



Schenker Sp. z o.o.: Raport społeczny 2004/2005

Ekonomia, etyka, ekologia

Raport społeczny/etyczny świadczy o autentycznej przejrzystości firmy. Prezentowanie raportu wspomaga tworzenie klimatu etycznego firmy zarówno w jej obrębie jak i w środowisku społecznym, w którym firma funkcjonuje i z którym współdziała. Jest prezentacją norm i wartości uznawanych przez społeczność firmy oraz dowodem traktowania z powagą norm i wartości interesariuszy. Firma pokazuje w ten sposób w jakim zakresie słowa i czyny idą ze sobą w parze. Prezentując raport firma poddaje się pod osąd społeczny komunikując, że nie zamierza być sędzią we własnej sprawie, a jednocześnie umożliwiając czytelnikom przekonanie się w jakim stopniu zasługuje na miano dobrego obywatela miasta, regionu, kraju, a nawet świata.

*Prof. Wojciech Gasparski, Centrum Etyki Biznesu,
Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania im. L. Koźmińskiego*



Pracownicy Schenker w oddziale Warszawa >

Schenker Sp. z o.o. jest międzynarodowym operatorem logistycznym, liderem na polskim rynku TSL (Transport - Spedycja - Logistyka). Na terenie kraju dysponuje zintegrowaną informatycznie siecią 17 centrów logistycznych oraz ponad 240 regularnymi krajowymi i międzynarodowymi połączeniami samochodowymi. Firma zatrudnia około 1300 pracowników i współpracuje z ponad 2500 kierowcami i przewoźnikami. Schenker oferuje klientom kompleksową obsługę logistyczną na terenie Polski i w skali globalnej, drogą lądową, lotniczą i morską. Firma jest liderem we flow logistics, prowadzi również projekty w zakresie logistyki magazynowania.

Strategiczne cele Schenker wiażą się z odpowiedzialnym biznesem i zrównoważonym rozwojem. Firma

promuje partnerskie relacje w biznesie oraz aktywnie wspiera rozwój nauki i przedsiębiorczości, współpracując z wieloma uczelniami, kołami naukowymi i organizacjami studenckimi. Angażuje się również w inicjatywy o charakterze proekologicznym oraz w akcje społeczne i charytatywne. Firma zachęca swoich pracowników, by w ramach wolontariatu uczestniczyli w życiu i problemach lokalnych społeczności.

Schenker Sp. z o.o. należy do międzynarodowej grupy Schenker AG, która jest jednym z wiodących globalnych dostawców zintegrowanych usług logistycznych. Grupa Schenker jest liderem w europejskim transporcie lądowym i należy do czołówki firm na świecie, które zajmują się transportem lotniczym i morskim.

Schenker w Polsce

17 centrów logistycznych

1300 wykwalifikowanych pracowników

2500 pojazdów

30.000 przesyłek przewożonych każdego dnia

200 krajowych i 40 międzynarodowych codziennych i regularnych połączeń samochodowych





Szanowni Państwo,

Odpowiedzialny biznes jest dla mnie związany z możliwością lepszego działania zarówno w środowisku biznesowym, jak też pozabiznesowym. Odpowiedzialne zachowanie wobec pracowników, kolegów, klientów i dostawców oraz innych grup, z którymi współpracujemy, jest konieczne.

Odpowiedzialność związana jest również z przejrzystymi zasadami postępowania w obrębie firmy, regularnym płaceniem podatków, ale także z szacunkiem wobec środowiska naturalnego. Takie podejście buduje dobrą atmosferę pracy i sprawia, że ludziom po prostu chce się pracować. Nie jest to łatwe, ponieważ w procesie ciągłego rozwoju tworzą się także sytuacje konfliktowe, które nie zawsze da się rozwiązać w sposób optymalny w krótkim czasie. Tym niemniej staramy się tak budować strategię działania, aby odpowiedzialny

rozwój był w nią wkomponowany. Mamy również świadomość, że jesteśmy dopiero na początku drogi.

Ideę odpowiedzialności społecznej zaczęliśmy włączać w strategię rozwoju i działania firmy w latach 90-tych. Był to okres bardzo dynamicznego rozwoju biznesu, a także zdobywania przez firmę różnych nagród branżowych i informatycznych.

Już wtedy widzieliśmy jak ważni są ludzie pracujący w firmie, ich zaangażowanie i potencjał. Coraz bardziej istotne stawały się dyskusje na temat zasad postępowania, zwłaszcza wobec klientów i konkurencji. Budowaliśmy nowe terminale w gminach, dla których stawaliśmy się nowym pracodawcą. Ważne dla nas było układanie dobrych relacji z mieszkańcami. Na konferencjach, które organizowaliśmy dla klientów, występowaliśmy wspólnie z nimi, prezentując efekty partnerskiej współpracy. Chcieliśmy być firmą odpowiedzialną za słowa i dotrzymywać składanych obietnic. Wtedy taki,



oparty na kooperacji, model biznesu nie był jeszcze w Polsce popularny. Kamieniem milowym było dla nas stworzenie Kodeksu Etycznego. Potrzebę spisania zasad postępowania wobec klientów, konkurencji, dostawców i środowiska zauważyliśmy na wspólnych spotkaniach dyrektorów oddziałów, szefów sprzedaży i produkcji, podczas których coraz częściej dyskutowano na tematy związane ze standardami zachowań, czasami analizując konkretne przypadki. W 2000 roku Schenker, jeszcze funkcjonujący w Polsce jako dwie firmy: Schenker i Spedpol, uznał, że konieczne jest spisanie tych zasad. Postanowiliśmy w ten proces włączyć wszystkich pracowników, tak aby każdy miał szansę wypowiedzieć się i aby mógł współtworzyć Kodeks Etyczny. Na konferencji dotyczącej etyki jako pierwsza firma w branży zaprezentowaliśmy swój kodeks i proces dochodzenia do zasad w nim spisanych. Temat okazał się

na tyle ciekawy, że proces budowy naszego kodeksu został zaprezentowany na zorganizowanym przez ONZ Learning Forum Meeting w Berlinie (15.12.2002) oraz w publikacjach Global Compact. W tym czasie coraz większego znaczenia nabierała idea zrównoważonego rozwoju, w której promuje się równowagę między ekonomią, etyką i ekologią. Idea ta w dużym stopniu wkomponowuje się w wizję naszej firmy. Staliśmy się członkiem Global Compact oraz partnerem Forum Odpowiedzialnego Biznesu i Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Postanowiliśmy w większym stopniu zaangażować się w działalność społeczną, organizując pikniki dla dzieci z domów dziecka, uczestnicząc w malowaniu szpitala i wspierając rozwój gmin o wysokim stopniu bezrobocia. Obecnie rozwijamy nasze działania wobec grup interesariuszy. Współpracujemy z uczelniami, prowadzimy zajęcia i czynnie wspieramy naukowców i student-

ką młodzież przy organizowaniu seminariów i konferencji. Nasi pracownicy jako przeszkoleni trenerzy uczestniczą w procesie przygotowania młodzieży z domów dziecka do funkcjonowania w dorosłym życiu. Budujemy długotrwałe relacje z dostawcami. To wszystko uczy nas szacunku dla innych i pozwala na lepsze zrozumienie zasad działania różnych grup społecznych. Kolejnym, naturalnym etapem naszego rozwoju w tym obszarze, było opracowanie raportu społecznego, który jak wierzymy, pomoże nam w promowaniu idei odpowiedzialności społecznej wśród uczestników polskiego życia gospodarczego.

Janusz Górski



Prezes Zarządu
Schenker Sp. z o.o.



Ekonomia, etyka, ekologia

Wizja Schenkera

Chcemy być postrzegani jako najlepszy partner logistyczny, dostawca rozwiązań logistycznych, podnoszących konkurencyjność naszych klientów

Misja Schenkera

Dostarczamy rozwiązania logistyczne, które tworzą wartość dodaną dla klientów

Wartości firmy

Zadowolenie klienta

Uczciwość i rzetelność

Profesjonalizm

Zaufanie i współpraca

Doskonalenie i rozwój

Osiągnięcie celów zawartych w Wizji i Misji Schenkera możliwe jest poprzez realizację przyjętych przez firmę wartości.

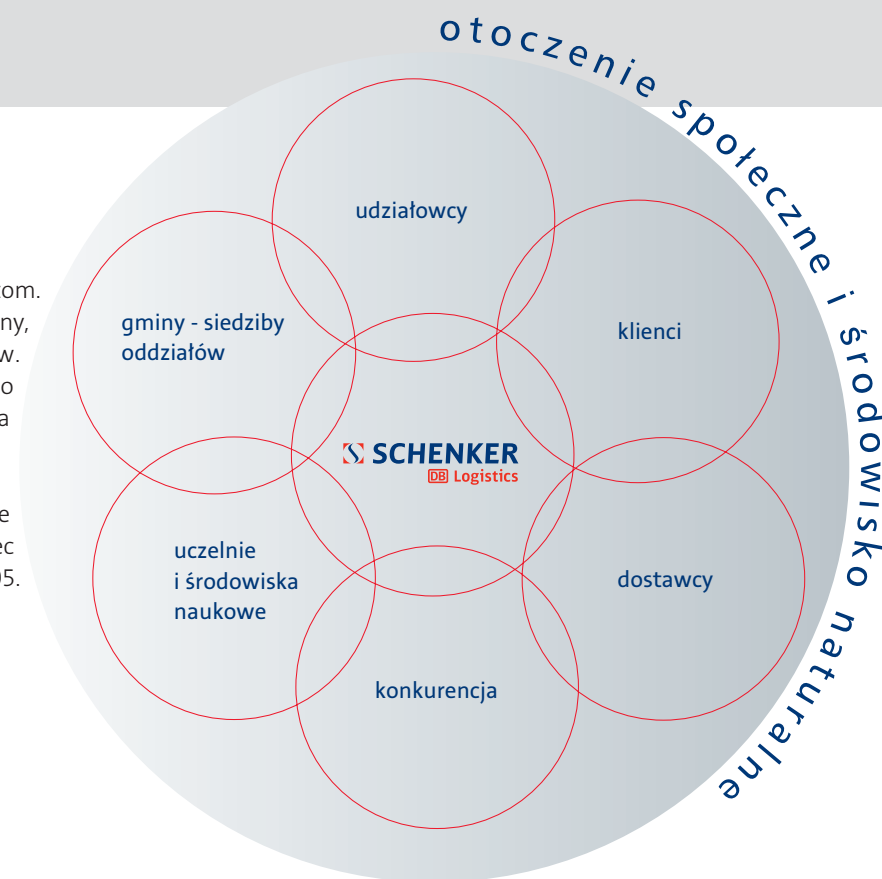


Grupy interesariuszy Schenкера

Strategia zrównoważonego rozwoju Schenкера obejmuje trzy elementy: ekonomię, etykę i ekologię i jest podstawą działań Schenкера w budowaniu relacji z grupami tworzącymi otoczenie firmy, czyli jej interesariuszami. Pierwszą z grup wyróżnianych przez firmę są udziałowcy. Kolejną, równie ważną, stanowią klienci, gdyż Schenker jest firmą usługową a w jej codziennym działaniu klient stoi na pierwszym miejscu. Poziom obsługi klienta zależy od relacji wewnętrznych, dlatego Schenker poświęca dużo uwagi pracownikom. Firma kładzie nacisk również na relacje z dostawcami, szczególnie z przewoźnikami i kierowcami, którzy są kluczowymi ogniwami w procesie obsługi klientów. Kolejną grupą, z którą Schenker świadomie kształtuje relacje, są konkurenci. Firma dużo uwagi

poświęca środowiskom naukowym i studentom. Ważnym obszarem oddziaływania firmy są gminy, w których mieszczą się siedziby oddziałów. Schenker nawiązuje tam relacje zarówno z władzami, jak i mieszkańcami oraz zwraca uwagę na dbałość o środowisko naturalne.

Raport „Ekonomia, etyka, ekologia” prezentuje działania, które Schenker podejmował wobec swoich grup interesariuszy w latach 2004/2005.



Relacje z udziałowcami



W relacjach z udziałowcami Schenker kieruje się zasadą odpowiedzialności podobnie jak w relacjach z innymi interesariuszami.

Najważniejszym udziałowcem firmy Schenker Sp. z o.o. jest Grupa Schenker AG, która posiada 99,3% udziałów. Drugą grupą udziałowców są osoby fizyczne i prawne, które posiadają 0,7% udziałów w Spółce.

Grupa Schenker z roczną sprzedażą na poziomie 8 miliardów Euro, 39 000 pracowników i 1100 oddziałów na całym świecie jest jednym z wiodących dostawców zintegrowanych usług logistycznych. W oparciu o transport lądowy, lotniczy i morski oferuje kompleksowe rozwiązania logistyczne oraz zarządzanie globalnym łańcuchem dostaw. Schenker AG należy do grupy firm

zajmujących się transportem i logistyką w ramach Deutsche Bahn AG.

Jako ważne w relacjach z udziałowcami Schenker postrzega zapewnianie wysokiej jakości swoich usług i najwyższych standardów zarządzania organizacją. Istotną jest rzetelność informacji związanych z działalnością firmy i jej kondycją. Ważne jest także rozumienie interesu przedsiębiorstwa z punktu widzenia całej organizacji a nie tylko swojego oddziału, dlatego Schenker kładzie nacisk na sprawny przepływ informacji i dzielenie się wiedzą w ramach koncernu. Tylko takie podejście gwarantuje ciągły rozwój firmy - priorytet z punktu widzenia udziałowców.

Grupa Schenker na świecie

ponad 8 miliardów Euro sprzedaży w 2004 r.

39 000 pracowników

1100 oddziałów

110 krajów

Relacje z **klientami**



Misją Schenkera jest dostarczanie rozwiązań logistycznych, które tworzą wartość dodaną dla klientów. Nastawienie na klienta zapisane jest również w wizji firmy „Chcemy być postrzegani jako najlepszy partner logistyczny, dostawca rozwiązań logistycznych, podnoszących konkurencyjność naszych klientów”. Na liście wartości Schenkera pierwsze miejsce zajmuje Zadowolenie klienta. Są to zapisy, które zobowiązują firmę do budowania relacji z klientami w sposób odpowiedzialny i świadczenia wysokiej jakości usług. Oprócz nastawienia na jakość wyznacznikami relacji Schenkera z klientami są partnerstwo w łańcuchu dostaw, zarządzanie procesowe, innowacyjność, badania opinii i satysfakcji oraz wspólne działania społeczne.

Partnerstwo w łańcuchu dostaw

Partnerskie relacje są jednym z warunków sprawnego zarządzania łańcuchem dostaw. Tylko partnerstwo stwarza możliwość tworzenia wartości dodanej, dlate-

go Schenker buduje z klientami długofalową współpracę, opartą na wzajemnym zaufaniu. W rezultacie uczestnicy łańcucha dostaw zyskują poprawę efektywności działania, obniżenie kosztów i zwiększenie zysków. Schenker buduje zaufanie klientów słuchając i ucząc się od nich. Firma oferuje im rozwiązania, jakich oczekują. Partnerstwo z punktu widzenia Schenkera to również dotrzymanie składanych obietnic.

O partnerstwie we współpracy często świadczy sposób postępowania w trudnych sytuacjach, które mogą pojawić się w ramach procesu obsługi klienta. Firma kładzie nacisk na bieżące informowanie o odchyleniach jakościowych w realizacji usługi oraz dąży do tego, żeby niedociągnięcia nie powtarzały się w przyszłości.

Jakość

Jakość usług jest kluczowym czynnikiem w relacjach z klientami. Celem Schenkera jest spełnianie oczekiwań

Korzyści wynikające z partnerstwa w łańcuchu dostaw

1. Spadek kosztów
2. Wzrost efektywności działania
3. Zwiększenie zysków
 - skrócenie czasów dostaw
 - poprawa wskaźnika dostaw „na czas”
 - mniej zakłóceń w realizacji planów
 - niższy poziom zapasów
 - szybsze wprowadzenie zmian i usprawnień
 - mniej problemów z jakością
 - stabilne, konkurencyjne ceny
4. Dobra atmosfera współpracy

Relacje z klientami



◀ Ewa Wolska, zespół administracji ruchu, Schenker, Warszawa

klientów poprzez dostarczanie usług najwyższej jakości i coraz lepszych, bardziej nowoczesnych rozwiązań. Z punktu widzenia jakości istotne jest również zrozumienie, jak ważną rolę pełni rzetelna informacja w sytuacjach, w których występują nieprawidłowości.

Gwarancją wysokiej jakości usług świadczonych przez Schenkera jest Zintegrowany System Zarządzania Jakością, Bezpieczeństwem i Środowiskiem wg norm ISO 9001:2000, ISO 14001:1996, PN-N 18001:2004 i OHSAS 18001:1999.

Zarządzanie procesowe

Cechą charakterystyczną systemu wg ISO 9001 jest procesowe podejście do wszystkich zachodzących w firmie działań. Główne procesy, które mają miejsce w organizacji zostały zidentyfikowane, jasno opisane i wzajemnie powiązane. Każdy proces posiada swojego właściciela, czyli osobę odpowiadającą za jego efek-

tywność i sprawność. Schenker operuje także wieloma miernikami procesów, które są stale rozwijane i nadzorowane.

Zarządzanie procesowe ma w firmie swoją historię. Jego elementy pojawiły się kilka lat temu, jako dobre praktyki i know-how, zdobywane w ramach grupy Schenker. To, że Schenker jest firmą zarządzaną w sposób procesowy zostało potwierdzone podczas audytu recertyfikacyjnego przeprowadzonego przez Det Norske Veritas. Zarządzanie procesowe to kolejny, bardzo ważny krok w rozwoju Schenkera. Firma chce wciąż doskonalić swoje procesy i świadczyć usługi na coraz wyższym poziomie.

Nowe rozwiązania

Wychodząc naprzeciw potrzebom klientów Schenker nieustannie rozwija nowe narzędzia i produkty. Większość prowadzonych w firmie projektów poświęcona

Zintegrowany System Zarządzania Jakością, Bezpieczeństwem i Środowiskiem

ISO 9001:2000 obejmuje cały zakres usług, zarówno krajowych jak i międzynarodowych i wszystkie jednostki spółki Schenker w Polsce. System zarządzania jakością został w 2005 r. zweryfikowany przez Det Norske Veritas.

ISO 14001:1996 świadczy o tym, że Schenker posiada oraz stosuje system zarządzania środowiskowego i prowadzi działalność zgodnie z zasadami ochrony środowiska naturalnego.

PN-N 18001:2004 i OHSAS 18001:1999 gwarantują pełne dostosowanie do krajowych i międzynarodowych norm zarządzania bezpieczeństwem pracy.





Od lewej: Leszek Osiecki, dyrektor Schenker w regionie Poznań podczas spotkania z klientami

jest opracowywaniu rozwiązań dla klientów. W celu lepszego zaspokajania ich logistycznych potrzeb w Schenkerze kładzie się nacisk na przestrzeganie wysokich standardów bezpieczeństwa w przechowywaniu i transporcie przesyłek. Potwierdza to uzyskany przez największe oddziały firmy certyfikat TAPA (Technology Asset Protection Association). Firma posiada również certyfikat Wewnętrznego Systemu Kontroli, który pozwala na obsługę klientów obracających towarami strategicznymi. W połowie 2005 r. Schenker wdrożył system HACCP (System Analizy Zagrożeń i Krytycznych Punktów Kontroli) umożliwiający bezpieczną dystrybucję żywności. W firmie podkreśla się także znaczenie bezpieczeństwa informacji przekazywanych w relacjach z klientami.

Badania satysfakcji

Ważnym narzędziem służącym poszerzaniu współpracy opartej na zaufaniu i bezpieczeństwie jest system

badania poziomu satysfakcji klientów. Projekty te przeprowadzane są cyklicznie przez niezależne firmy badawcze. Konsekwentne monitorowanie poziomu zadowolenia klientów z pracy operatora logistycznego pozwala firmie spełniać oczekiwania poprzez oferowanie usług coraz wyższej jakości. Wyniki badań stają się impulsem do dokonywania zmian w strukturach i procedurach firmy.

Wspólne działania społeczne

Firmy współpracujące ze sobą długofalowo i na partnerskich zasadach często podejmują wspólne działania, wynikające nie tylko z potrzeb biznesowych. Tak dzieje się również w relacjach Schenker z klientami. Firma włącza klientów do inicjowanych przez siebie działań społecznych. Klienci biorą udział w aukcjach przedmiotów na cele dobroczynne, które są organizowane przez Schenker. Uczestniczą również w zbiórkach zasobów przeznaczanych na pomoc potrzebują-

cym i udzielają korzystnych rabatów na zakup świątecznych prezentów z pieniędzy zebranych przez pracowników. Taka współpraca miała miejsce na przykład w Bydgoszczy podczas akcji „mikołajkowej” adresowanej do dzieci z domu dziecka.



Relacje wewnętrzne



Kluczowym obszarem odpowiedzialności Schenkera są relacje firmy z pracownikami. Firma buduje kulturę organizacyjną opartą o wartości, dba o rozwój pracowników i o sprawny przepływ informacji oraz wdraża nowoczesne narzędzia polityki personalnej.

Zarządzanie przez wartości

Wartości uznawane w firmie za priorytetowe są ściśle związane z jej celami biznesowymi. Postępowanie zgodne z wartościami jest warunkiem realizacji założeń zapisanych w misji i wizji firmy. Pięć obowiązujących w firmie wartości to: Zadowolenie klienta, Uczciwość i rzetelność, Profesjonalizm, Zaufanie i współpraca, Doskonalenie i rozwój. Projekt związany z tworzeniem i wdrażaniem w Schenkerze wartości został rozpoczęty tuż po fuzji pomiędzy Spedpolem i dawną firmą Schenker Sp. z o.o. Wcześniej, obie organizacje miały swoje kultury, priorytety i podstawy, na których opierały swą działalność. W momencie połączenia należało

stworzyć je od początku, dla nowej organizacji. Lista wartości nowego Schenkera powstała na bazie wartości obu firm. W jej konsultowaniu uczestniczyli pracownicy różnych szczebli i działów, a ostateczny kształt został zaakceptowany przez najwyższe kierownictwo firmy. Następnym etapem było przełożenie wartości na język zadań i zachowań w codziennej pracy. W procesie tym uczestniczyli pracownicy, przewoźnicy i kierowcy.

Zarządzanie przez wartości to dla Schenkera o wiele więcej niż jednorazowe ich zdefiniowanie. To przede wszystkim obowiązujący styl zarządzania, którego najważniejszym celem jest wzmacnianie jakości świadczonych przez firmę usług. Drogą do tego celu jest motywowanie pracowników do przestrzegania standardów jakościowych. Takiego stylu zarządzania firma uczy zarówno własną kadrę kierowniczą, jak i właścicieli firm przewozowych zatrudniających kierowców, którzy uczestniczą w procesie obsługi klientów Schenkera.

Rozwój pracowników

Zgodnie ze swoimi wartościami Schenker zwraca dużą uwagę na umożliwianie pracownikom poszerzania kompetencji zawodowych, jednocześnie zachęcając ich do inicjatywy w tym kierunku. Firma organizuje szkolenia wewnętrzne i zewnętrzne poświęcone doskonaleniu kompetencji potrzebnych w codziennej pracy. Pracownicy doskonalą swoją wiedzę podczas prowadzonych w ramach koncernu międzynarodowych programów szkoleniowych i dzięki dofinansowywanej przez firmę nauce w szkołach wyższych i na kursach językowych. Od wielu lat w Schenkerze organizowana jest Szkoła Liderów, program rozwojowy dla młodej kadry kierowniczej.

W sieciowej firmie, jaką jest Schenker, duże znaczenie dla rozwoju pracowników i sprawnego funkcjonowania organizacji ma zarządzanie wiedzą. Bazą wiedzy jest firmowy Intranet. W firmie nieustannie toczą się prace nad udoskonalaniem procedur dzielenia się wiedzą.

Relacje wewnętrzne



Pracownicy Schenker podczas spotkania pełnomocników ds. komunikacji. Od lewej: Bożena Bocheńska, Rzeszów; Magdalena Rybakiewicz i Andrzej Głuźniewicz, Warszawa

Rozwojowi pracowników sprzyja stosowane w Schenkerze zarządzanie projektami. Wiele z innowacyjnych rozwiązań, wdrożonych później w firmie, powstało w toku prac zespołów projektowych. Liderami grup zadaniowych są często pracownicy operacyjni, eksperci od zagadnienia związanego z projektem. Członkowie zespołów projektowych wywodzą się z różnych zespołów i oddziałów firmy.

Kolejną z dróg rozwoju pracowników jest promowanie innowacyjności. W firmie działa program „Nowy Pomysł”, który umożliwia zbieranie nowych rozwiązań, administrowanie i wdrażanie ich oraz promowanie najlepszych pomysłów i ich autorów.

Wsparciem indywidualnych ścieżek rozwoju pracowników są dodatkowe funkcje powierzane osobom o wysokich kompetencjach. W ramach funkcji pracownicy otrzymują odpowiedzialność za ważny dla firmy

obszar, na przykład za ochronę środowiska lub bezpieczeństwo informacji. Wewnętrzni audytorzy i trenerzy prowadzący szkolenia dla pracowników to w Schenkerze również funkcje. Możliwość dodatkowego rozwoju otrzymują pracownicy podejmujący się wyzwania wolontariatu. Dzięki niemu uczą się współpracy z ludźmi z innych środowisk, rozwijają talenty dydaktyczne i organizacyjne. Niektóre z tych umiejętności przydają im się później w pracy, z innych korzystają w codziennym życiu.

Polityka personalna

W trosce o atmosferę pracy i motywację pracowników Schenker wdraża i rozwija nowoczesne narzędzia polityki personalnej. Jednym z nich jest Indeks Lidera, funkcjonujący w firmie od 7 lat. Jest to jeden z elementów systemu ocen w formie corocznego badania opinii pracowników na temat ich bezpośrednich przełożonych. Wypełniając anonimową ankietę pracownicy oceniają

Średnia ilość dni szkoleniowych na pracownika

2004 r.	4,41
I – X 2005 r.	3,99

Główne obszary badań satysfakcji pracowników

Warunki pracy
Wynagrodzenie i inne świadczenia
Współpraca wewnątrz zespołu
Komunikacja i atmosfera między zespołami
Komunikacja i atmosfera między oddziałami
Rozwój zawodowy
Ocena wykonywanej pracy
Wizerunek firmy i jej wartości
Przepływ informacji w firmie





Drużyna Schenker, która brała udział w II Mistrzostwach Polski Branży TSL w Żeglarskim, Giżycko 2005 r.

swoich szefów, jednocześnie udzielając im informacji zwrotnych na temat ich stylu zarządzania. Dzięki Indeksowi szefowie zyskują informację jakimi są liderami, jakie kompetencje potrafili już w sobie rozwinąć, a nad którymi muszą dalej pracować. Drugą częścią systemu ocen jest coroczna rozmowa rozwojowa przełożonego z pracownikiem. W czasie rozmowy oceniającej przełożony podsumowuje zachowania i kompetencje pracownika oraz ustala możliwości rozwojowe na następny rok. Jedną z części rozmowy rozwojowej jest omówienie wyników Indeksu Lidera przełożonego.

Wsparciem budowania pozytywnych relacji wewnątrz organizacji są regularne badania opinii i satysfakcji pracowników. Wyniki anonimowych badań są szeroko prezentowane na wewnętrznych forach. Są one również każdorazowo przedmiotem analizy przeprowadzanej przez kadrę kierowniczą. Opinie wyrażone podczas badań są motorem zmian dokonywanych w firmie.

Schenker zwraca uwagę także na zdrowie pracowników. Firma partycypuje w kosztach prywatnej opieki lekarskiej, dopłacając ponad 50 % kosztów pakietu. Dodatkowo, jesienią są w firmie organizowane profilaktyczne szczepienia przeciw grypie.

Komunikacja wewnętrzna

Kolejnym z narzędzi budujących dobre relacje w organizacji jest staranna komunikacja wewnętrzna. Schenker kładzie duży nacisk na sprawny przepływ informacji. W firmie regularnie ukazuje się wewnętrzny biuletyn dla pracowników zatytułowany „Teraz Schenker”. Dodatkowo w każdym oddziale pracuje osoba odpowiedzialna za przepływ informacji. Powołano również pełnomocnika zarządu ds. komunikacji wewnętrznej. Ważnym narzędziem komunikacyjnym są czaty z przedstawicielami zarządu i osobami na kluczowych stanowiskach kierowniczych, które są organizowane od ponad trzech lat.

Sport

Schenker wspiera budowanie relacji wewnętrznych nie tylko w aspektach bezpośrednio związanych z pracą. Obszarem dużej aktywności firmy są różne dziedziny sportu. Schenker co roku organizuje mistrzostwa o Puchar Prezesa, w których pracownicy oddziałów i biura zarządu rozgrywają mecze w piłkę nożną i badminton. Mistrzostwa te budzą wiele emocji, ponieważ zwycięska drużyna reprezentuje polskiego Schenker na międzynarodowych mistrzostwach organizowanych przez koncern. W sezonie zimowym odbywają się firmowe zawody w narciarstwie alpejskim, których laureaci reprezentują firmę na zewnętrznych mistrzostwach branżowych. Działa też drużyna siatkarska oraz grupa entuzjastów rowerowych, która pod nazwą Schenker Team startuje w ogólnopolskich maratonach. Pracownicy realizują swoje pasje również w sportach wodnych: kajakarstwie i żeglarskim.

Relacje z **dostawcami**



Najważniejszymi dostawcami Schenker są zatrudniające kierowców firmy przewoźnicze i sami kierowcy. Te grupy to kluczowe ogniwa w procesie obsługi klienta Schenker. Firma uważa relacje z nimi za niezwykle istotne i zwraca dużą uwagę na budowanie współpracy opartej na wzajemnym zaufaniu i zasadzie „win-win” („wygrany - wygrany”). Przejawami tego podejścia są wdrożony w firmie „Program Doskonalenia Relacji Schenker - Przewoźnicy - Kierowcy” oraz Klauzula Paliwowa. Budowanie relacji z dostawcami jest dla firmy ważne, gdyż tylko stabilna współpraca w tym obszarze gwarantuje dobry poziom obsługi klientów firmy.

Program Doskonalenia Relacji Schenker - Przewoźnicy - Kierowcy

W ramach procesu budowania i utrzymywania relacji firma zorganizowała w 2003 r. badanie satysfakcji przewoźników i kierowców. Ankieta, przeprowadzona wśród większości dostawców przez niezależną firmę

badawczą pokazała, że obszar wzajemnych relacji pomiędzy firmą, przewoźnikami a kierowcami wymaga większej uwagi na każdym z etapów współpracy. W związku ze znaczeniem tego obszaru dla sprawnego funkcjonowania firmy powołano projekt o nazwie „Program Doskonalenia Relacji Schenker - Przewoźnicy - Kierowcy” (Program SPK).

Program SPK powstał na bazie wcześniejszych doświadczeń, gdzie oprócz dbałości o terminową płatność należności, były podejmowane próby integrowania przewoźników i kierowców z Schenkerem między innymi poprzez programy szkoleniowe, wspólne imprezy integracyjne czy udział w akcjach społecznych.

Celem Programu SPK było zwiększenie stabilności współpracy z przewoźnikami i budowanie długotrwałych partnerskich relacji poprzez zwiększenie identyfikacji oraz wzrost satysfakcji przewoźników i kierow-

Projekty, które wchodzą w skład Programu SPK

System Zarządzania Kierowcami

Jasność zasad wynagradzania Schenker - Przewoźnicy - Kierowcy z uwzględnieniem polityki urlopowej

Indeks Lidera Dyspozytora i Szefa Teamu

Wizerunek Kierowcy

Centralny Rejestr Przewoźników

Standard i wizerunek samochodów

Centralny Zakup Paliwa

Przewoźnicy w programie Schenker - operator GSM

Wspólne wykorzystanie samochodów w ruchu krajowym i międzynarodowym

Relacje z dostawcami



◀ Terminal logistyczny, Schenker, Poznań

ców ze współpracy z firmą. Ponadto Program zakładał poprawę wizerunku firmy w oczach klientów, a przez to wzmocnienie jej pozycji konkurencyjnej.

Na początku prac Program SPK został podzielony na kilka projektów. Część z nich miała na celu uporządkowanie istotnych obszarów współpracy pomiędzy firmą i przewoźnikami. Te projekty dotyczyły polityki personalnej wobec kierowców, wizerunku tej grupy, oznakowania korporacyjnego, a także leasingu samochodów oraz wspólnego wykorzystania samochodów w ruchu krajowym i międzynarodowym. Wprowadzono także powszechne ubezpieczenie na życie dla kierowców pracujących na rzecz firmy. Równolegle powołano projekty, których celem było opracowywanie rozwiązań wspomagających przewoźników w prowadzeniu ich działalności na rzecz firmy, na przykład poprzez redukcję kosztów połączeń telefonicznych pomiędzy Schenkerem, przewoźnikami i kierowcami lub poprzez

wprowadzenie systemu kart paliwowych dla przewoźników. Ostatni z projektów obejmował stworzenie nowej bazy danych ułatwiającej zarządzanie przewoźnikami i kierowcami. Każdy z projektów wchodzących w skład Programu był prowadzony przez innego lidera. Dodatkowo firma powołała lidera całego Programu, który czuwał nad całością prac w poszczególnych projektach składających się na Program. Osobami decyzyjnymi w projektach byli członkowie najwyższej kadry kierowniczej firmy. Do grup zadaniowych pracujących nad konkretnymi zagadnieniami zaproszono zarówno pracowników operacyjnych z oddziałów firmy, jak i przedstawicieli przewoźników i kierowców.

Cały Program Doskonalenia Relacji Schenker - Przewoźnicy - Kierowcy ze względu na szeroki zakres nie został jeszcze ukończony. Prace projektowe rozpoczęto na początku 2004 r. Przez ten czas większość z projektów wchodzących w skład Programu została

zakończona, a ich efekty częściowo wdrożono. Niektóre projekty w toku dyskusji uległy zmianom i prace nad nimi nadal trwają.

Na tym etapie jednak widać już wiele korzyści wynikających z uruchomienia Programu. Przewoźnikom pomaga on w zarządzaniu kierowcami i daje możliwość oszczędności kosztów w prowadzeniu działalności biznesowej. Z kolei kierowcom daje świadomość, że Schenker dba o ich bezpieczeństwo i zadowolenie z pracy oraz dobre relacje z ich bezpośrednimi przełożonymi w firmach przewozowych. Większy nacisk na komunikację z przewoźnikami i kierowcami daje komfort pogłębionej znajomości zagadnień niezwykle istotnych z punktu widzenia firmy. Program SPK przynosi również korzyści dla Schenkera. Jedną z nich jest ułatwienie zarządzania kierowcami i przewoźnikami. Jest to możliwe dzięki powołaniu w oddziałach osób odpowiedzialnych za relacje z dostawcami, dzięki po-





Dobre relacje z dostawcami pomagają budować konkurencyjność firmy >

prawie aktualności zapisów w systemach oraz lepszej kontroli nad procesami związanymi z kierowcami. Program nadaje właściwy priorytet relacjom z dostawcami.

Program Doskonalenia Relacji był od początku trudnym i złożonym przedsięwzięciem. Wdrożenie niektórych rozwiązań proponowanych w projektach oznaczało ingerencję w wewnętrzne aspekty działalności firm przewozowych. Tak było na przykład w przypadku metod rekrutacji kierowców. Przewoźnicy nie zawsze byli gotowi na takie posunięcia postrzegając sposób prowadzenia własnej firmy jako swoją wewnętrzną sprawę. Z drugiej strony Schenker widział konieczność ingerencji w te obszary w celu zagwarantowania jednolitego poziomu traktowania kierowców przez wszystkich przewoźników. Metodą rozwiązania tego problemu była staranna komunikacja z przewoźnikami i pokazanie im korzyści, które wynikały z proponowanych rozwiązań. Kolejną z trudności było mniejsze niż

zakładano zainteresowanie projektami mającymi na celu oszczędności kosztów w firmach przewozowych. W tym przypadku zdecydowano się ponownie opracować rozwiązania, z których wynikałyby lepsze i bardziej wyraźne korzyści z punktu widzenia partnerów.

Na tak szeroki obszar, jakim jest współpraca pomiędzy operatorem logistycznym, przewoźnikami i zatrudnionymi przez nich kierowcami ma wpływ wiele czynników, dlatego też mierzenie efektów Programu nie jest proste. Jednak najważniejszym kryterium świadczącym o powodzeniu tego projektu są opinie klientów firmy na temat jakości oferowanych usług oraz sposób postrzegania przez nich pracy kierowców, kontaktujących się z nimi w imieniu Schenkera. Oprócz bieżących kontaktów pracowników Schenkera z klientami, opinie te są monitorowane w ramach cyklicznych badań satysfakcji klientów. Wiarygodnym miernikiem będą również wyniki kolejnych badań satysfakcji przewoźni-

ków i kierowców. Dotychczasowe doświadczenia wynikające z Programu wskazują, że jest on na tyle istotny dla firmy, że pozostanie stałym elementem jej kultury organizacyjnej.

Klauzula paliwowa

Ważnym krokiem w relacjach Schenkera z przewoźnikami było wprowadzenie do umów z klientami „Klauzuli paliwowej”. Jest to rozwiązanie, dzięki któremu ceny usługi logistycznej świadczonej przez Schenker zmieniają się w zależności od zmian cen paliw. W przypadku wzrostu ceny paliwa, zmienia się również cena usługi logistycznej. Całość wpływów z klauzuli paliwowej Schenker przekazuje przewoźnikom. Proces przebiega automatycznie i nie wymaga negocjacji warunków świadczenia usług przez firmę. Klauzula działa również w odwrotną stronę. W przypadku spadku ceny benzyny, klauzula wpłynęłaby na spadek ceny usługi logistycznej.



Relacje z **konkurencją**



Schenker uznaje uczciwą konkurencję za naturalny czynnik wspierający rozwój firmy i rynku. Buduje relacje z konkurencją na zasadach „fair play”. Zdobywa klientów bazując na korzyściach wynikających ze swojej oferty handlowej, bez podważania wiarygodności konkurencji. Samą konkurencję traktuje jako bodziec do doskonalenia swoich usług. Podejście to wynika z szacunku wobec konkurentów i zrozumienia wspólnego interesu branży. W relacjach z konkurencją i klientami firma stosuje zasadę unikania wyrażania negatywnych opinii o firmach z branży. Zdobyte w sposób legalny informacje wykorzystuje wyłącznie do użytku wewnętrznego. Schenker nie wymienia z konkurencją informacji odnośnie cen lub jakichkolwiek innych danych, które naruszałoby dobro firmy lub ustawę o nieuczciwej konkurencji.

Stowarzyszenie „Pro - Logistyka”

Schenker jest członkiem Stowarzyszenia „Pro - Logistyka”. Należą do niego wiodące firmy z branży TSL (Trans-

port - Spedycja - Logistyka). Stowarzyszenie powstało kierując się ideą, iż „na dużych firmach, w większości reprezentujących sieci ponadnarodowe ciąży szczególny obowiązek promowania i wdrażania nie tylko nowoczesnych systemów i technologii, ale także zadanie poprawy form współpracy, dialogu i reprezentacji interesów grupowych środowiska”¹. Uczestnicząc w pracach Stowarzyszenia Schenker przejmuje na siebie część odpowiedzialności za kierunki i jakość rozwoju polskiego rynku usług logistycznych.

Sportowa rywalizacja

W obszar relacji Schenker z konkurencją wchodzi także rywalizacja sportowa. W sezonie zimowym przedstawiciele firmy uczestniczą w branżowych zawodach narciarskich, zaś w lecie 2005 r. Schenker wziął udział w Mistrzostwach Polski Branży TSL w Żeglarskim.

¹ Ze strony internetowej www.pro-logistyka.org.pl

Główne cele Stowarzyszenia Pro-Logistyka

Propagowanie nowoczesnych rozwiązań logistycznych

Inspirowanie, tworzenie i wspieranie inicjatyw ustawodawczych służących rozwojowi logistyki

Publiczne wyrażanie opinii o funkcjonujących i projektowanych rozwiązaniach systemowych w gospodarce oraz opracowywanie wniosków i postulatów pod adresem organów przedstawicielskich i administracji rządowej

Niekomercyjne informowanie i edukowanie podmiotów świadczących usługi logistyczne lub z nich korzystających

Współpraca z organizacjami oświatowymi, akademickimi i naukowymi oraz z innymi organizacjami, których cele i działania są zbieżne z celami i działaniami stowarzyszenia

Relacje z uczelniami i studentami



$$\frac{b \pm \sqrt{b^2 - 4ac}}{2a}$$
$$= \frac{b \pm \sqrt{\frac{b^2}{4a^2} - \frac{c}{a}}}{2a}$$
$$= \frac{b \pm \sqrt{\frac{b^2 - 4ac}{4a^2}}}{2a}$$
$$= \frac{b \pm \frac{\sqrt{b^2 - 4ac}}{2a}}{2a}$$
$$= \frac{2a^2 \pm \sqrt{b^2 - 4ac}}{4a^2}$$
$$= \frac{2a \pm \sqrt{b^2 - 4ac}}{4a}$$
$$= \frac{2a \pm \sqrt{b^2 - 4ac}}{2 \cdot 2a}$$
$$= \frac{2a \pm \sqrt{b^2 - 4ac}}{2a}$$

Wsparcie rozwoju nauki i przedsiębiorczości poprzez współpracę z uczelniami, z organizacjami studenckimi i studentami jest kolejnym z elementów strategii odpowiedzialnego biznesu Schenkera. Firma jest partnerem Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, wiodącej uczelni ekonomicznej w Polsce i Europie Środkowej. Współpracuje również z wieloma innymi uczelniami na terenie kraju. Schenker wspiera konferencje związane z logistyką i innymi obszarami zarządzania firmą, na przykład konferencję TRANS organizowaną cyklicznie przez SGH. Pracownicy firmy dzielą się swoją wiedzą ze studentami na wykładach, seminariach i konferencjach. Schenker pokazuje studentom praktyczne rozwiązania dotyczące wielu obszarów biznesowych, zapraszając ich do swoich biur i terminali oraz organizując praktyki studenckie. Jednym z ważnych tematów podejmowanych we współpracy ze studentami jest społeczna odpowiedzialność biznesu i jej promocja wśród studentów - przyszłych menedżerów i właścicieli firm.

Promocja idei odpowiedzialnego biznesu

CeSaR. Projekt CeSaR (CSR=Corporate Social Responsibility) to inicjatywa organizacji studenckiej AIESEC, rozpoczęta w listopadzie 2004 r. Podstawowym celem projektu było zapoznanie studentów ze sposobami oddziaływania przedsiębiorstw na czynniki społeczne i ekologiczne. Schenker aktywnie uczestniczył w kolejnych wydarzeniach realizowanych w ramach tego projektu. Należały do nich: Dzień Odpowiedzialnego Biznesu podczas Dni Wiedzy w warszawskiej Szkole Głównej Handlowej, debata w SGH oraz kulminacyjne seminarium - Studencka Akademia Odpowiedzialnego Biznesu. W ramach współpracy w projekcie CeSaR podczas Dnia Odpowiedzialnego Biznesu pracownicy Schenkera zaprezentowali doświadczenia firmy w zakresie wolontariatu pracowniczego.

Schenker uczestniczył też w debacie zatytułowanej „Doing good vs. doing well. Dilemmas of doing business

Promocja idei odpowiedzialnego biznesu na wyższych uczelniach

Projekt CeSaR

Spotkanie z Praktykiem - debata „Czy odpowiedzialny biznes istnieje i ma szanse rozwoju w Polsce”.

Warsztaty Analiz Socjologicznych

Konkurs „Odpowiedzialne Strategie” i panel dyskusyjny „Czy odpowiedzialny biznes popłaca”

Konferencja TRANS

Relacje z uczelniami i studentami



◀ Studenci podczas wizyty w warszawskim oddziale Schenker

in Poland” („Dobra kondycja firmy, a dobro dla innych. Dylematy prowadzenia biznesu w Polsce”).

Spotkanie z Praktykiem. W ramach współpracy z Kołem Naukowym Zarządzania „Praktyk” przy Uniwersytecie Warszawskim i Ligą Odpowiedzialnego Biznesu, Schenker uczestniczył w debacie „Czy odpowiedzialny biznes istnieje i ma szansę rozwoju w Polsce”. Celem debaty zorganizowanej w lutym 2005 r. było przedstawienie studentom sposobu realizacji i rozumienia idei CSR przez praktyków.

Warsztaty Analiz Socjologicznych. Schenker wziął udział w studenckich warsztatach i debacie poświęconej społecznej odpowiedzialności biznesu. Gośćmi spotkania, które odbyło się w kwietniu 2005 r., byli przedstawiciele organizacji pozarządowych zajmujących się rozpowszechnianiem tej idei w Polsce. Schenker był jedynym przedstawicielem biznesu zaproszonym do

udziału w warsztatach, co było wyrazem uznania ze strony organizatorów - UNDP Polska oraz studentów Wydziału Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego dla wdrażanego przez firmę programu CSR. Schenker przedstawił studentom historię budowania w firmie strategii odpowiedzialności społecznej i kodeksu etycznego. Przedstawiciel firmy omówił również przykłady wolontariatu pracowniczego, takie jak współpraca z Fundacją Robinson Crusoe, akcja „Mikołaje” oraz aukcje i pikniki organizowane na rzecz osób w trudnej sytuacji życiowej.

Odpowiedzialne Strategie. W czerwcu 2005 r. Schenker uczestniczył w projekcie pt. „Dziś tworzymy jutro, czyli nowe trendy w biznesie”, zorganizowanym na Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu przez Koło Naukowe BOSS przy wsparciu Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Przedmiotem prezentacji Schenker’a była odpowiedzialność społeczna firmy przedstawiona pod

czas panelu dyskusyjnego „Czy odpowiedzialny biznes popłaca”. Podczas konferencji rozstrzygnięto ogólnopolski konkurs studencki „Odpowiedzialne Strategie”.

Konferencja TRANS. Odpowiedzialności społecznej poświęcona była kolejna edycja konferencji TRANS zorganizowanej przez Szkołę Główną Handlową w Warszawie w październiku 2005 r. Podczas spotkania „Wspólna Europa - zrównoważony rozwój przedsiębiorstwa a relacje z interesariuszami” Schenker zaprezentował swoje działania na rzecz zrównoważonego rozwoju oraz zorganizował loterię wyrobów ceramicznych przygotowanych przez dzieci ze świetlicy w Młochowie. Cały dochód z loterii został przeznaczony na dalszą działalność świetlicy.

Dzielenie się wiedzą praktyczną

Junior Manager. Konkurs „Junior Manager” został zorganizowany przez Koło Naukowe Zarządzania „Praktyk”





Schenker współpracuje ze studentami, przyszłymi menedżerami oraz właścicielami firm >

działające na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego i trwał od lutego do kwietnia 2005 r. Podstawowym celem projektu był rozwój umiejętności studentów oraz dzielenie się biznesową wiedzą praktyczną.

Schenker jako partner konkursu zaoferował zwycięzcy możliwość zdobycia doświadczenia zawodowego w trakcie praktyki wakacyjnej.

Dni Wiedzy SGH - konferencja „Fuzje i Przejęcia”. Schenker uczestniczył w konferencji organizowanej w kwietniu 2005 r. przez AIESEC w ramach Dni Wiedzy Szkoły Głównej Handlowej pod hasłem „Fuzje i Przejęcia”.

Uczestnicy mieli okazję zapoznać się z doświadczeniami związanymi z fuzją, w wyniku której na polskim rynku powstała nowa firma Schenker. Wykład „Koszty fuzji i potencjalne zyski” przedstawił Janusz Górski,

prezes zarządu Schenker, który pokazał różne aspekty fuzji i przejęć w perspektywie przedsiębiorstwa, jego rynkowego otoczenia, zachodzących zmian i wydarzeń gospodarczych. Prezes Schenker silnie zaakcentował konieczność spójnego systemu przepływu informacji na temat integracji zarówno wewnątrz jak i na zewnątrz organizacji. Podkreślał, że towarzyszący fuzji nacisk na komunikację ściśle wiąże się z jednym z najważniejszych i jednocześnie najbardziej wrażliwym na zmiany obszarem - kulturą organizacyjną firmy. Równocześnie bieżąca komunikacja z otoczeniem firmy, klientami, dostawcami, partnerami i mediami daje szansę na utrzymanie, często nawet zdobycie lepszej pozycji konkurencyjnej nowej organizacji.

Zakres prezentacji wykraczał poza tematykę Schenker, obejmując branżę TSL (Transport - Spedycja - Logistyka), która w ostatnim czasie podlegała znacznym przeobrażeniom właśnie na skutek fuzji.

Dzielenie się wiedzą praktyczną ze studentami i pracownikami wyższych uczelni

Konkurs „Junior Manager”

Dni Wiedzy SGH

Projekt „Twoja Droga do Kariery”

Konferencja „Organizacja procesu dydaktycznego oraz zarządzanie wiedzą w ekonomicznym szkolnictwie wyższym”.



Relacje z uczelniami i studentami



◀ Wizyta grupy studentów w jednym z terminali logistycznych Schenker

Twoja Droga do Kariery. W maju 2005 r. w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie podczas debaty zatytułowanej „Moja przyszłość w marketingu i reklamie” przedstawiciel Schenker odpowiadał na pytania studentów dotyczące kompetencji wymaganych w pracy w zakresie marketingu. Pytania dotyczyły również możliwości absolwentów w ubieganiu się o pracę i możliwych ścieżek karier w branży logistycznej. Spotkanie było częścią projektu „Twoja Droga do Kariery” zorganizowanego przez Studenckie Koło Naukowe Konsultingu, które działa przy SGH. W skład „Twojej Drogi do Kariery” wchodziły szkolenia, warsztaty, case studies i wykłady z udziałem praktyków, które pomagały studentom w podjęciu decyzji związanych z karierą zawodową i wspierały ich w wytyczaniu własnej drogi rozwoju.

Konferencja poświęcona zarządzaniu wiedzą. Schenker był partnerem ogólnopolskiej konferencji uczelni

ekonomicznych zorganizowanej na Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu pod koniec czerwca 2005 r. Tematem konferencji była „Organizacja procesu dydaktycznego oraz zarządzanie wiedzą w ekonomicznym szkolnictwie wyższym”. Organizatorami wydarzenia byli: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, Akademię Ekonomiczne w Katowicach, Krakowie, Poznaniu i we Wrocławiu oraz Szkoła Główna Handlowa w Warszawie. Konferencja adresowana była w szczególności do pracowników szkół wyższych, angażujących się w organizację procesów kształcenia i zarządzania uczelnią. Podczas jednodniowego spotkania zaprezentowane zostały nowoczesne technologie wspomagania organizacji procesu dydaktycznego. Program konferencji obejmował także prezentację Schenker zatytułowaną: „Zarządzanie wiedzą jako sposób ciągłego podnoszenia kompetencji pracowników oraz element wspierający zarządzanie zmianą”. W prezentacji podkreślono konieczność budowania

organizacji uczącej się, elastycznej o coraz większej zdolności szybkiego reagowania na zmianę. Zaprezentowano program zarządzania wiedzą w Schenkerze, czyli struktury i procedury umożliwiające dzielenie się wiedzą w celu poprawy efektywności i jakości procesów.

Logistyczna Praca Roku

Corocznie Schenker jest organizatorem konkursu „Logistyczna Praca Roku”. Projekt dotyczy najlepszych prac magisterskich, które koncentrują się na ekonomicznych i organizacyjnych zagadnieniach z zakresu logistyki. Firma adresuje konkurs do studentów ostatnich lat kierunków ekonomicznych uczelni wyższych. Jego celem jest wyróżnienie szczególnie uzdolnionych studentów, promocja innowacyjnych pomysłów i zwiększenie zainteresowania logistyką. Nagrodą dla autora najlepszej pracy jest publikacja jej fragmentów na łamach czasopisma „Logistyka”. Laureat otrzymuje także nagrodę finansową i możliwość odbycia trzymie-





Magdalena Jamroziak, wcześniej praktykantka, obecnie pracuje w zespole > polityki personalnej Schenkera

sięcznego, płatnego stażu w firmie. Schenker przyznaje również nagrody dla autorów prac wyróżnionych. Najlepsze prace wyłania Komisja Konkursowa, w skład której wchodzi przedstawiciele świata nauki, biznesu i mediów.

Program Studenckich Praktyk Letnich

Schenker od wielu lat prowadzi „Program Studenckich Praktyk Letnich”. Program adresowany jest do najlepszych studentów ostatnich lat kierunków związanych przede wszystkim z logistyką i zarządzaniem. Główne wymagania stawiane kandydatom to komunikatywność, kreatywność, umiejętność pracy w zespole oraz zapał i chęć do pracy.

Założeniem Programu jest połączenie intensywnego szkolenia dotyczącego sposobu pracy w Schenkerze z wykonywaniem obowiązków typowych dla stanowisk objętych praktykami. Na ogół trwają one cztery ty-

godnie. W tym czasie studenci zapoznają się z pracą operacyjnych oddziałów Schenkera, a w szczególności dyspozytorni i działu obsługi klienta. Firma organizuje również praktyki w biurze zarządu, na przykład w zespole marketingu.

Dzięki uczestnictwu w Programie studenci zyskują doświadczenie i wszechstronną wiedzę na temat działania firmy logistycznej. Dodatkowo, praktykanci mają możliwość wzięcia udziału w projekcie stworzenia innowacyjnego rozwiązania usprawniającego pracę firmy, oddziału lub jednego z działów. Często, po ukończonych praktykach najzdolniejsze i najbardziej aktywne osoby otrzymują od firmy ofertę stałego zatrudnienia.

Relacje ze **społecznościami lokalnymi**



Gminy, w których mieszczą się oddziały Schenker, czyli najbliższe otoczenie firmy to obszar, w którym firma podejmuje wiele działań. Należą do nich wolontariat pracowniczy, współpraca z Bankami Żywności, troska o środowisko naturalne, współpraca ze szkołami i pomoc w rozwoju lokalnym.

Wsparcie rozwoju społeczności lokalnych

Schenker kładzie nacisk na budowanie dobrych relacji ze społecznościami, które sąsiadują z oddziałami firmy. Wśród najważniejszych podejmowanych działań znajduje się adresowanie ofert pracy do osób mieszkających blisko siedzib oddziałów. Praca jest obecnie zasobem deficytowym i stanowi szansę na rozwój nie tylko samego zatrudnionego, ale także jego rodziny i otoczenia.

Kolejnym obszarem jest współpraca ze szkołami. Firma wyposaża w sprzęt komputerowy kilka pracowni informatycznych w szkołach podstawowych oraz ufun-

dowała ściankę wspinaczkową w Pyskowicach, siedzibie oddziału Katowice.

W ramach inicjatywy Global Compact wraz z kilkoma innymi firmami Schenker zaangażował się w pomoc gminie Kamienna Góra na południowym zachodzie Polski. Powiat kamiennogórski to okolica bogata w wiele atrakcji turystycznych. Stąd pomysł na pomoc poprzez rozwój turystyki w tym rejonie. Firma uczestniczyła w projekcie, którego celem było przygotowanie strategii rozwoju turystyki dla Kamiennej Góry i okolic. Opracowana strategia zawierała między innymi propozycję marki turystycznej regionu i wskazywała możliwe do realizacji projekty. Dzięki szerokim konsultacjom umożliwiono lokalnej społeczności zdefiniowanie własnej wizji rozwoju powiatu. Strategia przyczyniła się do powstania i realizacji nowych przedsięwzięć, które mają na celu lokalny rozwój oparty o potencjał turystyczny.

Firma angażuje się również w działania na rzecz bezpieczeństwa ruchu drogowego. Jest jednym z partnerów ogólnopolskiego programu „Przyjazny Parking”, który powstał z inicjatywy Komendy Głównej Policji i Polskiego Związku Motorowego. Celem Programu jest wyróżnienie bezpiecznych miejsc parkingowych, które dysponują monitoringiem bądź ochroną zarówno dla samochodów osobowych, ciężarowych jak i autobusów.

Kolejną z inicjatyw podejmowanych przez firmę było ufundowanie prezentów dla dzieci - pacjentów Szpitala na Kasprzaka, który znajduje się blisko biura zarządu Schenker.

Wolontariat pracowniczy

Schenker wspiera lokalne społeczności również poprzez zaangażowanie pracowników w wolontariat społeczny. Celem tych działań jest udzielanie takiego wsparcia, które jest najbardziej potrzebne, w sposób,

Relacje ze **społecznościami lokalnymi**



◀ Pracownicy i kierownicy oddziału Kielce po licytacji rysunków Dominiki

który przyniesie najlepsze efekty. Adresatami programu wolontariatu pracowniczego są przede wszystkim dzieci i młodzież, będące w trudnej sytuacji życiowej.

Pracownicy Schenkera działając zgodnie ze strategią odpowiedzialnego biznesu i wartościami firmy uczestniczą w życiu i problemach lokalnych społeczności poświęcając swój czas i energię innym. Wielu z pracowników z własnej inicjatywy podejmuje się zorganizowania przedsięwzięć o dobroczynnym charakterze. Dodatkową wartością wynikającą z tych działań jest kształtowanie przez nich swoich kompetencji organizacyjnych i kierowniczych.

Aktywność pracowników związana z wolontariatem pracowniczym dzieli się na dwa rodzaje. Pierwszy z nich to organizacja i uczestnictwo w jednorazowych wydarzeniach takich jak pikniki, aukcje i wspólna praca na rzecz organizacji dobroczynnych.

Drugim z obszarów jest długofalowy wolontariat pracowniczy w ramach programu „Na czas. Na miejsce. Na wyspy Robinsona”

Aukcje i loterie dziecięcych prac plastycznych. Cały dochód z organizowanych w firmie aukcji i loterii przeznaczony był na rzecz placówek opiekuńczo-wychowawczych, z których pochodzą autorzy prac. Na przykład w trakcie integracyjnego spotkania pracowników i kierowników oddziału Konin w lecie 2004 roku odbyła się loteria fantowa prac wychowanków Domu Dziecka w Ostrzeszowie.

Pracownicy oddziału Szczecin zorganizowali internetową aukcję prac plastycznych stworzonych przez dzieci ze szkoły w Kolbaczu. Cały dochód przeznaczono na dożywianie dzieci z Kolbacza i okolic. W aukcji wzięli udział pracownicy z oddziałów Schenkera w całej Polsce i teraz dzieła małych malarzy

Aukcje i loterie dziecięcych prac plastycznych

Loteria fantowa prac wychowanków Domu Dziecka w Ostrzeszowie

Internetowa aukcja prac plastycznych dzieci ze szkoły w Kolbaczu

Dobroczynna aukcja podczas pikniku integracyjnego w Kielcach

Kiermasz ceramicznych przedmiotów dzieci ze świetlicy w Młochowie



Dzieci obdarowane w ramach akcji „Mikołaje” >



zdobią ściany w wielu pokojach firmy. Akcja poszerzyła się też o zbiórkę odzieży, przyborów szkolnych, żywności i pieniędzy.

W czerwcu 2005 r. pracownicy, przewoźnicy i kierowcy z oddziału Kielce zorganizowali dobroczynną aukcję podczas pikniku integracyjnego. Całą zebraną kwotę firma przeznaczyła na ratowanie Dominiki - dziewczynki, czekającej na przeszczep serca i płuca. Największym zainteresowaniem uczestników cieszyły się rysunki stworzone przez Dominikę. Jeden z nich został zlicytowany na kwotę 500 złotych.

Pracownicy oddziału Warszawa, jesienią 2005 r., po raz czwarty zorganizowali kiermasz ceramicznych przedmiotów, które powstały w socjoterapeutycznej świetlicy dla dzieci z parafii w Młochowie. Dzięki dużemu zainteresowaniu kiermaszem świetlica zebrała pieniądze, które zostały przeznaczone na zakup materiałów

potrzebnych do dalszej działalności i pokrycia części kosztów remontu pracowni garncarskiej.

Wspólna praca. Jednym z kierunków wolontariatu pracowniczego jest również wspólna praca. W ramach takich działań pracownicy biura zarządu z Warszawy zorganizowali kilka pikników dla dzieci z Domu Dziecka z okolic Wyszkowa, podczas których wspólnie z dziećmi sadzili kwiaty i malowali budynek Domu.

„Mikołaje”. Święta Bożego Narodzenia to w Schenkerze okazja do wsparcia potrzebujących. W 2004 r. tradycyjna już akcja „Mikołaje” nie tylko cieszyła się wielką popularnością, ale swoim zasięgiem objęła kolejne oddziały firmy. Pracownicy z biura zarządu z Warszawy oraz oddziału Warszawa obdarowali świątecznymi prezentami prawie 150 dzieci z rodzin patologicznych. Upominki dotarły do podopiecznych Powiatowej Fundacji Społecznej w Warszawie, Towarzy-

stwa „Dzieci Ulicy” oraz Szkoły Podstawowej i Gimnazjum w Młochowie. Pracownicy firmy kupowali prezenty, według spisanej przez dzieci „listy marzeń”. Z pociętej listy powstały losy. Każdy losował jeden lub kilka losów, otrzymując szansę spełnienia konkretnego marzenia. Akcja cieszyła się takim powodzeniem, że po krótkim czasie zaczęło brakować losów dla osób, które chciały wziąć w niej udział. W trakcie firmowych spotkań wigilijnych pracownicy wspólnie pakowali prezenty, po czym wydelegowane osoby zawiozły dzieciom worki pełne podarunków zaadresowanych do konkretnych odbiorców. Każde z dzieci otrzymało swój wymarzony prezent.

Podobne akcje odbyły się również w innych oddziałach firmy - w Kielcach, Koninie, Rzeszowie, Katowicach i Bydgoszczy. Pracownicy z Rzeszowa współpracowali z Ośrodkiem Pomocy Społecznej Sióstr Opactwa Bożego, w którym siostry zakonne opiekują się osobami

Relacje ze **społecznościami lokalnymi**



< Uczestnicy letniego obozu Robinsona, Warmia 2005 r.

w różnym wieku, także dziećmi z porażeniem mózgowym. W Bydgoszczy wspólna akcja pracowników i kierowców objęła dorastające dzieci z Domu Dziecka, dla których przygotowano paczki z kosmetykami.

Z punktu widzenia Schenkera cenne jest to, że do akcji inicjowanych przez pracowników coraz częściej dołączali także kierowcy - najważniejsi dostawcy Schenkera oraz klienci firmy.

„Na czas. Na miejsce. Na wyspy Robinsona”. Program „Na czas. Na miejsce. Na wyspy Robinsona” jest prowadzony we współpracy z Fundacją Robinson Crusoe od 2003 r. Program jest adresowany do dorastających wychowanków Domów Dziecka. Jego celem jest pomaganie dzieciom w przezwyciężaniu trudności, które napotykają podczas wchodzenia w dorosłe życie. Dzieje się to poprzez współpracę z dziećmi w Klubach Robinsona. Konsultantami w części Klubów objętych

programem „Na czas. Na miejsce. Na wyspy Robinsona” są pracownicy Schenkera. Firma wspiera też Fundację finansowo, pokrywając koszty działalności kilku Klubów.

Zagadnienia programowe realizowane w Klubach obejmują naukę zdobywania umiejętności przydatnych w przyszłej pracy, obsługi komputera i korzystania z Internetu oraz podstaw zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej. Często efektem pracy w Klubie staje się kontrakt, czyli umowa pomiędzy klubowiczem, a Fundacją, której istotą jest wzajemność działania. Klubowicz, (zwany Robinsonem) może oczekiwać od Fundacji pomocy, jeżeli sam wykaże się aktywnością względem innych, na przykład społeczności lokalnej, potrzebujących, słabszych.

Ważnym elementem pracy w Klubach są letnie i zimowe obozy Robinsona, podczas których jest miejsce

Opinie konsultantów - wolontariuszy Schenkera

„Gdyby ktoś mnie zapytał: czemu to robię i co mi to daje, odpowiem - radość”

Jowita Kuc, Warszawa

„To, co otrzymałam dzięki spotkaniom Klubu Robinsona i współpracy z Fundacją Robinson Crusoe jest dla mnie prawdziwym skarbem (...) to fantastyczna przygoda, gorąco polecam”.

Anna Dunin - Brzezińska, Biuro Zarządu





Zimowy Obóz Robinsona na Klimczoku. Od lewej: Marta Mach, analityk > biznesowy Schenker, konsultant w jednym z Klubów

zarówno na zabawę, jak i na pracę, czyli warsztaty oraz realizację samodzielnych projektów.

Działalność w Klubie Robinsona jest zobowiązaniem długofalowym, a jej efekty pojawiają się powoli. Tym bardziej cieszy fakt, iż Kluby będące pod opieką konsultantów z Schenker rozwijają się, a współpraca firmy z Fundacją Robinson Crusoe przynosi owoce. Robinsonowie wykonali wiele zadań wymagających samodzielności - byli organizatorami pikniku dla młodszych dzieci, pracowali podczas imprezy organizowanej przez duże centrum handlowe, a przed świętami pomagali przy kasach i pakowali prezenty klientom. Zaliczyli też zajęcia komputerowe, a jedno z dzieci wygrało komputer w konkursie organizowanym przez Fundację. Pojawiły się też pierwsze kontrakty - np. Robinsonka Anka przez trzy miesiące opiekowała się starszymi ludźmi w Domu Pomocy Społecznej. W zamian za swoją pomoc uczęszczała na kurs prawa jazdy. Konsultanci - wolontariusze

z Schenker wzięli udział w kilku obozach Robinsona, podczas których pełnili rolę wychowawców oraz prowadzili warsztaty poświęcone trenowaniu umiejętności komunikacyjnych, zachowania w grupie i przedsiębiorczości.

Współpraca z Fundacją Robinson Crusoe przynosi korzyści również konsultantom - wolontariuszom. Jedną z części programu „Na czas. Na miejsce. Na wyspy Robinsona” jest merytoryczna opieka nad nimi sprawowana przez doświadczoną kadrę Fundacji. Ponadto otrzymują oni od Schenker wsparcie w postaci możliwości rozwijania swoich umiejętności na studiach podyplomowych i szkoleniach.

Współpraca z Bankami Żywności

Schenker współpracuje z Bankami Żywności od lutego 2001 r., nieodpłatnie przewożąc żywność od darczyńców w całym kraju. Odbiorcami ofiarowanych towarów

Odbiorcy Banku Żywności

Fundacje i stowarzyszenia zajmujące się osobami w trudnej sytuacji życiowej, w tym: niepełnosprawnymi, chorymi, bezdomnymi, dziećmi, rodzinami potrzebującymi pomocy, matkami samotnie wychowującymi dzieci

Ośrodki Pomocy Społecznej, Domy Dziecka, Domy Pomocy Społecznej

Szkoły i placówki opiekuńczo - wychowawcze



Relacje ze społecznościami lokalnymi



◀ Schenker prowadzi działalność w zgodzie z zasadami ochrony środowiska naturalnego

są organizacje samorządowe, które następnie przekazują je najbardziej potrzebującym. Sieć Banków Żywności pokrywa cały kraj, a banki skupione w Federacji Polskich Banków Żywności są największą organizacją przekazującą darmową żywność najuboższym.

W 2005 r. Schenker otrzymał od Kapituły Wielkiego Serca nagrodę Wielkiego Serca w postaci statuetki „Ludzie Dobrej Woli”. Firma została też wyróżniona przez Federację Polskich Banków Żywności podczas Gali Rozdania Nagród im. Jacka Kuronia. Obie nagrody były podziękowaniem za wsparcie, które Schenker oferuje Warmińsko - Mazurskiemu Bankowi Żywności.

Ekologia

Schenker jako jeden z pierwszych operatorów logistycznych w Polsce wdrożył zintegrowany system zarządzania elementami jakości, bezpieczeństwa pracy oraz ochrony środowiska naturalnego. W skład syste-

mu wchodzi m.in. Certyfikat ISO 14001, który świadczy o stosowaniu przez firmę systemu zarządzania środowiskowego i prowadzeniu działalności w zgodzie z zasadami ochrony środowiska naturalnego.

W listopadzie 2004 r. Schenker został uhonorowany „Panteonem Polskiej Ekologii”. Jest to nagroda Ministra Środowiska oraz Prezesa Polskiego Centrum Badań i Certyfikacji S.A. dla przedsiębiorstw, które opracowały i wdrożyły system zarządzania środowiskowego zgodny z wymaganiami określonymi w normie ISO 14001.

Transport towarów niebezpiecznych. Zasadom ochrony środowiska podporządkowany jest transport towarów niebezpiecznych (ADR). Przesyłki z towarami niebezpiecznymi objęte są w Schenkerze szczególnym nadzorem, a ich przewóz i przeladunek podlega wymaganiom zawartym w procedurach Systemu Zarządzania Jakością.

Obszary związane z ochroną środowiska wchodzące w skład Zintegrowanego Systemu Zarządzania

Gospodarowanie odpadami

Odpowiednie postępowanie z odpadami eksploatacyjnymi oraz wyciekami płynów z samochodów

Minimalizacja emisji szkodliwych substancji poprzez poprawę organizacji transportu samochodowego oraz umożliwienie obliczenia ilości emitowanych zanieczyszczeń w transporcie

Ograniczanie hałasu





Podczas obozu Robinsona jest miejsce na zabawę i pracę >

Firma dokłada szczególnej staranności, aby nie dopuścić do uszkodzenia lub zaginięcia przesyłki, spowodowania zagrożenia dla życia lub zdrowia ludzi i środowiska lub uszkodzenia innych przesyłek albo pojazdu. Obsługa logistyczna towarów niebezpiecznych realizowana jest przez przeszkolonych kierowców i pracowników oraz odpowiednio wyposażone i oznakowane pojazdy. Obsługa towarów ADR jest jedną ze specjalistycznych usług oferowanych przez Schenker w ramach kompleksowych rozwiązań logistycznych. Wszystkie zasady dotyczące towarów niebezpiecznych są w Schenkerze oparte o przepisy umowy europejskiej dotyczącej międzynarodowego przewozu drogowego towarów niebezpiecznych (ADR) oraz polskie przepisy ustawy „O przewozie drogowym towarów niebezpiecznych”.

Współpraca z organizacjami ekologicznymi. Schenker wspiera działania związane z ochroną środowiska również poprzez współpracę z organizacjami ekolo-

gicznymi. Te organizacje to Dolnośląska Fundacja Ekorozwoju z Wrocławia i Fundacja „Nasza Ziemia”.

Ekologiczne inicjatywy pracowników. Ekologiczne podejście podzielają pracownicy firmy, między innymi uczestnicząc w akcjach sprzątania środowiska naturalnego. W kwietniu 2005 r., w ramach obchodów Dni Ziemi, pracownicy kieleckiego Schenkera we współpracy z organizacją „Geopark Kielce” zorganizowali akcję porządkowania terenu pod planowany ogród botaniczny znajdującego się na wzgórzu Karczówka. W akcji uczestniczyli także dostawcy Schenkera, czyli kierowcy ze współpracujących firm przewozowych i pracownicy Securitas Polska.

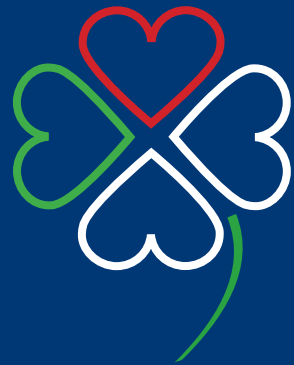
Ekologiczne sprzątanie zorganizowali w latach 2004 r. i 2005 r. także pracownicy oddziału Białystok. W akcji licznie wzięli udział kierowcy, pracownicy terminalu oraz biura. Jednym z celów tych działań oprócz współ-

nego sprzątania otoczenia firmy, było pobudzenie uczestników do ekologicznego postępowania. W ramach akcji sprzątania, uczestnicy mieli okazję zdobycia wiedzy na temat ochrony środowiska i gospodarki odpadami.



Spis treści

1. Wstęp	str. 2
2. Relacje z udziałowcami	str. 8
3. Relacje z klientami	str. 10
4. Relacje wewnętrzne	str. 14
5. Relacje z dostawcami	str. 18
6. Relacje z konkurencją	str. 22
7. Relacje z uczelniami i studentami	str. 24
8. Relacje ze społecznościami lokalnymi	str. 30



Schenker Sp. z o.o.

ul. Ordona 2a
01-237 Warszawa
www.schenker.pl