty angażować wszystkich w codzienne zadania oraz cele przedsiębiorstwa. Dlatego zdecydowaliśmy się stworzyć kompleksową, długofalową strategię, obejmującą także misję i wizję całej grupy. W jej ramach określiliśmy również wartości, które są dla nas istotne, oraz kluczowe role menadżerów. Dziś możemy powiedzieć, że przyjęte rozwiązanie przynosi oczekiwane rezultaty – mówi Joanna Jeziorowska.

OKNOPLAST

[press box](#)