

**MARKETING INNOWACYJNY W ASPEKTCIE ZARZĄDZANIA  
BEZPIECZEŃSTWEM PRACY W LATACH TRANSFORMACJI GOSPODARCZEJ W  
PRZEDSIĘBIORSTWIE  
„METALURGIA” S.A. W RADOMSKU**

*Wioletta M. Bajdur, Bogumił Konodyba-Szymański  
Politechnika Częstochowska, Polska*

W Polsce w ciągu ostatnich lat wyraźnie wzrosło zainteresowanie bezpiecznym zarządzaniem. Spowodowane jest to wzrostem świadomości, że bezpieczna praca (zapobiega wypadkom powodującym straty) stanowi zysk dla przedsiębiorstwa [1-3].

Coraz większą rolę w zainteresowaniu bezpieczeństwem pracy odgrywają również bezpośrednie bodźce ekonomiczne z pozytywnymi efektami marketingowymi związanymi z posiadaniem certyfikatu na system zarządzania bezpieczeństwem pracy analogicznie do certyfikatów na system zarządzania jakością ISO 9000 oraz zarządzania środowiskowego seria ISO 14000.

Przemiany polityczne i społeczno-gospodarcze w Polsce po 1989 roku wymagały wprowadzenia zmian w zakresie ustawodawstwa pracy. W wyniku nowelizacji ustawy-Kodeksu Pracy dostosowane zostały do warunków gospodarki rynkowej oraz w znacznej części do wymagań określonych w prawie międzynarodowym w tym w szczególności w dyrektywach wspólnot europejskich [4]. Dowodem przywiązania bardzo dużej wagi do problematyki bezpieczeństwa i higieny pracy było ustanowienie przez Radę Ministrów w 1994 roku Strategicznego Programu Rządowego pn. „Bezpieczeństwo i ochrona zdrowia człowieka w środowisku pracy”- aktualnie przekształconego w program wieloletni z uwzględnieniem prawa międzynarodowego.

Jednym z ważniejszych wyników realizacji programu było opracowanie zasad i wytycznych tworzenia, funkcjonowania i oceny systemu zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy w polskich przedsiębiorstwach z uwzględnieniem ryzyka zawodowego.

Polski Komitet Normalizacji w 1999 roku powołał Normalizacyjną Komisję Problemową, w której zadanie jest opracowanie serii Polskich Norm określających wymagania dotyczące systemu zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy, wytyczne do wdrażania tego systemu i prowadzenia jego oceny oraz wytyczne do oceny ryzyka zawodowego.

Ustanowienie Polskich Norm: PN-N-18001 Systemy zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy, PN-N-18002 Systemy zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy. Ogólne wytyczne do oceny ryzyka zawodowego - powinno przyczynić się do znacznego ułatwienia pracodawcom szacowania tego ryzyka.

Celem pracy była analiza wypadkowości przy pracy, która obejmuje lata 1988-200 w okresie transformacji gospodarczej na podstawie zakładu przemysłowego „Metalurgia” S.A. z siedzibą w Radomsku, jednego z największych zakładów w Europie i na świecie produkujących druty i wyroby z drutów, wkrętów do drewna oraz drutów powlekanych PCV.

Ponieważ jednym z najważniejszych elementów w zarządzaniu bezpieczeństwem i higieną pracy jest analiza wypadkowości przy pracy, która przedstawia wizerunek firmy, mający istotny wpływ na reklamę przedsiębiorstwa.

Ważną rolę odgrywają tutaj ustalenia i przyczyny każdego wypadku, który ma miejsce w zakładzie. W ten sposób można określić istniejące zagrożenie.

Problematyka bezpieczeństwa pracy musi być traktowana przez wszystkie szczeble zarządzania na równi z produkcją, uwzględniając straty moralne jakie za sobą pociągają wypadki przy pracy.

Wiedza i doświadczenie marketingowe w firmie spowodowały wymierne zyski poprzez wprowadzenie norm zarówno krajowych jak i zagranicznych: DIN, ASTM, BS oraz FF. Obecnie firma jest w trakcie wdrażania certyfikatu ISO 9002, który potwierdzi wysoką jakość wyrobów firmy.

Na podstawie badań i analizy danych zakładowych, stwierdzono, że nie został wdrożony system bezpieczeństwa pracy, ze względu na niezbędne duże nakłady finansowe, a których obecnie przedsiębiorstwo nie posiada.

Dokonano ogólnej oceny poziomu bezpieczeństwa w przedsiębiorstwie „Metalurgia” S.A. i stwierdzono, że brak wypadków śmiertelnych, co dobrze świadczy o kierownictwie przedsiębiorstwa i jego służbach BHP. Z drugiej jednak strony w tym samym okresie stwierdzono stosunkowo dużą liczbę wypadków przy pracy zaliczanych do „lekkich” i równie dużą liczbę pracowników pracujących w warunkach zagrożenia. Do rzadkości zaliczyć można choroby zawodowe. Zaistniałe w przedsiębiorstwie wypadki przy pracy najczęściej spowodowane były „czynnikiem ludzkim” (błędy, pomyłki, zapomnienia, nieprzestrzeżenie przepisów). Zdecydowaną ich większość stanowiły wypadki lekkie w postaci ran ciętych, szarpanych oraz potłuczeń.

Z przeprowadzonych badań wynika, że spadkowi wypadków towarzyszy spadek zatrudnienia. Tendencja ta utrzymuje się do czasu bieżącego (Tabela 1).

**Tabela 1. –Kształtowanie się wypadkowości przy pracy w latach 1988-2001**

Rok	Ilość zatrudnionych	Ilość poszkodowanych przy pracy w wypadkach		Liczba Wystąpienia chorób zawodowych	Liczba pracowników zatrudnionych w warunkach zagrożenia
		Ogółem	ciężkich		
1988	1841	81	0	2	2
1989	1659	73	0	1	1
1990	1388	39	1	2	2
1991	1366	44	3	1	1
1992	1282	30	2	1	1
1993	1200	27	1	0	0
1994	1132	30	0	1	1
1995	1076	31	1	0	0
1996	1067	38	1	0	0
1997	888	15	1	1	1
1998	686	14	0	0	0
1999	600	12	0	0	0
2000	570	11	1	0	0
2001	499	12	0	0	0

W wyniku analizy kształtowania się wypadkowości na poszczególnych wydziałach na przestrzeni dziewięciu lat stwierdzono, że największa liczba wypadków występowała na wydziale ciągnieni i gwoździarni, natomiast najmniej wypadków wystąpiło w kotłowni (Tabela 2).

W przedsiębiorstwie nie prowadzi się rejestru „wypadków bezurazowych” (nie ma takiego obowiązku). Można jedynie przypuszczać, że podobnie jak i w innych tego typu zakładach jest ich od 7-miu do 10-ciu razy więcej niż wypadków oficjalnie zarejestrowanych w „Księdze Wypadków” przedsiębiorstwa.

**Tabela 2. – Kształtowanie się wypadkowości na poszczególnych wydziałach w latach 1992-2001**

Wydział	Rok										
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	
Ciągnieni	7	4	6	8	11	1	9	5	6	6	63
Gwoździarnia	10	9	7	8	15	4	2	3	5	-	63
Cynkownia	5	2	2	2	2	2	1	4	-	-	20
Wyroby z drutu	1	2	3	-	1	1	-	-	-	6	14
Mechaniczny	2	2	3	6	-	2	-	-	-	-	15
Transport	-	4	3	-	-	-	-	-	-	-	7
Kotłownia	-	-	1	1	1	-	-	-	-	-	3
Narzędziownia	-	1	1	1	1	1	-	-	-	-	5
Elektryczny	-	-	2	1	3	2	-	-	-	-	8
Magazyn zaopatrzenia technicznego	2	2	1	3	-	-	2	-	-	-	10
Dział spraw pracowniczych	-	-	1	1	1	-	-	-	-	-	3

Redukcja obecnego ryzyka zawodowego do poziomu niższego i akceptowalnego wymagać będzie obniżenia wypadkowości przy pracy, jak również zmniejszenia liczby osób pracujących w warunkach zagrożenia przy jednoczesnym ograniczeniu do minimum chorób zawodowych. Wymagać to będzie dużego zaangażowania w tematykę bezpieczeństwa pracy, służb produkcyjno-technicznych i nadzoru przedsiębiorstwa oraz odpowiednio zwiększonych nakładów finansowych. Być może, że wprowadzony w zakładzie system zarządzania jakością i ochroną środowiska oraz związana z tym poprawa organizacji pracy, a także zwiększona kontrola i nadzór może okazać się rozwiązaniem doraźnie najlepszym.

Z całą pewnością do znacznej poprawy bezpieczeństwa i higieny pracy w przedsiębiorstwie przyczyniłoby się przeprowadzenie gruntownej oceny zagrożeń (Karta ryzyka zawodowego na stanowiskach pracy), stworzenie odpowiedniej „polityki bezpieczeństwa pracy” oraz w dalszej kolejności „Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem i Higieną Pracy”. Takie podejście do problematyki bezpieczeństwa i higieny pracy mieści się w nowej koncepcji marketingu bezpieczeństwa i higieny pracy [5].

### **Bibliografia:**

1. Niczyporuk Z., Kształtowanie bezpieczeństwa, Wyd. GIG, Katowice 1996.
2. Koradecka D., Bezpieczeństwo pracy i ergonomia, Wyd. CIOP, Warszawa, 1997.
3. Borowiecka K., Karczewski J., Metoda 7 X 7. Audyt zakładowego systemu zarządzania bezpieczeństwem pracy cz. I, Przyjaciel przy pracy, 5, 2000.
4. Zakrzewska-Szczepeńska K., Wdrażanie do prawa polskiego postanowień dyrektyw Wspólnot Europejskich dotyczących bezpieczeństwa i higieny pracy, Służba Pracownicza, 7, 2000.
5. Konodyba -Szymański B.: Promocja bezpieczeństwa pracy w przedsiębiorstwie i jego otoczeniu. Praca dypl. Wydawnictwo Zarządzania Politechniki Częstochowskiej. Częstochowa, 2002.

## **ZNACZENIE PRODUKTU WE WSPÓŁCZESNYM MARKETINGU**

*Magdalena Bsoul*

*Politechnika Częstochowska, Polska*

W warunkach zmieniającej się u schyłku XX wieku gospodarki polskiej właściwa strategia produktu jest kluczem do osiągnięcia sukcesów przedsiębiorstwa na rynku. Nie wystarczy już bowiem ponieść określone wydatki na promocję, aby sprzedać nagromadzone zapasy gotowych produktów. We współczesnych czasach nawet najlepiej przygotowana i przeprowadzona kampania reklamowa nie przyniesie oczekiwanych rezultatów, jeśli produkt nie spełnia w pełni oczekiwań klientów i nie zaspokaja ich potrzeb. Orientacja marketingowa zakłada, że przedsiębiorstwo – podejmując działanie – przede wszystkim ustala, jaki segment rynku będzie obsługiwać, a dopiero po dokonaniu wyboru konkretnego segmentu rynku dostosowuje wytwarzane produkty do potrzeb wyodrębnionej grupy konsumentów. Zdarza się również, że segmentacja rynku nie zawsze jest pierwotna w stosunku do poszukiwań produktu i jego cech. Niekiedy również skuteczne mogą być działania odwrotne, a więc poszukiwanie segmentu konsumentów, którzy byliby zainteresowani nabywaniem oferowanego przez firmę produktu. W warunkach zmieniającej się orientacji działania przedsiębiorstw polskich ten drugi sposób postępowania jest bardziej przydatny. Wiele przedsiębiorstw ma bowiem w swojej ofercie określone produkty i dlatego też powinno się starać wybrać te segmenty rynku, które je zaakceptują. Natomiast następnym krokiem powinna być już stopniowa modyfikacja oferowanych produktów w celu zwiększenia satysfakcji nabywców.

Jakkolwiek stałe zwiększenie satysfakcji klienta jest podstawowym celem wszelkich systemów zarządzania jakością w przedsiębiorstwie, to jednak należy pamiętać, że nie jest ona łatwa do określenia. Najczęściej poprzez satysfakcję pojmujemy subtelne odczucie, kształtowane stopniowo poprzez powtarzające się doświadczenia klienta z produktami i usługami konkretnego przedsiębiorstwa. Najbardziej obiecujące w tym zakresie jest nawiązanie ścisłego kontaktu z klientami na poszczególnych poziomach działania firmy i to właściwie ten proces