

# Przykład idzie z góry

## Promowanie etyki w Provident Polska

*W firmie Provident Polska od 2014 r. funkcjonuje Kodeks etyczny, który obowiązuje wszystkich pracowników i doradców klienta. Kluczowe wartości i zasady etyczne są podstawą działań biznesowych w spółce i są promowane na każdym szczeblu organizacji.*

**P**rovident Polska należy do międzynarodowej grupy finansowej International Personal Finance (IPF). Korzenie IPF sięgają 1880 roku, kiedy powstała spółka Provident Financial. Obecnie Grupa IPF z siedzibą w Leeds w Wielkiej Brytanii zatrudnia ponad 8,2 tys. pracowników i 30 tys. doradców klienta. Jest jednym z największych pracodawców w Wielkiej Brytanii i w Polsce. Firma jest obecna na 12 rynkach na całym świecie. W Polsce Provident działa od 1997 r. i jest liderem na rynku pozabankowych pożyczek gotówkowych. Główne zasady funkcjonowania firmy Provident i całej Grupy IPF są definiowane na poziomie centralnym i obowiązują na wszystkich rynkach, niezależnie od położenia geograficznego czy kultury i tradycji. Jednym z najważniejszych fundamentów działania organizacji określonym przez zarząd Grupy jest etyka.

*– Jesteśmy przekonani, że warto postępować etycznie. To etyczne działanie sprawia, że nasi pracownicy, doradcy, klienci i inwestorzy mają do nas zaufanie. A zaufanie to klucz to sukcesu. Dlatego wprowadzenie spójnych, jednolitych zasad i wysokich standardów działania w całej organizacji było tak istotne. Wdrażając Kodeks etyczny i egzekwując zapisane w nim zasady, firma chroni interesy handlowe swoje i klientów. Etykę rozumiemy jako zobowiązanie do postępowania zgodnie z przepisami prawa, najlepszymi praktykami rynkowymi oraz – co jest dla nas ważne – z kluczowymi wartościami naszej firmy, którymi są: szacunek, przejrzystość i odpowiedzialność*

– mówi **Magdalena Zin**, kierownik ds. personalnych, starszy HR biznes partner w firmie Provident Polska.

Kodeks etyczny wskazuje zasady i sposób, w jaki prowadzona jest działalność firmy wszędzie i każdego dnia. Dotyczy pracowników na wszystkich szczeblach organizacji, a także doradców klienta. Firmie zależy też na tym, aby zapisy Kodeksu były znane i respektowane także przez jej klientów i kontrahentów.

Provident podkreśla, że jest etycznym i odpowiedzialnym pracodawcą, dla którego ważna jest realizacja

najwyższych standardów w takim zakresie, jak: prawo pracy, bezpieczeństwo zatrudnienia, kształtowanie środowiska pracy sprzyjającego otwartej dyskusji i jasnej komunikacji. Firma zwraca uwagę na to, aby informacje o jej zasadach i kluczowych wartościach były dostępne dla wszystkich pracowników i doradców klienta, a także kandydatów zainteresowanych pracą.

## **KOMUNIKACJA Z PRACOWNIKAMI I KLIENTAMI**

Komunikacja zewnętrzna prowadzona jest za pośrednictwem firmowej strony internetowej. Osoby zainteresowane pracą, jeszcze zanim przystąpią do procesu rekrutacji, mogą dowiedzieć się, jakim pracodawcą jest Provident i jakie wartości oraz reguły postępowania uznaje za najważniejsze.

W ramach komunikacji wewnętrznej każdy pracownik i doradca otrzymuje Kodeks etyczny. Dokument dostępny jest też w intranecie oraz na portalu dla doradców. Dzięki temu pracujący w terenie kierownicy sprzedaży i doradcy mogą zawsze sięgnąć do Kodeksu i znaleźć tam pomoc w wyjaśnieniu ewentualnych wątpliwości. Ponadto z zawartymi w nim zasadami zapoznaje się każdy nowy pracownik firmy.

*– Już w pierwszym dniu pracy, podczas szkolenia wdrożeniowego „Witamy w Provident”, przekazujemy nowo zatrudnionym osobom informacje na temat naszej kultury organizacyjnej, wartości, zasad i standardów, jakie obowiązują w firmie. W materiałach wdrożeniowych znajduje się również Kodeks etyczny w formie wydrukowanej broszury*

-- wyjaśnia Magdalena Zin.

Dodatkowo wśród materiałów publikowanych wewnętrznie, ale także na oficjalnej stronie internetowej firmy znajduje się raport dotyczący społecznej odpowiedzialności biznesu, w którym również firma informuje o swoich regułach działania i opisuje, w jaki sposób promowane jest etyczne postępowanie.

Duże znaczenie przywiązuje się do współpracy i komunikacji z klientami – do tego, czy jest ona prowadzona na podstawie głównych wartości firmy, czyli z szacunkiem, odpowiedzialnie i przejrzysto.

*– Na zewnątrz twarzą firmy są doradcy. Ich zadaniem jest jasne informowanie klientów o naszej ofercie oraz zobowiązaniach wynikających z podpisywanej umowy. Ważne jest to, aby zapisy umowy były zrozumiałe dla klientów i jednoznaczne, aby koszty pożyczki prezentowane były dokładnie i kompleksowo. Rolą doradców jest także właściwa ocena sytuacji klienta i odpowiedzialne pożyczanie, czyli dopasowane do jego możliwości spłaty. Doradcy mają obowiązek rozmawiać w taki sposób, aby klient uświadomił sobie, czy będzie w stanie zrealizować swoje zobowiązania. Kładziemy na to nacisk*

– wyjaśnia Magdalena Zin.

Provident jest inicjatorem i pierwszym sygnatariuszem Kodeksu etyki reklamy, który formułuje zasady reklamowania oferty firm z branży finansowej.

*– Chcemy mieć pewność, że odbiorca dobrze rozumie przekaz reklamowy i że zawarta w nim informacja jest przejrzysta. W Provident Polska szczególnie dbamy o to, aby każdy zewnętrzny komunikat opierał się na naszych kluczowych wartościach*

– dodaje Magdalena Zin.

## **TYDZIEŃ ETYKI**

W firmie podejmowane są liczne działania budujące świadomość pracowników i doradców na temat etyki. Co roku w październiku we wszystkich krajach, w których działa Grupa IPF, odbywa się „Tydzień etyki”. Jest to czas rozmów i dyskusji na tematy związane z etyką.

*– To wielkie wydarzenie w życiu organizacji. Uczestniczą w nim wszyscy pracownicy biura głównego, oddziałów terenowych, call center i doradcy klienta. Zaangażowana jest naj-*

### **wyższa kadra zarządzająca zarówno na poziomie Grupy IPF, jak i rynków**

– mówi Magdalena Zin.

Stałym elementem rozpoczynającym „Tydzień etyki”, jest webcast – interaktywna sesja, w której uczestniczy Gerard Ryan, dyrektor zarządzający Grupy IPF. W czasie sesji pracownicy mogą dyskutować o wyzwaniach i dylematach, z jakimi mierzą się w pracy w różnych krajach i kulturach. Gerard Ryan dzieli się swoimi doświadczeniami i refleksjami na temat etyki, zachęca do zadawania pytań i wspólnego wyjaśniania wątpliwości. W ten sposób firma szczególnie podkreśla, że w sprawy dotyczące przestrzegania etyki zaangażowany jest zarząd najwyższego szczebla i że etyka to fundament działania firmy.

Głównym celem „Tygodnia etyki” jest skupienie uwagi wszystkich pracowników i doradców wokół etyki i zasad wynikających z Kodeksu. Uczestnicy zapraszani są do dyskusji, konkursów i dzielenia się najlepszymi praktykami. Firmie zależy, żeby etyka była żywym tematem dla wszystkich pracowników i doradców. Ponadto każdego roku pracownicy i doradcy klienta obowiązkowo biorą udział w szkoleniach e-learningowych. Ich celem jest przypomnienie zasad zawartych w Kodeksie etyki oraz weryfikacja, czy są one dobrze rozumiane i stosowane w praktyce.

**– W e-learningu zawarliśmy sytuacje wzięte z życia różnych grup pracowniczych i dylematy z różnych obszarów biznesowych, które należy rozwiązać, lub pytania odnoszące się do zasad i wartości, na które trzeba odpowiedzieć. Dodam, że nie są to proste zadania, gdyż najczęściej sytuacje w życiu zawodowym nie są czarno-białe**

– dodaje Magdalena Zin.

## **CENTRALNIE I LOKALNIE**

„Tydzień etyki” jest wydarzeniem organizowanym centralnie dla całej Grupy. Wspólnym elementem dla wszystkich rynków jest webcast z dyrektorem zarządzającym IPF oraz szkolenie typu e-learning. W tym roku wprowadzona będzie również w całej Grupie gra planszowa dotycząca etyki przeznaczona dla pracowników sprzedaży i działów wspierających sprzedaż w terenie. Natomiast pozostałe

działania i forma realizacji są dostosowane do lokalnych potrzeb i możliwości.

**– W naszym kraju w 2016 r. e-learning był nieco inny niż w pozostałych oddziałach, postanowiliśmy uatrakcyjnić go graficznie i zmienić formułę na bardziej interaktywną. Uczestnicy przechodzili wraz z bohaterem szkolenia przez jego dzień pracy i mierzyli się z wyzwaniami, jakie stawiało przed nim życie biznesowe. Lokalnym rozwiązaniem były też konkursy dla dzieci pracowników i doradców klienta na najlepsze zobrazowanie tematyki etycznej, czy też rysowanie tzw. drzewek decyzyjnych, za pomocą których pracownicy opisywali swoje najlepsze praktyki i pokazywali to, co jest dla nich ważne przy podejmowaniu decyzji etycznych. Wspólnie przygotowaliśmy czarno-białe wypieki, graliśmy w warcaby, łącząc te działania z dyskusją na temat etyki i nawiązując do kolorystyki naszego Kodeksu etyki**

– mówi Magdalena Zin.

Przykładem lokalnego konkursu organizowanego w Provident Polska podczas „Tygodnia etyki” jest nominacja bohaterów etyki. To osoby wybierane bezpośrednio przez pracowników i doradców jako wzór postępowania dla innych. Bohaterowie zostają co roku wyróżnieni na szerszym forum i nagrodzeni. W zeszłym roku nagrodą było spotkanie z członkami zarządu Provident Polska i wyjście do teatru oraz warsztat z zakresu umiejętności miękkich, m.in. komunikacji w zespole. Informacja o bohaterach etyki jest przekazywana i celebrowana wszystkimi dostępnymi w firmie kanałami komunikacji wewnętrznej. W ramach „Tygodnia etyki” w zeszłym roku nagrywane były także filmy oparte na wywiadach z pracownikami na temat etyki, a później prezentowane we wszystkich oddziałach firmy i udostępnione w intranecie.

## **MENEDŻEROWIE I HR BIZNES PARTNERZY**

Kluczowe w promowaniu etyki jest zaangażowanie najwyższej kadry menedżerskiej, która bezpośrednio wpływa na kulturę organizacyjną i ją kształtuje. Zarząd firmy silnie promuje etykę i uczestniczy w dyskusji o niej, angażuje się w rozwiązywanie wielu codziennych kwe-

stii, np. jego członkowie należą do komisji etyki, rozpatrującej nieprawidłowości. Nie mniej ważni są menedżerowie.

*– Rola przełożonych w codziennym i zgodnym z etyką funkcjonowaniu pracowników jest ogromna. Jeżeli osoby zarządzające zespołami odpowiednio postępują, same dają dobry przykład, tworzą przestrzeń do rozmowy o etyce, ale też odpowiednio reagują na nieprawidłowości, wówczas ich podwładni pójdą za nimi i będą działać podobnie. To od przełożonych zależy, czy temat etyki będzie żywy. Zawsze przykład idzie z góry. Tu powinny być wytyczone najwyższe standardy*

– podkreśla Magdalena Zin.

W rozstrzyganiu codziennych dylematów etycznych istotną rolę pełnią także HR biznes partnerzy, będący blisko działów biznesowych i stanowiący pierwszy punkt kontaktu dla pracowników i przełożonych. Jeżeli pojawiają się nieprawidłowości i wątpliwości włączany jest HR biznes partner. Ma doświadczenie i wiedzę na temat zasad, procesów i standardów w firmie oraz zapewnia obiektywizm w rozstrzyganiu trudnych spraw. HR biznes partnerzy, przy wsparciu działu komunikacji wewnętrznej, koordynują wszystkie działania budujące świadomość na temat etyki.

W Provident Polska powołana jest ponadto funkcja rzeczniczka etyki, którą pełni kierownik ds. bezpieczeństwa pracy. Do niego można również zgłaszać nieprawidłowości. To on – obok członków zarządu i dyrektora departamentu personalnego – zasiada w Komitecie etyki, który dyskutuje o najtrudniejszych przypadkach i podejmuje decyzje o przyszłych działaniach. Dodatkowo pracownicy i doradcy mogą zgłaszać wątpliwości poprzez specjalną infolinię.

## **ODPOWIEDNIE REAGOWANIE**

W przypadku pracowników lub doradców, którzy nie przestrzegają wartości i zasad etycznych, podejmowane są odpowiednie działania. Prze-

de wszystkim przekazywana jest bezpośrednia informacja zwrotna.

*– Każdy ma obowiązek zareagować na działania niezgodne z wartościami i zasadami etyki najpierw bezpośrednio wobec osoby, która dokonała naruszenia (czyli „Zwracam uwagę na to, co się wokół mnie dzieje”)*

– wskazuje Magdalena Zin.

W zależności od wagi problemu i postawy osoby, która otrzymała informację zwrotną, nieprawidłowość zostaje zgłoszona w dalszej kolejności do bezpośredniego przełożonego albo do HR biznes partnera czy też do rzeczniczki lub – jeśli sprawa jest bardziej złożona – do komisji etyki. Po dokładnej analizie przypadku ustalany jest sposób działania. Konsekwencją może być formalne postępowanie dyscyplinujące, ale też przygotowywane są plany naprawcze. Rozwiązanie umowy to ostateczność i dotyczy sytuacji, gdy działanie jest świadome, zamierzone i powtarzalne.

*– Kiedyś Gerard Ryan, dyrektor zarządzający naszej Grupy, powiedział: „Za każdym razem, kiedy masz wątpliwości, co zrobić, odpowiedz sobie na pytanie, czy byłbyś dumny z siebie, gdyby o tym, co zrobiłeś, napisano w gazecie”, i jego słowa są dla nas znakomitą wskazówką*

– mówi Magdalena Zin.

Chodzi więc o to, aby zawsze działać zgodnie z zasadami etyki i wartościami, a nie tylko wtedy, kiedy ktoś na nas patrzy...

### **HALINA GURYN**

Provident Polska została uznana za jednego z najlepszych pracodawców w Polsce i w Europie, pięciokrotnie zdobywając prestiżowe wyróżnienie Top Employer 2017.