

RYNEK ŚWIADCZEŃ POZAPŁACOWYCH



Work-life balance na postpandemicznym rynku pracy

Czego oczekują pracodawcy, a czego poszukujący nowych wyzwań aplikujący na post-pandemicznym rynku pracy? Zdalna albo hybrydowa forma zatrudnienia stała się już standardem, a dla 70 proc. pracujących jest to wymóg niezbędny, aby kontynuować współpracę. Czy to rozwiązanie niesie za sobą pogorszenie efektywności, czy wręcz przeciwnie? Zgodnie z raportem State of Remote Work 2021^[1] – większość zatrudnionych w trybie zdalnym, pracuje dłużej niż etatowe 8 godzin.

Natalia **Kozaczka**

HR Business Partner, UPTIME DEVELOPMENT

Home office pozostanie z nami na dłużej

Spśród grupy ponad 2000 pełno etatowych pracowników, którzy wzięli udział w badaniu dotyczącym ich pracy w trakcie trwania pandemii oraz wizji tego, jak ta współpraca będzie wyglądać po jej ustąpieniu – większość uznała, że hybrydowa forma zatrudnienia

będzie najbardziej popularna (źródło raport State of Remote Work 2021).

Przez ostatnie dwa lata 69 proc. badanych pracowało z domu i większość z nich – bo aż 70 proc. stawia warunek takiej formy zatrudnienia, jeżeli mają pozostać w swojej organizacji. Dodatkowo większość, bo 67 proc. badanych uznało, że pracując z domu, są bardziej efektywni, zaledwie 1 proc. wskazało, że ich produktywność spadła. Ankietowani przyznali, że najwięcej czasu

„marnowali” w ciągu dnia na spotkania przy kawie, czy wyjścia na lunch. Pracując z domu, te aktywności realizujemy w towarzystwie komputera – wskazywali ankietowani.

Perspektywa pracodawcy

Pracodawcy również patrzą z innej perspektywy na aplikantów. W prowadzonych procesach rekrutacyjnych zwracamy większą uwagę na cechy i umiejętności, które wcześniej nie były priorytetem. Oczywiście, wiedza profesjonalna jest wciąż podstawą do zatrudnienia, jednak dużo uważniej badamy czy aplikant/aplikantka potrafi samodzielnie podejmować decyzje, czy jest rzetelna, zaangażowana i ma na tyle samodyscypliny, aby zespół projektowy wspólnie mógł skutecznie realizować swoje zadania. Zatrudniając dajemy pełną swobodę i możliwość pracy zdalnej czy stacjonarnie w naszych biurach zlokalizowanych w Warszawie i Lublinie. W obu lokacjach są też

hot deski dla pracowników preferujących hybrydowe działanie.

Zdrowy balans

Uptime Development, jak większość firm należących do branży IT, na długo przed pandemią posiadała odmienną formułę zatrudnienia. Developerzy doceniają indywidualność, spokój i elastyczne godziny pracy. Jednocześnie – konieczne jest ich synchroniczne działanie z pozostałymi członkami zespołu, tak aby poszczególne aktywności i zadania na projekcie mogły zostać zrealizowane. Nie zmienia to jednak faktu, że należy również zadbać o aspekt społeczny swoich pracowników. Tu również już podczas rekrutacji prowadzona jest analiza. W Uptime zespoły projektowe są jak rodzina. Nasze kontrakty to długofalowe projekty, więc dobierając pracowników, upewniamy się, że nowy element układanki zespołu, pasuje do pozostałych. Dzięki temu tworzą się naturalne więzi i teamy chętnie spotykają się we własnym

zakresie. Mają wspólne hobby czy pasje. Ze strony pracodawcy istotne jest jednak, aby dać również możliwość spotkań – dlatego kilka razy w roku organizujemy MEET-UP – czyli specjalne spotkanie dla pracowników zarówno Polskiego oddziału Uptime jak i przedstawicieli z głównego biura w Estonii. Zapraszamy również developerów z innych firm, tak aby porozmawiać o branży, przedstawiamy case study i podzielić wiedzą.

We wciąż zmieniającej się rzeczywistości, zarówno pracodawca, jak i pracownik nastawiają się na zupełnie nową formułę działania. Najlepiej być przygotowanym na pracowników, którzy odnajdują się, pracując zdalnie, bądź hybrydowo, jednak nie należy zapominać, że są również tacy, dla których istota work-life balance to rozłączenie pracy i życia prywatnego poprzez realizację działań zawodowych z u biura.

[1] owl-labs_state-of-remote-work-2021_report-final.pdf (owllabs.com)

Rynek pracy kształtują nowe trendy

Jedzenie jest nieodłączną częścią naszego życia, które można wykorzystać jako element, tworzący przyjazne środowisko pracy. Właśnie dlatego zapewnienie pracownikom np. lunchu stanowi dla nich realne wsparcie. W dodatku wspólne posiłki pozytywnie wpływają na utrzymanie więzi oraz zacieśnianie relacji w środowisku pracy. Coraz więcej firm decyduje się na biurowe śniadania bądź lunchy, aby w luźnej atmosferze pobudzać kreatywność, wymieniać się spostrzeżeniami i budować relacje.

Rynek pracy kształtują nowe trendy. Wśród oczekiwań potencjalnych pracowników, poza satysfakcjonującą pensją oraz dogodną lokalizacją biura, są benefity pozapłacowe. Dawniej popularnym bonusem były prywatna opieka medyczna, czy karta sportowa. Obecnie, w związku z inflacją, nadrzędne staje się wsparcie budżetu domowego.

Dostosować programy wsparcia do obecnych realiów

Benefity pozapłacowe to skuteczny sposób do zachęcenia potencjalnego kandydata do złożenia aplikacji, a następnie zatrzymania go w firmie w perspektywie długofalowej. Jednak standardowe świadczenia pozapłacowe straciły w wyniku pandemii COVID-19 na znaczeniu. Dotychczasowe potrzeby aktywnych zawodowo pracowników nie zniknęły, a zostały mocno przewartościowane. Dlatego ważne jest, aby pracodawcy odpowiednio dostosowali swoje programy wsparcia dla pracowników do obecnych realiów. Na przewartościowanie i wyznaczenie nowych trendów wpływ miały nie tylko sytuacja pandemiczna, ale i coraz



popularniejszy tryb well-being oraz model hybrydowy pracy. Wśród preferowanych cech benefitów, na które pracownicy zwracają obecnie szczególną uwagę, są: dostępność online, łatwość w użyciu, długa data ważności, elastyczność oraz realne wsparcie. Dlatego warto pa-

miętać, że od 1 marca 2022 r. do 300 zł miesięcznie wzrosła wartość zwolnienia ze składek ZUS finansowanych przez pracodawcę posiłków udostępnianych pracownikom do spożycia, bez prawa do ekwiwalentu z tego tytułu. Wcześniej wartość wynosiła do 190 zł miesięcznie.

”

Pandemia przyspieszyła wdrożenie cyfrowych rozwiązań, w wyniku czego Pyszne.pl dla biznesu wprowadziło elastyczne rozwiązanie dostosowane do aktualnych potrzeb pracowników i dynamicznie zmieniającego się rynku benefitów



Dobrze dobrane dodatki wizytówką pracodawcy

Z kolei na satysfakcję pracowników oraz ich efektywność ma wpływ wiele czynników: atmosfera w pracy, work-life balance, odpowiedzialne rozłożenie obowiązków, konstruktywny feedback, świadomość organizacji. Niemniej jednak czasem to benefity mogą odgrywać kluczową rolę, np. gdy pracownik stoi przed wyborem firm, które oferują identyczne warunki. Dobrze dobrane dodatki są swoistą wizytówką pracodawcy. Aby się sprawdzały, powinny zaspokajać bieżące potrzeby, być dopasowane i zauważalne. Pandemia przyspieszyła wdrożenie cyfrowych rozwiązań, w wyniku czego Pyszne.pl dla biznesu wprowadziło elastyczne rozwiązanie dostosowane do aktualnych potrzeb pra-

owników i dynamicznie zmieniającego się rynku benefitów. Karta umożliwiająca opłacanie posiłków pozwala na zamawianie ulubionych dań nie tylko podczas pracy w biurze, ale też do domu czy hotelu podczas delegacji. Narzędzie łączy wirtualne korzystanie z usługi w serwisie Pyszne.pl z tradycyjną metodą płatności lub dedykowaną kartą płatniczą. To również realne wsparcie domowego budżetu pracowników, które z uwagi na inflację bardzo zyskało na znaczeniu.


Pyszne.pl
for business

MATERIAL PARTNERA

LIDERZY RYNKU ŚWIADCZEŃ POZAPŁACOWYCH

Rynek pracy podlega nieustannym zmianom. Pracodawcy, chcąc sprostać dynamicznie transformującym oczekiwaniom pracowników, muszą dziś nie tylko wynagradzać ich na odpowiednim poziomie, ale też zapewnić satysfakcjonujące benefity. Dostęp do oferty świadczeń pozapłatowych jest szeroki, warto jednak stawiać na najbardziej doświadczonych i rzetelnych partnerów. Są nimi bez wątpienia nagrodzone przez redakcję Gazety Finansowej tytułem Lider Świadczeń Pozapłatowych firmy. Wszystkim wyróżnionym gratulujemy.



Benefit Systems od kilkunastu lat wspiera aktywny i zdrowy tryb życia pracowników firm i instytucji, motywuje ich do działania. Grupa jest dostawcą rozwiązań w obszarze pozapłatowych świadczeń pracowniczych w zakresie między innymi: sportu i rekreacji (karta MultiSport, MultiSport Kids, sieci Fitness) oraz kultury i rozrywki (Program Kinowy, MultiTeatr). Ma unikalne produkty w postaci Kafeterii, które pozwalają pracownikowi na dowolny wybór świadczenia pozapłatowego w ramach listy zaakceptowanej przez pracodawcę.



Edenred Polska tworzy zespół ekspertów z zakresu benefitów pracowniczych i jest jednym z 45 oddziałów firmy na świecie działającej w obszarze benefitów pracowniczych. Łączymy ponad 50 milionów użytkowników i 2 miliony partnerów handlowych na świecie oraz wspieramy pracodawców we wspólnym budowaniu dobrostanu ich pracowników każdego dnia. Zaufało nam już 900 000 firm. Oferta produktowa Edenred Polska oparta jest o nowoczesne rozwiązanie w postaci kart przedpłatowych Mastercard w tym: Kart Lunchowych, Kart Podarunkowych, Kart Premialnych, Platform Lojalnościowych – projektowych indywidualnie dla klientów. Wszystkie karty mamy dwóch formach: Kart fizycznych wyprodukowanych w 85 proc. z plastiku z recyklingu lub Kart wirtualnych.

Co zaoferować pracownikom, poza satysfakcjonującym wynagrodzeniem?

O ile pracodawcy na przestrzeni ostatniego roku za inwestowali w podwyżki dla swoich pracowników, o tyle ofertę benefitów pozapłatowych pozostawili na podobnym poziomie.



Maryla Aftanasiuk Lisiecka
Business Unit Director, Antal
Sales & Marketing

Według Raportu Płatowego Antal część firm zdecydowało się na całkowity bądź częściowy powrót do biur. Jednak możliwością pracy zdalnej dysponuje tylko o 2 p.p. mniej specjalistów i menedżerów niż w przypadku zeszłej edycji raportu.

Więcej firm zdecydowało się ograniczyć możliwość elastycznego czasu pracy – tu nastąpił spadek o 8 p.p. Pracownicy natomiast częściej otrzymują prezenty i bony świąteczne – na co zapewne miała wpływ poprawiająca się sytuacja gospodarcza (wzrost o 8 p.p.). Więcej badanych ma również możliwość wzięcia pożyczki od pracodawcy na preferencyjnych warunkach (wzrost o 5 p.p.).

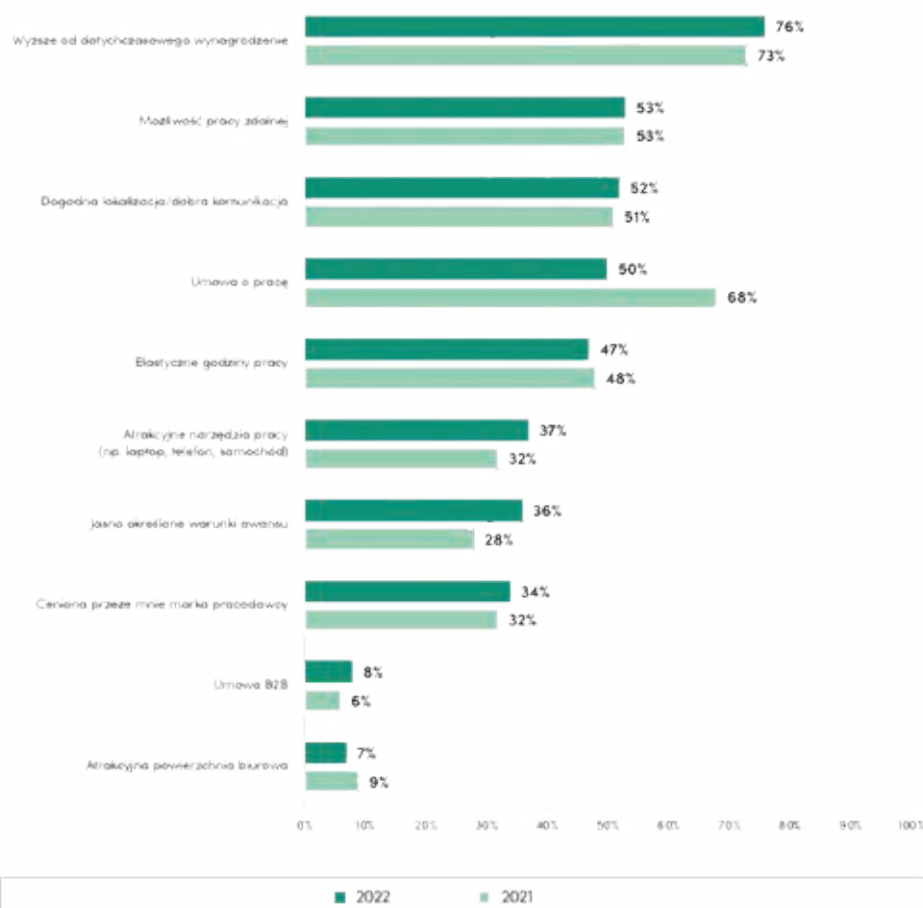
Otrzymywane kontra pożądane benefity

Warto pokusić się o analizę oferowanych benefitów pod względem ich atrakcyjności na rynku. Większość pracodawców dobrze określa potrzeby swoich pracowników. Według Raportu Płatowego Antal benefitami, które mocno zyskały na znaczeniu i pracodawcy oferują je najchętniej, są prezenty i bony świąteczne, na co zapewne miała wpływ poprawiająca się sytuacja gospodarcza. W stosunku do poprzedniej edycji raportu ich wzrost nastąpił o 8 p.p. i oferuje je 42 proc. firm. Na znaczeniu zyskały także benefity w postaci miejsca parkingowego (wzrost o 3 p.p.) oraz dofinansowanie do ubezpieczenia emerytalnego (wzrost o 5 p.p.). Większość pracodawców dobrze określa potrzeby swoich pracowników. Największe różnice dotyczą dodatkowych dni urlopu – tutaj aż 35 proc. badanych chciałoby otrzymywać taki benefit (wzrost o 6 p.p.), a nie ma go w ofercie obecnego pracodawcy. Kolejnym ważnym benefitem jest samochód służbowy – 24 proc. respondentów chciałoby rozbudowania o ten punkt portfolio benefitów (wzrost o 2 p.p.) – oraz dofinansowanie edukacji – i tu analogicznie odnotowano 23 proc. wskazań. Według specjalistów i menedżerów przeceniane są natomiast karty fitness.

Co motywuje do zmian?

Według raportu Antal „Aktywność specjalistów i menedżerów na rynku pracy” w stosunku do zeszłego roku znacząco wzrósł, bo aż o 18 p.p. odsetek specjalistów i menedżerów poszukujących aktywnie pracy i wyniósł 48 proc. Prawie połowa respondentów pozo-

Jakie są konieczne elementy, które musi zawierać oferta pracy, abyś zdecydowała/zdecydował się ją rozważyć?



stają otwartych na oferty pracy, ale nie podejmuje konkretnych działań w celu zmiany. Spadł natomiast odsetek badanych, którzy nie poszukują pracy aktywnie, ale zapoznają się z ofertami (z 54 proc. w poprzedniej edycji badania do 45 proc. w obecnej) oraz tych, którzy je ignorują (z 16 proc. w poprzedniej edycji badania do jedynie 7 proc. w obecnej). Widać bezpośrednią zależność między zadowoleniem z obecnej sytuacji zawodowej a aktywnością na rynku pracy. Wśród osób, które oceniają, że w ostatnim roku ich sytuacja na rynku zdecydowanie się poprawiła – tylko 23 proc. szuka aktywnie pracy. Wśród tych, którzy twierdzą, że raczej się poprawiła – już 49 proc. przegląda oferty, a wśród osób, które zdecydowanie nie widzą plusów – 76 proc. Głównym powodem zmiany pracy dla 53 proc. respondentów jest złe zarządzanie w organizacji (w poprzednim roku 41 proc. respondentów opowiedziało się za tą przyczyną). Następnie wymieniane są: propozycja wyższego wynagrodzenia (wskazała tak połowa badanych) oraz zła atmosfera w organizacji (39 proc. wskazań). Wśród innych odpowiedzi 7 proc. ankietowanych wskazało najczęściej: wpływ pandemii COVID-19 na rynek pracy i często idące za tym zwolnienia, likwidacje zakładów pracy oraz redukcję etatów.

Oferta pracy, która skusi pracownika

Według raportu Antal „Aktywność specjalistów i menedżerów na rynku pracy” kandydaci szukają bardziej atrakcyjnych finansowo ofert pracy w obliczu rosnących kosztów życia związanych z inflacją i wysokimi stopami procentowymi. Oczekują średnio zwiększenia płacy 20-30 proc. Propozycja wyższego wynagrodzenia jest jednak motywacją do faktycznej zmiany pracy tylko dla połowy badanych. 53 proc. badanych wymienia moż-

liwość pracy zdalnej jako konieczny element oferty pracy, którą byłby w stanie przyjąć, a dla 52 proc. respondentów ważna jest także dogodna lokalizacja/dobra komunikacja.

1/3 badanych wskazuje, że nie potrzebuje pracy zdalnej jako koniecznego elementu do rozważenia oferty pracy. 22 proc. specjalistów i menedżerów musiałoby otrzymać ofertę, w której ma możliwość pracy z domu średnio 2 i 3 dni. Najmocniej na pracę zdalną w rozważanej ofercie pracy stawiają przedstawiciele branż IT oraz finansów i księgowości. 17 proc. badanych, którzy oczekują średnio 3 dni to pracownicy HR. 1/4 wśród osób, które oczekują tylko jednego dnia to inżynierowie, a niewiele ponad 1/5 wyższa kadra zarządzająca. Z raportu Antal wynika, że na czele listy powodów wpływających na zmianę pracy znajduje się złe zarządzanie w organizacji. Ten czynnik był powodem odejścia z firmy dla 53 proc. badanych. Wskazuje to na konieczność zmian w przedsiębiorstwach, w zakresie dobrej komunikacji z pracownikami, stylu zarządzania oraz kultury pracy. Zła atmosfera panująca w pracy bądź rosnący stres związany z wykonywaniem obowiązków potrafi być znaczącym demotywatorem w rozwoju kariery.

Przyszłość pokaże, czy wzrost związany z liczbą osób szukających pracy to chwilowy trend, mający na celu raczej sprawdzenie, jak obecnie wygląda rynek, czy może jednak dotrze do nas zza oceanu zjawisko Wielkiej Rezygnacji (Great Resignation). Trend łączony do tej pory głównie z rynkiem pracy w Stanach Zjednoczonych dotyczy fali zwolnień z inicjatywy pracowników, które wiązać można z brakiem wsparcia ze strony państwa oraz niezadowolającymi warunkami pracy. Natomiast pogarszające się wskaźniki ekonomiczne mogą zwiększyć znaczenie stabilizacji i bezpieczeństwa, co przełoży się na ograniczenie składanych wypowiedzeń.

Dostęp do szkoleń i różnych form rozwojowych. Dlaczego działy HR powinny wspierać edukację zespołów?

Chyba nikt nie ma wątpliwości, że żyjemy w bardzo dynamicznych czasach, także jeśli chodzi o rynek pracy. Ten zmienił się nie tylko poprzez wpływ pokolenia Z, ale również przez pandemię COVID-19, która stała się punktem na osi czasu XXI wieku, od którego rozważania nad sensem pracy, definicją dobrostanu, ale też wartościami, którymi kierujemy się w życiu – stały się szczególnie intensywne.



Monika **Borowicz**
ekspert, Integra Consulting

Na jeszcze większe niuansowanie sytuacji wpływ ma to, że rynek pracy to wciąż rynek pracownika. I chociaż wielu specjalistów przewiduje, że to się zmieni – dziś to pracownik wybiera pracodawcę. I co za tym idzie, to pracownik odchodzi z organizacji, szukając

nowych wyzwań, lepszych pieniędzy oraz okazji do rozwoju.

Motywacja – złoto inwestycyjne 2022 r.

Pandemia COVID-19 wielu z nas zmusiła do zastanowienia się, jak zabezpieczyć swoje pieniądze, w co inwestować, by nie stracić, ale też pomnożyć majątek. Podobnie rzecz ma się dziś z pracownikami. Jak zainwestować w pracownika, by ten nie tylko nie chciał nas opuścić, ale także miał dużą chęć do pracy i wykonywał swoje obowiązki możliwie najlepiej?

Dziś coraz głośniejszym jest o zjawisku lying flat, a więc postawie pracowników, którzy przestali

wierzyć w to, że ciężka praca płaca. Wykonywanie swoich obowiązków na poziomie absolutnie minimalnym i bez większego zaangażowania obserwowane jest nie tylko u Zetek i Alf, ale też Millenialsów. Zanim jednak oburzymy się na młodych i roszczeniowych, warto uzmysłowić sobie, że trend lying flat jest odpowiedzią na patologie rynku pracy, których konsekwencją są wypalenie zawodowe, czy śmieciowe umowy.

Na spadający poziom motywacji niebagatelny wpływ miała pandemia. Z badania „Wyzwania pracodawców 2021” zrealizowanego przez Crowe, Contract Administration i TGC Corporate Lawyers wynika, że największym wyzwaniem firm jest motywowanie pracowników w trakcie pracy zdalnej, która stała się dla wielu organizacji codziennością. No dobrze, ale jak zadbać o motywację pracowników, tych działających w trybie zdalnym, jak i stacjonarnym?

Chcemy rozwoju, nie owocowych czwartków

Działy HR stają na rękach, by kulturą organizacji, atmosferą,

a przede wszystkim – benefitami – zachęcić najlepsze talenty do przyścia i pozostania. Jak się jednak okazuje, to, co napędza Polaków do odejścia, to nie brak owoców i siłowni w miejscu pracy. Głównymi przyczynami, zgodnie z wynikami raportu Pracuj.pl „Polacy w nowym środowisku pracy” są: niska pensja i brak możliwości rozwoju. Z kolei inne badanie, „Czy pieniądze szczęścia nie dają” przeprowadzone na zlecenie Pracuj.pl pokazuje, że benefitami, które najbardziej zachęcają do zmiany pracy są dofinansowania urlopów i szkoleń.

Szkolenia są Świętym Graalem wśród benefitów – łączą zarówno perspektywę pracodawcy i organizacji, jak i potrzeby pracowników. Dla tych drugich, szkolenia spełniają podstawową, ludzką potrzebę – kompetencji i istotności. Ponadto szkolenia zwiększają zaangażowanie, integrują zespoły i dowartościowują pracownika lepiej niż jednorazowy zastrzyk premii. Z perspektywy pracodawcy inwestycja w szkolenia to inwestycja

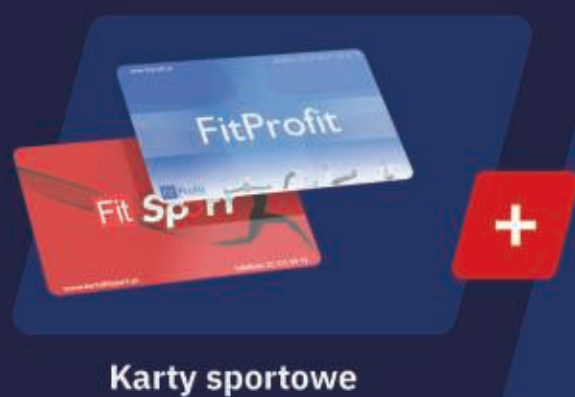
w konkurencyjność firmy oraz mniejszą fluktuację pracowników. Wreszcie łącząc interesy obu grup – szkolenia podnoszące kompetencje są kluczowe do zachowania wysokiej motywacji. Osoba, która nie wie, jak ma wykonywać powierzone obowiązki, zniechęca się. Osoba, która nie potrafi dobrze komunikować się z zespołem, traci więź z całą organizacją.

Warto dodać, że szkolenia to niejedynie formy rozwojowe, w które warto inwestować. Programy mentoringowe, których celem jest transfer umiejętności i wiedzy od osoby doświadczonej do osoby mniej doświadczonej, czy indywidualne formy rozwoju (np. coachingi) to również rozwiązania, które wzmocnią pracownika, zespoły i całe organizacje poprzez zastrzyk świeżej motywacji. Warto jednak pamiętać o słowach Jocko Willinka: „Motywacja jest tym, co pozwala Ci zacząć. Dyscyplina jest tym, co pozwala Ci wytrwać”. Oby w Waszych organizacjach nie zabrakło ani jednego, ani drugiego!

REKLAMA

Chcesz kompleksowo zadbać o zdrowie fizyczne i psychiczne swoich pracowników?

Od 15 lat wspieramy naszych klientów w budowaniu zaangażowania, motywacji pracowników i redukcji stresu.



Karty sportowe

Platforma online Strefa VanityStyle



Redukcja stresu



Wzrost kreatywności



Utrzymanie wysokiego poziomu motywacji



Poprawa odporności i samopoczucia

VANITYSTYLE
TIME FOR ACTION

Dowiedz się więcej na vanitystyle.pl



Odwiedź nas na LinkedIn





Pyszne.pl dla biznesu oferuje cyfrową usługę stanowiącą dodatek pozapłatowy. Rozwiązanie umożliwia łatwy i szybki dostęp do posiłków, które wspierają efektywność i zadowolenie pracowników. Dodatek lunchowy można wykorzystać podczas zamówień do biura, na home office, czy w trakcie służbowych wyjazdów. Narzędzie łączy wirtualne korzystanie z usługi w serwisie Pyszne.pl z dedykowaną kartą płatniczą, która działa na całym świecie.



Sodexo od ponad 20 lat wspiera polskie firmy w budowaniu trwałych relacji z pracownikami oraz lojalności w biznesie. Wyznacza kierunki rozwoju świadczeń pozapłatowych i zwiększa zaangażowanie kontrahentów, klientów i sił sprzedaży. Wierzy, że jakość codziennego życia wzmacnia satysfakcję, a tym samym odgrywa istotną rolę w strukturze organizacyjnej strategicznych partnerów firmy. Motywacja i lojalność to klucz do rozwoju firmy. Oferowane przez Sodexo narzędzia motywacyjne to m.in. karta premiowa, karta podarunkowa, kupony podarunkowe czy atrakcyjne karty żywieniowe, a także systemy programów lojalnościowych dostosowanych do potrzeb klientów. Firmę wyróżnia różnorodność oferowanych benefitów pozapłatowych oraz niezwykle szeroka sieć partnerów, dzięki której wdrożenie rozwiązań gwarantuje satysfakcję klientów o przeróżnych potrzebach i upodobaniach oraz możliwość maksymalnej indywidualizacji nagród i premii.



VanityStyle pomaga holistycznie zadbać o zdrowie, oferując benefity pozapłatowe dla pracowników firm. W ofercie są karty sportowe FitProfit i FitSport, umożliwiające korzystanie z tysięcy obiektów sportowych w całej Polsce; platforma online Strefa VanityStyle Premium z treningami, dietami, konsultacjami ze specjalistami, materiałami redukującymi stres i kodami rabatowymi; a także kupony QlturaProfit, które są „biletem” wstępu do teatrów, kin, muzeów, ZOO i innych. VS wspiera pasję, zdrowie, kreatywność i zaangażowanie.

BADANIE MULTISPORT INDEX 2022: AKTYWNOŚĆ FIZYCZNA POLAKÓW PO DWÓCH LATACH PANDEMII

Obecnie 65 proc. Polaków deklaruje podejmowanie aktywności fizycznej przynajmniej raz w miesiącu, ale tylko dwóch na pięciu wypełnia zalecenia dotyczące aktywności wydane przez Światową Organizację Zdrowia (WHO) – wyniki z najnowszej edycji badania MultiSport Index 2022.

Ćwiczą przede wszystkim ludzie młodzi, z przewagą mężczyzn, osoby pracujące, z miast powyżej 200 tys. mieszkańców. Silną reprezentację aktywnych Polaków odnajdziemy także wśród mieszkańców stolicy. Pierwszy raz w historii badania główną motywacją do podejmowania aktywności stało się dla Polaków zdrowie psychiczne.

Dwa lata pandemii, powracające restrykcje, w tym zamknięcia obiektów sportowych, izolacja społeczna i często nieergonomiczne warunki pracy w domowych warunkach, odbiły się na poziomie aktywności fizycznej Polaków, a przede wszystkim na ich zdrowiu. Jak wynika z badania MultiSport Index 2022, dwóch na trzech dorosłych Polaków (65 proc.) podejmuje obecnie aktywność fizyczną przynajmniej raz w miesiącu, co oznacza spadek o 3 punkty procentowe względem danych z poprzedniego roku (68 proc.) i jednocześnie powrót do wartości sprzed wybuchu pandemii.

Sport jest najczęściej uprawiany przez ludzi młodych – w grupie wiekowej 18-24 lata aktywnych jest już 78 proc. osób. Biorąc pod uwagę inne czynniki demograficzne, najbardziej aktywne są osoby pracujące (70 proc.), zarabiające minimum 5 tys. złotych netto (78 proc.) oraz mieszkańcy miast powyżej 200 tys. mieszkańców (75 proc.).

Spacery i powrót do obiektów sportowych

W czasie pandemii znacząco zwiększyła się grupa spacerowiczów (+7 p.p. względem 2021 r.). Spacerują obecnie najpopularniejszą aktywność (32 proc.), zastępując znajdującą się od lat na pierwszym miejscu jazdę na rowerze – tę praktykuje 31 proc. aktywnych fizycznie Polaków (spadek o 3 p.p. względem pomiaru z 2021 r.). Obecnie co trzeci amator dwóch kółek korzysta z roweru w celach sportowych. Zainteresowanie pływaniem wróciło do poziomu zbliżonego do stanu przed pandemią (16 proc., wzrost o 8 p.p. względem 2021 roku). Po łącznie 11 miesiącach zamknięcia obiektów sportowo-rekreacyjnych, co piąty aktywny fizycznie Polak wybiera obecnie

trening w klubach fitness (20 proc., wzrost o 8 p.p.). To właśnie aktywność podejmowana w klubach fitness, na siłowni czy basenie odnotowała największy znaczący wzrost popularności względem 2021 r.

Motywacje: aktywność głównie dla wsparcia psychiki

Przed wybuchem pandemii największym motywatorem do podejmowania aktywności fizycznej była potrzeba wsparcia zdrowia fizycznego – taką motywację zgłaszało aż 47 proc. aktywnych fizycznie Polaków. W pierwszym roku pandemii nastąpiła zmiana z powodu nadmiernego stresu, problemów z kręgosłupem czy też wzrostu masy ciała – wtedy też wszystkie motywacje dotyczące zdrowia (23 proc.), samopoczucia (24 proc.) i sylwetki (23 proc.) stały się równie istotne [1] w kontekście aktywności. Dziś, wraz z rosnącą skalą problemów związanych ze zdrowiem psychicznym, aktywność fizyczna staje się ważnym elementem dbania o dobrostan mentalny już dla 42 proc. Polaków. Motywator ten jest szczególnie widoczny wśród osób w wieku 30+ i jest dominujący wśród czterdziestolatków. Postrzeganie aktywności fizycznej jako formy profilaktyki zyskuje na znaczeniu wśród osób od 25 do 30 roku życia, stając się także główną motywacją do ćwiczeń dla Polaków w wieku 60+.

Trzech na pięciu Polaków nie wypełnia zaleceń WHO

Z danych MultiSport Index 2022 wynika także, że wciąż zaledwie dwóch na pięciu (41 proc.) dorosłych Polaków wypełnia podstawowe zalecenia Światowej Organizacji Zdrowia, podejmując co najmniej 150 minut umiarkowanej lub 75 minut intensywnej aktywności fizycznej w tygodniu.

– Jest to niepokojący wynik, tym bardziej że nie możemy mieć pewności czy deklaracje oddają stan faktyczny. Dodatkowo warto pamiętać, że aktywność jest aktywności nierówna. Dla 13 proc. aktywnych fizycznie Polaków jedyną formą ruchu, jaką podejmują, jest spacer, a ten zazwyczaj nie jest wystarczający, by efektywnie wypełnić rekomendacje WHO i spowodować korzystne zmiany dla zdrowia – podkreśla dr hab. n. med. Ernest Kuchar, specjalista medycyny sportowej i chorób zakaźnych z Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego.

Obecnie 28 proc. aktywnych fizycznie Polaków przyznaje, że chciałoby ćwiczyć częściej. Taką deklarację składa także 35 proc. osób w wieku 18-64 lata, które nie wypełniają rekomendacji WHO. W Polsce wciąż największą grupę nieaktywnych fizycznie Polaków stanowią osoby powyżej 55 roku życia (43 proc.), zarabiające 1-2

tys. zł netto (49 proc.) oraz wykonujące pracę na stojąco (45 proc.).

Nie wszyscy wytrwali w zmianie nawyków. W ostatnim roku aktywność fizyczna społeczeństwa spadła z 68 proc. do 65 proc., czyli do poziomu sprzed pandemii. Wyniki badania MultiSport Index wskazują, że spośród osób, które zrezygnowały z aktywności fizycznej, aż 2 proc. (czyli pół miliona) stanowią Polacy, którzy uprawiali sport od 1 do 3 razy w miesiącu. Według ekspertów okres pandemii zweryfikował postawę najmniej aktywnych mieszkańców Polski.

– Można przypuszczać, że te osoby, ze względu na zbyt rzadko podejmowaną aktywność, nie miały okazji odczuć pozytywnego wpływu regularnego ruchu na kondycję fizyczną i psychiczną, a także nie udało im się wyrobić nawyku w tym zakresie. Warto uświadomić sobie, że wypracowanie zdrowego nawyku – takiego, jak regularne treningi – jest procesem, który według badań może trwać od 18 do 254 dni. Aby wytrwać w tej drodze, pomocne może okazać się z jednej strony poszukiwanie takiego sportu, który sprawia nam przyjemność, a z drugiej stosowanie metody małych kroków. Warto także podejść do sportu, jak do inwestycji w zdrowie „na przyszłość” i szczególnie na początku nie stawiać sobie wyśrubowanych celów do osiągnięcia – mówi Mateusz Banaszekiewicz, psycholog zdrowia z Uniwersytetu SWPS.

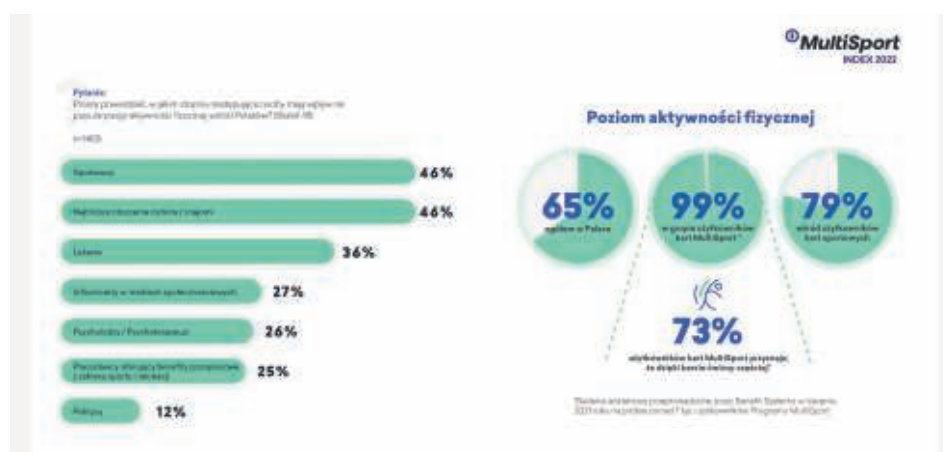
Popularyzacja sportu w Polsce

Za popularyzatorów aktywności fizycznej wśród Polaków uważa się przede wszystkim sportowców i osoby z najbliższego otoczenia. Niemniej jednak, co czwarty (25 proc.) aktywny zawodowo dorosły wskazuje, że na popularyzację aktywności fizycznej mają wpływ pracodawcy, oferujący benefity pozapłatowe z zakresu sportu i rekreacji, takie jak np. karta MultiSport. Badanie wykazało także, jak istotne znaczenie dla częstotliwości i regularności ruchu mają oferowane przez pracodawców karty sportowe.

– Obecnie w Polsce z karty MultiSport korzysta już 940 tys. osób [2]. Z badań wiemy, że 91 proc. jej użytkowników traktuje ten benefit jako ważny punkt w ofercie zatrudnienia. Ma ona też realny wpływ na poziom podejmowanej aktywności fizycznej – 99 proc. naszych użytkowników jest aktywnych fizycznie przynajmniej raz w miesiącu, co stanowi wzrost o 34 p.p. w porównaniu do poziomu aktywności fizycznej ogółu społeczeństwa. Korzyści z promocji aktywności fizycznej za pośrednictwem karty sportowej są obustronne – systematyczne ćwiczenia mają korzystny wpływ na kondycję psychofizyczną, przyczyniają się także do zwiększenia produktywności, poprawienia koncentracji i zaangażowania pracowników, a w konsekwencji wpływają pozytywnie na organizację i jej wyniki, zmniejszając liczbę zwolnień lekarskich oraz rotację pracowników – podsumowuje Emilia Rogalewicz, członek zarządu Benefit Systems.

[1] MultiSport Index 2020: <https://biuroprasowe.benefitsystems.pl/137-731-multisport-index-2020-73-proc-aktywnych-fizycznie-polakow-chce-uprawiac-sport-niezaleznie-od-rozwoju-pandemii>

[2] <https://www.benefitsystems.pl/dla-inwestora/artykul/rb-152-022-informacja-kwartalna-o-liczbie-aktywnych-kart-sportowych/>





Recepta na zmęczenie i spadek energii

Aż 8 na 10 badanych pracowników przyznaje, że czują się zmęczeni. Zaledwie 3,9 proc. respondentów zwróciło uwagę na brak zmęczenia. Blisko 70 proc. pracowników jest przytłoczonych pracą – takie wnioski płyną z raportu „Zmęczeni zmęczeniem” przygotowanego przez Human Power.

Jak przeciwdziałać „epidemii” zmęczenia w polskich firmach? Zdaniem ekspertów Sodexo jednym ze sposobów jest zapewnienie dostępu do świadczeń, które wspierają balans życiowy i pomagają zadbać o zdrowy styl życia.

Spadki nastrojów, chroniczne zmęczenie, apatia, znużenie, poczucie przeciążenia... Coraz częściej eksperci biją na alarm na temat skutków zachwiania równowagi między pracą a odpoczynkiem. Na obniżenie energii

i koncentracji wpływa wiele czynników, ale nie ulega wątpliwości, że w ostatnich latach problem ten nasilił się, co stawia przed pracodawcami nowe wyzwania. Aby przeciwdziałać zmęczeniu i spadkom motywacji, potrzebne jest holistyczne spojrzenie na wiele aspektów: warunki pracy, wymagania stawiane pracownikom, kulturę organizacji, atmosferę, relacje w zespole, ale też styl życia i codzienne nawyki pracowników. Czasem wystarczy pozornie nieduża zmiana i wdrożenie prostego

rozwiązania, by zadbać o równowagę i wzmocnić kondycję psychofizyczną zatrudnionych.

Przykład idzie z...firmy

Co prawda dział HR, pracodawca czy przełożony nie mają wpływu na to, jaki tryb życia prowadzi pracownik, czy dba o aktywność fizyczną i zdrowe odżywianie, czy potrafi odpoczywać i radzić sobie z różnymi bodźcami i rozpraszaczami uwagi, ale warto podjąć działania wspierające i inspirujące. Jednym ze sposobów jest zaoferowanie takich benefitów, które pozwalają realizować pozytywne nawyki.

Po stronie pracodawcy, a w szczególności działów HR jest prowadzenie działań w różnych obszarach. Takimi działaniami może być zakupienie dla pracowników kart lunchowych (wyrobienie nawyku regularnych i zdrowych posiłków) czy też promowanie aktywności fizycznej – dofinansowywanie zajęć sportowych, wspólne branie udziału w różnych inicjatywach sportowych, np. biegach. Jest to dodatek, który wpływa na zdrowie pracowników – dobrostan zarówno psychiczny, jak i fizyczny – mówi na łamach ebooka Sodexo „Benefit, który smakuje dobrze” Magdalena Psuja, specjalista ds. HR w ELWIKO.

Warto poznawać dobre praktyki w innych firmach i czerpać inspiracje dla własnych inicjatyw. Przykładowo, w firmie w Sherwin-Williams INVER Poland wdrożony został m.in. program „2 godziny dla rodziny”. Raz w miesiącu pracownicy kończą pracę wcześniej. Mają możliwość

udziału w webinarach dotyczących m.in. zdrowego trybu życia czy radzenia sobie ze stresem.

– Dla dużej liczby naszych pracowników nadal ważnym aspektem są kwestie finansowe, dlatego otrzymują oni oprócz – podstawowej pensji dodatkowe świadczenie miesięczne. Wspólnie z naszym wieloletnim partnerem, firmą Sodexo, oferujemy naszym pracownikom przedpłacone karty Lunch Pass, Karty Podarunkowe (z okazji Dnia Dziecka, Mikołajek), jak również Kupony i Bony Podarunkowe – zaznacza na łamach ebooka Sodexo Gabriel Furman, HR Manager w Sherwin-Williams INVER Poland.

Czas na posiłek, czyli profilaktyka zdrowotna

Zmęczenie, trudności z koncentracją, częstsze popełnianie błędów, znużenie, problemy z zarządzaniem emocjami – to wszystko zwykle wiąże się z zaniedbaniem podstawowych potrzeb, do których należy regularne i zdrowe odżywianie. Świadomość pracowników na ten temat często jest bardzo wysoka, jednak nie znajduje odzwierciedlenia w codziennych praktykach, gdy pośpiech i obowiązki biorą górę i spychają posiłki na dalszy plan. Dlatego warto podkreślać wagę przerw obiadowych oraz czasu przeznaczanego na spokojne śniadanie. Z dopasowanym benefitem będzie to jeszcze łatwiejsze – pracownik wyposażony w kartę lunchową sam decyduje, kiedy i gdzie spożywa posiłek. Łatwiej mu też wówczas dopilnować regularności posiłków.

Dostosować pracę do zmieniających się warunków społecznych

Wdrożenie hybrydowego modelu pracy, przystosowanych do obecnych czasów systemów premiowania i oceny pracowników, edukacja kompetencji odpowiadających realiom pracy zdalnej, a także zmiana pokoleniowa, ciągła rotacja pracowników i brak wystarczającej podaży wykwalifikowanych kadr – to największe wyzwania, z jakimi będą musiały się zmierzyć polskie firmy w nowej, popandemicznej rzeczywistości na rynku pracy.



Marcin Zarębski

Head of HR, Edenred Polska

Polskie firmy rzadko posiadają strategię HR-owe określające m.in., w jaki sposób zatrudniać

i zwalniać pracowników, jak ich szkolić, w jaki sposób podchodzić do konfliktów w miejscu pracy, o benefitach nie wspominając. Największym wyzwaniem dla firm w kwestii HR jest aktualnie konieczność dostosowania pracy do zmieniających się warunków społecznych. Organizacje powinny zdobyć nowe kompetencje związane z zarządzaniem zdalnym i pracą w modelu home office, który powoduje, że trzeba inaczej or-

ganizować swoje życie prywatne i zawodowe, w inny sposób motywować, inaczej delegować i się komunikować.

Aspekty istotne podczas wyboru benefitów

Jednym i w zasadzie zapomnianym aspektem strategii HR jest obszar Compensation & Benefits i jego rola w dynamice życia gospodarczego. Wynagrodzenie i jego powiązanie ze stylem pracy i potrzebami pracowników to obszar dziś niezwykle istotny. Weźmy np. z benefitów kartę sportową. W pandemii w zasadzie niepotrzebną, a dziś na tyle zapomnianą, że jest to benefit schyłkowy. Z drugiej strony praca w domu, rosnące ceny żywności skłaniają pracodawców do inwestycji w well-being pracowniczy poprzez np. karty lunchowe Edenred, zaspokajając podstawowe potrzeby pracowników i w ten sposób budując relacje długoterminowe.

Długi czas spędzony na pracy zdalnej to także pomysł na obdarowanie pracowników kartą Sport i Kultura Edenredu, gdzie można samemu wybrać sobie aktywność, jak np. teatr czy kino. Jest jeszcze jeden aspekt ważny w benefitach: optymalizacja kosztowa. Zróbmy audyt i wybierzmy najbardziej potrzebne i dostosowane do oczekiwań i rzeczywistości benefity, a także takie, na których możemy zoptimalizować ZUS (wspomniana już karta lunchowa).

Odpowiedzialne i powiązane z rzeczywistością podejście personalne

Sprawdzeniem jest rekrutacja i właściwe profilowanie kandydatów. Nie tylko pod kątem ich obowiązków na danym stanowisku, ale i tzw. fitu kulturowego, czyli tego, czy będą oni pasować do organizacji pod kątem stylu komunikacji, emocji i wartości. Błędem jest nieuwzględnianie tych aspek-

tów i ich wpływu na funkcjonowanie organizacji, która musi być przecież oparta na wspólnej wizji, wspólnej misji, wartościach. Tutaj przemysłowy onboarding oparty o opiekuna („buddy”), który również na nieformalnych lunchach sprawi, że nowo zatrudnieni będą posiadali komplet kompetencji i będą zmotywowani.

Sprofilowane benefity, uwzględnianie aspektów CSR, a także zaszczepienie pracownikom akcji mających na celu wspólne budowanie świadomości nt. właściwego odżywiania, zarządzania czasem biurowym, (np. projekt For Good.Movement) to jedne z przykładów odpowiedzialnego i powiązanego z rzeczywistością podejścia personalnego. Jeśli chcesz przyłączyć się do projektu i co tydzień otrzymywać dla swoich pracowników wartościowe eksperckie materiały, wystarczy, że do nas napiszesz: forgoodmovement@edenred.com