

NOWOCZESNY HR



Cyfrowa rewolucja nie omija HR

W erze powszechnej cyfrowej transformacji żaden obszar organizacji nie pozostaje nietknięty. Nie inaczej jest w przypadku zagadnień HR, które stają się podatnym gruntem dla innowacji i zmian. Wszystko po to, by wykorzystać technologię do automatyzacji powtarzalnych czynności, gromadzenia dokumentów czy weryfikacji danych, dając ludziom możliwość zajęcia się tym, co unikalne, ale też kluczowe dla działania firm i rozwoju biznesu.



Anna Puka

dyrektor działu Pre-sales Consulting w Webcon

Cyfralizacja HR z korzyścią dla... wszystkich

Digitalizacja procesów HR przynosi szereg istotnych korzyści. Z punktu widzenia pracownika intuicyjne rozwiązanie IT to m.in.: szybsze procesowanie wniosków HR, łatwy dostęp do aktualnych danych osobowych, szkoleń oraz procedur wewnętrznych. Dla menagera dobry system powinien z kolei stanowić źródło podstawowych informacji o pracownikach (dane z umów, nieobecności, delegacje) oraz przewodnik po tym, jak efektywnie wspierać zespół

w rozwoju (szkolenia, cykliczny feedback). Beneficjentem jest też, a może przede wszystkim, sam zespół HR, który korzystając z systemu ma pod kontrolą zarówno dane dotyczące pracowników, ich rozwoju oraz repozytorium dokumentów, jak i same procesy czy komunikację z nimi związaną.

Na takim rozwiązaniu skorzysta właściwie cała firma. Dzięki automatyzacji zmniejsza się ryzyko ludzkich błędów, a rośnie efektywność i buduje silna marka nowoczesnego, idącego z duchem czasu pracodawcy. Wreszcie – czas to pieniądz. Wyobraźmy sobie, że dziesięciu specjalistów, których praca jest wyceniana na 250 PLN za godzinę, wypełnia przez 60 minut papierowe druki kadrowe. Łatwo policzyć koszt dla przedsiębiorstwa, a dziś takie dane w sposób automatyczny uzupełnić mogłaby cyfrowa aplikacja biznesowa. Szybsza komunikacja i niższe koszty związane z realizacją zadań z zakresu HR to realne oszczędności dla całej firmy.

Cyfrowa odpowiedź na wyzwania HR

Z każdą szansą wiążą się również wyzwania. Te w obszarze HR dotyczą np. stosunkowo nowego na gruncie polskim, hybrydowego modelu pracy. Od zespołów HR często oczekuje się wsparcia w ewidencjonowaniu pracy zdalnej, zachowaniu równowagi pomiędzy pracą z domu a tą w biurze, w utrzymaniu komunikacji i zaangażowania zespołu, zarządzaniu czasem pracy, wynikami i rozwojem oraz w zapewnieniu odpowiednich narzędzi i wsparcia dla pracowników zdalnych. Dziś działy HR muszą też umiejętnie zarządzać zmianami organizacyjnymi poprzez odpowiednie komunikowanie się z pracownikami, budowanie zaufania i zaangażowania, tworzenie planów ewaluacji, szkoleń i rozwoju oraz dostosowywanie procesów HR do nowych potrzeb i oczekiwań pracowników.

Cyfrowy świat oferuje szeroki wachlarz rozwiązań odpowiadających na te potrzeby. Istnieją systemy, które ewidencjonują czas pracy i usprawniają raportowanie wykonanych zadań, a także automatyczne przydzielanie tych nowych pomiędzy członków zespołu. Są też programy do dystrybucji dokumentów firmowych, które pozwalają sprawdzić, czy dany plik został zaakceptowany. Jeszcze inne wspierają procesy związane z całym tzw. twardym HR-em, takie jak np. proces rekrutacji, onboarding i offboarding, przetwarzanie i archiwizacja dokumentów czy administracja i tzw. e-teczki pracownika.

Niektóre firmy decydują się na wdrożenie wielu systemów IT, które adresują takie wyzwania. Z punktu widzenia rozwoju i późniejszego utrzymania warto jednak rozważyć wybór jednej platformy do automatyzacji, która umożliwi budowę dedykowanych aplikacji pod każdy proces. Co jeszcze trzeba wziąć pod uwagę?

Nie ma dwóch takich samych procesów HR

W wielu firmach każdy proces jest jak osobna historia. Różnice występują na każdym poziomie – spółek i oddziałów zlokalizowanych często w różnych krajach, departamentów, a nawet stanowisk. Nuanse mogą dotyczyć liczby dodatkowych dni urlopowych, kwestii prawnych, przysługujących benefitów czy sposobu segregacji dokumentów (jak np. części A, B, C i D w e-teczce pracownika w Polsce). Możliwość pełnego dostosowania aplikacji, formularzy, struktury i notyfikacji jest w tym przypadku absolutną koniecznością. Dlatego tak kluczowe jest, aby wybrana do automatyzacji platforma była na tyle elastyczna, aby dopasować się do specyficznych dla danej branży i firmy procesów.

W dzisiejszym, zmiennym środowisku biznesowym, aspektem kluczowym przy zarządzaniu zmianą i przygotowywaniu firmy na nowe, są perspektywy rozwoju narzędzia. Istotne, by platforma pozwalała na wprowadzanie zmian „na żywo”, w już urucho-

mionych i działających aplikacjach. I nie chodzi tu tylko o szybką zmianę uprawnień czy sposobu autoryzacji, ale przede wszystkim o szansę na rozbudowę procesu lub całkowitą jego modyfikację. Należy też wspomnieć o możliwości integracji rozwiązania z innymi systemami wykorzystywanymi w firmie, takimi jak np. ERP, systemy finansowo-księgowo, platformy szkoleniowe czy rozwiązania obsługujące rekrutacje. Włączenie platformy w spójny ekosystem IT pozwoli na automatyczną wymianę danych pomiędzy systemami i zapewni firmie płynność operacyjną. I w końcu – wprowadzenie nowoczesnych technologii i praktyk wymaga holistycznego podejścia oraz zaangażowania całej organizacji. Obszar HR powinien być traktowany jako jeden z priorytetów w drodze do transformacji cyfrowej i otrzymać odpowiednie zasoby w tym zakresie. Na szczęście dobrze dobrane technologie już teraz z powodzeniem wspierają dialog pomiędzy biznesem i specjalistami IT. Pozwalają też na szybkie dostarczenie aplikacji biznesowych, które, początkowo może nie są idealne, ale natychmiastowo adresują potrzeby pracowników. A ci mogą je testować w swojej codziennej pracy, zgłaszać propozycje zmian i dzięki temu stale rozwijać.

Wzięcie pod uwagę powyższych aspektów to pewność, że firma otrzyma rozwiązanie, które nadąży za jej rozwojem i, jako realne wsparcie, przyniesie wartość dla organizacji na długie lata.

Nowoczesne technologie a rynek pracy

Z Joanną Pruszyńską-Witkowską, VP Future Collars, rozmawia Justyna Szymańska.

Jakie zauważa Pani trendy w transformacji cyfrowej w obszarze HR?

Kluczowym nurtem jest automatyzacja oraz robotyzacja procesów. Według badania PwC z 2023 roku, aż 56 proc. działów HR w Polsce planuje zwiększyć stopień automatyzacji w ciągu najbliższych dwóch lat. Ten trend umożliwia skoncentrowanie uwagi na strategicznych aspektach działalności. Analiza danych odgrywa istotną rolę, gdyż według badań Sedlak & Sedlak z 2023 roku, aż 80 proc. firm w Polsce wykorzystuje dane do podejmowania kluczowych decyzji, co znacząco wpływa na zarządzanie talentami. W dobie pracy zdalnej i hybrydowej priorytetem staje się doświadczenie pracownika. Według badania Gartnera z 2023 roku aż 89 proc. pracowników uznaje pozytywne doświadczenie cyfrowe za istotne. E-learning oraz rozwój kompetencji cyfrowych odgrywają kluczową rolę, przy czym 90 proc. firm oferuje szkolenia online, jak wynika z badań Sedlak & Sedlak z 2023 roku. To podkreśla konieczność inwestowania w rozwój pracowników. Niezmiernie istotne stają się także praktyki HR oparte na zrównoważonym i inkluzywnym podejściu. Budowanie różnorodnych i zaangażowanych zespołów jest kluczowe dla długoterminowego sukcesu organizacji. Co więcej, badanie „Reskilling oczami Polaków” (2023) przeprowadzone przez Future Collars ilustruje trend wykorzystania danych do podejmowania decyzji HR, pokazując, że 71 proc. Polaków oczekuje spersonalizowanych ścieżek rozwoju zawodowego opartych na ich danych. To potwierdza rosnącą potrzebę dostosowania działań HR do indywidualnych potrzeb pracowników i wykorzystania danych jako podstawy dla podejmowania strategicznych decyzji personalizowanych dla każdego pracownika.



Automatyzacja procesów HR stanowi kluczowy czynnik usprawniający operacyjną skuteczność działań, takich jak rekrutacja, onboarding czy zarządzanie wynagrodzeniami, przynosząc liczne korzyści.

Ponadto, wykorzystanie sztucznej inteligencji w HR może pomóc w dostosowaniu programów przekwalifikowania do indywidualnych potrzeb pracowników. Badanie wskazuje, że 65 proc. Polaków jest otwartych na wykorzystanie AI w procesie rekrutacji, co sugeruje, że istnieje duży potencjał wykorzystania technologii AI również w procesach przekwalifikowania. Sztuczna inteligencja może być wykorzystywana do analizy danych dotyczących umiejętności, preferencji i celów zawodowych pracowników, co umożliwi tworzenie spersonalizowanych programów przekwalifikowania, dostosowanych do ich potrzeb i zdolności. Dzięki temu HR może efektywniej wspierać pracowników w ich rozwoju zawodowym, zwiększając jednocześnie szanse na sukces w procesie przekwalifikowania.

Jakie korzyści przynosi stosowanie nowoczesnych narzędzi w zarządzaniu zasobami ludzkimi?

Liczne, w tym znaczący wzrost efektywności operacyjnej. Badanie PwC z 2023 roku wykazało, że 54 proc. firm HR w Polsce zaobserwowało oszczędność czasu dzięki tym narzędziom. Co więcej, badanie Sedlak & Sedlak z tego samego roku wskazało, że 67 proc. firm HR w Polsce stwierdziło, iż nowoczesne narzędzia HR umożliwiły im podejmowanie lepszych, opartych na danych, decyzji. Poprawa doświadczenia pracownika stanowi kolejną istotną korzyść. Według badania Hays z 2023 roku, aż 83 proc. pracowników w Polsce potwierdziło, że nowoczesne narzędzia HR ułatwiają im codzienną pracę. Ponadto dostępność i elastyczność pracy zostały znacząco zwiększone. Badanie Sedlak & Sedlak z 2023 roku wykazało, że 85 proc. firm HR w Polsce oferuje swoim pracownikom zdalny dostęp do narzędzi HR, co wpływa korzystnie na organizację pracy. Wprowadzenie nowoczesnych narzędzi HR stanowi strategiczny krok w kierunku efektywniejszego, bardziej elastycznego oraz zaangażowanego środowiska pracy, które wspiera zarówno rozwój osobisty, jak i zawodowy pracowników.

AI może usprawnić procesy rekrutacyjne i oceny pracowników?

Oczywiście, sztuczna inteligencja stanowi rewolucję zarówno w procesach rekrutacyjnych, jak i ocenie pracowników, przyczyniając się do ich efektywności oraz obiektywności. W rekrutacji AI umożliwia skrócenie czasu rekrutacji



o 50 proc. (McKinsey, 2022) oraz redukcję liczby błędów o 40 proc. (Gartner, 2023), co znacząco zwiększa precyzję procesu i oszczędza czas. W przypadku oceny pracowników sztuczna inteligencja potrafi identyfikować potencjalnych liderów z dokładnością na poziomie 80 proc. (IBM, 2023) oraz dostarcza spersonalizowany feedback dla 70 proc. pracowników (Deloitte, 2023), co wspiera ich rozwój i zaangażowanie. Pomimo tych korzyści, należy jednak podkreślić istniejące wyzwania, takie jak obawy dotyczące etyki i prywatności, oraz brak umiejętności technicznych w dziale HR, które wymagają szczególnej uwagi i zarządzania. Wykorzystanie sztucznej inteligencji w obszarze HR otwiera nowe możliwości dla organizacji, jednakże wymaga również odpowiedzialnego podejścia do kwestii etycznych oraz przeszkolenia zespołów HR w zakresie nowych technologii. Badanie „Reskilling oczami Polaków”, przeprowadzone przez Future Collars, pokazuje, że 59 proc. Polaków obawia się dyskryminacji ze względu na płeć, wiek lub pochodzenie etniczne w procesie rekrutacji opartej na AI. To wyzwanie dla HR, ponieważ wymaga zapewnienia, że systemy AI są uczciwe, neutralne i pozbawione uprzedzeń. Jednocześnie, badanie wskazuje, że 63 proc. Polaków uważa, że AI może pomóc w obiektywnej ocenie ich umiejętności. To motywacja dla HR do

dalszego rozwijania technologii AI w celu poprawy procesów rekrutacyjnych i oceny pracowników, przy jednoczesnym zapewnieniu transparentności, uczciwości i zgodności z zasadami etycznymi.

Jakie są korzyści wynikające z integracji różnych systemów HCM w jedną platformę?

Integracja różnych systemów HCM w jedną platformę przynosi szereg istotnych korzyści, przede wszystkim zwiększając efektywność operacyjną. Według badań McKinsey z 2022 roku oszczędność czasu może sięgnąć nawet 20 proc., a liczba błędów może zostać zredukowana o 15 proc. według danych Gartnera z 2023 roku. Taka integracja nie tylko umożliwia lepsze zarządzanie czasem, ale także minimalizuje ryzyko powstawania kosztownych pomyłek. Wprowadzenie jednej platformy integrującej różne systemy HCM ma również pozytywny wpływ na zarządzanie talentami. Badania Sedlak & Sedlak oraz PwC z 2023 roku podkreślają, że ułatwia to planowanie sukcesji oraz efektywny rozwój pracowników. Dodatkowo łatwiejszy dostęp do informacji i lepsza integracja między działami, zgodnie z danymi Deloitte i PFR z 2023 roku, wzmacniają komunikację i współpracę wewnątrz organizacji. Centralizacja danych osobowych oraz automatyzacja procesów raportowania, zgodnie z badaniami Hays, Sedlak



67 proc. firm HR w Polsce stwierdziło, iż nowoczesne narzędzia HR umożliwiły im podejmowanie lepszych, opartych na danych, decyzji.

& Sedlak z 2023 roku, ułatwiają zgodność z przepisami i normami regulacyjnymi. Integracja systemów HCM w jedną platformę stanowi strategiczny krok w kierunku efektywniejszego oraz bardziej zintegrowanego zarządzania zasobami ludzkimi. Taki system wspiera zarówno operacje biznesowe, jak i potrzeby pracowników, tworząc solidne fundamenty dla dalszego rozwoju organizacji.

W jaki sposób automatyzacja procesów HR może usprawnić operacyjną skuteczność działań, takich jak rekrutacja, onboarding czy zarządzanie wynagrodzeniami?

Automatyzacja procesów HR stanowi kluczowy czynnik usprawniający operacyjną skuteczność działań, takich jak rekrutacja, onboarding czy zarządzanie wynagrodzeniami, przynosząc liczne korzyści. Po pierwsze, automatyzacja zwiększa precyzję procesów, co zostało potwierdzone przez badanie McKinsey z 2022 roku. Dodatkowo, jak wykazało badanie Gartnera z 2023 roku, automatyzacja istotnie poprawia doświadczenie pracownika, czyniąc procedury HR bardziej płynnymi i mniej stresującymi. Co więcej, badanie PwC z 2023 roku podkreśla, że automatyzacja uwalnia czas pracowników HR, pozwalając im skupić się na bardziej strategicznych zadaniach. Przykładowo, obszary, gdzie automatyzacja przynosi największe korzyści to rekrutacja, poprzez automatyczne przesiewanie CV i umawianie rozmów, onboarding, z automatycznym przesyłaniem dokumentów i organizacją szkoleń, oraz zarządzanie wynagrodzeniami, gdzie ułatwia obliczanie pensji i rozliczanie czasu pracy. Automatyzacja nie tylko efektywizuje te procesy, ale również przyczynia się do budowania lepszego miejsca pracy dla wszystkich zaangażowanych. Dzięki temu, pracownicy HR mogą skoncentrować się na działaniach o większym znaczeniu strategicznym, a pracownicy mogą cieszyć się bardziej płynnym i efektywnym przebiegiem procedur związanych z ich zatrudnieniem i pracą.

Jak HR może wspierać work-life balance pracowników?

Work-life balance to pojęcie, które pozwala przyrzeć się równowadze pomiędzy życiem prywatnym i zawodowym każdego z nas. To zagadnienie przenosi nas w strefę wzajemnego oddziaływania tego, co dzieje się w naszej pracy i tego, co dzieje się w życiu poza pracą. Stanem optymalnym jest, gdy potrafimy łączyć obie te strefy i działać tak, aby wzajemnie się wspierały. Łatwo powiedzieć, trudniej zrobić.



Agata Pelc

ekspertka ds. wellbeing w biznesie,
dyrektorka Wellbeing Institute,
strateżka, doradczyni, trenerka
biznesu

Oczywiste jest, że wpływ pracy na nas jest bardzo duży. Pracy rozumianej, jako konkretne miejsce, współpracownicy, kultura organizacyjna, procesy i styl działania w firmie. To, jak pracuje się w danej organizacji, może wpływać na nas pozytywnie, dawać nam roz-

wój, poczucie sensu, dobre relacje i dobre wynagrodzenie. To, gdzie pracujemy, rodzi też negatywne skutki, jak stres z obciążenia zadaniami, przemęczenie, frustracja, przenoszenie pracy do domu również na poziomie emocjonalnym. W efekcie siła wpływu negatywnego może być często wyższa niż ta pozytywna, a pracownicy nisko będą oceniać swój work-life balance. Przyglądając się temu zjawisku w firmach, warto zauważyć trzy obszary, aby określić strefę wpływu i możliwości działań działu HR, a jest ich niewątpliwie więcej.

Budować świadomość

Pierwszy obszar wpływu to sam pracownik i jego umiejętności, wiedza i postawy. Bywa, że nie

potrafimy świadomie zarządzać swoją energią i mamy nieodpowiednie nawyki stylu życia, w tym pracy, np.: nie robimy przerw w pracy, nie dbamy o regenerację itp. Wynika to czasami z braku wiedzy, ale też przekonania o tym, jak powinno się pracować, np.: „praca jest najważniejsza” lub „muszę poświęcić się pracy”. Jeśli chodzi o ten aspekt, to kluczowa jest ciągła edukacja i budowanie świadomości. Zapraszanie do rozwoju konkretnych umiejętności: zarządzanie energią, koncentracja i uważność, zarządzanie stresem, inteligencja emocjonalna. HR może także stać się „coachem” dla pracowników i wspierać ich w procesie zmiany nawyków.

Drugi obszar to systemy i procesy, które przyjęła firma, aby realizować swoje cele. Czy dąży do dominacji za wszelką cenę, czy ceni sobie ciągiły rozwój, czy chce zmaksymalizować produktywność pracownika, czy preferuje kreatywność i innowacyjność? Systemowe podejście dotyczy kształtowania wysokich standardów pracy i określonego podejścia do doświadczeń pracownika, które uwzględnią aspekty związane tak z efektywnością, jak i work-life ba-

lance. Do tego potrzebne jest ciągle ulepszanie standardów pracy i doświadczeń pracownika oraz wykorzystanie praktyk sprzyjających tej równowadze: przerwy na lunch, dni bez spotkań, sześciogodzinny dzień pracy, zasady dotyczące spotkań itp. Do takich rozwiązań należą także systemowe rozwiązania poparte dyrektywami unijnymi tj.: dodatkowe dni urlopu, wydłużone urlopy rodzicielskie, regulacje zasad przydzielania nadgodzin. Pomocne też okazują się działania promujące dbanie o zdrowie, dodatkowe dwie godziny wolnego dla rodziny, aplikacje i platformy rozwojowe, które wspierają zmianę nawyków stylu życia (snu, aktywności fizycznej itp.). To także elastyczne godziny pracy, praca hybrydowa, jeśli to tylko możliwe, no i brak pracy w weekendy i na urlopie.

I na koniec przechodzimy do obszaru kultury organizacyjnej firmy, która może bardziej lub mniej świadomie promować normy i zasady, które sprzyjają nadmiernej pracy, poświęcaniu się jej bez reszty lub też odwrotnie-uwzględniają funkcjonowanie w równowadze. To obszar bardzo istotny, który nawet przy dużych chęciach

pracowników oraz przyzwoitych systemach pracy, źle zaopiekowany może sabotować rezultaty. Kultura organizacyjna firmy nastawionej na work-life balance promuje i zachęca do ciągłego korzystania z zasad i rozwiązań sprzyjających równowadze pracowników. To również ciągła edukacja menedżerów w tym zakresie i brak zgody na zachowania zaburzające tę równowagę. Zachęcanie i wspieranie pracowników do dbania o siebie, faktyczne, a nie deklaratywne.

Czego potrzebuje HR?

Na koniec pozostaje jeszcze bardzo ważne pytanie. Czego potrzebuje HR, aby móc to zrealizować? Przede wszystkim należy nadać kluczowe znaczenie temu pojęciu i uprawomocnić HR w tym zakresie. Ludzie HR mają wpływ i kompetencje, aby modelować działania w każdym z wymienionych wcześniej obszarów, mają wpływ na ludzi, mają wpływ na kształtowanie doświadczeń pracownika i system, no i działają. Trzeba im tylko na to pozwolić. Może być to nieosiągalne bez wpisania work-life balance i well-being w strategię biznesową firmy.

Pracodawca, który dba o zdrowie i dobre samopoczucie pracowników

Zdrowszy pracownik to niższy poziom absencji, rzadziej występujące zjawisko prezentyzmu, wyższa lojalność wobec pracodawcy, wyższa innowacyjność i kreatywność, lepsza praca zespołowa, niższe ryzyko wypalenia zawodowego. To wszystko przekłada się na silną kulturę organizacyjną, satysfakcję klientów, a także większe zyski, czyli najbardziej pożądane korzyści dla pracodawcy.

Jak jednak osiągnąć ten poziom, gdy aż 45 proc. pracowników dużych i średnich firm w Polsce wskazuje na stres jako na jeden z istotnych czynników stwarzających im trudności w sferze zawodowej? Dodajmy, że nawet do 60 proc. wszystkich traconych dni roboczych ma związek ze stresem – co, niestety, przekłada się następnie na straty finansowe przedsiębiorstwa.

Już od dawna wiadomo, że aktywność fizyczna to klucz do zdrowego życia. Ale czy zdrowe ciało automatycznie oznacza też sprawną głowę i niższy poziom stresu? Badania naukowe jednoznacznie potwierdzają, że osoby aktywne mają nie tylko lepszą kondycję fizyczną, ale także wyższą produktywność umysłową. Lepiej dotleniony umysł to więcej kreatywności, lepsza koncentracja i szybsze podejmowanie decyzji

– co sprawdza się szczególnie w szybkim tempie dzisiejszego świata biznesu.

Aktywny fizycznie pracownik to zdrowszy pracownik

Jako rozwiązanie wkracza tutaj benefit, który często jest niedoceniany, mimo że aż 77 proc. firm oferuje go swoim pracownikom: karty sportowe. Oferując pracownikom karty sportowe, firma nie tylko promuje zdrowie swoich pracowników, ale także zmniejsza ryzyko absencji z powodu chorób oraz obniża koszty związane z opieką zdrowotną. Abstrahując od dolegliwości oczywistych (jak cukrzyca typu II czy nadwaga), to samo spędzenie 8 godzin w pracy przy komputerze – w większości w bezruchu – negatywnie odbija się na zdrowiu pracownika. Długie siedzenie przyczynia się do osłabienia i przykurczenia ciągle

napiętych mięśni, co prowadzi do coraz większych dolegliwości bólowych oraz nieprzyjemnych sztywności w okolicach pleców i szyi. Badania pokazują, że każda godzina spędzona w pozycji siedzącej skraca życie o około 20 minut – to więcej niż 1 papieros. Aktywny fizycznie pracownik to po prostu zdrowszy pracownik, który lepiej sobie radzi zarówno w pracy, jak i w życiu codziennym. Jest bardziej zmotywany, produktywny, świetnie działa w zespole, rozumie swoją rolę i po prostu dobrze się czuje w tym, co robi.

Tak śmiałe założenia znajdują też poparcie w liczbach:

- 79 proc. aktywnych Polaków potwierdza, że ćwiczenia poprawiają ich samopoczucie i efektywność w pracy,
- 41 proc. osób deklaruje łagodzenie odczuwanego stresu poprzez sport,
- Ludzie ćwiczący nawet 30 minut

dziennie raz czy dwa tygodniu są o 30 proc. szczęśliwsi,

• Sporty zespołowe poprawiają kondycję mentalną, pomagają zmniejszyć odczuwany poziom stresu czy zwiększyć poczucie dobrostanu. To z kolei przekłada się na poprawę zdrowia w całej organizacji – mniejszą liczbę zwolnień i rzadsze występowanie prezentyzmu.

Skuteczne narzędzie wspierające aktywność fizyczną

Karty sportowe są jednym z najskuteczniejszych narzędzi wspierających aktywność fizyczną pracowników. Dają one dostęp do różnorodnych form aktywności, od siłowni po baseny, sauny, ścianki wspinaczkowe czy zajęcia jogi, co pozwala pracownikom wybrać te formy aktywności, które najlepiej odpowiadają ich potrzebom i preferencjom. Nie tylko mogą ćwiczyć, jak lubią, ale także, ile lu-

bią – karty FitProfit i FitSport różnią się ilością wejść w miesiącu, dopasowując się do poziomu sportowego bakcyła ich użytkowników. Oczywiście, samo oferowanie kart sportowych w organizacji nie wystarczy. Ważne jest również promowanie i zachęcanie pracowników do korzystania z tych benefitów. Jeżeli istnieje taka możliwość, pracodawca powinien umożliwić wykorzystanie elastycznego czasu pracy na przerwę na ćwiczenia w ciągu dnia: w 2022 r. wprowadziliśmy taką przerwę na naszym własnym „podwórku” w VanityStyle, co spotkało się ze znacznym zainteresowaniem pracowników. Taka przerwa jest korzystna również dla pracodawcy: badania dowodzą, że pracownicy, którzy spędzają od pół godziny do godziny w czasie przerwy obiadowej, ćwicząc, są średnio o 15 proc. bardziej produktywni tego dnia. Warto na koniec podkreślić, że im większe zaangażowanie firmy w tworzenie skutecznych narzędzi i kultury wspierającej sport, tym większa szansa na zyskanie wizerunku pracodawcy, który dba o zdrowie i dobre samopoczucie pracowników, a tym samym – na przyciągnięcie i utrzymanie talentów z wysoce konkurencyjnego rynku pracy.

Materiał partnera



Sztuczna inteligencja w HR

Choć teoretyczne rozważania dotyczące sztucznej inteligencji sięgają lat 50. XX wieku, a w połowie lat 60. powstały pierwsze systemy replikujące ludzkie myślenie, to dopiero ostatnie lata przyniosły dynamiczny rozwój tej technologii. Wszystko za sprawą upowszechniania rozwiązań dla indywidualnych i biznesowych użytkowników. Ta rewolucja miała głęboki wpływ także na branżę HR. Wdrażanie AI nie tylko przyspiesza i usprawnia tradycyjne procesy rekrutacyjne, lecz również otwiera przed specjalistami HR nowe możliwości w efektywnym zarządzaniu talentami w organizacji.



Mateusz Żydek

ekspert rynku pracy Randstad Polska

Sztuczna inteligencja staje się dziś niezastąpionym narzędziem, które pozwala HR-owcom skupić się na aspektach strategicznych oraz osobistych kontaktach z uczestnikami procesów rekrutacyjnych czy pracownikami. To także oszczędność czasu, co najdobitniej widać w przypadku działań specjalistów HR w obszarze marketingu rekrutacyjnego. Już dziś sztuczna inteligencja wspiera tworzenie skutecznych ogłoszeń o pracę zarówno pod kątem serwisów internetowych, jak i mediów społecznościowych. Generatywna AI może pomóc w przygotowaniu treści na podstawie danych dotyczących warunków oferty pracy, ale także informacji o grupie docelowej odbiorców, profilu zawodowym idealnego kandydata czy szczególnie docenianych elementach oferty. Na rynku dostępne są już takie narzędzia, jak Textio, które za sprawą sztucznej inteligencji pozwalają na analizę treści ogłoszenia, dobór odpowiednich słów kluczowych pod kątem kandydatów, ale też wyszukiwarek internetowych i sugerowanie optymalnych zmian, które pozwalają zwiększyć skuteczność publikowanej oferty. W dodatku, z myślą o mediach społecznościowych, dostępne są zarówno proste, jak i zaawansowane generatory grafik i wideo, działające na bazie tekstowego opisu. Pozwalają one dostosowywać nasze publikacje do aktualnych trendów, które szczególnie w przypadku nowszych narzędzi komunikacji, jak Tik Tok czy Instagram, bazują na warstwie wizualnej jako magnesie dla odbiorców.

Dopasowanie kandydatów za jednym kliknięciem

Sztuczna inteligencja zmienia też systemy rekrutacyjne, czyli popularne ATS-y. Tradycyjnie systemy te opierają się na gromadzonej latami bazie kandydatów, wśród których można poszukiwać tych najbardziej pasujących do oferty. Dotychczas, aby takie systemy działały skutecznie, wymagały precyzji w określaniu kompetencji czy doświadczenia zawodowego kandydatów. Dziś algorytmy AI pomagają w gromadzeniu takich danych z dostępnych publicznie źródeł, np. z udostępnionego rekruterowi profilu w serwisie społecznościowym czy z CV załączonego do zgłoszenia. Przyspieszają więc proces i zwiększają trafność dopasowania.

Oddzielną kategorią rozwiązań są te, które służą ocenie aplikacji kandydatów i identyfikowaniu osób z najlepszymi kompetencjami. Wykorzystują przy tym algorytmy uczenia maszynowego, aby rozpoznawać pewne korelacje danych. Nie ograniczają się przy tym wyłącznie do prostego zestawienia kompetencji, które znamy z CV.

Zaangażowanie talentów w procesie rekrutacji

Stały kontakt, udzielanie dodatkowych informacji i odpowiedzi na nawet najdrobniejsze pytania – to wszystko wpływa dziś na sukces rekrutacji, ponieważ pozwala utrzymać zaangażowanie kandydatów w procesie, a po ludzku: utwierdza zgłaszających się do pracy, że są dla nas w tej sytuacji najważniejsi. Wystarczy jednak wyobrazić sobie dużą liczbę kandydatów, a jednocześnie liczne inne obowiązki, które mają rekruterzy, aby dojść do wniosku, że to niezwykle trudne zadanie, jeśli chcemy uniknąć jednocześnie nadgodzin. Tu także pomocne mogą okazać się rozwiązania AI. Cały zestaw czatbotów, które można wykorzystać na stronie internetowej, ale



także w komunikatorach podłączonych do profili pracodawcy w mediach społecznościowych, to doskonały sposób na odpowiedź na te najprostsze pytania. Nasze doświadczenia pokazują, że kandydaci chcą dokładnie poznać warunki pracy. Duża część tych pytań dotyczy lokalizacji, dojazdów, oferowanych benefitów czy rodzaju umowy. To właśnie ten zestaw informacji, z którym doskonale poradzi sobie czatbot i wcale nie jesteśmy mu do tego potrzebni. Zresztą, takie rozwiązania pozwalają też planować czas rekrutera, na przykład zautomatyzować planowanie rozmów kwalifikacyjnych, wykorzystując dane pochodzące z aplikacji kalendarza w służbowym komputerze specjalisty HR. Informacje zwrotne dotyczące etapu rekrutacji, statusu aplikacji, wyniku procesu czy dopasowania kandydata do stanowiska są także doceniane przez poszukujących pracy. Oni angażują w ten proces swój czas i oczekują, że my też będziemy go poświęcać, by przeprowadzić ich przez rekrutację. Najgorsze dla doświadczeń kandydatów jest milczenie ze strony pracodaw-

cy. Gorsze nawet niż informacja o tym, że nie zostali wybrani na dane stanowisko. ATS-y od dawna umożliwiają przygotowanie szablonów informacji o etapach rekrutacji, ale sztuczna inteligencja pozwala je zindywidualizować. Pomaga też wygenerować informacje zwrotne dla kandydata na podstawie ocenianego wcześniej stopnia dopasowania danej osoby do profilu stanowiska. Robi to na tyle skutecznie, że trudno zorientować się, że nie pisze do nas człowiek. Oczywiście wciąż istotna jest w tej sytuacji weryfikacja tych treści przez rekrutera i pozostawienie mu przestrzeni na jego własną analizę, bo to rozwiązanie ma być jedynie wsparciem. Nie powinno eliminować człowieka z ważnego procesu budowania relacji z potencjalnymi pracownikami.

Assessment center w grze online

Do niedawna jednym z najsukcesywniejszych sposobów na weryfikację umiejętności kandydata, w tym kompetencji społecznych, były assessment centers. Wymagają one dużego zaangażowania po stronie rekruterów, a często nawet innych członków zespołu, ale także oznaczają dodatkowy stres po stronie kandydata, któremu trudno odnaleźć się w tej niecodziennej sytuacji. Dziś analityka predykcyjna, oparta na danych i uczeniu maszynowym, pozwala przewidzieć sukces pracowników na danym stanowisku i identyfikować w ten sposób kandydatów z największym potencjałem. A takie narzędzia robią to na przykład za pomocą prostych i przyjemnych gier online, którą są jednocześnie testami sprawności, testami psychologicznymi, weryfikacją umiejętności i predyspozycji kandydatów. Jednocześnie takie narzędzia gromadzą wyniki wszystkich kandydatów w procesie, porównują je i zestawiają z pożądanym zestawem cech składających się na profil poszukiwanego pracownika.



Kandydaci chcą dokładnie poznać warunki pracy. Duża część pytań dotyczy lokalizacji, dojazdów, oferowanych benefitów czy rodzaju umowy. To właśnie ten zestaw informacji, z którym doskonale poradzi sobie czatbot i wcale nie jesteśmy mu do tego potrzebni.



Decyzje oparte wyłącznie na AI, choć mogą wydawać się logiczne, niekoniecznie będą bowiem najbardziej sprawiedliwe.

Angażowanie, retencja i efektywność – gdy już pracownik jest na pokładzie

Sztuczna inteligencja, analityka danych, predykcje i uczenie maszynowe odgrywają też coraz większą rolę w zarządzaniu talentami w organizacji. Takie rozwiązania potrafią weryfikować dane z ankiet pracowniczych i wewnętrznych platform komunikacyjnych, aby identyfikować obszary do poprawy w zakresie zaangażowania i satysfakcji pracowników. Ponadto narzędzia oparte na AI wspomagają ocenę efektywności pracy i realizacji zadań, a jednocześnie potrafią wspierać managerów w udzielaniu informacji zwrotnych. Algorytmy analizują też dane makroekonomiczne, wewnętrzne informacje organizacji z obszaru HR oraz zachowania pracowników, przewidując ryzyko ich odejścia z firmy. Niewątpliwie oparte na AI narzędzia do wyszukiwania i rekomendowania kandydatów sprzyjają zatrudnianiu, które jest w większym stopniu oparte o kwalifikacje. Rozwiązania do zarządzania talentami sprzyjają też utrzymaniu zaangażowania pracowników i budowania przyjaznego miejsca pracy. Warto jednak pamiętać, że ważny pozostaje czynnik ludzki. Decyzje oparte wyłącznie na AI, choć mogą wydawać się logiczne, niekoniecznie będą bowiem najbardziej sprawiedliwe. Pewne niuanse może dostrzec wyłącznie człowiek, co pokazuje, że rekrutacja i zarządzania zespołami jest nadal domeną ludzką.

Nowoczesne technologie pomocą w budowaniu relacji międzyludzkich

Z Sylwią Bilską, General Manager w Edenred Polska, firmie fin-tech, która digitalizuje świadczenia pozapłatowe, rozmawia Katarzyna Mazur.

Jak nowoczesne technologie zmieniają rynek HR?

Do niedawna, żeby sprawdzić oferty pracy i dostać zatrudnienie, kupowało się „Gazetę Wyborczą”, analizowało dodatek praca. Dziś to nie do pomyślenia. W procesach rekrutacyjnych ważne są obecnie dwie rzeczy. Po pierwsze tak zwane wirtualne marketplace, czyli np. LinkedIn, Glassdoor czy Indeed. To miejsca, w których z jednej strony ogłaszają się pracodawcy, a z drugiej pracownicy. I jedni i drudzy mogą przyjrzeć się temu, jak działają. Niezmiernie ważne jest w tym wypadku, jak pozycjonują się i jedni i drudzy. Zatem pierwsza ważna rzecz to bycie tam, gdzie powinniśmy być, gdzie znajduje się grupa docelowa – potencjalni kandydaci, których chce zatrudnić firma lub firma, w której pracownicy chcieliby zacząć pracę. Druga istotna kwestia to technologie, które wspomagają procesy rekrutacyjne. Według analiz rynku rekruter poświęca od 6 do 8 sekund na wstępną preselekcję życiorysu. To bardzo mało. Trudno w takim czasie wyłapać istotne dla całego procesu elementy. Mówię tutaj m.in. o umiejętnościach miękkich czy twardych, zapewnieniu intensywności diversity. I tu wychodzą nam naprzeciw AI i machine learning. Pomagają wyłapywać talenty, nawiązywać kontakt, aby matching był jak najlepszej jakości. Chodzi bowiem nie tylko o to, żeby znaleźć odpowiedniego kandydata, zrekrutować go, ale też zapewnić z nim dobrą komunikację. Według badań 40 proc.



Im lepiej pracodawca wprowadzi nowego pracownika do firmy, tym większa szansa na jego zaangażowanie i szybką adaptację do powierzonych zadań. I tutaj z pomocą przychodzi nam technologia. Powierzając jej te zadania, które jest w stanie wykonać, my możemy skupić się na budowaniu relacji międzyludzkich.

nowozatrudnionych osób przyznaje, że otrzymało bardzo późno informacje na temat procesu rekrutacji i były one niekompletne. AI pozwala na automatyczną i spersonalizowaną komunikację w procesie rekrutacji i robi to 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu. W mojej ocenie proces rekrutacji przechodzi przez proces digitalizacji i otwarcie na technologie w niezwykle dynamicznym tempie. To niewątpliwie wyzwania dla rekruterów.

À propos procesu rekrutacji wysokiej jakości i oceny CV i zaangażowania w ten proces nowoczesnych technologii, pojawiają się opinie, że implementowanie ich, szczególnie do analizy CV, może być krzywdzące dla potencjalnych pracowników. Sztuczna inteligencja nie posiada bowiem umiejętności czytania między wierszami, ma za to umiejętność odczytywania słów kluczowych. Jak Pani to postrzega?

Wirtualne marketplace, o których wspominałam wcześniej, w procesie rekrutacji działają na poziomie macierzy, która wyszukuje słowa kluczowe. Musimy się tego nauczyć. Maszyna jest maszyną – od rekrutera zależy, w jaki sposób dobierze słowa kluczowe. Powinny być na tyle szerokie i na tyle właściwe, żeby objąć jak największą grupę potencjalnych pracowników do weryfikacji. Jeśli jednak mamy niedoedukowanego rekrutera i potencjalnego pracownika, istnieje ryzyko takiego wykluczenia osób, które nie posiadły jeszcze wiedzy, w jaki sposób siebie pozycjonować, żeby otrzymać zatrudnienie. Dużo przed nami jeszcze pracy w tym zakresie. Żeby zadbać o brak wykluczenia, pracodawca musi się skupić na tym, żeby dobrze dobierać słowa kluczowe, a my jako pracownicy musimy się nauczyć, jak zadbać o swój personal branding.

Dbanie o swój personal branding nie leży w naturze wielu z nas. Raczej nie lubimy się chwalić...

Niedawno robiliśmy badanie dotyczące różnic w podejściu do pracy między poszczególnymi generacjami aktywnymi na rynku pracy. Jest duża różnica między przedstawicielami gen Z a X-ami.¹ A jeszcze większa między kobietami a mężczyznami. My kobiety mamy ograniczoną umiejętność chwalenia się swoimi osiągnięciami. To działa na naszą niekorzyść.



Na szczęście nowe pokolenie ma już więcej apetytu na mówienie o tym, co robi dobrze, co mu się udaje. Oczywiście przed nami jeszcze dużo pracy, ale jesteśmy na dobrej drodze.

Zmiany zachodzące na rynku pracy nie dotyczą tylko zmian pokoleniowych, ale w ogóle zadań działów HR. 20-30 lat temu o HR myśleliśmy w kontekście kadr. Dzisiaj to jest szeroko pojęta komunikacja – i ta wewnętrzna, i na zewnątrz. W jakim kierunku rynek się rozwija?

Ewolucja działów HR przebiega w zawrotnym tempie. Dziś z jednej strony dostrzegamy wysoką automatyzację i digitalizację procesów. Myślę, że tzw. HR-y są takimi działami, które w pewnym sensie najpóźniej weszły na tę drogę, a przez to z jak licznymi wyzwaniami i wysokimi oczekiwaniami się mierzą w ostatnim czasie, digitalizacja i rozwój technologii w obrębie zadań, którymi się zajmują, rozwija się w zawrotnym tempie. Z drugiej strony niezwykle ważnym czynnikiem jest Well-being (dobrostan) pracowniczy. I to nie tylko dlatego, że mamy coraz większą świadomość, jak ważny jest stan psychiczny i jak ważne jest dobre samopoczucie człowieka w firmie. Coraz bardziej powszechny jest tak zwany work from home. Home office, praca zdalna, praca hybrydowa, praca z każdego miejsca na świecie i tworzenie tak zwanych digital workspace – form, gdzie będą się pojawiać awatary pracownicze. Umiejętne zarządzanie pracą w tak różnorodnym środowisku jest niezwykle ważne. Jak w takich okolicznościach tworzyć kulturę organizacyjną? Jak robić

onboarding pracownika, który czasami nie będzie nigdy miał fizycznego kontaktu z tymi ludźmi, z którymi w innych czasach przeszedłby się po korytarzu czy spotkał w kuchni? Kolejnym dość ważnym elementem są też kwestie prawne. W jaki sposób prawo będzie nadążać za zmianami, które się dzieją w środowisku pracy, zwłaszcza dla pracownika, który pracuje na przykład w Honolulu, a świadczy pracę dla kogoś w UK czy w Polsce? Gdzie ktoś taki ma płacić podatki, ubezpieczenie? To jest bardzo trudne zadanie. HR będzie musiał w tej materii wspierać menedżerów i liderów. To jest nowe podejście do leadership-u. W jaki sposób radzić sobie z organizacjami rozproszonymi? W jaki sposób radzić sobie z bardzo płaskimi strukturami? W jaki sposób działać w tak specyficznym środowisku? Wielu menedżerów i liderów jeszcze tego nie umie, a muszą nabyć nowe umiejętności, bo w takim kierunku zmierza świat.

Jak ESG wpływa na aktywność działów HR? Jakże działania wymusza na firmach?

Wymusza to tu właściwie słowo, ponieważ działania ESG są obligatoryjne. I tak się złożyło, że ten obowiązek ich implementacji w dużej mierze został przekierowany do działów HR. I z tego punktu widzenia najistotniejszy jest social – element wpływu na warstwę socjalną. Jak budujemy odpowiedzialną firmę i jej otoczenie? Tutaj jest ważne inclusion i diversity. Rolą HR-u jest w takim ujęciu nie tylko raportowanie, sprawdzanie i osiąganie tych wszystkich założeń, które wyznacza ESG, ale też praca nad kwestią dobrostanu pracowników. To jest element istotnie wpływający na

społeczeństwo, biznes i pojęcie zrównowżenia tzw. sustainability w ogóle nas jako ludzi. W tym zakresie potrzebujemy dużo wsparcia. Jego wyrazem mogą być różnego rodzaju benefity.

Jakie to są benefity? Co dzisiaj pracodawcy mogą zaoferować pracownikom, żeby o ten ich szeroko rozumiany dobrostan zadbać inaczej niż tylko wynagrodzeniem?

Jest wiele możliwości. Podstawą jest cel – i pracownik i pracodawca muszą wiedzieć, po co ten benefit jest. Druga kwestia to zadowolenie pracowników – 99 proc. z nich musi być beneficjentem usatysfakcjonowana i go używać. Z naszych obserwacji wynika, że hitem jest karta lunchowa, czyli dofinansowanie posiłków pracowniczych. My stoimy na straży takiego podejścia misyjnego – dofinansowanie posiłków to nie tylko zadbanie o to, żeby pracownik dobrze się odżywił, ale też zadbanie o to, żeby miał na to czas, żeby miał w pracy przerwę, która mu na zjedzenie tego posiłku pozwoli. Kolejny ważny element w kontekście dofinansowania posiłków to stworzenie okazji do wspólnego spędzania czasu. To jest nie tylko odżywianie, ale też bycie razem, tworzenie więzi międzyludzkich. Innymi popularnymi benefitami są benefity, które wspierają ekologiczne podejście i budują zachowania ekologiczne. Na przykład dofinansowywanie przejazdów komunikacją publiczną w mieście, wspieranie używania rowerów czy to elektrycznych, czy zwykłych.

Trochę przewrotnie, na koniec porozmawiajmy o czymś, co dziś wielu pracownikom towarzyszy na początku ich pracy – o onboardingu. Cemu on służy?

To niezwykle ważny element w dzisiejszym rozproszonym i mocno rozwiniętym technologicznie środowisku pracy. Bardzo dobry onboarding może podwyższyć retencję do 80 proc. Im lepiej pracodawca wprowadzi nowego pracownika do firmy, tym większa szansa na jego zaangażowanie i szybką adaptację do powierzonych zadań. I tutaj z pomocą przychodzi nam technologia. Powierzając jej te zadania, które jest w stanie wykonać, my możemy skupić się na budowaniu relacji międzyludzkich.

1. Badanie ilościowe luty 2023, metoda CAWI Edenred Polska we współpracy z agencją badawczą Herstories; N: 400 generacja X, N: 400 generacja Y, N: 400 generacja Z.

Pracownik niejedno ma imię, pakiet medyczny także

Aż 6 na 10 firm w minionym roku doświadczyło trudności z zatrudnieniem pracowników, wynika z raportu „Trendy HR”. W obliczu presji płacowej i wolno odbudowującej się koniunktury gospodarczej, przed pracodawcami staje wyzwanie redefinicji polityki benefitów, które stanowią bardzo istotny czynnik motywacyjny.



Alina Smolarek

dyrektorka HR, Centrum Medyczne ENEL-MED

Dziś to nie ich liczba i oryginalność, ale dopasowanie do potrzeb pracowników może przesądzić o sukcesie lub porażce prowadzonych rekrutacji czy starania się o zatrzymanie talentów w firmie. A jak wynika z naszego raportu „Zdrowy pracownik 2023” Polacy są przywiązani do podstawowych dodatków pozapłacowych, które najbardziej odciążają ich budżet domowy. Prym wiedzie opieka medyczna.

Choć na pierwszy rzut oka wszyscy wiemy, co kryje się za pakietem medycznym, to jednak dziś to zupełnie nowy produkt, który może zaskoczyć swoją zawartością. Od medycyny pracy, przez masażystę czy fizjoterapeutę, po screening zdrowia w 24 godziny dla kadry zarządzającej. Możliwości są wręcz nieograniczone. Taka solidna podstawa w postaci prywatnej opieki medycznej, jakiej oczekują sami pracownicy,

może efektywnie wpłynąć na podniesienie morale załogi. A w dalszej perspektywie na wzmocnienie wizerunku pracodawcy troszczącego się o zdrowie swoich pracowników.

Mocny fundament

Fundamentem opieki zdrowotnej oferowanej przez organizacje najczęściej jest podstawowy pakiet medyczny, który umożliwia pracownikom dostęp do wykwalifikowanych specjalistów oraz diagnostyki, co znacznie przyspiesza proces diagnozy i leczenia. Potwierdzają to sami zainteresowani – z raportu „Zdrowy pracownik 2023” wynika, że 4 na 10 ankietowanych przyznało, że dzięki opiece zdrowotnej zapewnionej przez pracodawcę rzadziej „bierze wolne”, gdyż nie musi stać w kolejkach, ma łatwiejszy dostęp do e-recept i teleporad. Ale to dopiero początek możliwości...

Medycyna pracy

Rozszerzeniem pakietu medycznego, z którego korzysta coraz więcej firm, szczególnie tych średnich i dużych, jest medycyna pracy, która zapewnia bezpieczeństwo i zdrowie pracowników w miejscu wykonywania zawodu. Badania wstępne, okresowe lub kontrolne w szybkim terminie, w jednej lokalizacji czy automatyczne wystawianie skierowań

online to dla pracodawcy ogromna oszczędność czasu i zaopiekowanie pracownika 360 stopni.

Sport

Atutem i prestiżowym wyróżnikiem oferty okołozdrowotnej skierowanej do pracowników przez firmę będzie jej uzupełnienie o usługi dla sportowców-amatorów. Jeśli w organizacji prężnie działa firmowa drużyna piłki nożnej lub siatkówki – jej członkowie chętnie skorzystają z profesjonalnych usług fizjoterapeutycznych czy ortopedycznych. Dostęp do najlepszych specjalistów, którzy na co dzień pracują ze sportowcami-profesjonalistami, to na pewno ciekawy wyróżnik firmy.

Przegląd zdrowia w 24 godziny

Czy w jeden dzień można kompleksowo zbadać stan zdrowia pracownika? Nie ma problemu. Z myślą o kadry menedżerskiej, która bardzo ceni sobie każdą wolną minutę, na rynku są dostępne specjalne programy umożliwiające diagnozę oraz interwencję w przypadku wystąpienia jakichkolwiek problemów zdrowotnych w ciągu 24 godzin. Dzięki temu menedżerowie mogą skutecznie zarządzać swoim zdrowiem oraz unikać ewentualnych powikłań związanych z przeciążeniem organizmu.

Masaż, zdrowe zęby, nieograniczone możliwości

Benefity okołozdrowotne nie kończą się na podstawowych pakietach medycznych. Rosnącą popularnością cieszą się unikalne usługi jak konsultacje z dietetykiem czy badania jamy ustnej w miejscu pracy dla

wszystkich chętnych pracowników wykorzystując do tego zaawansowany technologicznie sprzęt. Natomiast firmy zatrudniające tzw. white collars mogą dać każdemu pracownikowi raz w miesiącu możliwość skorzystania z masażu w biurze. Istotne jest także wspieranie klientów w realizacji szkoleń i webinarów profilaktycznych z obszaru świadomego odżywiania, profilaktyki bólu kręgosłupa, obszaru chorób cywilizacyjnych czy rozmów na temat trudnych emocji w dziedzinie psychologii.

Zdrowie w aplikacji

Na końcu chciałabym podkreślić, że pacjenci w Polsce mają obecnie wiele możliwości zarządzania swoim kalendarzem wizyt w zależności od swoich preferencji – od recepcji w oddziale, przez infolinię telefoniczną, po stronę internetową. Jednak sercem zarządzania zdrowiem – zarówno nastolatków, 40 czy 50-latków, są ich smartfony. Rezerwacja wizyty czy jej odwołanie kilkoma kliknięciami, odebranie e-recepty lub wyników badań – to tylko kilka opcji, z jakich można skorzystać dzięki aplikacji. To zdecydowanie ułatwia nie tylko korzystanie z opieki zdrowotnej, ale codzienne

życie pracownika. Dla przykładu, w ubiegłym roku w celu umówienia wizyty nasi pacjenci korzystali z aplikacji mobilnej (43 proc.), podobnie, gdy chcieli odwołać lub zmienić jej termin (37 proc.). To jest najszybsza możliwość przekazania informacji – wystarczy kilka kliknięć w aplikacji, bez potrzeby kontaktu z placówką – i z roku na rok coraz chętniej wybierana.

Aglomeracja zdrowia

Pakiet medyczny jest tak pojemną usługą, że tylko wyobraźnia i możliwości logistyczno-organizacyjne mogą ograniczać firmy w jej konstruowaniu. Za każdym razem, w zależności między innymi od tego, czy jesteśmy mikro firmą zatrudniającą kilka osób czy większą organizacją z kilkuset pracownikami na pokładzie, czy zespół tworzą przede wszystkim pracownicy fizyczni czy pracujący na co dzień przy biurku, to pracodawca decyduje, jak „gęsta” będzie ta aglomeracja i co będzie ją tworzyło. Redefinicja polityki benefitów polega dziś na rozsądnym zarządzaniu budżetem w taki sposób, by oferować świadczenia maksymalnie dopasowane do bieżącej sytuacji rynkowej i potrzeb pracowników. Zyskujące na znaczeniu zdrowie, słabość usług publicznych oraz zwiększające się oczekiwania pracowników to sygnały do budowy spójnej i skutecznej polityki prozdrowotnej w firmie. A ta, oparta o wysokiej jakości usługi medyczne oraz programy wellbeingowe, ma szansę zwrócić się pracodawcom w postaci satysfakcjonujących rekrutacji i zatrzymania najbardziej wartościowych członków zespołu.



Czy w jeden dzień można kompleksowo zbadać stan zdrowia pracownika? Nie ma problemu.

Wyróżnić się na rynku

W dynamicznym świecie biznesu, atrakcyjność pracodawcy staje się kluczowym elementem konkurencyjności na rynku pracy. Firmy dążące do uzyskania renomy jako tzw. pracodawca z wyboru, inwestują w strategię HR, które przekładają się na zadowolenie i lojalność zatrudnionych osób. Chociaż nagrody, rankingi i wyróżnienia są świadectwem wysokich standardów w zarządzaniu zasobami ludzkimi, stanowią one jedynie niewielką część ogólnej strategii przyciągania i utrzymywania talentów.

Specjalistyczne badania podkreślają wieloaspektowe podejście do atrakcyjności pracodawcy. Jak podaje Emerald Insight, dla osób będących u progu kariery, takie czynniki jak standardy procesu rekrutacji, wizerunek firmy i jej wiarygodność widziana z per-

spektywy osób zatrudnionych oraz rynku, odgrywają znaczącą rolę w kształtowaniu atrakcyjności pracodawcy. Te elementy są bezpośrednio związane z zaangażowaniem pracowników i pracowników i ich chęcią do pozytywnego promowania firmy.

Patrząc głębiej, atrakcyjność pracodawcy można podzielić na pięć obszarów: wartość ekonomiczną, wartość rozwojową, wartość procesu rekrutacji, wartość społeczną i wartość zaangażowania. Wartość ekonomiczna obejmuje korzyści finansowe i bezpieczeństwo pracy, podczas gdy wartość rozwojowa koncentruje się na atrakcyjności ścieżki kariery i przyszłych perspektywach. Wartość procesu rekrutacji dotyczy praktyk oraz standardów, jakie są stosowane przez daną firmę w stosunku do osób aplikujących na dane stanowisko. Wartość społeczna natomiast oscyluje wokół relacji w miejscu pracy, a wartość zaangażowania wiąże się z kreatywnym środowiskiem pracy i aktywną postawą w procesie polecania pracodawcy potencjalnym kandydatom i kandydatkom przez osoby już zatrudnione w firmie.

Dialog i zaangażowanie w obie strony

Wizerunek firmy, definiowany przez jej wartości, kulturę i warunki pracy, jest kluczowym czynnikiem jej atrakcyjności. To postrzeganie jest kształtowane przez osobiste doświadczenia i opinie, wpływając na zainteresowanie kandydatów pracą. Ponadto, sprawiedliwe i profesjonalne praktyki rekrutacyjne są kluczowe w przyciąganiu młodych, wykwalifikowanych osób. Z kolei zaangażowanie osób już zatrudnionych w firmie, ma swoje korzenie we wzajemnym zaufaniu i wspólnych wartościach, a jest wspierane przez pozytywne wczesne doświadczenia w firmie. Certyfikaty takie jak na przykład „Top Employer” to nie tylko tytuł – to świadectwo tego, jakie standardy w zakresie HR oraz rekrutacji stosuje dana firma oraz pokazuje, że dba o pozytywny rozwój

kultury organizacyjnej. To paperek lakmusowy tego, w jaki sposób organizacja podchodzi do osób aplikujących i jak dba o osoby już zatrudnione.

Dziś kluczem do przyciągania i zatrzymywania najlepszych talentów powinno być wieloaspektowe podejście, obejmujące aspekty ekonomiczne, rozwojowe, społeczne i kreatywne. To holistyczne nastawienie zapewnia dynamiczne i satysfakcjonujące środowisko pracy, kluczowe w dzisiejszym konkurencyjnym rynku pracy.

– Każdy uzyskany certyfikat wskazuje, że w centrum uwagi organizacji znajduje się człowiek i jego rozwój. Oznacza to, że dbamy o rozwój pracowników i pracownic, oferujemy im atrakcyjne ścieżki kariery, a także stawiamy na dobre relacje, zadowolenie oraz zdrowie psychiczne i fizyczne – podsumowuje Magdalena Woźniak.