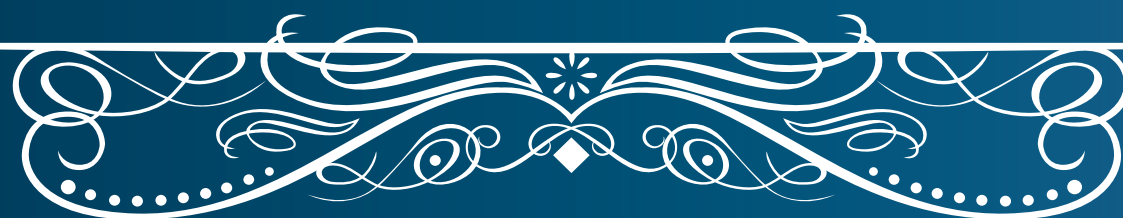


RAPORT

NAJLEPSZY



PRACODAWCA



2025



Świat pracy dynamicznie się zmienia – zmieniają się oczekiwania pracowników, sposób zarządzania i rola pracodawcy w codziennym życiu. W obliczu tych wyzwań coraz więcej firm zdaje sobie sprawę, że dziś bycie pracodawcą to coś więcej niż oferowanie stabilnej pensji – to odpowiedzialność za atmosferę, rozwój, dobrostan i motywację zespołu.

Raport „Najlepszy pracodawca” powstał, by wyróżnić tych, którzy robią to

najlepiej. Bazując na analizie danych, opinii pracowników oraz wskaźników zaangażowania i satysfakcji, przedstawiamy organizacje, które wyznaczają nowe standardy w zarządzaniu ludźmi.

W tegorocznej edycji szczególne wyróżnienia przyznaliśmy firmom, które nie tylko osiągają wysokie wyniki w obszarze HR, ale także konsekwentnie budują kulturę organizacyjną opartą na szacunku, komunikacji i zaufaniu.



**NAJLEPSZY
PRACODAWCA**
2025 GAZETA FINANSOWA

ZESTAWIENIE NAJLEPSZYCH PRACODAWCÓW

Nazwa Firmy/ Branża	Jak firma wspiera rozwój i dba o talenty?	Realizowane systemy motywacyjne	Miejsce i warunki pracy	Dlaczego warto pracować w Państwa firmie?
CUK Ubezpieczenia / Branża ubezpieczeniowa	Rozwój talentów to filar kultury organizacyjnej firmy. W 2024 r. przeprowadzono 339 szkoleń (7334 uczestników). Zbudowano przejrzyste ścieżki kariery (ekspercka, menedżerska), autorskie programy rozwojowe i certyfikacje. Szkolimy m.in. w ramach Akademii Lidera i 4 poziomów rozwoju doradców (brązowy-platynowy) przez nowoczesne formy nauki i praktykę: gry, case studies, symulacje „dotknij-zobacz-ubezpiecz”. Pracownicy mają dostęp do platform edukacyjnych, kursów i webinarów (m.in. Multilife). Tworzy CUKipedię – własną bazę wiedzy. Projekt JA wspiera rozwój osobisty i dobrostan. Prowadzi badania jakości zarządzania i wdraża konkretne zmiany. Wprowadzono RMP – zarządzanie przez indywidualizację potrzeb motywacyjnych. Organizowane są cykliczne badania satysfakcji i jakości zarządzania. Wdrożeni nowi pracownicy otrzymują wsparcie i precyzyjnie zaplanowany onboarding. Dodatkowo webinary z ekspertami m.in. w zakresie odżywiania, finansów, zdrowia, sportu czy odporności psychicznej.	Firma oferuje premię sprzedażową (do wynagrodzenia zasadniczego). Stworzyła OmniCUK – agenci otrzymują prowizję bez względu na wybrany przez klienta sposób zakupu. Doceniane są jubileusze i sukcesy – premie, dni wolne, upominki, listy od zarządu. Świętowane są narodziny dzieci, śluby. Nagradzane są pomysły zgłoszone w programie Innowacje (110 pomysłów w 2024 r.) i przyznawane premie za polecenia pracowników. Organizowane są konkursy z wyjazdami zagranicznymi (np.: Majorka) i integracje w atrakcyjnych obiektach. W ramach Projektu JA wspierany jest rozwój i dobrostan. Trzon oferty benefitowej stanowi system kafeteryjny z rosnącymi zasileniami za staż (szeroki wybór). Multilife to m.in. kursy językowe, kursy rozwojowe Youiversity, konsultacje z: dietetykiem, psychologiem, trenerem personalnym, trenerem finansowym, kurs mindfulness, e-booki i audiobooki. Dodatkowo nieoprocentowane pożyczki, Multisport, Lux Med, zniżki na studia, integracje w atrakcyjnych miejscach, drużyna sportowa CUK Anioły.	CUK to blisko 600 placówek w całej Polsce (centrala w Toruniu). Wynagrodzenie składa się z płacy zasadniczej oraz składnika premiowego. Stworzono OmniCUK – niezależnie w jakim kanale sprzedaży klient kupi ubezpieczenie, agent dostaje prowizję. Pracownicy otrzymują co miesiąc zasilenie finansowe swoich kont kafeteryjnych. Im dłuższy staż, tym wyższe zasilenia. Firma dba o komfort i ergonomię – regulowane biurka, podstawki, piłki rehabilitacyjne. Biura są estetyczne, bezpieczne i funkcjonalne. Nowi pracownicy otrzymują welcome box i przechodzą starannie zaplanowany onboarding. Firma wspiera zdrowie – oferuje prywatną opiekę medyczną, nielimitowane e-konsultacje z internistą, kartę Multisport, konsultacje z dietetykiem, psychologiem, trenerem. Pracownicy korzystają z kursów językowych, e-booków, jogi, mindfulness, aplikacji zdrowotnych. Są zaangażowani w integrację, wyjazdy, akcje ekologiczne i CSR. Każdy ma wpływ – może zgłaszać innowacje, które realnie wpływają na rozwój firmy i jego otoczenia.	CUK to największa multiagencja ubezpieczeniowa w Polsce, która zapewnia stabilne zatrudnienie i inwestuje w rozwój swoich pracowników (ścieżki kariery, programy rozwojowe). Docenia swoich pracowników: premie za wyniki i bogaty system kafeteryjny. Zmienia świat ubezpieczeń na lepszy: 40 towarzystw ubezpieczeniowych w jednym miejscu, blisko 600 placówek w całym kraju, współpraca z ponad 3500 agentami, prawie 1 mln klientów i 95-proc. wskaźnik utrzymania klienta. Ponad 200 nagród i wyróżnień branżowych.
DHL eCommerce Poland / Logistyka	W DHL pracownicy mają dostęp do kilkuset szkoleń, zarówno online (myTalent World; Cornerstone), jak i stacjonarnych w salach szkoleniowych i konferencyjnych. DHL posiada odrębny cykl szkoleń certyfikujących CES oraz CEM. CES (Certified eCommerce Specialist) – szkolenie skierowane do wszystkich pracowników o historii firmy, wartościach, strategii, produktach i biznesie. Po ukończeniu szkolenia uczestnicy stają się Certyfikowanymi Specjalistami eCommerce. CEM (Certified eCommerce Manager) – szkolenie dla wszystkich menedżerów. Celem programu jest budowanie spójnej w eCommerce kultury przywództwa zmierzającej do realizacji strategii biznesowej oraz wartości organizacyjnych. W 2024 r. została wprowadzona platforma Career Marketplace. Narzędzie umożliwia dostęp do spersonalizowanych rekomendacji dotyczących szkoleń i rozwoju oraz publikowanych z całego świata ogłoszeń rekrutacyjnych. Każdy z pracowników jest objęty programem szkoleń obowiązkowych z zakresu odpowiedzialności biznesu. DHL eCommerce realizuje program Empowered skierowany do pracowników o wysokim potencjale. W ramach Programu Talentowego realizowane są warsztaty, projekty, mentoring i networking między talentami DHL z całego świata. W 2024 r. powstał chatbot HaRry – wirtualny kolega, który udziela odpowiedzi na wewnętrzne pytania dotyczące rekrutacji. Menedżer na Start półroczny program szkoleniowy przeznaczony dla menedżerów w nowej roli, szkolenia onboardingowe, program ścieżek karier i sukcesji.	W celu zmotywowania i zaangażowania pracowników w DHL podejmowanych jest wiele działań systemowych z poziomu firmy, ale także modelu zarządzania liderów oraz działań promujących i zachęcających do wzajemnego doceniania się wśród pracowników. Grady, wartościowanie, wynagrodzenia, podwyżki. Spójny dla całej firmy system wynagrodzeń, oparty o zewnętrzną metodologię ekspercka Mercera. Przy wartościowaniu brane są pod uwagę m.in. następujące aspekty: wpływ danego stanowiska na organizację, komunikacja, innowacyjność, wymagana wiedza/kwalifikacje. Poziom wynagrodzenia na każdym stanowisku/grade oparty jest na danych rynkowych. Co roku przeprowadzany jest proces podwyżkowy, obejmujący wszystkich pracowników. Benefity. Program świadczeń finansowych: dofinansowanie do wycieczek, premia świąteczna, premie roczne. Dofinansowanie do programów opieki medycznej, ubezpieczenia na życie i kart sportowych. Nagrody wypłacane pracownikom ze względu na ich staż pracy (program jubileuszowy). Nominowanie pracownika jako Człowieka Roku lub Człowieka Kwartału. Omówienie postawy pracownika podczas corocznych paneli menedżerskich i zgłoszenie pracownika do Programu Talentów. Uznaniowe premie finansowe za wyniki pracy czy realizację projektu. Konkursy, grywalizacje. Elastyczny czas pracy i możliwość pracy zdalnej. Spotkania i wyjazdy integracyjne finansowane przez pracodawcę. Dostęp do szerokiej oferty szkoleń z obszaru rozwoju osobistego, kompetencyjnego i zawodowego. Wspólne świętowanie sukcesów całej firmy tj. wyniki, otrzymane nagrody i wyróżnienia. Wspierający przełożeni i współpracownicy, którzy w trudnych momentach organizują inicjatywy związane ze zbieraniem funduszy finansowych i materialnych, wspierają w kwestiach formalnych związanych np. ze składaniem wniosków, czy przepływem dokumentów. Programy skierowane do dzieci pracowników. Zniżki na przesyłki kurierskie.	Jako globalna organizacja firma jest świadoma swojego zobowiązania i swojej roli w ramach promowania oraz wdrażania miejsca pracy zgodnie ze strategią ESG. Kierunki wyznaczone w strategii ESG są wdrażane podczas naszych inwestycji związanych z nowymi obiektami, a także przy modernizacji już istniejących. Optymalizacja zużycia mediów poprzez montowanie własnych instalacji PV, redukcja emisji poprzez modernizację floty czy stosowanie się do obowiązujących przepisów są elementami budującymi zaufanie pracowników oraz potencjalnych pracowników, a także naszych partnerów biznesowych, w tym inwestorów. Działania na rzecz ochrony środowiska, m.in.: system zbierania i ponownego wykorzystania wody deszczowej, wykorzystujemy panele fotowoltaiczne, zarówno na dachu, jak i na ziemi, montujemy oświetlenie LED we wszystkich obszarach wewnętrznych i zewnętrznych budynku, wdrażamy sterowanie oświetleniem. W ramach odpowiedzialności społecznej (S) oraz ład korporacyjnego (G) opiera się na przepisach lokalnego prawa oraz zasadach korporacyjnych, mających za zadanie dbać o zdrowie i życie naszych pracowników. Buduje kulturę Safety First dla fizycznego, społecznego i emocjonalnego bezpieczeństwa każdego z nas. Wychodzi poza ramy polskich przepisów, zobowiązując się do spełniania wymagań standardu zarządzania bezpieczeństwem pracy zgodnie ISO 45 001. Nasze działania w tym obszarze są corocznie audytowane przez jednostkę certyfikującą DEKRA. W tym roku po raz kolejny jednostka potwierdziła zgodność naszych działań z wymaganiami standardu. Nasze podejście do bezpieczeństwa postrzegane jest holistycznie, nie skupiamy się jedynie na prewencji wypadków, ale również na trosce o zapewnienie zdrowia naszych pracowników. W codziennej pracy staramy się zapewnić jak najbezpieczniejsze i ergonomiczne warunki, stosując rozwiązania sprzyjające temu zarówno w stosunku do pracowników magazynowych, jak i biurowych. Szukamy inspiracji w nowych technologiach, dlatego też umożliwiamy pracownikom korzystanie z VR w ramach szkolenia z miejsca pracy.	DHL eCommerce Poland to najlepsze miejsce pracy. W swojej strategii biznesowej zapisany ma cel, aby być pracodawcą, dostawcą, inwestycją oraz zieloną logistyką pierwszego wyboru. Rynek e-commerce rośnie, a wraz z nim organizacja, która inwestuje w rozwój biznesu i pracowników. Działania do realizacji tej strategii, to m.in.: Nastawienie na jakość dostarczoną klientom, osiąganie celów, ciągłe doskonalenie się (autorska metoda First Choice do optymalizacji procesów). Nowoczesne rozwiązania dla pracowników i klientów, które usprawniają pracę (Centrum Innowacji DHL, projekty technologiczne). Zielone rozwiązania w logistyce, dbałość o środowisko naturalne. Działania CSR zgodnie ze strategią DHL – GoGreen, GoHelp, GoTeach. DHL ma własną Fundację Dostarczamy Dobro, w której pracownicy angażują się w akcje CSR. Atmosfera organizacyjna i kultura organizacyjna oparta na współpracy i koleżeńskich relacjach. Program Wellbeing „Dobrze mi tu” opierający się na siedmiu kluczowych wymiarach dobrostanu. Liczne szkolenia i możliwości rozwojowe pracowników (m.n. ścieżki karier i sukcesji, program talentów, szkolenia certyfikujące, szkolenia rozwoju kompetencji, reskilling i upskilling). Spójny system motywacyjny oparty o metodologię zewnętrzną. Coroczne podwyżki. Bogaty pakiet benefitów. Angażująca komunikacja (m.in. cykliczna komunikacja o najważniejszych informacjach w firmie prowadzona przez członków zarządu z formułą pytań na żywo, cykliczne spotkania zespołowe, organizowane konkursy dla pracowników i ich dzieci, spotkania integracyjne, pikniki, bieżąca komunikacja mailowa, na tablicach informacyjnych, ekranach informacyjnych, newsletter, intranet w aplikacji na telefonie). Kultura doceniania pracowników – bieżąca kultura pochwał, nagrody za dodatkowe osiągnięcia, projekty, konkursy Człowieka Roku, konkursy dla najlepszych sprzedawców, wyzwania sportowe, docenienie pracy w wolontariacie. Wewnętrzne coroczne badanie opinii Employee Opinion Survey co roku potwierdza wysoką motywację i zaangażowanie naszych pracowników. Wyniki zaangażowania plasują się powyżej 85 proc. Bardzo wysoko oceniane jest również przywództwo w DHL. W zeszłym roku było to ponad 90 proc. Zdobiliśmy również wiele zewnętrznych tytułów i nagród, za ubiegły rok były to m.in.: Certyfikat Great Place to Work (pierwsze miejsce wśród dużych organizacji!), Great Place to Work dla Millenialsów, Green Designer, Wellbeing Leader, Top Quality, HR Najwyższej Jakości, Fair to Woman, Certyfikat Równości Płac, Top Employer.

This job is about more than logistics

This job is about more than logistics... jak Employee Value Proposition może nadawać głębszy sens naszej pracy.



JOANNA KWAŚNIEWSKA
Employer Branding Expert,
Kuehne + Nagel

Jak stworzyć EVP globalnej marki, tak by wartości w nim zawarte odzwierciedlały faktyczne odczucia pracowników w ponad 100 krajach?

Spółka Kuehne+Nagel zatrudnia na całym świecie ponad 80 tys. pracowników, a w Polsce obecna jest w 29 lokalizacjach, zatrudniając blisko 2 tys. osób.

By pracownicy mieli wpływ

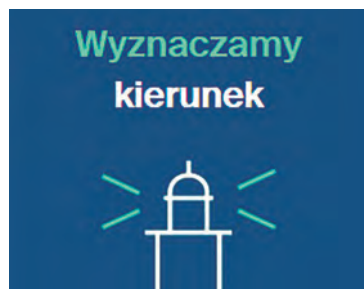
Nie jest tajemnicą, że wypracowanie spójnego EVP popartego solidnymi filarami, z którymi może utożsamiać się pracownik zarówno w Stanach Zjednoczonych, Indiach, jak i w Polsce, nie jest łatwe. Jak to zrobić, by pracownicy mieli wpływ na budowanie strategii opartej na wartościach i korzyściach, które są im bliskie?

Proces tworzenia i diagnozowania, co jest autentyczną przewagą Kuehne+Nagel na rynku pracy, rozpoczął się blisko dwa lata temu. W naszej organizacji, zarówno w Polsce, jak i w innych krajach, widzimy utrzymujący się trend długoletniej współpracy, a średni staż pracy w naszej organizacji to blisko siedem lat. Możemy uznać to za nie lada sukces, biorąc pod uwagę bardzo duże zróżnicowanie grup pracowników. 50 proc. osób w naszej organizacji to pracownicy biurowi, a kolejne 50 proc. pracownicy magazynowi. Każda z grup ma zupełnie inne oczekiwania od pracodawcy, korzysta z innych form rozwojowych czy możliwości benefitowych. Często trudno jest zaprojektować jedno działanie, które będzie odpowiadało wszystkim, a w zasadzie często jest to niemożliwe. Tak więc była w nas ogromna ciekawość, co sprawia, że nasi pracownicy chcą pracować właśnie w tym miejscu, przy tak dużej konkurencji na rynku.

Wracając do EVP, długo zastanawialiśmy się, jak rozpocząć pracę nad jego wdrożeniem. Globalnie rozpoczęto od realizacji grup fokusowych oraz przeprowadzenia

badania weryfikującego, jakie wyróżniki widzą pracownicy spółki na lokalnych rynkach. Na tej podstawie zostały one określone filarami EVP, inaczej mówiąc wartościami, z którymi wszyscy się identyfikujemy.

Nasze filary Employee Value Proposition



Leading the way / Wyznaczamy kierunek

Praca w Kuehne+Nagel wywiera realny wpływ: od dostarczania leków ratujących życie na całym świecie przez inwestowanie w zrównoważoną logistykę aż po tworzenie innowacyjnych rozwiązań magazynowych i wspieranie lokalnych społeczności.

To także gwarancja pracy opartej na solidnych fundamentach i bogatym dziedzictwie, oferując pracownikom bezpieczne i stabilne środowisko pracy.



Empowering people / Wzmacniamy ludzi

Bycie częścią Kuehne+Nagel to znacznie więcej niż praca. To poczucie przynależności do wyjątkowej społeczności opartej na koleżeństwie, wsparciu i wzajemnym zaufaniu. Ta kultura daje nam moc do działania.



Growing above and beyond / Dajemy możliwości rozwoju

W Kuehne+Nagel wierzymy, że każdy ma talent, dlatego tworzymy środowisko sprzyjające jego rozwijaniu. Z nami możesz kształtować swoją karierę i odkrywać swój potencjał.

W tej różnorodności talentów, lokalizacji i środowisku przesłaniem jest proste: myśl niesablonowo i poszerzaj swoje horyzonty.



Making a difference / Wprowadzamy zmiany na lepsze

Kuehne+Nagel to miejsce, gdzie pomysły są doceniane, a każdy może wnieść swój wkład na różny sposób. Dajemy przestrzeń do tworzenia rozwiązań, które mają realny wpływ na naszych pracowników i klientów.

Każdy może zaangażować się w znaczące inicjatywy wspierające dążenie do postępu społecznego. Niezależnie od tego, czy angażujesz się w inicjatywy zewnętrzne, czy wewnętrzne, praca w logistyce odgrywa ważną rolę w kształtowaniu jutra.

Wszystkie filary oddają przewagę naszej organizacji i powody, dla których nasi pracownicy chcą rozwijać się właśnie w Kuehne+Nagel, a nie w organizacjach zbliżonych do naszego profilu działalności. Jednak bez właściwej komunikacji nie możemy mówić o wdrożeniu projektu z sukcesem.

Komunikacja EVP

Pozostało nam już „tylko” stworzenie części komunikacyjnej. Jak wspomniałam wcześniej, musi być ona dostosowana do różnych grup pracowników i trafiać prosto w ich serca.

Naszym przesłaniem stało się hasło: A career at Kuehne+Nagel is more than you imagine. Praca

w Kuehne+Nagel to znacznie więcej niż możesz sobie wyobrazić. Jest to śmiałe hasło, ale jakże trafnie oddające nasz wkład w otaczający nas świat.

Logistyka wpływa na każdy aspekt naszego życia: codzienne dobra, z których korzystamy, opiekę zdrowotną, na której polegamy, zaawansowane technologicznie produkty, które kochamy i wiele więcej. W centrum tej komunikacji jest nasz pracownik, bez którego leki ratujące życie nie dotarłyby do ciężko chorych pacjentów, świeża żywność nie trafiłaby na półki w naszych sklepach, a nasze dzieci nie mogłyby się rozwijać bez kreatywnych zabawek. Razem budujemy te historie, które dotyczą nas lokalnie i razem dbamy, by komunikacja była dostosowana do wszystkich naszych pracowników, którzy są najważniejszym ogniwem naszej firmy.

Diabeł tkwi w szczegółach

Nawet najlepiej zaplanowany projekt nie powiedzie się, gdy zabraknie z pozoru niewielkich elementów, ale jakże istotnych z punktu widzenia indywidualnego pracownika w firmie zatrudniającej ponad 80 tys. osób.

Język lokalny

Nie wyobrażam sobie, by taki projekt jak EVP, który opiera się na wartościach, korzyściach, które sami pracownicy wskazują za najistotniejsze u pracodawcy, był oparty na komunikacji w języku obcym. Każdy element naszego przekazu jest możliwy do przetłumaczenia z języka angielskiego na język lokalny. Często duże korporacje zatracają się w swojej wielkości, twierdząc, że już każdy na świecie operuje językiem angielskim. Nic bardziej mylnego, ale też zdecydowanie łatwiej poczuć zaangażowanie, gdy widzisz, że druga strona stara się zrobić wszystko, byś czuł się komfortowo w miejscu pracy.

Nasze lokalne historie

Podczas wdrożenia całego projektu pracowaliśmy – i nadal pracujemy – nad tworzeniem naszych własnych lokalnych historii, które ukazują wpływ

naszych pracowników na otaczający świat. Jesteśmy również zachęceni, by dzielić się naszymi historiami z kolegami i koleżankami z innych krajów.

Komunikacja docierająca do wszystkich w tym samym czasie

Nieważne, czy pracujesz w biurze i masz stały dostęp do komputera, czy też jesteś pracownikiem magazynowym, który nie posiada indywidualnego maila, komunikacja zawsze dotrze w tym samym momencie do każdego. Metody i narzędzia dotarcia muszą być zróżnicowane i przemyślane, ale i przekaz odpowiednio skonstruowany, by każdy mógł – w odpowiednim dla siebie momencie – świadomie tę komunikację odebrać.

Zawsze zaczynamy od środka

Zawsze na pierwszym miejscu jest nasz pracownik, który otrzymuje pełną komunikację w kluczowych dla firmy projektach jako pierwszy. Najpierw dbamy o pełny przekaz i dotarcie do każdego wewnątrz organizacji, a następnie rozpoczynamy komunikację zewnętrzną tak jak w przypadku tego projektu.

Przed nami zapewne jeszcze wiele zakrętów, gdyż rozpoczynamy swoją przygodę z nową strategią komunikacji kierowaną zarówno do pracowników, jak i naszych kandydatów, ale wierzymy, że z odpowiednim podejściem i przygotowaniem niewiele nas zaskoczy.

Pracując w zespołach HR, mierzymy się z wieloma wyzwaniem, w tym projektami, które są centralnie realizowane i przekazywane do wdrożenia bez wcześniejszej konsultacji z nami. To, co jest czynnikiem sukcesu wielu projektów w Kuehne+Nagel, to włączanie naszej lokalnej perspektywy do procesu decyzyjnego, który zachodzi w globalnych strukturach. Chętnie dzielimy się swoimi doświadczeniami i widzimy, że są one cennymi wskazówkami przy projektowaniu nowych rozwiązań w naszej firmie.

<p>Dom Maklerski BOŚ / Branża finansowa</p>	<p>Firma docenia wiedzę i doświadczenie pracowników. To oni są jej priorytetem. Dlatego oferuje im szeroki wachlarz możliwości rozwoju. Wszystkie te aktywności związane są ze ścieżką biznesową firmy oraz potrzebami zespołów, a także indywidualnych pracowników. Firma podchodzi do rozwoju w sposób kompleksowy, organizując dla wszystkich pracowników (ogólnofirmowe) cykliczne szkolenia z zakresu działalności firmy (zarówno stacjonarne jak i na platformie e-learnigowej), w obszarach skierowanych dla konkretnych zespołów czy grup pracowników (np. menedżerów, grup projektowych, grup tematycznych, itp.), jak również indywidualne szkolenia specjalistyczne. Dofinansowuje edukację na studiach, kursy certyfikujące, edukację językową. Wszystkie te działania dotyczą kluczowych kompetencji zawodowych, jak również osobistych, które mają bezpośredni wpływ na efektywność działania i dobrostan pracowników. Wszyscy nowo zatrudnieni pracownicy od pierwszego dnia pracy otoczeni są opieką zespołu HR i wdrażani do pracy specjalnie przygotowanym dla nich programem onboardingowym. Firma dąży do tego, aby już na starcie każdy czuł, że przynależy do zespołu DM BOŚ oraz wyposażony był w odpowiednią na początek wiedzę i narzędzia do rozpoczęcia nowej przygody zawodowej.</p>	<p>Oferta benefitów DM BOŚ obejmuje szeroki zakres korzyści, które wspierają dobrostan i rozwój pracowników: opieka zdrowotna, ubezpieczenie na życie, dofinansowanie nauki języka angielskiego, dofinansowanie studiów, dofinansowanie wypoczynku, dofinansowanie biletów do kina, teatru, na koncerty, możliwość pracy zdalnej, spotkania integracyjne, karta sportowa, dostęp do wirtualnej biblioteki, dostęp do platformy wellbeingowej Mindgram. W ramach profilaktyki zdrowotnej każdy chętny pracownik otrzymuje pakiet medyczny o bardzo szerokim zakresie opieki oraz z dużą dostępnością do lekarzy specjalistów. W ramach tej opieki medycznej organizowane są także cykliczne spotkania pracowników z przedstawicielami firmy medycznej, gdzie omawiane są zasady i możliwości tych usług, a także zgłaszane są uwagi i prośby pracowników mające na celu ciągle podnoszenie jakości oferowanych pakietów.</p>	<p>Stanowiska pracy wyposażone są w jak najbardziej wygodne i ergonomiczne narzędzia pracy.</p>	<p>W firmie unika się korporacyjności, stawia na bezpośrednie relacje i krótką ścieżkę decyzyjną. Większość podejmowanych aktywności to działania rozwojowe. Firma doskonale łączy doświadczenie i innowacyjne, nieszablonowe rozwiązania. Daje możliwość pracy i rozwoju wśród prawdziwych fachowców w branży oraz stale rosnącej rzeszy młodych i dynamicznych specjalistów różnych dziedzin. Kładzie nacisk na różnorodność i możliwość wymiany międzypokoleniowych doświadczeń. Zatrudnia wielu pracowników 50+. To, co ją wyróżnia, to przyjazna, rodzinna atmosfera dająca przestrzeń rozwoju zawodowego i osobistego przy zachowaniu work-life balance. Bardzo ważna jest tu opinia pracowników, ich potrzeby i pomysły, dlatego prowadzona jest polityka otwartego dialogu. Cyklicznie badane jest satysfakcja z pracy pracowników i wdrażane wnioski i inicjatywy powstałe w wyniku analiz. W zależności od potrzeb, przeprowadzane są także bieżące krótkie ankiety tematyczne wśród pracowników. Dla zbudowania poczucia dialogu i zaangażowania pracowników w działania firmy organizujemy kwartalne spotkania wszystkich pracowników z zarządem firmy o nazwie i formule Kawa z Zarządem, gdzie opowiadamy o bieżącej sytuacji firmy, o wydarzeniach, planach, a także odpowiadamy na zadane przez pracowników pytania dotyczące celów i życia firmy.</p>
<p>Edenred Polska / Branża usług benefitowych</p>	<p>Program EdenredME dla wszystkich, programy rozwojowe dla dużych grup pracowniczych koncentrujące się na danym obszarze biznesowym np. sprzedaży, obsłudze klienta, szkolenia regionalne, indywidualne, szkolenia e-learningowe na specjalnej platformie.</p>	<p>Oprócz standardowych premii sprzedażowych, prowizji dotyczących obsługi klienta oraz premii rocznych, firma dba o motywację przez szkolenia, programy rozwojowe, angażowanie wszystkich pracowników w pracę rozwojową nad wynikami ankiet satysfakcji pracowniczej.</p>	<p>Warszawa, Inflancka 4b, budynek z Certyfikatem BREEM (przyjazny środowisku i ludziom), duża przestrzeń biurowa, bliskość wielu rodzajów komunikacji miejskiej (autobus, metro, tramwaj, pociąg, parkingi, możliwość przyjechania rowerem, prysznic w budynku, a także dodatkowym nagradzaniem za aktywność z tym związaną). Firma dba o pracowników poprzez dobrze dobrane benefity: karta lunchowa o wartości 450 zł, 100 proc. dofinansowania komunikacji miejskiej, atrakcyjna opieka zdrowotna, blokadą 1 godziny, podczas której nie mogą odbywać się spotkania, spotkaniem z dietetykami, konkursy firmowe, bookcrossing, pokazy filmowe dla pracowników, spotkania integracyjne, działania CSR-owe angażujące pracowników oraz typowy benefit biurowy w postaci codziennych świeżych owoców i warzyw.</p>	<p>Atmosfera – pozytywne nastawienie i przysłowiowe „zgranie się” w zespołach. Zespół wspiera się i pomaga sobie w cięższych chwilach. Możliwości rozwoju – dynamiczne środowisko pracy. Tu nie ma czasu na nudę, za to jest możliwość wykazania swojego potencjału. Ambitne zadania – w Edenred nie ma mikromanagementu! Realizowane są samodzielnie kreowane zadania i projekty. Autentyczne wartości – doceniany jest szacunek i zaufanie, jakim pracownicy darzą siebie nawzajem. Otwartość – ceni się możliwość próbowania różnych rzeczy, nawet gdy prowadzą do porażek. Możliwość pracy zdalnej – dwa dni w tygodniu na wszystkich stanowiskach. System, w którym „nikt nie stoi za plecami”. Przyjemności i wygoda na co dzień – wygodne biuro, dogodna lokalizacja i dojazd. Kawa, owoce, warzywa czy soki bdbają o nastroj każdego dnia. Troska o zdrowie. Na Dobrze – projekt For Good. Movement. Firma dba o dobre nawyki żywieniowe. Wspólnie jedząc, dba o zdrowie, relacje i wzbudza kreatywność.</p>
<p>Grupa DTA / TSL</p>	<p>DTA aktywnie wspiera rozwój pracowników, oferując różnorodne formy wsparcia i programy szkoleniowe. Regularne szkolenia celne pozwalają na stałe podnoszenie kompetencji i utrzymanie wysokich standardów w branży. Kursy językowe nie tylko usprawniają komunikację z klientami, lecz także otwierają nowe ścieżki rozwoju zawodowego. Firma realizuje także programy rozwojowe dostosowane do indywidualnych potrzeb oraz indywidualne sesje coachingowe, które pomagają wyznaczać cele i opracować strategię ich osiągnięcia. DTA promuje także rekrutację wewnętrzną, wspierając awans i rozwój kariery w strukturach firmy. Takie podejście nie tylko wzmacnia motywację, ale także pozwala na pełniejsze wykorzystanie potencjału pracowników.</p>	<p>DTA stawia na integrację i budowanie relacji, co ma szczególne znaczenie w firmie o strukturze rozproszonej, z oddziałami w różnych częściach kraju. Organizowane są wspólne wyjazdy – zarówno krajowe, jak i zagraniczne – w których biorą udział nie tylko pracownicy, ale także ich rodziny. Uczestnicy mieli już okazję odwiedzić m.in. Włochy, Hiszpanię, Armenię czy Gruzję, a także wraz ze swoimi dziećmi wybrać się do Legolandu w Niemczech. W planach już mamy kolejne podróże. Koszty takich wyjazdów w dużej mierze pokrywa firma. DTA oferuje również dostęp do mieszkań wypoczynkowych w atrakcyjnych lokalizacjach, jak Szczyrk, Czarna Góra, Gdańsk i Gąsiki nad morzem czy Kraków, gdzie pracownicy mogą spędzać wolny czas. Wśród benefitów warto też wymienić PPE – co miesiąc firma przekazuje dodatkowe 3,5 proc. pensji na emeryturę pracowników. Do tego dochodzi prywatna opieka medyczna, ubezpieczenia grupowe, kursy językowe oraz karty sportowe.</p>	<p>DTA konsekwentnie inwestuje w komfort i rozwój środowiska pracy. W 2023 r. firma unowocześniła swoje największe magazyny, przenosząc je do nowych lokalizacji, a kolejne biura są modernizowane. Choć dostępna jest praca zdalna, wielu pracowników wybiera biura, ceniąc sobie bezpośredni kontakt z zespołem. Nowoczesne kuchnie z ekspresami do kawy i dozownikami wody to już standard w większych oddziałach. DTA dba też o bezpieczeństwo – pracownicy są szkoleni z pierwszej pomocy, a w biurach dostępne są defibrylatory. Firma prowadzi działania promujące zdrowie i równowagę między pracą a życiem prywatnym – organizowane są akcje profilaktyczne, takie jak Różowy październik czy Listopad z wąsem, a także inicjatywa Dwie godziny dla rodziny, w ramach której każdy może spędzić więcej czasu z bliskimi.</p>	<p>DTA to miejsce, w którym można rozwijać się w różnych działach – agencji celnej, spedycji, magazynach czy administracji. Pracownicy doceniają atmosferę – zorganizowaną, ale daleką od korporacyjnej. Wyróżniają się unikalne benefity, jak zagraniczne wyjazdy czy firmowe mieszkania. Można też angażować się w akcje charytatywne i ekologiczne. To miejsce, w którym praca ma sens i daje satysfakcję.</p>
<p>Grupa Pekabex / Branża budowlana</p>	<p>Firma kładzie duży nacisk na rekrutację wewnętrzną i w pierwszej kolejności poszukuje kandydatów na wakaty wśród obecnych pracowników, co stwarza możliwości awansu w strukturach organizacji. Bardzo powszechnym procesem jest zmiana stanowiska ze stanowiska asystenckiego na eksperckie, np. asystent, młodszy specjalista, specjalista lub stażysta, inżynier, kierownik robót, kierownik budowy, kierownik projektu. Działania szkoleniowe: prowadzi kolejną edycję Akademii Managera, Akademię Kierownika Kontraktu, Akademię Brygadzysty. Stawia na złożone projekty, które systematycznie pomagają w rozwoju. Ale też pojedyncze spotkania, które są sfokusowane na jeden zakres tematyczny. Pracownicy uczestniczą w sesjach coachingowych i coachingu grupowym wg potrzeb. Uczestniczą też w kursach językowych, a firma dofinansowuje studia i szkolenia. We współpracy ze szkołami i uczelniami wyższymi w kraju prowadzi również praktyki i staże dla uczniów i studentów.</p>	<p>Współfinansowanie szkoleń i studiów, możliwość zdobycia uprawnień budowlanych, możliwość sprawdzenia się w pracy w innym dziale (rekrutacja wewnętrzna + projekt SKOK W BOK w Pekabeksie), pracownicy mogą zdobyć doświadczenie zarówno w biurze projektowym, jak i podczas realizacji na budowie, nagrody za wdrożenie nowego pracownika, program rekomendacji pracowniczej, firma pracuje cały czas nad ofertą benefitów dla pracowników.</p>	<p>Z uwagi na wiele lokalizacji firma ma niejedno miejsce pracy. Są to zakłady produkcyjne (w pięciu lokalizacjach w Polsce i jednej w Niemczech), a także budowy na terenie całej Polski, również w Szwecji i Niemczech. Stara się, aby pracownicy mieli dobre warunki pracy, choć nie zawsze jest to łatwe, zwłaszcza zimą na budowie. Pekabex posiada szeroki pakiet benefitów skierowanych do pracowników: karta Multisport, prywatna opieka medyczna, dofinansowanie nauki, nagroda za rekomendację pracownika, eventy integracyjne dla pracowników i ich rodzin (rowery, żagle, narty, siatkówka), świeże owoce, wsparcie z ZFSŚ, nauka języków obcych, szkolenia techniczne, możliwość zdobycia uprawnień budowlanych i technicznych, udział w targach i konferencjach branżowych, konkursy dla pracowników, Ambasadorzy Pasji: sekcja motocyklowa, siatkarska, koszykarska, gier planszowych, rowerowa, góraska itd., wsparcie dla cudzoziemców, premie/nagrody.</p>	<p>Firma jest liderem na rynku prefabrykacji w Polsce, oferuje możliwość pracy w dużej organizacji pod okiem ekspertów w dziedzinie budownictwa. Prowadzi wiele inwestycji w kraju i za granicą, co daje wiele możliwości rozwoju. Jest otwarta na nowe talenty, ale docenia też wiedzę i doświadczenie ekspertów. Pracownicy związują się z nią na lata, co pokazują spotkania jubileuszowe, gdzie co roku wyróżnianych jest kilkaset osób. Pracownicy to zespół, który również lubi spędzać razem czas po pracy. Spotykają się wspólnie na żaglach, rowerach czy nartach. Potrafią działać zespołowo, nawet jeśli chodzi o cele charytatywne. Wspierają uczniów i studentów, organizując praktyki i staże, wycieczki i wykłady w szkołach i na uczelniach.</p>

O zmieniającej się roli zespołów HR



OLGA ŻARKOWSKA

dyrektor ds. personalnych i rozwoju
w MAN Truck & Bus Polska

Jeszcze kilka lat temu działy HR postrzegane były głównie jako centra administracyjne – odpowiadające za procesy kadrowe, rekrutację i pilnowanie formalności. Dziś ich rola coraz częściej wykracza poza te ramy. Ewolucja HR to nie tylko zmiana struktury czy nazewnictwa stanowisk, ale przede wszystkim nowe podejście do ludzi, organizacji i relacji między nimi.

Współczesne zespoły HR działają w środowisku, które stale się zmienia – zarówno pod względem oczekiwań pracowników, jak i kierunków rozwoju firm. Ta dynamika wymaga elastyczności i gotowości do prowadzenia dialogu – nie tylko z zarządem, ale przede wszystkim z pracownikami. Coraz częściej to właśnie HR odpowiada za łączenie tych dwóch światów: z jednej strony rozumie potrzeby ludzi, z drugiej – potrafi poruszać się w ramach celów i strategii firmy.

Otwartość na potrzeby pracowników

Jedną z największych zmian w podejściu HR jest większe nastawienie na słuchanie. Wiele organizacji wprowadza cykliczne badania satysfakcji, rozmowy rozwojowe czy mniej formalne formy zbierania informacji zwrotnych. HR nie

tylko zbiera dane, ale potrafi je interpretować i przekładać na konkretne działania. To podejście bazuje na założeniu, że zrozumienie pracowników i ich potrzeb to nie moda, ale realna wartość dla organizacji.

Pracownicy coraz częściej oczekują nie tylko stabilnych warunków zatrudnienia, ale także przestrzeni do rozwoju, elastyczności, równowagi między życiem zawodowym a prywatnym oraz odnajdywania sensu w wykonywanej pracy. Zespoły HR, które potrafią te potrzeby identyfikować i wspierać menedżerów w ich realizacji, stają się ważnym elementem zdrowej kultury organizacyjnej.

Zrozumienie priorytetów firmy

Zmieniająca się rola HR nie oznacza jednak oderwania od celów biznesowych. Wręcz przeciwnie – świadomość tego, dokąd zmierza organizacja, jakie ma ambicje i z jakimi wyzwaniami się mierzy, jest dziś

niezbędna. Tylko wtedy możliwe jest projektowanie działań, które są spójne ze strategią i na prawdę wspierają rozwój firmy.

Zespoły HR coraz częściej pracują ramię w ramię z menedżerami różnych działów, analizując potrzeby kompetencyjne, planując rozwój zespołów czy wspierając w zarządzaniu zmianą. Ich zadaniem nie jest wyrażanie, ale dostarczanie narzędzi, wiedzy i perspektywy, która pomaga podejmować lepsze decyzje – również te trudne.

Nowa równowaga

Współczesny HR to balansowanie pomiędzy dbałością o ludzi a odpowiedzialnością za wsparcie realizacji celów firmy. To rola wymagająca uważności, empatii, ale i konkretnego osadzenia w realiach biznesu. W wielu firmach pojawia się nowe podejście do roli HRBP (Human Resources Business Partner), które pokazuje, że można łączyć codzienne wsparcie pracowników

z odpowiedzialnością za dostarczanie wartości biznesowej.

Nie chodzi jednak o idealizowanie tej funkcji – nie każdy HRBP jest doradcą zarządu, nie każda inicjatywa HR zmienia firmę. Wiele działań to codzienna, spokojna praca: rozmowy z menedżerami, rozwiewanie wątpliwości, analiza danych, wsparcie w trudnych sytuacjach. Często to właśnie te mniej spektakularne działania budują zaufanie i tworzą przestrzeń do pozytywnej zmiany.

Zespół HR jako część organizacji, nie tylko jej obsługa

Kluczowe w nowym podejściu jest traktowanie HR jako integralnej części organizacji, a nie jedynie zaplecza operacyjnego. To zespół, który zna kulturę firmy, rozumie kontekst i działa nie tylko „na zlecenie”, ale z inicjatywą i poczuciem współodpowiedzialności. To możliwe tylko wtedy, gdy HR sam czuje

się częścią zespołu, a nie „funkcją pomocniczą”.

Podsumowanie

Zmieniająca się rola zespołów HR to naturalna odpowiedź na transformację świata pracy. Coraz większe znaczenie ma umiejętność słuchania, elastyczność, wrażliwość na potrzeby pracowników i jednoczesna znajomość realiów biznesu. Ta równowaga nie zawsze jest łatwa do osiągnięcia, ale warto o nią dbać – bo to właśnie na styku tych dwóch perspektyw powstaje przestrzeń do trwałych, sensownych zmian w organizacji.

Współczesny HR to nie tylko zarządzanie procesami, ale przede wszystkim partnerstwo z biznesem i umiejętność wsłuchiwania się w potrzeby pracowników. To właśnie HR, poprzez bliską współpracę z menedżerami i otwartość na dialog, staje się kluczowym elementem budowania zdrowej kultury organizacyjnej. Dbałość o ludzi i jednoczesne zrozumienie celów firmy pozwala na osiągnięcie trwałych, pozytywnych zmian.

„Mam poczucie, że w MAN Truck & Bus Polska udaje się nam w pełni realizować te założenia”, podkreśliła Olga Żarkowska – dyrektor ds. personalnych i rozwoju w MAN Truck & Bus Polska.



<p>Grupa Raben/ Transport i logistyka</p>	<p>Firma, świadoma znaczenia nieustannego rozwoju zawodowego, kładzie duży nacisk na szkolenia i wsparcie talentów. W 2024 r. średnia liczba godzin szkoleniowych na pracownika wyniosła 11,2. Uruchomiono nowy moduł SAP HR LMS, który zarządza całym procesem edukacji i rozwoju pracowników. Integracja LMS z popularną platformą szkoleniową daje dostęp do szerokiej oferty kursów i umożliwia naukę we własnym tempie. Od trzech lat firma realizuje program sukcesji, który rozwija talenty i zapewnia ciągłość na kluczowych stanowiskach. W 2024 r. wzbogaciła go o inicjatywy takie jak Friday Mood Webinars (piątkowe spotkania, których celem jest dzielenie się wiedzą) i Development Opportunity Fairs (targi rozwojowe dla pracowników). Kontynuuje program Manager of Choice, wspierający menedżerów w rozwijaniu kluczowych umiejętności zarządzania. Inwestując w przywództwo, przygotowuje zespoły menedżerskie do radzenia sobie z wyzwaniami i inspirowania swoich zespołów.</p>	<p>Aby zwiększyć zaangażowanie i satysfakcję pracowników, firma wdraża różnorodne systemy motywacyjne. Motywuje pracowników poprzez przejrzysty proces oceny rocznej i zarządzania celami, wspierany przez system SAP. W firmie panuje otwarta komunikacja, wspierana przez nowoczesne rozwiązania, takie jak feedback i spotkania jeden na jeden. Kreuje pozytywną atmosferę i dba o pracowników poprzez inicjatywy integracyjne. Integralnym elementem kultury firmy jest wspólne celebrowanie sukcesów, świętowanie jubileuszy i urodzin, a także wspieranie akcji charytatywnych oraz firmowy wolontariat. Firma oferuje szeroki wachlarz benefitów pozapłacowych oraz programów rozwoju kariery. Wspiera rozwój kompetencji językowych, a dzięki współpracy ze szkołą wyższą oferuje studia w atrakcyjnej cenie.</p>	<p>Grupa Raben zapewnia miejsce pracy dla ponad 12 200 pracowników w 16 europejskich krajach. Chce zaferować pracownikom angażujące, stabilne i bezpieczne miejsce pracy. Dlatego rozwija kulturę bezpieczeństwa i corocznie przeprowadza badania zaangażowania, aby poprawić środowisko pracy. Szkoli pracowników, zapewnia im niezbędne środki ochrony i dba o przestrzeganie zasad bezpieczeństwa. Projektuje i buduje magazyny dostosowane do potrzeb operacyjnych, zapewniając optymalną efektywność i skalowalność. Każdy obiekt jest strategicznie zlokalizowany, wyposażony w nowoczesne technologie i zaprojektowany zgodnie ze standardami efektywności energetycznej oraz przepisami ochrony środowiska. Biura są nowoczesne i komfortowe, wyposażone w ergonomiczne meble oraz najnowsze technologie. Firma dba o to, aby przestrzeń biurowa sprzyjała kreatywności i współpracy. Oferuje również hybrydowy model pracy, który pozwala na elastyczność i lepsze dostosowanie się do indywidualnych potrzeb pracowników.</p>	<p>Jako firma rodzinna wierzy, że to ludzie naprawdę wpływają na biznes. Różnorodność, którą tworzy jako międzynarodowa firma, jest wartością, którą uznaje za podstawową zaletę. Tworzy zgrany zespół. Jest drużyną, która zawsze gra do jednej bramki. To dodaje skrzydeł. Ma drive do nowoczesnych technologii, co odzwierciedla innowacyjne środowisko pracy. Work-life balance to coś, co ma ogromną wartość. Pracownicy chętnie spotykają się po pracy, aby celebrować urodziny, sukcesy i angażować się w akcje CSR. Od lat podążają wspólną drogą, odważnie określając cele i mądrze wytyczając trasy. Każdy dzień rzuca nowe wyzwania, które wymagają twórczego podejścia do zmieniającej się rzeczywistości. Raben Group stawia na wyzwania – te, z którymi przychodzi się mierzyć, i te, które ambitnie wyznaczamy sobie sami. Docenia przedsiębiorczość, rozumianą jako aktywną i zaangażowaną postawę wobec zawodowych obowiązków. Wierzy w partnerstwo, czerpiąc z różnorodności i oparte na współpracy oraz zaufaniu.</p>
<p>Intrum / Finanse, branża zarządzania wierzycielnościami</p>	<p>W Intrum ścieżki kariery są jasno zdefiniowane, co umożliwia pracownikom świadome planowanie rozwoju zawodowego. Firma promuje rekrutację wewnętrzną i oferuje możliwość relokacji do innych oddziałów w Polsce i za granicą. Szczególny nacisk kładzie na rozwój kompetencji liderkich – kierownicy mogą korzystać z programów wzmacniających umiejętności zarządzania, a liderzy zespołów otrzymują systematyczne wsparcie. Intrum inwestuje również w rozwój menedżerski pracowników niższego szczebla, budując wewnętrzne zaplecze kadry kierowniczej. Rozwój kompetencji wspierany jest przez: Akademię Intrum – platformę szkoleń i warsztatów, program mentoringowy, gdzie doświadczeni pracownicy dzielą się wiedzą, program coachingowy, który wzmacnia motywację i świadome zarządzanie karierą. Te inicjatywy są dostępne dla wszystkich członków zespołu, co sprzyja rozwojowi zawodowemu i budowaniu kompetencji w organizacji.</p>	<p>Intrum oferuje różnorodne formy doceniania i nagradzania swoich pracowników. W ramach systemu premiowego osoby zatrudnione na określonych stanowiskach mogą liczyć na dodatkowe wynagrodzenie zgodnie z zasadami firmy. Program Polecone Nagrodzone motywuje pracowników do wspierania rozwoju zespołu poprzez polecenie kandydatów do pracy w Intrum. Firma organizuje również konkursy i wyzwania związane z celami, misją oraz wizją organizacji, a także inicjatywy wspierające pasje pracowników, nagradzając ich aktywny udział. Dodatkowo Intrum przyznaje roczne nagrody za szczególne osiągnięcia, które są dostosowane do indywidualnych potrzeb zwycięzców dzięki specjalnie przygotowanemu katalogowi nagród.</p>	<p>Biura Intrum znajdują się w czterech miastach w Polsce: Warszawie (siedziba główna), Białymstoku, Wrocławiu i Bytomiu. Firma zapewnia komfort pracy niezależnie od lokalizacji, oferując programy wellbeingowe dla pracowników. Przestrzeń biurowa Intrum obejmuje: otwarte przestrzenie typu open space, wygodne gabinety, nowoczesne sale konferencyjne z wyposażeniem multimedialnym, pomieszczenia socjalne z kuchniami i zapleczem sanitarnym, strefy relaksu (chill-out roomy), udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami, systemy zapewniające bezpieczeństwo pracowników. Biura zostały zaprojektowane z myślą o pracownikach i środowisku – uwzględniają segregację odpadów oraz ograniczenie użycia plastiku. Intrum stosuje hybrydowy model pracy, wspierając osoby pracujące zdalnie lub częściowo zdalnie poprzez zapewnienie odpowiedniego zaplecza technicznego.</p>	<p>Praca w Intrum to szansa na rozwój zawodowy w międzynarodowej organizacji z ponad stuletnią tradycją. Firma oferuje przejrzyste ścieżki kariery i kładzie szczególny nacisk na rozwój kompetencji liderkich. Intrum jest wielokrotnie nagradzany pracodawcą – zdobyło m.in. nagrodę PR Wings za komunikację wewnętrzną oraz tytuł „Firma Przyjaznej Rodzinie/Człowiekowi 2023”. Firma aktywnie wspiera rozwój osobisty pracowników, promując ich pasje oraz oferując dostęp do mentoringu i coachingu. To środowisko pracy, w którym liczy się rozwój, różnorodność i wzajemny szacunek.</p>
<p>Kuehne+Nagel Polska / Logistyka</p>	<p>Dbłość o rozwój pracowników wpisana jest w strategię, której jednym z filarów jest KN Employee Experience. Pracownicy mają możliwość rozwijać się od poziomu stażysty, specjalisty, eksperta po menedżera. Działania rozwojowe dobierane są wspólnie z pracownikiem w ramach indywidualnego planu rozwoju. Firma umożliwia zmiany stanowisk, promocje wewnętrzne, udział w projektach, naukę od innych oraz szkolenia. Realizowane są projekty umożliwiające rozwój kompetencji, a platforma rekrutacyjna pozwala pracownikom na swobodny rozwój w organizacji. Firma szkoli, poczynając od kompetencji stanowiskowych, poprzez umiejętności miękkie, językowe, organizacyjne, związane z obsługą klienta oraz kształtując umiejętności menedżerskie i liderkie. Prowadzi cykle edukacyjne, poprzez krótkie, atrakcyjne webinary oraz szkolenia i programy rozwojowe dedykowane poszczególnym grupom. Na szczeblu globalnym i regionalnym odbywają się szkolenia dla kadry eksperckiej i menedżerskiej oraz programy dla grup talentowych.</p>	<p>Swoim pracownikom firma oferuje szeroki wachlarz benefitów. W ostatnim roku wprowadzono możliwość skorzystania z dodatkowego dnia wolnego oraz karty lunchowej. Uruchomiono także Komisję Benefitową, której założeniem jest realny wpływ pracowników na kształtowanie oferty benefitowej. Pracownicy korzystają z prywatnej opieki medycznej, ubezpieczenia na życie z medycznym asystentem oraz pakietów z zakresu ochrony onkologicznej i kardiologicznej, a także dla osób aktywnych. Firma dofinansowuje kartę sportową, paczki z produktami lub kartę sportowo-kulturalną, czy naukę języków obcych. Możliwe są zakupy produktów jednego z klientów firmy w atrakcyjnych cenach. Pracownicy mogą korzystać z pomocy w trudnych sytuacjach życiowych czy dofinansowania wczasów. Realizowane są wyprawki dla pierwszoklasistów, świadczenia świąteczne oraz nagrody jubileuszowe. Zespoły chętnie korzystają ze spotkań integracyjnych. Promowany jest wewnętrzny program poleceń wspierający budowanie zgranych zespołów opartych na zaufaniu i przyjacielskich relacjach. Cyklicznie realizowane są badania opinii pracowników, a następnie wdrażane zmiany.</p>	<p>Kuehne+Nagel w Polsce ma 29 lokalizacji (biurowe oraz magazynowe). Firma dba o to, aby każdemu pracownikowi, niezależnie od lokalizacji, zapewnić komfort pracy. W magazynach największy nacisk kładzie się na bezpieczeństwo, ergonomię oraz ograniczanie ryzyka niebezpiecznych wypadków. Wprowadzone standardy wielokrotnie doceniono przez kapitułę konkursu Lider bezpieczeństwa w magazynie portalu log4. Duży nacisk firma kładzie na zapewnienie możliwości dodatkowych szkoleń pracownikom magazynowym, tak by jednocześnie zwiększać świadomość i bezpieczeństwo, ale również umożliwiać rozwój w strukturach. Celebrytuje szczególnie dla firmy momenty, tj. dni bez wypadków oraz realizuje eventy nakierowane na promocję odpowiedzialnych zachowań. W biurach pracuje się w modelu hybrydowym, do czego zostały dostosowane przestrzenie.</p>	<p>Kuehne+Nagel działa w myśl strategii dążenia do bycia liderem w dostarczaniu zrównoważonych rozwiązań dla łańcucha dostaw, z jednoczesną troską o pracowników, klientów, dostawców i społeczeństwo. Razem z pracownikami budowana jest kultura firmy. Wspólne wartości stawiają człowieka w sercu wszystkiego, co robi firma. Laureat Srebrnego Listka CSR „Polityki” i Inwestorem Społecznym. Firma realizuje inicjatywy z zakresu ESG, tj. przejście na zieloną energię, sadzenie drzew, wysiewanie łąk kwietnych, współpraca z NGO.</p>
<p>MAN Truck&Bus Polska / Branża motoryzacyjna</p>	<p>Firma stawia na rozwój wielotorowy: od szkoleń produktowo-technicznych oraz rozwijających kompetencje miękkie po wsparcie w zdobywaniu certyfikacji branżowych, niezbędnych dla wysokiej jakości obsługi klientów. Wspiera mobilność wewnętrzną poprzez awanse i role liderkie, ale także wspiera rotacje międzydziałowe, które pomagają budować szerszą perspektywę czy zdobywać doświadczenie projektowe. Regularnie prowadzi rozmowy rozwojowe, a proces oceny pracowniczej jest ukierunkowany nie tylko na wyniki, ale przede wszystkim na stawianie się lepszą wersją siebie w duchu wzajemnej współpracy. Firma jest zdania, że najlepszym sposobem na zatrzymanie talentów jest tworzenie środowiska, w którym każdy może się rozwijać zgodnie ze swoimi mocnymi stronami i predyspozycjami. Warte podkreślenia jest to, że spółka współpracuje ze szkołami zawodowymi i wpływa na poziom praktycznego przygotowania do zawodu w branży motoryzacyjnej poprzez tworzenie klas patronackich czy organizowanie konkursów z wiedzy technicznej.</p>	<p>System motywacyjny opiera się na trzech filarach: sprawiedliwości, transparentności i zrównoważonym podejściu do wynagrodzeń dostosowanym do specyfiki organizacji oraz pełnionej roli zawodowej. W swojej polityce firma stosuje zarówno narzędzia finansowe, tak jak m.in. system premiowy oparty na wynikach indywidualnych i zespołowych, dodatki za efektywność, jak i coroczne przeglądy wynagrodzeń. Dla wybranych stanowisk funkcjonują programy bonusowe powiązane z celami projektowymi lub strategicznymi. Jednocześnie oferuje refundację szkoleń, możliwość udziału w programach rozwojowych i projektach międzydziałowych. Biorąc pod uwagę specyfikę organizacji i podział na pracowników na białe i niebieskie kołnierzyki, stosuje różnorodne systemy doceniania (nagrody pracownicze, wyróżnienia). Wierzy, że motywacja to nie tylko kwestia wypracowanych finansów, ale także poczucie sensu, uznania i możliwości rozwoju w organizacji. Informacje zwrotne pozyskiwane z regularnych badań satysfakcji pracowników umożliwiają dostosowywanie odpowiednich narzędzi motywacyjnych.</p>	<p>Nowoczesne miejsce pracy to jeden z filarów polityki personalnej, którą firma realizuje od lat, a warunki pracy są jej nieodłącznym elementem. Przestrzenie biurowe i warsztatowe zostały zaprojektowane z myślą o efektywności operacyjnej, ergonomii oraz najwyższych standardach bezpieczeństwa. Na bieżąco modernizuje hale warsztatowe i stanowiska pracy, wdrażając rozwiązania z zakresu automatyzacji, poprawy klimatyzacji, oświetlenia i ograniczenia hałasu. W biurach stawia na funkcjonalność – tworząc środowisko sprzyjające zarówno pracy zespołowej, jak i indywidualnej koncentracji. Wdrożono również model pracy hybrydowej, który zwiększa efektywność operacyjną i pozwala lepiej zarządzać czasem pracy. Oferuje zaplecze socjalne na wysokim poziomie, a specjalne przestrzenie wydzielone dla klientów – czy to w oczekiwaniu na obsługę czy zwrot pojazdu – są jednym z przykładów na dbałość o komfort i ergonomię w miejscu pracy. Dobre miejsce pracy to nie tylko przestrzeń fizyczna, ale także kultura organizacyjna, która wspiera innowacyjność, odpowiedzialność za bezpieczeństwo swoje i współpracowników w duchu współpracy zespołowej.</p>	<p>Firma łączy stabilność międzynarodowego lidera branży motoryzacyjnej z realnymi możliwościami rozwoju i wpływem w kreowaniu zrównoważonych rozwiązań transportowych. Oferuje przyjazne środowisko pracy, nowoczesne zaplecze technologiczne, systemy motywacyjne dopasowane do potrzeb pracowników oraz kulturę pracy opartą na współpracy, wzajemnym szacunku i zaangażowaniu w rozwój ludzi i innowacji.</p>

PIB Broker / Broker ubezpieczeniowy	<p>W PIB Broker wdrażany jest model HR opiekuńczego – skoncentrowanego na uważności wobec potrzeb pracowników i wspieraniu ich rozwoju. Od pierwszego dnia nowi pracownicy uczestniczą w onboardingu, który obejmuje zapoznanie z zespołem, strukturą organizacyjną oraz kulturą firmy. Regularnie prowadzone są badania zaangażowania i motywacji, a ich wyniki przekładają się na konkretne działania rozwojowe. Każdy zespół dysponuje indywidualnym budżetem szkoleniowym, umożliwiającym udział w kursach dopasowanych do potrzeb. Firma prowadzi także autorski program Akademia Przywództwa skierowany do kadry menedżerskiej, rozwijający kompetencje w zakresie zarządzania zmianą, budowania zaangażowania i komunikacji. Otwartość na dialog, bezpośrednie wsparcie ze strony zarządu oraz jasno określone ścieżki rozwoju tworzą środowisko pracy sprzyjające długofalowemu wzrostowi i budowaniu potencjału talentów. Dla pracowników firma organizuje wewnętrzną Akademię Rozwoju, która koncentruje się na kluczowych potrzebach i rozwoju wszystkich zespołów w Grupie.</p>	<p>W PIB Broker działa system premiowy dostosowany do specyfiki różnych działów i stanowisk. Uwzględnia zarówno indywidualne wyniki, jak i cele zespołowe, a premie wypłacane są kwartalnie. Rozbudowany pakiet świadczeń pozapłacowych obejmuje: prywatną opiekę medyczną (PZU i LUX MED), ubezpieczenie na życie, dofinansowanie do nauki języka angielskiego, karty sportowe, wakacje, wypoczynek dzieci oraz szkolenia. Dodatkowo oferowane są bony świąteczne, paczki dla dzieci, a także dzień wolny na działalność charytatywną. Pracownicy mogą ubiegać się o dotacje z funduszu charytatywnego PIB Community Trust. Firma wspiera też aktywność fizyczną i wspólne inicjatywy społeczne, np. udział w biegu firmowym. Motywacja to nie tylko benefity – to także otwartość na inicjatywę i aktywne budowanie kultury zaangażowania.</p>	<p>Nowe biuro firmy we Wrocławiu (West 4 Business Hub) to przestrzeń stworzona we współpracy z pracownikami – funkcjonalna, komfortowa i inspirująca. Ergonomiczne stanowiska pracy, jasne wnętrza, strefy odpoczynku, zielona okolica i świetna komunikacja to tylko niektóre z atutów nowej lokalizacji. Biuro wyposażone jest w nowoczesne sale spotkań z systemami do wideokonferencji oraz kuchnie, które są naturalnym miejscem integracji. Pracownicy mają dostęp do wysokiej jakości sprzętu oraz możliwość pracy w trybie hybrydowym z elastycznymi godzinami. Drugie biuro zlokalizowane jest w Warszawie. Warunki pracy w obu oddziałach odpowiadają wysokim standardom – również w kontekście BHP, dostępności i dobrostanu. Dodatkowo firma zapewnia miejsca parkingowe dla pracowników.</p>	<p>PIB Broker to połączenie stabilności międzynarodowej grupy z elastycznością lokalnej organizacji. Firma wspiera rozwój, angażuje w ważne projekty i buduje środowisko pracy oparte na zaufaniu, dialogu i otwartości. Każdy tu może mieć wpływ – nie tylko na firmę, ale też na otoczenie. Tworzy środowisko, w którym praca ma sens, a zespół daje realne wsparcie. Przyciąga ludzi, którzy chcą mieć wpływ – na klientów, na swoje zespoły, na organizację. Daje przestrzeń na inicjatywę, wspiera innowacje i nie zamyka się w sztywnych schematach. Tu naprawdę można być sobą – bez udawania, bez gry pozorów. To buduje zaufanie, które przekłada się na lojalność i zaangażowanie. Dodatkowo firma oferuje realne możliwości rozwoju – poziomego, pionowego, projektowego. I dba o równowagę – nie tylko między pracą a życiem prywatnym, ale też między wymaganiami a wsparciem.</p>
Smartney Grupa Oney / Finanse	<p>Podstawą kultury organizacyjnej firmy jest połączenie przyjaznego, kreatywnego i śmiałego ducha start-upu, z którego się wywodzi, z eksperckością i stabilnością jako części Grupy Oney Bank. Normy i praktyki firmy wspierają tworzenie innowacyjnych rozwiązań, pogłębianie wiedzy i indywidualnych talentów. W codziennej pracy przyświeca jej firmowe hasło: DA SIĘ! Kieruje się grupowymi wartościami, jakimi są entuzjazm, wolność i szacunek. To oznacza, że nie boi się eksperymentować, a każdy jest tak samo ważny i jego zdanie się liczy. Firma jest otwarta na feedback i go daje. Podstawą relacji w zespołach i z klientami są empatia, szacunek, uczciwość, klarowność, życzliwość i porozumienie. Ważny jest team work, a ludzi łączy wspólny cel: uSMARTNianie (ulepszanie) pożyczania. Firma dba o ducha wspólnoty przez regularną komunikację wewnętrzną i cykliczne wydarzenia, które wzmacniają kulturę organizacyjną.</p>	<p>W Smartney Grupa Oney rozwój i motywacja pracowników to ważne obszary – jako fintech jest organizacją uczącą się. Stawia na uznane metody, m.in. 70-20-10, zgodnie z którą 70 proc. rozwoju osoby wynika z codziennych doświadczeń i wyzwań w pracy, 20 proc. to nauka poprzez relacje, mentoring i feedback, a 10 proc. – szkolenia i kursy. Cykliczny program Keep Smart Friday wspiera rozwój kwalifikacji pracowników. Obejmuje tematy, takie jak umiejętności miękkie (np. komunikacja, zarządzanie czasem) i szkolenia techniczne dotyczące nowych technologii. Ma także roczny program talentowy Smart Growth, zaprojektowany z myślą o identyfikacji i rozwijaniu przyszłych ekspertów i liderów firmy. Dzięki indywidualnie dopasowanym ścieżkom rozwoju, mentoringowi i regularnym ocenom pomaga pracownikom zrealizować osobisty potencjał. Dodatkowo dofinansowuje także koszty kształcenia, m.in.: naukę języka angielskiego/francuskiego, kursy, szkolenia certyfikowane, konferencje i kształcenie w szkołach wyższych.</p>	<p>W organizacji różnorodność i integracja nie są jedynie hasłami – to fundamenty. Zatrudnia osoby z kilku pokoleń: X, Y, Z, doceniając bogactwo perspektyw i umiejętności, jakie wspierają ją w tworzeniu innowacyjnych rozwiązań i produktów. W interdyscyplinarnych teamach wykorzystuje różne metody, m.in. action learning, co pozwala szybko rozwiązywać problemy i uczyć się nawzajem. W zarządzaniu relacjami bazuje na szacunku, zaufaniu i otwartej komunikacji. Wychodząc naprzeciw różnorodności, zapewnia elastyczne warunki, dba, by każda osoba mogła pracować w sposób dopasowany do potrzeb. Wprowadzono opcję pracy hybrydowej, by ułatwić łączenie życia zawodowego z prywatnym, bez względu na wiek czy sytuację życiową. Firma dba o różnorodność od początku – w procesach rekrutacji usuwa bariery, wspiera równość szans, korzysta z różnych kanałów, wdraża jednolite kryteria oceny. Regularnie zbiera opinie, doskonali działania, by zwiększać ich dostępność dla wszystkich grup.</p>	<p>Smartney Grupa Oney zachęca połączeniem swobodnej atmosfery z profesjonalizmem. To przestrzeń do rozwoju zawodowego i osobistego, to dobre warunki i dobre perspektywy. Firma stawia na rozwój, zachęca do wdrażania własnych pomysłów. Praca tu, to dobra energia na co dzień, bo jako fintech ceni optymizm, różne optyki i otwartą komunikację. Tak powstają innowacje. I satysfakcje. Firma wierzy w podejście DA SIĘ!, każdą przeszkodę można pokonać kreatywnością, pogodą i współpracą. W firmie nie tylko warto pracować, ale się chce – potwierdza to jej wynik eNPS 58.</p>

REKLAMA

pib
/ Broker

Broker ubezpieczeniowy?

Dołącz do nas! / praca@pib-broker.pl

Material marketingowy PIB Broker S.A.

więcej niż ubezpieczenia.



pib-broker.pl



PREMIA TO NIE WSZYSTKO

Co szósty pracownik nie czuje się doceniany przez pracodawcę – wynika z badania „Czy czujesz się doceniany” przygotowanego przez Nais, platformę do zarządzania benefitami i Enpulse, organizację badającą zaangażowanie pracowników. Docenianie może przybierać wiele form, a jedną z nich, szczególnie cenioną przez pracowników, są benefity pracownicze oraz premie.

GRAŻYNA POGAN

Business Development Manager
w Smart Solutions HR

NATALIA MYSKOVA

dyrektor zarządzająca Smart
Solutions HR

Zrozumiany pracownik to zadowolony pracownik

Różnorodne, wspierające dobrostan, odpowiadające na podstawowe potrzeby i spersonalizowane – takie powinny być benefity pracownicze w 2025 r. wg raportu „Benefit Trendbook 2025” opracowanego przez Pluxee Polska. Powoli zanika pojęcie „uniwersalnych benefitów” oferowanych każdemu pracownikowi, bez względu na wiek, płeć i sytuację rodzinną. Szala przechyla się na drugą stronę – 39 proc. pracowników uważa, że benefity powinny być lepiej dostosowane do ich indywidualnych potrzeb. Ośmiu na 10 pracowników oczekuje, że benefity będą stanowić wsparcie budżetu domowego w obszarze codziennych wydatków. Mają pomagać w utrzymaniu równowagi pomiędzy życiem zawodowym i prywatnym, a także za-

spokajając podstawowe potrzeby. Na poziomie personalizacji oferty benefitowej kluczowe jest zrozumienie pracownika i jego potrzeb.

Członkowie zespołu czerpią większą satysfakcję z pracy, gdy widzą, że ich potrzeby są rozumiane. Bardzo ważne jest zapewnienie im komfortu oraz poczucia bezpieczeństwa w miejscu pracy. Elastyczne godziny pracy, dofinansowanie posiłków, możliwość pracy zdalnej, zapewnienie opieki psychoterapeutycznej czy dodatkowe dni wolne, np. z okazji urodzin – to małe rzeczy wywierające ogromny wpływ na samopoczucie i zaangażowanie pracowników.

Personalizacja benefitów oznacza już nie tylko zaoferowanie pracownikom swobody w ich wyborze i korzystaniu, ale także two-

żenie nowych, podążających za zmieniającymi się oczekiwaniami. W 2024 r. pojawiły się innowacyjne rozwiązania, jak opieka weterynaryjna dla zwierząt pracowników, urlop menstruacyjny czy usługi osobistego asystenta.

Jeszcze benefit czy już standard?

Z danych przedstawionych w raporcie Pluxee Polska wynika, że 40 proc. pracowników uważa benefity pracownicze za czynnik, który rzeczywiście motywuje ich do pracy. Jedna piąta traktuje je jako środki umożliwiające realizację pasji, szczególnie jeśli znajdują się wśród nich świadczenia kulturalne i rekreacyjne czy przedpłacone karty. Dodatkowo ponad połowa pracowników wskazuje na znaczenie benefitów w kontekście budowania relacji ze współpracownikami. Spośród powszechnie oferowanych be-

nefitów największą popularnością wciąż cieszy się prywatna opieka medyczna, elastyczność godzin pracy, ubezpieczenie na życie oraz karta sportowa. Czy jednak wciąż motywuje to pracowników do podjęcia pracy i podnosi ich satysfakcję, czy raczej jest traktowane jako oczywisty dodatek?

Z „Raportu benefitów” opracowanego przez Enter The Code wynika, że co czwarty pracownik traktuje podstawowe benefity jako standard. Wielu z nich podejmuje pracę po to, aby mieć zagwarantowany pakiet medyczny, kartę sportową czy budżet na szkolenia. Proponowanie przez firmę tego rodzaju korzyści może być powodem, dla którego pracownik decyduje się na pracę w tym konkretnym miejscu. Jednak czy już podczas świadczenia pracy są to czynniki, które sprawiają, że jest bardziej satysfakcjonująca? Czasami to już nie wystarcza. Pracownicy często nie potrafią powiedzieć, jakich benefitów im brakuje. W tej sytuacji najważniejsza jest rola pracodawcy oraz otwarcie na komunikację. Pracownicy potrzebują wyboru oraz ludzkiego podejścia.

A co z benefitami finansowymi? Pomimo rosnącej popularności benefitów pozapłacowych bonus pieniężny wciąż odgrywa ogromną rolę w budowaniu zaangażowania i dobrostanu pracowników.



Członkowie zespołu czerpią większą satysfakcję z pracy, gdy widzą, że ich potrzeby są rozumiane.

57 proc. uczestników badania Nais i Enpulse traktuje go jako najważniejszą formę doceniania.

Czego oczekują zagraniczni pracownicy?

Jakie benefity są z kolei najbardziej cenione przez pracowników z zagranicy? Część potrzeb i oczekiwań cudzoziemców związanych z benefitami pokrywa się z podejściem polskich pracowników. Cenią sobie elastyczny czas pracy, ofertę kompleksowego ubezpieczenia zdrowotnego czy możliwość rozwoju kompetencji poprzez szkolenia wewnętrzne. Obcokrajowcy pracujący w Polsce często poszukują jednak benefitów, które nie tylko ułatwią im życie i poprawią komfort codziennego funkcjonowania, ale pomogą w integracji, adaptacji i formalnościach wizowych.

To, na czym w szczególności zależy cudzoziemcom zatrudnionym w Polsce, jest wsparcie pracodawcy w załatwianiu formalności prawnych: uzyskaniu odpowiednich wiz, pozwoleń na pracę czy numeru PESEL. To szczególnie istotne, ponieważ procesy administracyjne mogą być skomplikowane i czasochłonne, zwłaszcza dla osób nieznających języka polskiego. Dlatego też kursy polskiego są bardzo cenionym wśród obcokrajowców benefitem. Grupą benefitów szczególnie docenianych przez cudzoziemców są te, które ułatwiają im adaptację w nowym miejscu i integrację w polskim społeczeństwie, np. możliwość udziału w spotkaniach z lokalnymi pracownikami, wydarzeniach kulturalnych czy szkoleniach na temat polskiej kultury i zwyczajów. Ważne jest także wsparcie pracowników w poszukiwaniach odpowiedniego mieszkania czy szkoły lub przedszkola, jeśli dana osoba przynosi się do Polski z rodziną. Dzięki takim benefitom obcokrajowcy mają większe poczucie komfortu, mogą się lepiej zintegrować i skupić na pracy, co wpływa pozytywnie na ich zaangażowanie i satysfakcję z życia zawodowego w Polsce.

Źródła: Pluxee Polska „Benefit Trendbook 2025”, Nais&Enpulse „Czy czujesz się doceniany? Raport 2024”, Enter The Code „Raport benefitów 2022”, opracowanie własne.



Pomimo rosnącej popularności benefitów pozapłacowych bonus pieniężny wciąż odgrywa ogromną rolę w budowaniu zaangażowania i dobrostanu pracowników.

„Zetki” na rynku pracy: stabilność, rozwój i work-life balance ponad wszystko

Najmłodsze pokolenie pracowników – tzw. zetki – najbardziej ceni sobie stabilność. Aż 74 proc. z nich deklaruje chęć pracy na etacie – wynika z raportu „Work War Z” autorstwa Enpulse.

JUSTYNA SZYMAŃSKA

skie znaczenie ekologii i misji firmy – aż 43 proc. wskazało je jako najmniej istotne.

Najważniejsze czynniki przy wyborze pracodawcy to wynagrodzenie (47 proc.) i możliwość rozwoju (13 proc.). Work-life balance (12 proc.) także ma znaczenie, choć nie jest kluczowy. Zaskakuje ni-

– Młodzi oczekują jasnych zasad, wsparcia i otwartej komunikacji. Nie są roszczeniowi – po prostu jasno artykułują potrzeby – mówi Magda Pietkiewicz, prezeska Zmotywowani.pl w rozmowie

z agencją Newseria. – Ich podejście do pracy różni się od poprzednich pokoleń – dodaje. Forma pracy (zdalna, hybrydowa, stacjonarna) ma dla nich znaczenie dopiero na etapie motywacji, nie przy wyborze pracodawcy. Dla 39 proc. z nich zaangażowanie w pracę jest wysokie, ale 42 proc. przyznaje, że mimo chęci nie zawsze potrafi się zaangażować. To poważne wyzwanie dla pracodawców.

Lepiej rozumieć młode pokolenie
Najbardziej cenią dobrą atmosferę, przelozonych gotowych

do pomocy (43 proc.) i zespoły wspierające się nawzajem (30 proc.). Otwarta komunikacja (23 proc.) to kolejny istotny element. Ich styl pracy – efektywny, ale w jasno wyznaczonych godzinach – często bywa myłony z brakiem zaangażowania.

– Musimy nauczyć się lepiej rozumieć to pokolenie. Ono nie zostaje po godzinach, ale może być bardzo zaangażowane między 9 a 17 – podkreśla Tomasz Szklarski, wiceprezes Zmotywowani.pl. Wśród demotywatorów młodzi

najczęściej wskazują niskie płace (26 proc.) oraz stres (24 proc.). Motywują ich jasno określone ścieżki kariery (18 proc.), dobre warunki pracy, szkolenia (17 proc.) i elastyczny czas pracy (16 proc.). Najmniej ważne okazały się benefity zdrowotne i integracje zespołowe. „Zetki” oczekują zrozumienia i dopasowanego stylu zarządzania. Pracodawcy muszą nauczyć się z nimi współpracować – to już 3,5 mln pracowników, a ich efektywność i lojalność zależą od dobrego przywództwa i integracji międzypokoleniowej.

REKLAMA

RAZEM
TWORZYMYP
PRZYJAZNE
MIEJSCE
PRACY

**FRIENDLY®
WORKPLACE**
Poland

2025

**MP MARKA
PRACODAWCY**



DOM MAKLERSKI
BANKU OCHRONY ŚRODOWISKA S.A.



bossa.pl

BOSSA BOSSAFX BOSSAFUND



Informacje zamieszczone w tym materiale mają charakter reklamowy. Inwestowanie w instrumenty finansowe wiąże się z ryzykiem utraty części lub całości zainwestowanych środków.

Czy work-life balance poszło za daleko?



JAKUB B. BĄCZEK
trener mentalny

Nieco ponad rok temu pojawił się nowy trend wnoszący odpoczywanie na wyższy poziom, stworzony przez „zetki”. Mowa o bed rottingu. Czy jest to dobry sposób na regenerację?

Bed rotting, czyli dosłownie „gnicie w łóżku”, to jeden z najnowszych trendów mających odnieść się do naszego spędzania czasu. Pojawił się w 2023 r. na TikToku, więc już tutaj mamy odpowiedź, że stworzony został przez pokolenie Z, które (często niesłusznie) oskarżane jest o lenistwo w stosunku do pracy, roszczeniowość i bycie pierwszym pokoleniem wychowanym w dobrobycie, pod parasolem nadopiekuńczych rodziców. Jak wspomniałem, niesłusznie, gdyż „zetki” moim zdaniem po prostu wiedzą, czego chcą, są nastawione na work-life balance, znają swoją wartość, bo są dobrze wykształcone, chcą podróżować. Oczywiście, jak wszędzie będą wyjątki. Pamiętać należy także, że jest to pokolenie w całości wychowane w erze internetu.

Internetowe trendy

W proteście wobec tradycyjnej pracy co jakiś czas powstają nowe trendy, np. bare minimum Monday, czyli wykonywanie w poniedziałek po weekendzie absolutnego minimum bez przemęczania się, lazy girl job, czyli poszukiwanie bardzo łatwej w wykonywaniu pracy za spore pieniądze, aby móc jak najwięcej korzystać z życia,



Młodzi wcale nie chcą już iść do klubu i imprezować, wolą umówić się na oglądanie filmów w śmiesznych piżamach. Nie chcą nadgodzin, nawet płatnych.

Idea work-life balance towarzyszy nam od wielu lat i ma być lekarstwem na pracoholizm, w który wpadli Polacy. Nikogo już nie trzeba przekonywać, że jest to słuszny sposób na życie. Odpoczynek jest równie ważny co praca.



czy work-life fit, co ma oznaczać dopasowanie życia do pracy. Bed rotting jest kolejnym z nich. Wszystkie te trendy są oczywiście jakąś internetową modą, na pierwszy rzut oka nie nazwiemy ich wartościowymi. Przyglądając się im bliżej, można jednak stwierdzić, że mają w sobie coś ciekawego i przyciągającego, obiecują łatwiejsze życie, nieprzejmowanie się pracą, mniej stresu.

Czy jednak tradycyjny work-life balance nie zaszedł za daleko? Chodziło przecież o równowagę, świadome wybieranie rodziny, odpoczynku po pracy, niepozostawianie w niej przez 18 godzin, dbanie o zdrowie i psychikę. Z drugiej strony cały czas praca powinna być ważna, dawać zarobek, ale także satysfakcję, dzięki temu unikamy wypalenia zawodowego.

Powyższe trendy mogą być przesadą? Czy taka pełna ignorancji postawa wobec wykonywanych obowiązków nie odbija się czkawką? Może zostać zauważona przez zwierzchników, ale także sprawić, że narobimy sobie zaległości, zrezygnujemy z awansu, zamkniemy przed sobą drzwi kariery, staniemy

się bierni i nieambitni. Chyba nie o to chodzi w równowadze życiowej. Wróćmy do wylegiwania się w łóżku i sprawdźmy, czy ta forma odpoczynku ma szansę się przyjąć nie tylko wśród młodych.

Bed rotting – czym jest?

Skupmy się na naszym słynnym bed rottingu. Otóż wg twórców trendu powinien on polegać na pozostaniu w łóżku cały dzień i oglądaniu filmów, przeglądaniu internetu, zamawianiu jedzenia do domu. Nie robimy absolutnie nic oprócz wylegiwania się w łóżku. Nie pracujemy z niego, nie sprzątam. Ma to nas zregenerować i pozwolić odpocząć. Nie musimy spać, ale mamy przyjemnie spędzić czas, drzemki są mile widziane.

Młodzi wcale nie chcą już iść do klubu i imprezować, wolą umówić się na oglądanie filmów w śmiesznych piżamach. Nie chcą nadgodzin, nawet płatnych. „Zetki” bardzo wytrwale zaznaczają, że odpoczynek jest dla nich ważny.

I o ile zgadzam się z tym, że jeśli po trudnym tygodniu raz na jakiś czas (czyli nie co tydzień) pozwolimy sobie na słodkie lenistwo, nic się

nie stanie. Każdy czasami potrzebuje takiego megaresetu. Dla jednych będzie to samotna wycieczka w góry, a dla innych właśnie „gnicie w łóżku”. Można nadrobić zaległe seriale (trzeba przyznać, że trend ten idealnie wpasowuje się w czasy streamingów) albo po prostu leżeć. Uważam, że jeśli jest to świadomy odpoczynek połączony np. z medytacją, a nie bezmyślnym scrollowaniem, to nawet nie jest zły pomysł.

W tych czasach, gdy mamy ochotę zostać w piżamie cały dzień i nigdzie nie wychodzić, jest to dość łatwe. Tutaj przepraszam wszystkich rodziców, dla nich nie będzie to niestety takie proste i myślę, że mając dzieci, dzień w łóżku trzeba byłoby chyba zaplanować co do joty. Do niedawna jednak ta forma odpoczynku była nie do pomyślenia. Przecież to zwykle lenistwo, a w sieci przez wiele lat królowały filmiki „productivity” pokazujące rutyny trwające od 5 rano, udowadniające, że w ciągu jednego dnia da się bardzo wcześnie wstać, zrobić trening, wziąć prysznic, wyprawić dzieci do szkoły, pracować, iść do fryzjera, zrobić obiad od zera, upiec muffinki i jeszcze posprzątać cały dom

– z uśmiechem na ustach. „Zetki” powiedziały STOP! Nie ma takiej opcji. My pokażemy na TikToku, jak przez cały dzień zalegamy na kanapie i nikt na nas z tego powodu nie krzyczy.

Kiedy bed rotting jest zagrożeniem

I tak właśnie coraz częściej dajemy sobie prawo do nieaktywnego odpoczynku, czyli wylegujemy się w łóżku i to gdy jesteśmy zdrowi! To szok dla millenialsów, ale zaczynają rozumieć, że to też jest OK. Przystaje jednak być OK, gdy ta forma odpoczynku pojawia się w życiu zbyt często i nie wtedy, gdy jest na to czas. Nie jest dobrym pomysłem zawiązać się w koc w pracujący poniedziałek, aby uniknąć obowiązków. Wówczas sprawy się nawarstwiają, a kolejny dzień będzie jeszcze trudniejszy. My będziemy się stresować, zamiast relaksować, myśląc o tym, co czeka nas nazajutrz.

Należy bardzo uważać, aby nie pomylić tego trendu z objawami depresji. Wylegiwanie się w łóżku nie może stać się naszą rutyną, wówczas mamy problem. Izolowanie się od społeczeństwa i zaniedbywanie obowiązków może doprowadzić do problemów psychicznych. Dla osoby z objawami depresji „bed rotting” jest formą ucieczki, niestety nie spełnia roli odpoczynku, a jedynie pogłębia chorobę lub zaburzenia.

Nie dla każdego ta forma relaksu będzie też odpowiednia. Znam osoby, które kompletnie nie odpoczywają w kąpielni, uważają to za męczące i za stratę czasu. Podobnie będzie w tym wypadku. Jeśli taka forma wcale nas nie regeneruje, nie czujemy, że nasze akumulatory się ładują i jesteśmy gotowi na nowe, to nie męczymy się. Nic na siłę. Nie każdy będzie umieć spędzić cały dzień bezproduktywnie w łóżku.

Zaznaczam jednak bardzo wyraźnie, że wszyscy powinniśmy mieć swój ulubiony sposób na odpoczynek, reset, relaks. Dla mnie idea work-life-balance jest bardzo ważna. Sposobów na regenerację jest mnóstwo – spacer, kolacja z bliskimi, krótki wyjazd, książka, medytacja, basen... Nie musimy popadać w skrajności, jednak od czasu do czasu, jeżeli czujemy, że potrzebujemy powylegiwać się w łóżku przez cały dzień, bo przyniesie nam to ukojenie, to... go for it!

Benefity ważnym elementem wynagrodzenia

Ponad połowa Polaków sądzi, że benefity są ważnym elementem wynagrodzenia, a 36 proc. uważa, że mogą stanowić rekompensatę niższej pensji.

Dodatki pozapłacowe mogą mieć również wpływ na decyzję o przyjęciu innej propozycji pracy. I chociaż benefity są postrzegane jako forma dodatkowego wynagrodzenia, to 40 proc. pracowników nie wie, jaka jest ich faktyczna wartość – tak wynika z raportu Up Bonus „Benefity pracownicze. Trendy na 2025”.

Nie znamy wartości benefitów oferowanych przez pracodawców

Zmienia się podejście Polaków do benefitów pracowniczych. Ich bogata oferta, którą pracodawcy często podkreślają już na poziomie ogłoszeń rekrutacyjnych, sprawia, że coraz częściej traktowane są jako standard, a nie bonus. Co więcej, chociaż ponad połowa Polaków uważa dodatki pozapłacowe za ważny element wynagrodzenia, a 54 proc. badanych wskazuje, że wpływają one na decyzję o przyjęciu oferty pracy, to aż 40 proc. respondentów nie zna ich rzeczywistej wartości – wynika z raportu „Benefity pracownicze. Trendy na 2025” opracowanego przez Up Bonus. Tymczasem informacja o realnej wartości oferowanych świadczeń może istotnie przyczynić się do zatrzymywania w firmach talentów i być silnym argumen-

tem w rozmowach z pracownikami o ewentualnych podwyżkach, a rozmowy takie planuje w tym roku 58 proc. Polaków. Równocześnie podwyżki wynagrodzeń planuje jedynie co czwarty pracodawca*. Ta dysproporcja to wyraźny sygnał dla firm, które z jednej strony muszą zweryfikować ofertę dostępnych świadczeń, a z drugiej dostosować ją do realnych potrzeb pracowników. – Jednym z najważniejszych wniosków, który wylania się z obserwacji rynku świadczeń pozapłacowych, jest fakt, że sama oferta benefitowa – nawet jeśli jest szeroka i atrakcyjna – nie wystarczy, by realnie budować zaangażowanie i lojalność pracowników. Dużym wyzwaniem, przed którym stoją dziś pracodawcy, jest efektywna komunikacja wartości oferowanych benefitów. Pracownicy często nie mają pełnej świadomości, ile realnie są warte wszystkie dodatki pozapłacowe, które otrzymują od pracodawcy. Większość z nich jest w stanie szybko określić wysokość swojej pensji, ale zapytani o łączną wartość benefitów, najczęściej nie potrafią jej wskazać. To pokazuje, że brakuje narzędzi i mechanizmów, które w przystępny i systematyczny sposób prezentowałyby pracownikom pełny obraz ich pa-

kietu wynagrodzenia całkowitego – mówi Tomasz Sitarski, Commercial and Marketing Director, Up Bonus.

Już nie dodatek, a standard

Dostosowanie świadczeń do rzeczywistych potrzeb pracowników staje się istotnym elementem budowania przewagi konkurencyjnej firm. Potrzeby te kształtuje szereg czynników, wśród których istotnymi są zarówno dobrostan pracowników, jak i zadowolenie z sytuacji na rynku pracy. To zaś, w porównaniu z ubiegłym rokiem, spada**. Do zmiany tej sytuacji mogłaby przyczynić się zindywidualizowana oferta benefitów. Tymczasem, jak wynika z raportu Up Bonus, aż 45 proc. Polaków uważa, że nie odpowiada ona ich oczekiwaniom. Równocześnie propozycjami, które w opinii badanych mają największy wpływ na pozytywny wizerunek pracodawcy, pozostają: prywatna opieka zdrowotna (47 proc.), karty podarunkowe (46 proc.) czy elastyczne godziny pracy (39 proc.). Świadczy to o swego rodzaju sprzeczności – z jednej strony oczekujemy indywidualizacji benefitów, a z drugiej niezmiennie najbardziej cenimy te tradycyjne, które często traktowane są jako standardowy element oferty zatrudnienia. Sytuacja ta jednak zaczyna ulegać zmianie. Jak wynika z raportu, wśród benefitów, na które liczą pracownicy w przyszłości,

są karty podarunkowe (37 proc.) oraz dodatkowe dni płatnego urlopu (35 proc.). – Popularne świadczenia, takie jak prywatna opieka zdrowotna czy ubezpieczenie na życie są dziś standardem, a ich brak może negatywnie wpływać na wizerunek firmy. Coraz większą popularność zyskują jednak rozwiązania personalizowane, np. budżety kafeteryjne, pozwalające pracownikom wybierać benefity zgodne z ich potrzebami – mówi Dorota Hechner, Head of HR Consulting Devire. – Wyraźne są również różnice między potrzebami przedstawicieli różnych pokoleń. Doskonale ilustruje to fakt, że młodszy pracownicy szczególnie cenią benefity wspierające równowagę między pracą a życiem prywatnym oraz rozwój osobisty, takie jak dodatkowe dni urlopowe, elastyczne godziny pracy czy dofinansowanie kursów. Starsi zaś cenią prywatną opiekę me-

dyczną czy ubezpieczenie na życie – dodaje Hechner.

Zmierzch popularności kart sportowych

Zmieniające się otoczenie ekonomiczne oraz wielopokoleniowy rynek pracy mają niezwykle istotny wpływ na kafeterię benefitów, które cieszą się zainteresowaniem pracowników. Stworzenie jej to wyzwanie, przed którym stoją pracodawcy. Muszą oni pogodzić potrzeby młodszych pracowników, dla których najistotniejszymi są możliwość pracy zdalnej oraz elastyczne godziny pracy z potrzebami osób starszych, które liczą na to, że pracodawcy zapewnią im dostęp do prywatnej opieki zdrowotnej oraz ubezpieczenie na życie. Tym, co łączy potrzeby wszystkich pokoleń, jest oczekiwanie, że dodatki pozapłacowe związane będą ze zdrowiem, poczuciem bezpieczeństwa oraz zrekomensują rosnące koszty życia (np. karty lunchowe). Okazuje się też, że jednym z bardziej przeliczanych benefitów wydaje się być karta sportowa. W kontekście ofert firmowych jest drugim najczęściej proponowanym benefitem, natomiast pod kątem istotności z perspektywy pracowników plasuje się dopiero na siódmym miejscu.

*<https://personnel-service.pl/mniej-rekrutacji-podwyzek-i-obawa-o-sytuacje-firm-w-2025-czy-to-koniec-eldorado-dla-pracownikow/>
** j.w.



Dostosowanie świadczeń do rzeczywistych potrzeb pracowników staje się istotnym elementem budowania przewagi konkurencyjnej firm.

Program talentowy oparty na realnym wyzwaniu biznesowym? U nas DA SIĘ!



DAGMARA SPYCHAJ
CHRO Smartney Grupa Oney

Czy da się stworzyć program talentowy, który nie tylko rozwija uczestników, ale także realnie wpływa na biznes? W Smartney Grupa Oney – zgodnie z hasłem firmy – DA SIĘ!

Dowodem jest pierwsza edycja Smart Growth – 12 miesięcy intensywnego rozwoju, praktycznej nauki i wdrożenia wypracowanych rozwiązań. Co stoi za sukcesem programu?

Po pierwsze jego budowa. Stworzono trzy ścieżki rozwoju, które uwzględniały zarówno różnorodność kompetencji, jak i etap kariery każdego z uczestni-

ków inicjatywy:

Ekspert – dla specjalistów, którzy umacniali kompetencje biznesowe i zdobywali umiejętności z zakresu pracy projektowej.

Future leader – przygotowanie do ról menedżerskich, rozwój kompetencji liderkich i strategicznych.

Menedżer – zaawansowany rozwój przywódczy, w tym m.in.

agile leadership i neuroprzywództwo.

Po drugie treści ściśle dopasowane do rzeczywistości biznesowej firmy. Były to: praktyczne szkolenia z zarządzania projektami, efektywnych spotkań, prezentacji, komunikacji, współpracy, myślenia kreatywnego i improwizacji w biznesie. Kolejne to **zróźnicowanie poziomów rozwoju liderów:** Future leaderzy uczyli się skutecznego zarządzania zespołami, a doświadczeni menedżerowie nowoczesnego przywództwa, ze szczególnym uwzględnieniem metod agile i neuroprzy-

wództwa. Ponadto uczestnicy programu zrealizowali dwa interdyscyplinarne projekty, odpowiadające na **konkretne potrzeby organizacji** pod okiem doświadczonych liderów firmy – CHRO, CTO oraz eksperta zewnętrznego.

Efekty

- NPS wyniósł 78, jego uczestnicy ocenili go jako wyjątkowo wartościowy.
- Stworzono Smartpedię, aplikację-wyszukiwarkę procesów w organizacji i bazę wiedzy.
- Zintegrowano pracowników z różnych działów i wzmocniono

kulturę współpracy.

Wyniki programu talentowego w Smartney Grupa Oney potwierdzają, że warto inwestować w przemyślane inicjatywy rozwojowe. – Programy talentowe zdecydowanie mają sens! Pod warunkiem, że są dobrze zaprojektowane, by realnie rozwijać pracowników i osadzone w rzeczywistości biznesowej. Nasz Smart Growth pokazał, że inwestowanie w ludzi to najlepsza inwestycja dla firmy – podsumowała Dagmara Spychaj, CHRO Smartney Grupa Oney.

materiał partnera



Doceniać pracowników

Od najmłodszych lat oczekujemy uznania od rodziców, nauczycieli, przyjaciół. To nasza naturalna potrzeba afirmacji, która nie zanika z wiekiem. Kiedy rozpoczynamy karierę zawodową, tego uznania oczekujemy od pracodawcy.

MARZENA WINCZO-GASIK

szef zespołu Culture Audit,
menedżer ds. komunikacji
w Great Place To Work

Uznanie w miejscu pracy zwiększa zaangażowanie pracowników, zachęca ich do większej wydajności i pomaga zatrzymać talenty, więc warto, aby docenianie stało się integralną częścią kultury organizacyjnej każdej firmy.

Kultura doceniania przynosi firmie zyski

W 2023 r. Instytut Great Place To Work® przeprowadził szeroko zakrojone badanie, w którym uczestniczyło ponad 700 tys. pracowników. Postawiono pytanie: „Co Ciebie motywuje do wykonywania świetnej pracy?”. Uznanie było najczęstszą odpowiedzią. Analiza zebranych danych wykazała ponadto, że kiedy każdy pracownik w firmie ma równe szanse na uzyskanie uznania za swoje starania, jest 2,2 razy bardziej prawdopodobne, że będzie gotowy do większego zaangażowania się w pracę i sprawy firmy. Badanie zwróciło również uwagę na rolę liderów. Okazuje się, że szczere „dziękuję” od kierownictwa może zwiększyć o 69 proc. prawdopodobieństwo, że pracownicy podejmą dodatkowy, wykraczający poza codzienne obowiązki, wysiłek w pracy.

Do podobnych wniosków doszła

firma O.C Tanner – dostawca usług i oprogramowania wspierającego menedżerów w tworzeniu kultury doceniania, a jednocześnie organizacja regularnie certyfikowana przez Great Place To Work w USA. O.C. Tanner przeprowadził wśród swoich pracowników ankietę dotyczącą kluczowych czynników, które mają wpływ na ich zaangażowanie. Jedno z pytań brzmiało: „Jaka jest najważniejsza rzecz, którą Twój menedżer lub firma obecnie robi, a która skła-

nia Cię do wykonywania świetnej pracy?”. 37 proc. respondentów stwierdziło, że to osobiste uznanie zachęca ich najbardziej do większego wysiłku. Choć pojawiły się także inne odpowiedzi, takie jak autonomia czy dostarczanie inspiracji, uznanie było wskazaniem najczęściej powtarzającym się w odpowiedziach. Badanie potwierdziło, że uznanie, informacja zwrotna i nagroda najlepiej pobudzają innowacyjność i są najbardziej skuteczne w motywowaniu pracowników do lepszej pracy.

Uznanie zmienia optykę pracowników

Kultura doceniania przekłada się nie tylko na większą motywację do pracy i większe zaangażowanie pracowników. Pracownicy,

którzy czują się doceniani, inaczej postrzegają kulturę organizacyjną firmy. Great Place To Work przeanalizował 1,7 mln odpowiedzi pracowników zebranych w latach 2018-2020 w małych, średnich i dużych firmach. Osoby, które czuły się regularnie doceniane w pracy, były częściej – w porównaniu do tych, które nie otrzymywały gestów uznania – skłonne uważać, że awanse w firmie są sprawiedliwe, a kreatywne myślenie premiowane i warte dodatkowego wysiłku. Częściej też były przekonane o tym, że ich koleżanki i koledzy są również gotowi dawać z siebie w pracy jak najwięcej.

Poczucie docenienia było związane także z większym zadowoleniem z pracy. W tej samej ankiecie osoby, które wcześniej pozytywnie wypowiedziały się na temat polityki doceniania, zachowały równie pozytywny ton w swoich odpowiedziach na pytanie: „Co sprawia, że Twoja firma jest świetnym miejscem pracy?”. Padły tu takie stwierdzenia, jak: „lubię tu spędzać czas” czy „jestem niesamowicie szczęśliwa”. Była także mowa o tym, że firma wyróżnia się uczciwością i świetną atmosferą. Natomiast osoby, które wcześniej ujawniły krytyczny stosunek do firmowej polityki doceniania, wskazywały na „faworyzowanie”, „konkurs popularności” i twierdziły, że niewiele rzeczy czyni ich miejsce pracy wyjątkowym. Jedyne pozytywne tematem było „dopasowanie benefitów”.

Warte docenienia są wielkie osiągnięcia, a w codziennej praktyce małe sukcesy

W każdej organizacji są działający i pracownicy, których łatwiej jest docenić. Może to wynikać z tego, że ich praca jest ściśle powiązana z głównymi inicjatywami firmy lub kluczowymi wskaźnikami efektywności (KPI), albo dlatego, że jest bardziej widoczna niż praca wykonywana w innych miejscach firmy. Ale na uznanie zasługują wszystkie, także te mniejsze i mniej oczywiste sukcesy. Docenienie pracowników, których praca nie wybija się na pierwszy plan i na co dzień nie skupia uwagi otoczenia, może być kluczem do tego, jak pracownicy widzą sens swojej pracy. A to jest jeden z motorów gotowości ludzi do wiązania się z firmą na dłużej, dla firmy zaś ważny czynnik retencji pracowników. Uznanie nie musi płynąć wyłącznie z góry. Równie ważne mogą okazać się gesty doceniania ze strony współpracowników.

W ten sposób jest więcej okazji do wyrażenia pracownikom uznania i utrwalania na co dzień w zespole pożądanego wzorca zachowań. Bez pisania kodeksów czy stosowania odgórnych wytycznych.

Jak doceniają pracowników firmy z listy „Fortune” 100 Best Companies to Work For®

Formy wyrażania uznania nie muszą być ani skomplikowane, ani kosztowne. Ważne tylko, aby były stosowane konsekwentnie, a ich zasady były czytelne dla wszystkich pracowników i przez nich akceptowane. Sieć hoteli Hilton, aby ułatwić swoim menedżerom docenianie pracowników na co dzień, przygotowuje coroczny „Kalendarz Uznania”, który zawiera 365 pomysłów łatwych do wdrożenia i dostosowania do potrzeb danego zespołu. Są tam m.in. ważne daty, np. rocznice podjęcia pracy, przypomnienia o lokalnych wydarzeniach czy cytaty o docenianiu, którymi można się z pracownikami dzielić. Firma usługowa Crowe stosuje w ramach doceniania tzw. Alerty Uznania. Są one generowane automatycznie w chwili, gdy nazwisko pracownika pojawi się w ankietach badających satysfakcję klienta. Alertom Uznania towarzyszy program Przekaż dalej – pozwala wyróżnionej osobie „przekazać uznanie” innym kolegom, którzy odegrali istotną rolę w obsłudze klientów, ale nie zostali wymienieni w odpowiedziach ankietowych. Nazwiska wszystkich wyróżnionych osób są też zamieszczane w wewnętrznym „Crowe Newswire On Demand”, aby dodatkowo uhonorować pracowników. Texas Health Resources działający w sektorze ochrony zdrowia docenia pracowników za ich lata pracy w odstępach pięcioletnich. Przy każdej rocznicy wyróżniona osoba otrzymuje piękny, spersonalizowany album rocznicowy z gratulacjami i wyrazami uznania od dyrektora generalnego oraz po-



Szczere „dziękuję” od kierownictwa może zwiększyć o 69 proc. prawdopodobieństwo, że pracownicy podejmą dodatkowy, wykraczający poza codzienne obowiązki, wysiłek w pracy.



dziękowaniami od bezpośredniego menedżera i współpracowników. W albumie zamieszczone są zdjęcia pracownika przy pracy z zespołem, ale także podczas wspólnej zabawy czy świętowania ważnych dla firmy wydarzeń.

Docenianie ma dla firmy znaczenie strategiczne

Okazywanie uznania nie jest tylko miłym gestem. Docenianie jest podstawą skutecznego zarządzania. Choć nie istnieje uniwersalny program doceniania, który

sprawdzi się w każdej organizacji, eksperci Great Place To Work rekomendują, aby menedżerowie, projektując lub aktualizując politykę firmy w tym zakresie, wzięli pod uwagę choćby pięć kluczowych elementów:

1. Bądź konkretny – uznanie ma większą wartość, gdy jest powiązane z konkretnym osiągnięciem lub celem biznesowym. Wyróżniając pracownika, warto wyjaśnić, za co należy mu się podziękowania. Pomaga to pracownikowi powiązać uznanie z konkretnym działaniem i zachęca go do dalszych starań.

2. Reaguj na bieżąco – uznanie, które pojawia się kilka miesięcy po fakcie, nie jest tak znaczące jak to otrzymane zaraz po wydarzeniu. Im dłużej zwlekasz z wyrażeniem uznania, tym mniej prawdopodobne, że pracownicy uznają pochwały za autentyczne.

3. Nie ograniczaj się do jednej formy wyrażania uznania – każdy pracownik ma swoje preferencje dotyczące sposobu i formy otrzymywania wyróżnienia. Ludzi często motywuje coś więcej niż pieniądze, dlatego poza premią czy podwyżką warto rozważyć spersonalizowane prezenty, wspólną ko-

lację czy inne gesty, które pokażą, że nagroda jest dostosowana do konkretnej osoby.

4. Pamiętaj, że małe rzeczy mogą mieć wielkie znaczenie – choć kluczowe jest docenianie wielkich osiągnięć, w motywowaniu pracowników nie można zapominać o sile codziennego „dziękuję”. Odręcznie napisany bilecik lub przekazanie uznania w intranecie może lepiej przyczynić się do tworzenia w organizacji kultury doceniania niż wielkie celebracje ad hoc. Te podziękowania i wyróżnienia nie muszą pochodzić tylko od menedżerów. Dla niektórych uznania ze strony koleżanek i kolegów może okazać się bardziej motywujące niż to płynące od zespołu zarządzającego.

5. Nie zapominaj o szerszym kontekście – uznanie pomaga pracownikom dostrzec, że firma ich ceni oraz że mają realny wkład w sukces zespołu i całej organizacji. Jest to szczególnie istotne w chwili, gdy organizacje rosną lub się zmieniają. Mając potwierdzenie, że stanowią dla firmy wartość, pracownicy czują się bardziej bezpieczni i zmotywowani do dawania od siebie więcej niż muszą.

Rywalizacja na rynku pracy

o największe talenty nie słabnie. Dlatego troska o pozytywne doświadczenie pracowników nabiera wymiaru strategicznego. Gdy brakuje uznania, rodzą się frustracja i niechęć do podejmowania wyzwań. Rosną psychologiczne koszty wykonywania pracy, a stąd już bliska droga do wypalenia zawodowego. Tymczasem w Polsce aż 65 proc. pracowników nie czuje się docenianych w swojej pracy*. Być może to właśnie teraz jest właściwy moment, aby kultura doceniania stała się integralną częścią zarządzania w każdej organizacji. Zwłaszcza że wyrażanie uznania jest jednocześnie dla pracownika informacją zwrotną na temat oczekiwań pracodawcy. A stałego feedbacku oczekują od przełożonych młodszy pracownicy, zwłaszcza z pokolenia Z. W tę stronę, jak można sądzić, powinna zmierzać przyszłość nawet najbardziej inteligentnych organizacji.

Tekst opracowany na podstawie artykułu pt. „Creating a Culture of Recognition: Tips for Driving Loyalty”;

<https://www.greatplacetowork.com/resources/blog/creating-a-culture-of-recognition>

*Raport „Czy czujesz się doceniany”, Nais i Impulse, 2025 r.

Pracodawca, który dba o pracownika

Z Barbarą Rajmańską-Wilusz, Head of HR w Edenred, rozmawiała Justyna Szymańska.

Jak Pani zdaniem można zdefiniować „najlepszego pracodawcę”?

„Najlepszy pracodawca” w dzisiejszych czasach to nie tylko firma, która oferuje atrakcyjne wynagrodzenie, ale także organizacja, która stawia na dobrostan swoich pracowników, ich rozwój oraz elastyczność w pracy. W obliczu zmieniającego się rynku pracy i rosnącej konkurencji pracodawcy muszą dostosować swoje strategie, aby przyciągnąć i zatrzymać talenty. Kluczowe cechy nowoczesnego, atrakcyjnego pracodawcy obejmują kulturę otwartości, różnorodności oraz inkluzywności. Pracownicy oczekują, że ich głos będzie słyszany, a ich potrzeby będą brane pod uwagę w procesach decyzyjnych.

W dobie pracy hybrydowej i cyfryzacji wiele osób doceniło elastyczność, jaką daje możliwość pracy zdalnej. Pracownicy pragną mieć kontrolę nad swoim cza-

sem pracy, co pozwala im lepiej łączyć życie zawodowe z prywatnym. Zmieniły się także benefity, które mają funkcję motywującą dla pracowników. Obecnie w top 4 to pakiet medyczny, dofinansowanie dojazdów do pracy, będące odpowiedzią na zmieniający się sposób pracy, karta podarunkowa oraz nowość, karta lunchowa* – wszystkie oferowane przez Edenred. Wzrosła również potrzeba wsparcia psychologicznego, co deklaruje pokolenie Z.

Co obserwuje Pani w swojej pracy w kontekście oczekiwań generacyjnych?

Różnice pokoleniowe są również istotnym czynnikiem wpływającym na oczekiwania pracowników. Gen Z, wchodząca na rynek pracy, oczekuje autentyczności, możliwości rozwoju oraz zaangażowania w działania prospołeczne. Cenią sobie transparentność w komunikacji oraz wartości, które reprezentuje ich praco-



dawca. Z kolei boomerzy często kładą większy nacisk na stabilność zatrudnienia, tradycyjne benefity oraz możliwość awansu w ramach organizacji. Te różnice wymagają od pracodawców elastyczności i umiejętności dostosowania się do potrzeb różnych grup wiekowych.

Jakie trendy HR uważa Pani za najważniejsze w najbliższych latach?

Pracodawca przyszłości będzie musiał zmierzyć się z wieloma wyzwaniami i trendami, które będą kształtować rynek pracy. Automatyzacja i sztuczna inteligencja będą miały ogromny

wpływ na sposób, w jaki pracujemy. Wiele tradycyjnych ról może zostać zautomatyzowanych, co wymusi na pracownikach rozwijanie nowych umiejętności i adaptację do zmieniającego się środowiska pracy. Pracodawcy będą musieli inwestować w rozwój kompetencji swoich pracowników, aby zapewnić im możliwość dostosowania się do tych zmian. Kolejnym istotnym trendem jest rosnąca potrzeba umiejętności cyfrowych. W dobie cyfryzacji pracownicy muszą być biegli w obsłudze nowych technologii i narzędzi, co stawia przed pracodawcami wyzwanie w zakresie szkoleń i wsparcia. Warto również zauważyć, że zdalne i hybrydowe modele pracy stają się normą, co wymaga od liderów HR przemyślenia strategii zarządzania zespołami oraz budowania kultury organizacyjnej, która sprzyja współpracy i zaangażowaniu.

Jakie najważniejsze wyzwania czekają liderów HR?

Wyzwania, które czekają liderów HR, obejmują także zarządzanie różnorodnością pokolenio-

wą. W miarę jak na rynek pracy wchodzi nowe pokolenia, liderzy będą musieli znaleźć sposoby na efektywne zarządzanie zespołami składającymi się z pracowników o różnych wartościach, oczekiwaniach i stylach pracy. Kluczowe będzie stworzenie środowiska, w którym każdy pracownik będzie czuł się doceniony i zmotywowany do działania. Podsumowując, pracodawca przyszłości to organizacja, która potrafi dostosować się do zmieniających się oczekiwań pracowników, inwestować w ich rozwój oraz tworzyć elastyczne i wspierające środowisko pracy. W obliczu nadchodzących wyzwań, liderzy HR będą musieli być innowacyjni i otwarci na zmiany, aby skutecznie zarządzać talentami i budować organizacje, które będą atrakcyjne dla pracowników w nadchodzących latach.

* Badanie ilościowe: Badanie opinii na temat benefitów pracowniczych, CATI, styczeń 2025, wiek 18+, N=1000, agencja badawcza IBRIS dla Edenred Polska

materiał partnera

Współpraca międzypokoleniowa receptą na sukces

Dzisiejszy rynek pracy jest areną dynamicznych zmian, które wymagają od organizacji i liderów większej elastyczności w zarządzaniu różnorodnymi zespołami.



MAGDA PIETKIEWICZ

ekspert rynku pracy i twórczyni platformy Enpulse

Jednym z kluczowych wyzwań współczesnego świata pracy jest efektywna współpraca międzypokoleniowa, która łączy doświadczenie starszych pracowników z innowacyjnością młodszych pokoleń.

Wielopokoleniowe środowisko pracy może być ogromnym atutem organizacji. Starsze pokolenia z wieloletnim doświadczeniem zawodowym wnoszą stabilność, wiedzę i sprawdzone strategie działania. Z kolei młodsze generacje, wychowane w erze cyfrowej, oferują świeże spojrzenie, znajomość nowych technologii i odwagę do wprowadzania innowacji. Połączenie tych cech może przynieść organizacjom wymierne korzyści. Niestety, w wielu miejscach pracy nadal funkcjonują stereotypy, które utrudniają budowanie harmonijnych zespołów. Młodzi pracownicy bywają postrzegani jako roszczeniowi i mało zaangażowani, podczas gdy starsze pokolenia czasami niesłusznie odbiera się jako mało otwarte na zmiany.

Jak przełamywać bariery?

Pierwszym krokiem do efektywnej współpracy jest zrozumienie, że różnice międzypokoleniowe to nie przeszkoda, lecz okazja do wzajemnej nauki. Aby to osiągnąć, konieczne jest otwarcie się na dialog i aktywne wysłuchiwanie potrzeb oraz oczekiwań wszystkich grup wiekowych. Młodsze pokolenia często oczekują



większej elastyczności i lepszej równowagi między życiem zawodowym a prywatnym, otwartej komunikacji i możliwości rozwoju. Z kolei starsi pracownicy cenią stabilność oraz szacunek dla ich doświadczenia. Otwartość na wzajemne zrozumienie to fundament każdej współpracy, szczególnie w zespołach wielopokoleniowych. Bez autentycznej chęci poznania perspektywy drugiej osoby współpraca może łatwo zostać zakłócona przez nieporozumienia, uprzedzenia lub stereotypy. Tymczasem, gdy organizacje aktywnie promują otwartość i wzajemny szacunek, tworzą warunki

przyjające wymianie wiedzy i doświadczeń, które przynoszą korzyści całemu zespołowi.

Budowanie mostów między pokoleniami

Jednym z narzędzi wspierających współpracę międzypokoleniową jest mentoring. Tradycyjnie rozumiany jako proces, w którym starsi i bardziej doświadczeni pracownicy dzielą się swoją wiedzą z młodszymi, mentoring pomaga w płynnym wdrażaniu nowych osób do zespołu i przekazywaniu sprawdzonych praktyk. Dziś jednak coraz większe znaczenie zyskuje tak zwany cross-mentoring, czyli wymiana wiedzy w odwrotnym kierunku. Młodsze pokolenia, wychowane w świecie nowych technologii, uczą swoich starszych kolegów obsługi nowoczesnych narzędzi, efektywnego korzystania z mediów cyfrowych czy wprowadzania innowacyjnych metod pracy. Cross-mentoring to doskonały sposób na budowanie relacji opartych na wzajemnym szacunku i zrozumieniu. Taka wymiana doświadczeń tworzy idealne warunki do poszerzania kompetencji w zespole. To działa na dwóch

poziomach. Z jednej strony młodsze pokolenie uczy się, jak unikać typowych pułapek związanych z wprowadzaniem zmian, bazując na doświadczeniach starszych kolegów. Z drugiej – starsi pracownicy mogą czerpać inspirację z podejścia młodszych członków zespołu, otwierając się na nowe sposoby postrzegania i usprawniania pracy.

Elastyczność w zarządzaniu – kompetencja przyszłości

Zarządzanie wielopokoleniowymi zespołami wymaga od liderów nie tylko elastyczności, ale także głębokiej empatii i zrozumienia różnorodności, jaka charakteryzuje pracowników z różnych grup wiekowych. Każda generacja wnosi do zespołu inne doświadczenia, oczekiwania i wartości, które mogą wzbogacić jego pracę, ale także stanowić potencjalne wyzwanie, jeśli nie zostaną odpowiednio uwzględnione. Liderzy muszą wykazać się umiejętnością dostosowania swojego stylu zarządzania tak, aby odpowiadał on na specyficzne potrzeby każdej grupy, jednocześnie dbając o spójność i harmonię w zespole.



Cross-mentoring to doskonały sposób na budowanie relacji opartych na wzajemnym szacunku i zrozumieniu.

Menedżerowie, którzy wykazują się elastycznością, są w stanie zrozumieć, że jedna metoda zarządzania nie sprawdzi się w przypadku każdego pracownika. Na przykład młodsze pokolenia mogą preferować szybkie i bezpośrednie formy komunikacji, wykorzystanie technologii w codziennych zadaniach oraz większą swobodę w organizacji pracy, taką jak możliwość pracy zdalnej czy elastyczne godziny. Z kolei bardziej doświadczeni pracownicy mogą oczekiwać jasnych struktur, stabilności i uznania dla ich wiedzy i wkładu. Lider elastyczny dostosowuje się do tych różnic, znajdując złoty środek, który sprzyja współpracy i rozwojowi zespołu.



Pierwszym krokiem do efektywnej współpracy jest zrozumienie, że różnice międzypokoleniowe to nie przeszkoda, lecz okazja do wzajemnej nauki.

Różnorodność płci a sukces zespołu

W Polsce, wg danych Głównego Urzędu Statystycznego, kobiety stanowią blisko 48 proc. ogólnej liczby pracujących, co świadczy o ich niezaprzeczalnej roli na rynku pracy.

SEBASTIAN KOPIEJ
prezes zarządu
agencji PR Commplace

Ich udział w życiu zawodowym jest nie tylko wskaźnikiem postępu społecznego, ale także silnym motorem napędzającym innowacje i efektywność w różnych branżach.

Jakie są kobiety w pracy?

Kobiety wnoszą do zespołów nie tylko swoje umiejętności jako ekspertki w danej dziedzinie, ale także specyficzne cechy, które często określane są jako miękkie. Są to m.in. empatia, intuicja oraz zdolność do wielozadaniowości. Empatia pozwala kobietom skutecznie zarządzać zespołem, rozumieć potrzeby i motywacje współpracowników, co jest kluczowe w sytuacjach wymagających współpracy i mediacji. Intuicja, często nazywana szóstym zmysłem, pozwala na szybkie wyciąganie wniosków i podejmowanie decyzji w sytuacjach, gdzie brakuje jednoznacznych danych. Z kolei zdolność do efektywnego zarządzania wieloma zadaniami jednocześnie sprawia, że kobiety są

niezastąpione w dynamicznie zmieniającym się środowisku pracy.

Korzyści dla organizacji

Różnorodność płci w miejscu pracy nie tylko wzbogaca zespół o różne perspektywy, ale także stymuluje kreatywność i innowacyjność. Różnorodność zespołu sprzyja tworzeniu innowacyjnych rozwiązań, które są odpowiedzią na złożone wyzwania biznesowe. Kobiety często wnoszą do zespołu zdolność holistycznego spojrzenia na problemy, co w połączeniu z bardziej analitycznym podejściem mężczyzn prowadzi do bardziej zrównoważonych i przemyślanych rozwiązań. Znaczenie zatrudniania i doceniania kobiet w każdej organizacji wykracza poza zwykłe spełnianie norm etycznych czy prawnych. To strategiczna decyzja, która ma głęboki wpływ na employer branding, czyli markę pracodawcy. W dzisiejszych czasach kandydaci na rynku pracy nie szukają jedynie miejsca z dobrym wynagrodzeniem, ale chcą być częścią organizacji, która odzwierciedla ich wartości i aspiracje. Firmy, które jasno komunikują, że cenią różnorodność i równość

płci, automatycznie przyciągają osoby zainteresowane pracą w środowisku, które promuje te wartości. Podkreślanie roli kobiet w firmie pomaga budować pozytywny wizerunek organizacji jako miejsca, które wspiera rozwój zawodowy, równość i integrację. To przekazuje potencjalnym pracownikom, że firma jest nowoczesna, innowacyjna i otwarta na różnorodność.

Również w kontekście globalnym widać podążanie za tym trendem. Firmy podkreślające równość płci w swoich zespołach są postrzegane jako bardziej konkurencyjne i przystosowane do działania w warunkach międzynarodowych.

Mosty zamiast murów

Integracja zespołu to niezbędny element do budowania trwałych i efektywnych relacji w pracy. Eventy firmowe, takie jak warsztaty, team buildingi czy wspólne wyjazdy, są nie tylko chwilą odpoczynku od codziennej rutyny, ale także platformą do lepszego poznania się i zrozumienia różnorodnych stylów pracy. Te działania są kluczowe, aby w pełni wykorzystać potencjał zarówno kobiet, jak i mężczyzn, tworząc efekt synergii w zespole.

Eventy te często obejmują różne formy aktywności – od kreatywnych warsztatów przez sportowe rywalizacje aż po wspólne projekty społeczne. Takie różnorodne

podejście umożliwia wykorzystanie i rozwijanie różnych talentów i umiejętności, co jest niezbędne do pełnego wykorzystania potencjału obu płci. Uczestnictwo w tych wydarzeniach pozwala na przełamywanie barier, budowanie mostów zrozumienia i wspieranie się nawzajem, co przyczynia się do tworzenia zespołów, które są bardziej zintegrowane, zmotywowane i gotowe wspólnie dążyć do osiągnięcia wyznaczonych celów.

Wielka moc „słabszej” płci

Mówienie o kobietach w kontekście „słabszej płci” jest terminem dalekim od prawdy, zwłaszcza gdy spojrzymy na ich osiągnięcia w świecie biznesu. Kobiety nie tylko dorównują mężczyznom w wielu dziedzinach, ale także często przewyższają ich dzięki swoim unikalnym umiejętnościom i podejściu. Ich sukcesy są dowodem na to, że różnorodność płci w biznesie jest nie tylko wartością etyczną, ale może być strategicznym atutem.

Indra Nooyi, była CEO PepsiCo, jest jednym z najbardziej znaczących przykładów liderki, której zarządzanie przekształciło globalne przedsiębiorstwo. Nooyi, która przez ponad dekadę kierowała firmą, jest ceniona za swoje strategiczne myślenie oraz zdolność do długoterminowego planowa-

nia. Jej sukces często przypisuje się umiejętności balansowania między koniecznością osiągania krótkoterminowych celów finansowych a długofalową wizją zrównoważonego rozwoju.

Mary Barra, CEO General Motors, to kolejny przykład wybitnej kobiety w roli lidera. Barra, która rozpoczęła swoją karierę w GM jako inżynier, wspięła się na sam szczyt korporacyjnej drabiny, stając się pierwszą kobietą na stanowisku dyrektora generalnego w historii globalnego przemysłu motoryzacyjnego. Koncentrując się na innowacjach technologicznych oraz adaptując firmę do zmieniającego się rynku automotive, sprawiła, że General Motors nie tylko przetrwało, ale także rozwinęło się w trudnych czasach.

Sukces tych kobiet wynika nie tylko z ich wyjątkowej pracy, ale także z ich zdolności do wykorzystania swoich naturalnych predyspozycji. Powyższe przykłady pokazują także, że kiedy kobiety dostają równą szansę na pokazanie swoich umiejętności, mogą nie tylko konkurować, ale i dominować w swoich branżach. W kontekście globalnym promowanie równości płci w miejscu pracy nie tylko zwiększa różnorodność i innowacyjność, ale także wpływa na tworzenie bardziej zrównoważonych i odpornych organizacji.

Coraz silniejsza pozycja benefitów

Dla niemal połowy pracodawców z sektora MŚP benefity to sposób na zwiększenie motywacji i efektywności zespołów – wynika z badania zrealizowanego przez Instytut Keralla Research na zlecenie VanityStyle.

Jak wynika z danych zebranych na zlecenie VanityStyle, już 92 proc. firm z sektora MŚP oferuje benefity.

Główną korzyścią wynikającą z przyznawania świadczeń pozapłacowych, którą zauważa 47 proc. przedsiębiorców biorących udział w badaniu, jest zwiększenie motywacji i efektywności pracowników. Takiego zdania jest m.in. 57 proc. przedstawicieli średnich podmiotów oraz 54 proc. reprezentantów firm usługowych. Z kolei 41 proc. ankietowanych

uważa, że oferowanie benefitów przekłada się na większe zaangażowanie członków zespołu w wykonywaną pracę.

– Pozycja benefitów pozapłacowych w sektorze MŚP umacnia się z roku na rok, a ich rola w budowaniu motywacji zespołów jest nie do przecenienia. Mikro-, mali i średni pracodawcy coraz częściej dostrzegają, że inwestowanie w zdrowie, rozwój oraz dobre samopoczucie pracowników przekłada się na ich zaangażowanie, efektywność i lojalność. W dłuż-

szej perspektywie wspiera to stabilność kadrową oraz ułatwia przyciąganie i zatrzymywanie talentów, co z kolei pomaga niwelować problemy, takie jak choćby rotacja. Warto jednak pamiętać, że aby osiągnąć ten efekt, kluczowe jest dopasowanie świadczeń do realnych potrzeb pracowników – wyjaśnia Joanna Skoczeń, prezes zarządu VanityStyle.

Benefity w służbie wizerunku i dobrego samopoczucia

Wyniki badania zrealizowanego na zlecenie VanityStyle wskazują ponadto, że dla przedsiębiorców z sektora MŚP istotną korzyścią wynikającą z oferowania pracownikom benefitów jest budowanie wizerunku pracodawcy. Na kwestię employer branding zwraca uwagę 39 proc. respondentów,

w tym przede wszystkim przedstawiciele średnich firm (49 proc. wskazań).

– Nasilające się problemy z pozyskaniem i utrzymaniem pracowników, w tym przede wszystkim talentów, sprawiły, że już nie tylko duże korporacje i duże przedsiębiorstwa, ale także firmy z sektora MŚP podejmują działania mające na celu budowanie atrakcyjnego wizerunku, zarówno w oczach pracowników, jak i kandydatów. W niektórych branżach, takich jak IT, inżynieria czy finanse, presja jest na tyle duża, że za działania employer brandingowe odpowiadają już nie tylko działy HR, ale także agencje komunikacyjne, których rolą jest tworzenie spójnej i angażującej narracji zarówno na temat kultury organizacyjnej firmy, jej

wartości, pozycji rynkowej, jak też atmosfery pracy, oferowanych benefitów czy możliwości rozwoju – tłumaczy Wiktor Pastucha, CEO agencji komunikacyjno-strategicznej Wills Integrated.

Ponadto 38 proc. przedsiębiorców z sektora MŚP uważa, iż benefity pozapłacowe przyczyniają się do redukcji stresu. Takiego zdania są przeważnie przedstawiciele firm produkcyjnych (53 proc. wskazań) oraz średnich przedsiębiorstw (44 proc. wskazań).

– Stres stał się jednym z dominujących aspektów naszego życia, negatywnie wpływając na nasze zdrowie mentalne i fizyczne. Dotyczy to zarówno sfery prywatnej, jak i zawodowej. Już niemal 1/5 przedsiębiorców z sektora MŚP postrzega stres w kategorii istotnego wyzwania kadrowego – mówi Joanna Skoczeń.