

RYNEK ŚWIADCZEŃ POZAPŁACOWYCH



Kultura doceniania w biznesie podstawą budowania silnego zespołu i wizerunku pracodawcy

Obserwowany od kilku lat rynek pracownika i relatywnie niska stopa bezrobocia znacząco wpływają na podejście firm do employer branding. Tym, co w odpowiedzi na te zjawiska coraz mocniej zakorzenia się w świadomości wielu polskich przedsiębiorców, jest kultura doceniania. Co robić, by pracownik czuł, że jego wysiłek spotyka się z naszym uznaniem?



Anna **Garmada**
CEO, SLODKIE

Choć wielu ma przekonanie, że EB w polskiej odsłonie wciąż nie dorównuje poziomowi czy benefitom firm zagranicznych, to z pewnością od kilku lat można zaobserwować wyraźną, pozytywną, zmianę w tym zakresie. Jednym z obszarów EB, będącym podstawą dobrych praktyk w firmie i budowania relacji w zespole, jest docenianie pracownika. Empatia, zindywidualizowane podejście, właściwe motywowanie i wsparcie – te czynniki bywają decydujące w kwestii retencji pracowników i ich poczucia satysfakcji oraz zadowolenia. Przekłada się to też bezpośrednio na wizerunek danej marki jako pracodawcy w oczach odbiorców i potencjalnych pracowników.

Pomimo że kierowanie ciepłych słów do pracowników może wydawać się zupełnie naturalne i łatwe, ponieważ wynika z kultury organizacji, to nie zawsze zespół czuje się wystarczająco doceniony. Niekiedy managerowie mają też trudność ze wskazaniem momentów, gdy po-

winni okazać członkom teamów swoją wdzięczność. Kiedy ze strony zarządu powinno wyróżnić szczerze „dziękuję”, „spisaliście się doskonale” lub „cieszę się, że jesteś w naszym zespole”? Okazji jest, wbrew pozorom, całe mnóstwo!

„Dziękuję” nie tylko od święta

Boże Narodzenie czy Wielkanoc to dni, o których w Polsce nie trzeba nikomu przypominać, pracodawcom również. W tym czasie wielu z nich chętnie składa zespołom życzenia, organizuje wspólne wyjścia wigilijne (choć tutaj pandemia dość mocno pokrzyżowała zwyczaj w organizacjach), a także przekazuje zespołom miłe upominki.

W ostatnich latach zauważam jednak nieco odwrotną tendencję wśród naszych klientów, co – nie ukrywam – bardzo mnie cieszy. Coraz więcej europejskich firm pamięta o docenieniu współpracowników przy małych okazjach lub nawet zupełnie bez okazji. Jak to robią? Zostawiają we wspólnej kuchni czy na biurkach w open space słodkości z motywującymi cytatami, a osobom pracującym zdalnie czy przebywającym na zwolnieniu wysyłają od czasu do czasu drobne upominki. Myślę, że rozwijająca się kultura doceniania zmierza właśnie w tym kierunku, a wyrażanie wdzięczności nie tylko od święta coraz lepiej zdomowia się w polskich biurach.

Od jakich okazji zacząć, by wdrożyć te zmiany w swojej organizacji? Sprawdźmy!

Jubileusze, urodziny, awanse

Niektórych dni, gdy powinniśmy szczególnie pamiętać o zespole, nie znajdziemy w standardowym kalendarzu. Awans, rocznica pracy, sukcesy firmowe czy nawet urodziny pracowników to okazje zdecydowanie warte uwzględnienia. Celebrowanie tych bardziej osobistych okazji, jak i docenianie sukcesów firmy, które są przecież efektami tytanicznej pracy członków poszczególnych zespołów, stanowią bardzo ważny element budowania korzystnych relacji. Firmowe eventy z okazji jubileuszy czy świętowanie wygranego przetargu to z pewnością momenty, kiedy warto pokazać, że doceniamy zaangażowanie i lojalność zespołu. Jednak już nawet kilka ciepłych słów prosto z serca może zostać na długo zapamiętanych przez współpracowników.

Dodatkowe okazje i dni pracownicze

Poza świętami czy rocznicami wiele firm szuka także dodatkowych pretekstów do spędzania czasu ze swoimi pracownikami. W ten sposób przedsiębiorcy budują nie tylko mocny zespół, ale także swego rodzaju przewagę na tle konkurencji, prezentując się jako marka kreatywna, której prawdziwym kapitałem są tworzący ją szczęśliwi, zgrani, lubiący się ludzie. Croissant na Dzień Rogalika, wyjście na wspólny lunch w Dzień Pizzy czy krótszy dzień pracy z okazji Dnia Wągarowicza – to tylko niektóre przykłady podejścia do EB, na który dziś pozwalają sobie wybrane firmy.

Warto wziąć pod uwagę również dni poświęcone konkretnym branżom lub pracownikom. W kalendarzu świąt nietypowych z pewnością znajdują się te, będące ważne z punktu widzenia danej firmy. Przykłady dni branżowych w 2023 r. to np. Dzień Informatyka (8 czerwca), Dzień Piekarza i Cukiernika (15 marca) czy Dzień Kierownika (17 września). Chociaż święta takie, jak Dzień Doceniania Pracownika (5 marca) dalej figurują jedynie w internecie, to w Polsce zaczyna mówić się o nich coraz głośniej. Warto w tym kontekście zwrócić także uwagę na Światowy Dzień Zdrowia Psychicznego (10 października), który zyskuje coraz większe znaczenie w świadomości pracodawców. Z każdym rokiem chętniej i więcej mówi się o zdrowiu psychicznym pracowników, co szczególnego znaczenia nabrało po długim czasie pandemii, izolacji i ograniczeń wynikających z obostrzeń.

Jakie podziękowanie spotka się z uznaniem pracownika?

Wokół form podziękowań krąży mnóstwo tych pozytywnych, jak i zdecydowanie niekorzystnych case study. Każda okazja powinna być dostosowana do charakteru, ale i oczywiście możliwości (również finansowych) danej firmy. Trudno zaproponować rozwiązanie w pełni uniwersalne, jednak jest kilka elementów, na które my zwracamy szczególną uwagę. Rekomendujemy dwa kierunki.

Po pierwsze – personalizacja. Im bardziej zindywidualizowane podziękowania, tym większa szansa, że pracownik poczuje się wyjątkowo. Czasem wystarczy choćby kilka słów, ale skierowanych do konkretnej osoby za jasno określone

dokonania czy sukcesy. Do prezentu warto zaś dołączyć na przykład karteczkę z odręcznie napisanym podziękowaniem, czy życzeniami. Ten drobny gest może okazać się bardzo ważny w oczach odbiorcy. Po drugie – odpowiedzialne, ekologiczne podejście. Dotyczy to naturalnie tematu prezentów, które – przy dużej ilości czy częstotliwości zamawiania – robią ogromne znaczenie dla środowiska. Coraz więcej firm identyfikuje się również proekologicznie, zatem wręczenie takich upominków jest niejako przedłużeniem DNA marki. Od dawna realizujemy „zieloną rewolucję”, oferując klientom ekologiczne opakowania, krótkie, czyste składy produktów oraz najwyższą jakość czekolad top gourmet. Jest to zatem z jednej strony kierunek, w którym my chcemy się rozwijać, jak i odpowiedź na potrzeby europejskich pracodawców.

Podsumowując, gdy planujemy kalendarium wyjątkowych okazji, w których można docenić pracownika, warto zawsze pamiętać o najważniejszym – słowie „dziękuję”. Nawet najbardziej kosztowny upominek nie zastąpi uczciwego feedbacku, podziękowania za zaangażowanie, uśmiechu czy szczerzej pochwały. Kultura doceniania rozpoczyna się już od małych gestów, które finalnie mają wielkie znaczenie dla budowania samopoczucia, zadowolenia z pracy, ale też własnej wartości i pozycji w zespole. Osobiście bardzo cieszy mnie fakt, że coraz więcej pracodawców jest świadomych tego, jak bardzo pożądane są dziś kompetencje miękkie i empatia. Myślę, że dobrze wróży to także przyszłości rynku pracy, który z pewnością będzie coraz bardziej wymagający.

Jakie benefity najbardziej cieszą pracowników?

Konkurencyjne wynagrodzenia stanowią ważny czynnik przyciągania i zatrzymania utalentowanych pracowników. Jednak dla kandydatów i zatrudnionych liczy się także oferta benefitów, zwłaszcza tych, które posiadają wymiar finansowy i mogą w znaczący sposób wpłynąć na budżet domowy pracowników.



Beata **Olszewska**

Senior HR Consultant,
Randstad Polska

Podejście do benefitów zaczęło zmieniać się już w czasie pandemii, a część świadczeń pozapłacowych straciła na znaczeniu. Gdy wciąż odczuwane są skutki inflacji, a zawartość portfeli jest skromniejsza, na pierwszy plan wysuwają się przede wszystkim te rozwiązania, które odciążają domowe budżety pracowników. Liczy się to, co pozwala zaoszczędzić na zakupach, prywatnej opiece medycznej, posiłkach, wakacjach czy kosztach dojazdów.

Najistotniejsze są benefity, które poprawiają domowe budżety

Jak wynika z 50. edycji Monitora Rynku Pracy Instytutu Badawczego Randstad, aż 64 proc. pracowników oczekuje wsparcia od pracodawców w związku z inflacją, najczęściej

chodzi o sukcesywne podwyżki wyrównujące inflację (56 proc.) czy jednorazową stałą podwyżkę (29 proc.). Dodatkowe benefity chciałoby natomiast otrzymać 26 proc. pracowników, a w tej kategorii najczęściej są wymieniane bony towarowe do sklepów spożywczych, które uzyskały aż 69 proc. wskazań.

Dla pracowników ciągle liczą się prywatna opieka zdrowotna oraz ubezpieczenie na życie. Wsparcia w zakresie dbania o zdrowie oczekuje niemal co drugi pracownik (dokładnie 49 proc.), a 37 proc. chce być objętym ubezpieczeniem na życie. Pracownicy chcą także, by pracodawca zapewnił im szkolenia i kartę sportową, a także dopłatę do wczasów oraz paczki lub prezenty dla rodzin i dzieci na święta.

Natomiast do najczęściej proponowanych pracownikom bonusów należą: ubezpieczenie na życie (pracodawcy oferują je 33 proc. badanych), szkolenia (30 proc.), prywatna opieka zdrowotna (23 proc.) i karta sportowa (22 proc.).

Wsparciem, które może odciążyć budżet pracowników i jest przez nich pożądane, jest dofinansowanie posiłków. Mogą to być karty lunchowe,

dzięki którym można zapłacić za obiad w pracowniczej kantine lub za gotowe dania, czy dowolny posiłek w punktach gastronomicznych. Wygodne jest także zamawianie jedzenia online przez pracowników. Dodatkową zaletą dla pracodawcy jest fakt, że z tego benefitu może skorzystać 100 proc. załogi, a kwota przekazana na karcie lunchowej jest zwolniona z ZUS do 300 zł miesięcznie na pracownika. Takie zwolnienie wynika z §2 ust. 1 pkt 11 rozporządzenia składowego.

Pracownicy mogą także skorzystać z benefitów jednorazowych na platformie kafeterijnej. Mogą wymienić punkty z platformy, przyznane w ramach premii okolicznościowych lub wynikowych czy po prostu jako docenienie przez szefa, na bony, dzięki którym zrobią zakupy w wybranych przez siebie sklepach lub kupią bilet do kina.

Szkolenia w miejscu pracy i poza nim

Pracownicy chcą mieć możliwość odbycia szkoleń w miejscu pracy i poza nim, a doskonalenie umiejętności i przekwalifikowywanie kadry może też pomóc firmie poradzić sobie z niedoborem wykwalifikowanych pracowników.

Skuteczne modele szkoleń to np. staże i mentoring, a innym sposobem zapewnienia sobie przez firmę wykwalifikowanej kadry są opcje szkoleń poza miejscem pracy i programy finansowania kształcenia. Inwestycja w pracowników może pomóc firmie budować ich lojalność i powstrzy-

mać przed odejściem z pracy. Według badania przeprowadzonego przez Randstad, 43 proc. pracowników, którzy zmienili pracę, przyznało, że zrobiło to z powodu lepszych możliwości rozwoju kariery.

Jak wynika z raportu Randstad Employer Brand Research 2022 dla Polaków istotna jest także przyjazna atmosfera, a tuż za nią bezpieczeństwo zatrudnienia. Pożądane są także dodatkowe dni urlopu, co może ograniczyć rotację pracowników, a dodatkowy czas wolny może też poprawić wydajność pracy i zmniejszyć ryzyko wypalenia pracowników. Więcej czasu wolnego pozwala pracownikom skupić się na ich dobrostanie fizycznym i psychicznym. Takim rozwiązaniem może być też wcześniejsze kończenie pracy w piątek, zwłaszcza w tych firmach, które ze względów biznesowych nie są w stanie zaoferować całego dnia wolnego. Inne rozwiązania obejmują późniejsze rozpoczęcie pracy w jednym dniu tygodnia, umożliwiające dłuższy sen, a także wydłużony czas na obiad albo dodatkowe 30 minut przerwy każdego dnia, aby pozwolić pracownikom poćwiczyć, poczytać, uczestniczyć w zajęciach. Te rozwiązania mogą pomóc w łagodzeniu stresu.

Aż 25 proc. światowej populacji zmaga się z różnymi dolegliwościami psychicznymi, takimi jak lęk i depresja, zaś tylko jedna na trzy osoby zwraca się z prośbą o pomoc. Bez leczenia te dolegliwości mogą mieć wpływ na wydajność w pracy, prowadzić do wzrostu nadmiernej absencji i zmiany pracy. Pracodawcy mogą pomóc

zmniejszyć stres, jaki odczuwają pracownicy w dzisiejszych warunkach postpandemicznych, proponując różne możliwości wsparcia zdrowia fizycznego i psychicznego. Mogą to być np. poradnictwo prowadzone przez Internet i wirtualne szkolenia związane ze zdrowiem psychicznym. Pracownicy chcą także być doceniani, a uznanie wobec pracowników i ich zatrzymanie w firmie są ze sobą ściśle powiązane. Obejmuje to zarówno uznanie managera wobec swojego zespołu, jak i współpracowników. Okazuje się także, że ciągle występuje duży rozdźwięk między tym, czego potrzebują pracownicy, a co są im skłonni zaoferować pracodawcy. Z badania Randstad wynika, że o dodatkowym urlopie marzy 83 proc. pracowników, tymczasem oferuje go zaledwie 34 proc. pracodawców. Opieka zdrowotna jest istotna dla 81 proc. kadry, a otrzymuje ją 38 proc. zatrudnionych. Podobnie jest z elastycznymi godzinami pracy (odpowiednio 78 i 40 proc. wskazań), całkowitym lub częściowym zwrotem kosztów dojazdu do pracy (76 i 19 proc.), a także szkoleniami wewnętrznymi i dofinansowaniem dalszej edukacji (75 i 42 proc.). Oczywiście wszystko zależy od tego, jakim dysponujemy budżetem na benefity. Podsumowując, żaden benefit nie zmniejszy nam rotacji, jeśli nasze wynagrodzenia są poniżej rynku, ale jeśli nasze wynagrodzenie jest rynkowe, zestaw dopasowanych do potrzeb pracownika benefitów zwiększa znacząco atrakcyjność pracodawcy.

Przełożony umyje okna i zajmie się dzieckiem pracownika

Obecna sytuacja gospodarcza sprawia, że coraz więcej firm wspiera swoje zespoły w bardzo szerokim zakresie. Pomoc nie zawsze dotyczy zwiększenia wynagrodzenia czy premii. Często ma też inną formę – pozapłacową. Przełożeni oferują nie tylko standardowe benefity. Idą o krok dalej, płacą za zakupy, zajęcia medytacyjne, sprzątanie mieszkania, porządkowanie nagrobków bliskich, opiekę nad dzieckiem, a nawet rodzicami pracownika, jeśli wymagają oni wsparcia.



Igor **Marczak**

wiceprezes, SeniorApp

Wzrost kosztów prowadzenia biznesu i zatrudniania jest coraz bardziej odczuwalny dla pracodawców. Wielu z nich, mimo nadchodzącej recesji na rynku, musi działać, inaczej będzie musiało zamknąć swój biznes. Rosnąca liczba firm zaczyna kompleksowo dbać o zespół, bo wie, że bez pracowników nie przetrwa. Jednak kadra w erze niepewności, jak nigdy wcześniej, potrzebuje stabilizacji

i bezpieczeństwa, a także dodatkowej opieki ze strony pracodawcy, która coraz częściej wykracza poza standardowe działania.

Vouchery zakupowe, karty sportowe, zajęcia medytacyjne oraz joga to jedne z najpopularniejszych dodatków pozapłacowych wybieranych przez pracowników polskich firm w pierwszym półroczu br. – wynika z raportu Wyprzedzić trendy. Trendbook HR Managera na rok 2023 platformy Worksmile. Tylko na tej aplikacji w ciągu 6 miesięcy 2022 r. nasi rodacy (aktywni zawodowo) zanotowali łącznie prawie 4 miliony aktywności obejmujących ponad 100 różnych form odpoczynku i spędzania wolnego czasu. Chętnie oddawali się działaniom relaksacyjnym i wyciszającym, odbyli prawie 42 tys.

praktyk jogi oraz ponad 33 tys. sesji medytacyjnych.

Zakupy i usługi od pracodawcy

Do benefitów cieszących się obecnie największą popularnością – wśród osób, które same decydują o tym, jakie dodatki do wynagrodzenia otrzymają od firmy – należy też wsparcie finansowe udzielane przez pracodawcę w formie konkretnych usług. Najczęściej w postaci dodatkowego ubezpieczenia oraz pakietów medycznych, ale też zakupów. W przypadku tych ostatnich najpopularniejszymi sklepami i platformami, gdzie pracownicy realizują środki otrzymane od pracodawców w ramach kafeterii benefitów, jest Allegro.pl, Biedronka, Empik, Pyszne.pl i Decathlon (dane Worksmile).

Szef pomaga po pracy

Wiele organizacji zaczyna zwracać uwagę i dbać również o prywatny czas oraz życie pracownika. Opieka przełożonego nie zaczyna się w biurze o godz. 8. i nie kończy o 15. Analiza naszych danych wyraźnie pokazuje, że wsparcie firm coraz częściej przenosi się też do mieszkań pracowników. Do tej pory musieli oni sami dbać o załatwianie spraw życia codziennego. Obecnie tym obszarem obowiązków domowych zajmuje się

ich przełożony, a dokładnie usługodawca, któremu szefowie płacą za zrealizowanie działania wybranego przez pracownika. Polacy, którzy mają tego typu wsparcie, nie muszą już sprzątać mieszkania czy myć okien, bo zrobi to za nich ktoś inny. Co więcej, gdy obowiązki zawodowe wymagają przebywania poza domem dłużej niż zwykle lub w nietypowych godzinach, przełożony na ten czas zapewnia pracownikowi nianię dla dziecka, zadba też o czworonoga, a jeśli bliscy są w potrzebie, to zaopiekuje się także np. starszymi rodzicami. Taka forma wsparcia, mimo że wykracza poza sferę zawodową, cieszy się rosnącą popularnością wśród osób aktywnych zawodowo. Z raportu SeniorApp wynika, że najczęściej wybierają oni pomoc w sprzątaniu mieszkania, myciu okien, robieniu zakupów, drobnych naprawach typu „złota rączka”, czy w pracach ogrodowych. W październiku – wśród pracowników korzystających z benefitów kafeterijnych – wzrosło zainteresowanie usługami porządkowymi na ementarzu (mycie nagrobka i sprzątanie obszaru wokół niego, z wliczonym dojazdem, środkami myjącymi oraz dokumentacją fotograficzną po wykonaniu usługi). Otwarcie rynku pracy sprawiło, że przedsiębiorcy w Polsce siłą rzeczy

zostali zmuszeni do wprowadzenia standardów obecnych w światowym biznesie. Myślę, że to się udało. Jeśli chodzi o wdrażanie dedykowanych programów benefitowych, pracodawcy wykonali już pierwszy, najtrudniejszy i najbardziej potrzebny krok – zrozumieli potrzebę wsparcia pracowników, szczególnie w tych trudnych czasach. Oczywiście z benefitów częściej korzystają korporacje niż np. przedsiębiorcy prywatni. Jednak to nie jest regułą, bo wiele osób bez względu na miejsce pracy poszukuje wsparcia u pracodawców, a w obecnej sytuacji gospodarczej liczą na wsparcie finansowe w każdej formie. Ten trend będzie się utrzymywał, a przyszłością firm jest wellbeing finansowy, czyli zabezpieczenie poczucia komfortu i dobrostanu finansowego pracowników, w skład którego wchodzi: umiejętność zarządzania pieniędzmi, realizacja celów finansowych oraz brak stresu na myśl o aktualnym i przyszłym stanie konta. Tu z pomocą przychodzą m.in. benefity kafeterijne. By jednak skutecznie odpowiedzieć na potrzeby pracowników w tym zakresie, pracodawca powinien je poznać, a także wprowadzić edukację finansową, która umożliwi zwiększenie świadomości i odpowiedzialności związanej z osobistymi wydatkami.

Utrzymać pracowników w firmie

Jednym z najlepszych sposobów na utrzymanie rozwoju firmy jest posiadanie odpowiedniej załogi. Jak zatrzymać talenty w przedsiębiorstwie? Nie jest to proste zadanie. Tym bardziej że badania rynkowe wskazują, iż co trzeci zatrudniony szuka obecnie nowego zajęcia, a aż 85 proc. osób rozważa zmianę pracy na nową^[1]. Co piąty badany zmienił pracę w ciągu roku. Z czego wynika duża rotacja? To pomoże zatrzymać talenty w firmie.

Dlaczego Polacy poszukują nowej pracy i jak często ją zmieniają? Badania rynkowe wskazują, że co piąta osoba w ciągu roku zdecydowała się na przejście do nowego pracodawcy, a 12 proc. badanych zmieniło pracę w ciągu jednego roku do dwóch lat. Aż 73 proc. osób chciałoby więcej zarabiać niż dotychczas – i to ich główna motywacja do zmiany pracy. 26 proc. nie miało możliwości rozwoju u poprzedniego pracodawcy, a co czwarty czuł się niedoceniany. Istnieje także grupa osób, które przez ponad dekadę pracują u tego samego pracodawcy. To aż 24 proc. pracowników. Co wpływa na ich niesłabnące zaangażowanie? Co zrobić, by zatrudnieni nadal pracowali u nas i rozwijali się w szeregach naszej firmy? Oto kilka działań, które pomogą zminimalizować ryzyko zwolnień.

Każdy pracownik powinien być nastawiony na sukces

Jaki jest klucz do zatrzymania pracownika w firmie? Poczucie się z nią związany, o ile jest nastawiony na sukces. Już od samego początku pracownik powinien wiedzieć, jakie są cele firmy i jakie benefity zyska, gdy przedsiębiorstwo będzie rentowne. Posiadanie jasno sprecyzowanego celu daje pracownikom motywację do działania. Kluczową rolę w procesie motywacyjnym odgrywają szkolenia. Takiego zdania jest także Sebastian Kopiej, prezes zarządu agencji PR Commlpace. – Motywacja pracowników jest kluczowa. Dzięki niej wykonywanie obowiązków zawodowych nie jest przykrą koniecznością, a czymś, co daje satysfakcję. Warto o tym przypominać. Istotne jest zatem organizowanie szkoleń i wyjazdów integracyjnych. Pracownicy doceniają benefity, jakimi są wyjazdy w gronie osób, z którymi pracują na co dzień. Zmotywowany pracownik nie będzie szukał nowej pracy, ale będzie chciał się rozwijać w danej firmie – wyjaśnia Sebastian Kopiej. Co jeszcze pomaga zwiększyć motywację? To programy mentorskie. Pracownicy mają możliwość uczenia się od osób starszych i doświadczonych. To napędza ich do pracy i pokazuje, jak wiele można osiągnąć w danej organizacji.

Pozwól pracownikom wyrażać swoją opinię Pracownicy muszą czuć, że są częścią firmy i ją budują. W związku z tym daj im wyrażać ich własne zdanie. – Pamiętajmy, że to pracownicy są najbliższymi klientami, znają ich potrzeby i wiedzą, jakie zmiany powinny być wprowadzane na co dzień. Istotne jest

zbieranie opinii zatrudnionych na temat modelu biznesowego, ale także ich własnego samopoczucia. W ramach ankiet warto pytać, jakich narzędzi potrzebują, a także jakie zmiany organizacyjne są niezbędne, by dobrze czuli się w firmie – wyjaśnia Sebastian Kopiej z Commlpace.

Co jeszcze jest istotne dla współczesnych pracowników? To elastyczność. Pandemia koronawirusa pokazała, że możliwe jest wykonywanie obowiązków zdalnie. Wiele

firm – po pandemii – próbowało wrócić do pracy z biura, a tym samym... straciło część pracowników. Okazuje się, że pracę można wykonywać równie skutecznie z dowolnego miejsca – nie tylko z biura. Pracodawcy powinni być zatem elastyczni i dawać pracownikom większą swobodę działania. Być może w przyszłości najlepiej sprawdzi się zadaniowy system pracy.

Ostatnim elementem, jaki powinieneś wdrożyć do swojej firmy, jest udzielanie

pochwał pracownikom. Być może to banał, ale zwiększa motywację i poprawia samopoczucie każdej osoby. Doceniaj nie tylko duże projekty – zwracaj uwagę także na małe sukcesy. Podejmowanie działań nakierowanych na dobrobyt pracownika pomoże ci zatrzymać go w firmie, a także pozytywnie wpłynie na employer branding.

[1] https://media.pracuj.pl/163_013-co-napedza-polakow-do-zmiany-pracy-badanie-pracujpl

REKLAMA

VANITYSTYLE
TIME FOR ACTION

Z nami zbudujesz kulturę organizacyjną, w której najważniejszy jest człowiek.



Karty sportowe FitProfit i FitSport
- benefit wielokrotnie nagradzany w niezależnych badaniach!



Porozmawiajmy, jak możemy wspólnie zadbać o zdrowie fizyczne i mentalne Twoich pracowników. www.aktywnypracownik.pl



Odwiedź nas na LinkedIn

www.vanitystyle.pl

Pracownicy mają wybór

Rynek benefitów zmienia się bardzo dynamicznie. Niegdyś liderzy na liście popularnych świadczeń pozapłacowych ustąpili miejsca innym dodatkom do wynagrodzenia. Wraz z trendami dot. benefitów zmieniło się też podejście pracodawców. Zaczęli oni traktować je poważnie – dostosowali do obecnej rzeczywistości, a decyzję o formie dodatku przekazali w ręce pracowników.



Magda Dąbrowska
wiceprezes, Grupa Progres

Jeszcze kilka lat temu statystyczny pracownik korporacji otrzymywał zestaw benefitów pozapłacowych, które miały stanowić pewnego rodzaju bonus, a nawet nagrodę za wykonywane obowiązki zawodowe. Każdy dostawał tyle samo i to samo. Niestety często, zamiast sprawiać radość, takie benefity okazywały się karą i pieniędzmi wyrzuconymi przez pracodawcę w błoto. Siłowni, do których kartę miał chyba każdy niebieski kołnierzyk, nie zalewała fala ćwiczących pracowników, a ostateczna detronizacja dodatku tego typu nastąpiła w czasie pandemii COVID-19, gdy zostaliśmy zamknięci w domach i ostatnią rzeczą, której od przełożonego potrzebowało wielu pracowników, był wspomniany karnet na siłownię.

Epidemia zrewolucjonizowała benefity

Epidemia stanowiła jeden z kluczowych momentów – impuls do kolejnych zmian, który jeszcze bardziej wyczuł pracodawców na potrzeby ich zespołów. Ta wrażliwość w nowoczesnych organizacjach utrzymuje się zresztą na bardzo wysokim poziomie do dziś. Przełożeni zdali sobie sprawę z tego, że to dany pracownik najlepiej wie, czego oczekuje w danym momencie, dlatego w kwestii benefitów zostawiają zespołom wolną rękę. Co potwierdza też rosnąca liczba użytkowników platform oferujących systemy kafeterijne. Jako organizacja, która zatrudnia niemal dwieście pięćdziesiąt osób – tworzących zespół, działający częściowo w formie rozproszonej (pracujący w oddziałach naszej firmy zlokalizowanych w całej Polsce)

– wykorzystujemy system kafeterijny od wielu lat. Dla tak dużej firmy, jak nasza, z różnorodnym zespołem, kafeteria to zdecydowanie najwygodniejsze rozwiązanie współczesnego rynku świadczeń pozapłacowych. Doskonale wiemy, że inne benefity są atrakcyjne dla młodych ludzi na początku drogi zawodowej, inne dla młodych rodziców, a jeszcze inne dla dojrzałych pracowników, u szczytu kariery zawodowej. Dlatego, zamiast silić się na oryginalność i podciągać każdego pod wspólny mianownik, warto dać zespołom dostęp do wielu gotowych benefitów z różnych dziedzin i lokalizacji, z którego mogą oni wybierać dodatki samodzielnie i w dowolnym momencie decydować, co jest dla nich najbardziej atrakcyjne.

Benefity dobrze wykorzystane przez pracodawców

W epoce koronawirusa, wojny w Ukrainie, rosnącej inflacji, szalejących cen i permanentnego stresu w życiu prywatnym oraz zawodowym, wiele firm zaczęło przykładać też większą wagę do zdrowia fizycznego pracowników oraz ich kondycji psychicznej. Przełożeni zdali so-



Podążanie z duchem czasu wymaga rozważ. Wolne dni, których w formie benefitu oczekuje coraz więcej pracowników, to rozwiązanie z pewnością warte wdrożenia w firmie np. poprzez możliwość krótszej pracy w wybrane piątki albo dodatkowe i płatne dni urlopowe z okazji jubileuszu, urodzin czy sukcesu zawodowego.



bie sprawę z tego, że ludzie – jak nigdy wcześniej potrzebują poczucia bezpieczeństwa i równowagi między życiem prywatnym a służbowym. Zaczęli więc dawać im to poczucie poprzez różne działania, w tym celu wykorzystali również benefity.

Jak wynika z raportu Grupy Progres, aż 56 proc. osób bierze udział w – opłaconych przez przełożonego – kursach i szkoleniach, również tych z zakresu psychoedukacji. To benefit, który jest niezwykle potrzebny, szczególnie gdy weźmiemy pod uwagę, że kondycja psychiczna naszych rodaków nie jest w najlepszym stanie i często ma ona wpływ na ich wydajność i aktywność zawodową. Niestety w Europie tylko 23 proc. pracowników deklaruje, że zgłosiłoby się do swojego managera w sytuacji doświadczania problemów psychicznych. W Polsce zrobiłoby to jedynie 8 proc. kadry. Obawy przed poruszeniem tego tematu potwierdza m.in. raport Human Power badający odporność psychiczną polskich organizacji – aż 77 proc. ankietowanych jest zdania, że pracownicy boją się mówić o problemach natury psychicznej, a z wszelkiego rodzaju przeszkodami próbują sobie radzić na własną rękę. Sytuacja staje się stresująca również dla przełożonych, którzy odrabiają lekcję z psychoedukacji, a żeby ją popularyzować, często oferują ją zespołowi w formie świadczenia pozapłacowego.

Skala oczekiwań osób aktywnych zawodowo jest jednak bardzo duża. Co potwierdza m.in.

raport McKinsey & Company, z którego wynika, że aż 91 proc. badanych już po pierwszym roku pandemii podkreślało, że pracodawcy powinni dbać o ich zdrowie psychiczne. Firmy starają się robić to na wiele sposobów. Jak wynika z raportu Grupy Progres „Rynek pracy 360. Polityka kadrowa”, 27 proc. badanych podnosiło już swoje kwalifikacje zawodowe pozwalające im nie tylko dobrze zarządzać zespołem, ale też zadbać o jego zdrowie psychiczne.

Ostrożnie z niektórymi benefitami

Podążanie z duchem czasu wymaga rozważ. Wolne dni, których w formie benefitu oczekuje coraz więcej pracowników, to rozwiązanie z pewnością warte wdrożenia w firmie np. poprzez możliwość krótszej pracy w wybrane piątki albo dodatkowe i płatne dni urlopowe z okazji jubileuszu, urodzin czy sukcesu zawodowego. Racjonalnego podejścia wymaga natomiast inna z form, o której zrobiło się w Polsce głośno – 4-dniowy tydzień pracy, którym od lat cieszą się np. Francuzi pracujący tygodniowo 35 godzin. Ten model nie okazał się panaceum na wszystkie bolączki pracowników tego kraju. Na pytanie o największe obawy związane z wykonywanymi obowiązkami, jakie firma badawcza Great Place to Work zadała Francuzom w ogólnokrajowym sondażu, aż 49 proc. wymieniło wypalenie zawodowe, 27 proc. zbyt duże tempo pracy, a 26 proc. utratę wiary w jej sens. Co więcej, Eu-



Epidemia stanowiła jeden z kluczowych momentów – impuls do kolejnych zmian, który jeszcze bardziej wyczuł pracodawców na potrzeby ich zespołów.

ropejska Agencja Bezpieczeństwa i Zdrowia Pracy donosi, że ok. 50 proc. Europejczyków twierdzi, że powszechnym problemem w ich firmie jest stres. Dlatego nieumiejętnie praktykowany i wdrażany 4-dniowy tydzień pracy może stanowić pozorny benefit, bo w rzeczywistości będzie zmuszał do jeszcze bardziej intensywnego wykonywania obowiązków zawodowych, a w konsekwencji do dużego napięcia nerwowego. Nowoczesna technologia oraz rosnąca liczba firm oferujących dedykowane rozwiązania dostępne na wyciągnięcie ręki, o dowolnej porze i w dowolnym miejscu, zdecydowanie ułatwiają pracodawcy rozwiązanie kwestii benefitów pracowniczych. Te nowoczesne powinny być przystosowane do trybu życia człowieka w XXI wieku. Dobry pracodawca musi jednak przede wszystkim słuchać potrzeb zespołu i odpowiednio na nie reagować i z całego wachlarza rozwiązań wybierać nie te modne, ale te mądre rozwiązania.