

RYNEK ŚWIADCZEŃ POZAPŁACOWYCH



O efektywności świadczeń pozapłacowych

Dziś świadczenia pozapłacowe stają się jednym z podstawowych narzędzi budowania zaangażowania i zadowolenia pracowników. Otrzymuje je już blisko 90 procent osób zatrudnionych w Polsce – wynika z badania „Czas motywacji – efektywność świadczeń pozapłacowych”, przeprowadzonego na zlecenie Sodexo Benefits and Rewards Services przez SW Research. Badanie to jest nie tylko źródłem informacji na temat świadczeń oferowanych przez firmy, ale – co najbardziej interesujące – o tym, które z nich są wykorzystywane przez pracowników.



Monika Ekiert

Employee Experience Product
Portfolio Manager, Sodexo Benefits
and Rewards Services Polska

W obecnej sytuacji rynkowej, w której coraz więcej firm – niezależnie

od tego, czy mowa o korporacjach, średnich przedsiębiorstwach, czy o spółkach rodzinnych – musi ograniczać koszty, często efektywność podejmowanych działań mierzona jest także w oparciu o wskaźnik ROI (*ang. return on investment*). A bez wątpliwości świadczenia pozapłacowe należą do inwestycji i to jednych z najważniejszych, bo inwestycji w pracownika, dla którego coraz częściej jest to kluczowy argument przemawiający za wyborem danego pracodawcy.

Top 3 świadczeń pozapłacowych

Z raportu „Czas motywacji – efektywność świadczeń pozapłacowych” wynika, że dodatkiem do wynagrodzenia najczęściej oferowanym pracownikom firm są ubezpieczenia zdrowotne (51 proc.). Kolejne dwa miejsca w zestawieniu zajmują dodatkowe ubezpieczenia (39 proc.) oraz dofinansowanie sportu lub rekreacji (37 proc.). Gdy sprawdzamy ich popularność wśród odbiorców, żadne z wymienionych świadczeń nie osiąga wyniku bliskiego 100 proc. Najwyżej notowanemu świadczeniu, którym jest ubezpieczenie zdrowotne, brakuje do tego poziomu aż 30 proc. Z dodatkowego ubezpieczenia korzysta 69 proc. zatrudnionych, którym jest ono oferowane, a dostępne dofinansowanie do sportu wykorzystuje 54 proc. osób. Co ciekawe, częściej korzystają z niego kobiety (58 proc.) niż mężczyźni (51 proc.). Stosunkowo wysokim zainteresowaniem

i tym samym efektywnością cieszą się świadczenia związane z dofinansowaniem do posiłków np. w postaci karty lunchowej (65 proc.), a także benefity związane z kulturą (64 proc.) czy kursami językowymi i szkoleniami (60 proc.).

Co to oznacza dla zespołów HR i szefów firm?

Jeśli szukamy efektywności i zwrotu z inwestycji, warto albo zaoferować świadczenia uniwersalne, trafiające w gusta największej liczby pracowników, albo oferować możliwość indywidualnego wyboru benefitów z szerokiego wachlarza świadczeń pozapłacowych. Dzięki temu środki z budżetu zostaną lokowane tam, gdzie rzeczywiście zostaną skonsumowane. Tą samą zasadą warto kierować się także wybierając formę docenienia pracownika choćby z okazji zbliżających się świąt. Jak pokazuje badanie „Szef pomaga Mikołajowi”, które

SW Research przeprowadziło na zlecenie Sodexo, prezent od szefa powinien być dopasowany do potrzeb i gustów osoby otrzymującej (57 proc.). I choć pracownicy mają bardzo zróżnicowane zwyczaje i potrzeby, można im przypisać cechę wspólną. Blisko 90 proc. zatrudnionych w Polsce podczas świątecznych zakupów zwraca uwagę na zniżki i rabaty. Dlatego też aż 90 proc. respondentów potwierdza, że w prezencie od szefa chciałoby otrzymać kartę przedpłaconą i dzięki dołączonym do niej akcjom promocyjnym obniżyć swoje rachunki za zakupy. Wynika to między innymi z tego, że karta jest prezentem uniwersalnym. Użytkownik może nią płacić w sklepach stacjonarnych, online, na całym świecie czy też – jeśli uzna za stosowne – wypłacić środki w bankomacie. Badani wskazują też, że karta to rozwiązanie bardziej eleganckie i efektywne niż wręczenie gotówki.

REKLAMA



Bądź aktywny! Tak jak lubisz.

W Kafeterii MyBenefit
Pracownicy sami wybierają
najlepsze benefity.

Sprawdź, czy Kafeteria
pasuje do Twojej Firmy:
www.mybenefit.pl



RYNEK ŚWIADCZEŃ POZAPŁACOWYCH

W ZDROWYM CIELE EFEKTYWNY PRACOWNIK
– jak pracodawcy dbają o kondycję pracowników

Według badania przeprowadzonego przez Grant Thornton i Medicover, w okresie styczeń–czerwiec 2019 r. już 58 proc. pracodawców w Polsce w swoich ofertach obiecywało nowo zatrudnianym pracownikom benefity zdrowotne. Dla porównania, w analogicznym okresie 2015 r. było to tylko 24 proc. pracodawców, co oznacza, że popularność tego rodzaju zachęt w ciągu czterech lat wzrosła ponad dwukrotnie.



Artur Białkowski

członek zarządu Medicover sp. z o.o., dyrektor zarządzający usług biznesowych

Prywatna opieka medyczna to nie tylko jeden z najbardziej pożądanых benefitów pozapłacowych, ale również ważna inwestycja pracodawcy, która przekłada się na poziom efektywności pracowników oraz koszty funkcjonowania firmy. Cykliczny raport „Praca. Zdrowie. Ekonomia”, opracowywany przez ekspertów Medicover, pokazuje, że pozapłacowe świadczenia dla pracowników mogą być bardzo opłacalne dla przedsiębiorstwa.

Pod wpływem różnych czynników
Na koszt choroby pracownika ponoszony przez firmę wpływa wiele czynników, takich jak częstotliwość i rodzaj dolegliwości, ryzyko powikłań, dostęp

do diagnostyki i możliwość szybkiego skorzystania z konsultacji lekarskiej. Z tej perspektywy ogromne znaczenie ma znajomość głównych problemów zdrowotnych osób aktywnych zawodowo oraz właściwe dopasowanie opieki medycznej do potrzeb konkretnych grup pracowników. Jak wynika z raportu „Praca. Zdrowie. Ekonomia”, infekcje oddechowe oraz przewlekłe choroby układu ruchu są jednymi z najczęstszych przyczyn nieobecności w pracy – odpowiednio 26 proc. i 8 proc. osób otrzymuje od lekarza zwolnienie lekarskie z powodu tych dolegliwości. Aż 34 proc.

pracowników co roku zgłasza się na wizytę lekarską z powodu infekcji układu oddechowego, głównie w sezonie jesienno-zimowym. A co piąta aktywna zawodowo osoba zgłasza się do lekarza z powodu przewlekłej choroby układu ruchu. Najczęściej są to bóle pleców oraz choroby zwyrodnieniowe kręgosłupa lub stawów.

Ograniczyć koszty

Zapewnienie pracownikom odpowiedniej, efektywnej opieki w trakcie choroby może mieć wpływ na ograniczenie kosztów, związanych z absenteizmem – poprzez skrócenie liczby dni zwolnienia lekarskiego, szybszą poprawę stanu zdrowia pracownika, a tym samym ograniczenie nieefektywnej obecności w pracy. Skutkiem bólu może być jednak nie tylko nieobecność w pracy, ale również obniżona produktywność i zjawisko prezenteizmu, czyli obecności w pracy pomimo problemu zdrowot-

nego. Prezenteizm może mieć nawet 10-krotnie większe negatywne skutki dla efektywności niż absencja chorobowa. Z ww. raportu wynika, iż zapewniając pracownikom wysokiej jakości kompleksową opiekę zdrowotną można zaoszczędzić na kosztach choroby pracowników 1004 zł w skali roku. Poziom oszczędności zależy przede wszystkim od cech jakościowych opieki, a więc m.in. od tego, jak szybko pacjent dostaje się do lekarza, w jakim czasie i jak celna była postawiona diagnoza oraz jak skutecznie przebiegał proces leczenia.

Rosnąca świadomość

Z doświadczeń Medicover Polska wynika, że potrzebę inwestowania w zdrowie swoich zespołów dostrzega coraz więcej pracodawców. W dużych korporacjach popularne staje się udostępnianie tego benefitu pracownikom każdego szczebla. Co więcej – coraz częściej dbałość o zdrowie i kondycję pracowników przejawia się poprzez oferowanie benefitów pozapłacowych z zakresu tzw. corporate wellness. To działania, które pozwalają na promocję zdrowia i zbudowanie prawidłowych nawyków wśród pracowników poprzez akcje profilaktyczne, programy ergonomiczne, szczepienia ochronne czy porady żywieniowe i dietetyczne. Kompleksowe podejście do zdrowia skłania wielu pracodawców do poszerzania oferty o benefity wspierające zdrowy styl życia, zachęcające do regularnej aktywności fizycznej,

np. pakiety sportowe i reakcyjne. To czynniki, które pomagają w leczeniu chorób przewlekłych, przyczyniają się do spadku dolegliwości bólowych i powodują lepsze samopoczucie. To z kolei wprost przekłada się wydajniejszą i efektywniejszą pracę. Świadomość tego trendu skłoniło Medicover do inwestycji w ofertę pakietów sportowych i przejście OK System – jednego z głównych dostawców tego typu benefitów.

Również w małych i średnich firmach rośnie świadomość tego, w jaki sposób prywatna opieka medyczna wspiera funkcjonowanie przedsiębiorstwa. Często dzieje się to za sprawą byłych pracowników korporacji, którzy założyli własne biznesy i do tej pory prywatny pakiet zdrowotny był dla nich standardowym dodatkiem, który dziś chcą zapewnić sobie i swoim współpracownikom. Dbałość o bezpieczeństwo i zdrowie pracowników ma w przypadku tych firm szczególne znaczenie, ponieważ absencja chorobowa nawet jednej osoby może mieć duży wpływ na funkcjonowanie całej firmy. Rynek pracownika sprawia, że pracodawcy coraz chętniej obejmują swoich pracowników darmową opieką zdrowotną. Na rynek benefitów w Polsce bardzo duży wpływ ma stopa bezrobocia, która w ostatnich latach bardzo się zmniejszyła – od maja 2015 r. do maja 2019 zanotowano silny spadek (z 10,7 do 5,4 proc.). Chcąc pozyskać pracowników, firmy będą oferować coraz szerszy dostęp do benefitów zdrowotnych.



Dobre benefity, czyli jakie propozycje świadczeń zadowolą pracowników i odniosą oczekiwane skutki?

Rola benefitów z punktu widzenia pracowników jest dość jasna – świadczenia stały się oczywistym dodatkiem do wynagrodzenia i częścią kontraktu z pracodawcą. Mogą bezpośrednio wpływać na postrzeganie firmy i na chęć do pozostania w niej lub decyzję o zmianie pracy. W tym drugim przypadku także szczególną uwagę kandydaci poświęcają ofercie świadczeń pozapłacowych. Mają w tym zakresie swoje konkretne oczekiwania i wymagania względem potencjalnego pracodawcy. Pewne benefity stały się już standardem, a firmy rywalizują ze sobą proponując coraz bogatsze, ciekawsze i bardziej oryginalne propozycje.



Agata Żmudzińska

ekspert ds. popularyzacji benefitów i kierownik działu marketingu, MyBenefit

Dlaczego w tym pędzie po „więcej” i „lepiej” nie zawsze zyskujemy na efektywności? Ponieważ

każdy z nas jest inny i czego innego potrzebuje. Łączy nas wspólne miejsce pracy, ale dzielą zainteresowania, wiek, sytuacja życiowa, potrzeby czy sprawdzone sposoby na spędzanie wolnego czasu. Zamiast co roku zwiększać budżet na nieefektywne świadczenia warto zastanowić się, co naprawdę jest ważne dla naszych pracowników i przygotować taki zestaw benefitów, z którego każdy samodzielnie będzie mógł wybrać coś dla siebie.

Wsparcie dla firm

Na rynku powstały rozwiązania, które wspierają firmy właśnie w zarządzaniu programem benefitów. Z pierwszej na polskim rynku Kafeterii MyBenefit korzysta już kilkaset mniejszych i większych firm, a także międzynarodowe korporacje, które widzą w niej rozwiązanie wygodne dla obu stron – działu personalnego, który koordynuje obszar świadczeń i dla samych pracowników. Kafeteria to platforma internetowa z tysiącami gotowych benefitów, spośród których pracownicy sami wybierają dokładnie te, które im odpowiadają. Dokładnie wtedy, gdy ich potrzebują, bo wyboru można dokonać o każdej porze – nie tylko w pracy, ale także w domu czy na wakacjach. W dodatku bez angażowania managera i działu HR, bo dystrybucja tych świadczeń także odbywa się online.

Stojąc przed wyborem

Pracodawca może określić, które grupy benefitów chce finansować w ramach Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych, ale to pracownik dokonuje ostatecznego wyboru benefitów, zależnie od swoich aktualnych potrzeb. Wśród popularnych opcji są propozycje turystyczne, np. pobyty w Polsce czy wczasy za granicą oraz kultura – bilety do kin, teatrów i na koncerty. Zainteresowaniem cieszą się także wejściówki do ogrodów zoologicznych, parków rozrywki i parków naukowych oraz bilety na basen czy karnety narciarskie. Takie benefity pracownik może kupić dla siebie i swoich najbliższych także wtedy, gdy wyczerpie już pulę środków od pracodawcy. Co ważne, sposób finansowania wybranej oferty nie ma żadnego wpływu na jej cenę, która jest zawsze taka sama lub lepsza niż rynkowa.

Zrozumieć potrzeby pracowników

Wg dwuczynnikowej teorii Herzberga benefity zaliczają się do grupy czynników higienicznych, czyli tych, które nie mają bezpośredniego wpływu na zaangażowanie ludzi, ale niwelują ich potencjalne niezadowolenie. To znaczy, że samymi świadczeniami nie zbudujemy lojalnego i oddanego zespołu – tu potrzebujemy więcej narzędzi i własnego zaangażowania. Oferta benefitów natomiast świadczy o tym, czy pracodawca rozumie potrzeby swoich pracowników i chce się o nich zatroszczyć. Może to robić właśnie proponując im dopasowane, wygodne w obsłudze świadczenia i pozostawiając swobodę ich wyboru. Z takich benefitów – które są dla nas wartościowe i ułatwiają życie – trudno zrezygnować! To może mieć ogromny wpływ na decyzję o pozostaniu w firmie.

RYNEK ŚWIADCZEŃ POZAPŁACOWYCH

Rozliczenia świadczeń pozapłacowych w modelu B2B

Coraz częściej firmy zatrudniają pracowników w formie współpracy B2B. Polega to na określeniu warunków współpracy pomiędzy dwiema firmami, które precyzuje umowa cywilno-prawna. Kontrakt B2B pozwala na obniżenie kosztów zatrudnienia pracownika przy jednoczesnym zwiększeniu wynagrodzenia.

Piotr **Ciszewski**

ekspert podatkowy, inFakt

Najczęściej pracownikom kontraktowym przysługują te same prawa, które należą się pracownikom etatowym. Dodatkowo warto zaznaczyć, że kontrakty B2B pozwalają na stosunkowo łatwą migrację pracowników, dlatego tak ważne jest utrzymanie dobrej relacji w takiej formie współpracy. W celu zwiększenia motywacji oraz lojalności wobec firmy zatrudniającej wspierają się świadczeniami pozapłacowymi. Warto więc zastanowić się, jak po stronie zleceniobiorcy powinny zostać rozliczone przyznane świadczenia pozapłacowe.

Czym są świadczenia pozapłacowe?

Pod tym pojęciem kryją się wszystkie przychody zatrudnionych pracowników, które wynikają z przepisów pracy, regulaminów lub zasad wewnętrznych. W praktyce do najpopularniejszych świadczeń pozapłacowych należą:

- bony подарunkowe
- upominki

- karty sportowe
- opieka medyczna
- ubezpieczenia grupowe
- szkolenia oraz kursy
- prawo do płatnego urlopu.

W orzecznictwie NSA wskazuje, że: „(...) na gruncie przepisów o podatku dochodowym od osób fizycznych, pod wpływem orzecznictwa sądów administracyjnych, za nieodpłatne świadczenie przyjęło się uważać nie tylko świadczenia w cywilistycznym znaczeniu, ale także wszystkie inne zjawiska gospodarcze i zdarzenia prawne, których następstwem jest uzyskanie korzyści, mających konkretny wymiar finansowy, kosztem innego podmiotu. Przynależności majątkowe uzyskane z tego tytułu stanowią przychód podatkowy i zasadniczo wpływają na wysokość zobowiązania podatkowego u osób je otrzymujących”.

Świadczenia pozapłacowe a PIT

Zgodnie z ustawą o podatku dochodowym od osób fizycznych art. 21 ust. 1 pkt 67 wolna od podatku jest wartość otrzymanych przez pracownika świadczeń pozapłacowych w związku



z finansowaniem działalności społecznej, sfinansowanych w całości ze środków zakładowego funduszu świadczeń społecznych lub funduszy związków zawodowych, łącznie do wysokości nieprzekraczającej w roku podatkowym kwoty 1 000 zł.

Zwolnienie, o którym mowa w art. 21, nie ma natomiast zastosowania dla pracowników kontraktowych.

Oznacza to, że pozostawione świadczenia generują po stronie samozatrudnionego powstanie przychodu. Rozliczenie przychodu będzie natomiast uzależnione od sposobu finansowania świadczenia. Wyróżniamy dwa sposoby:

- świadczenie finansowane w całości przez zleceniodawcę;
- świadczenie częściowo finansowane przez zleceniodawcę.

U samozatrudnionego powstanie przychód z tytułu nieodpłatnego świadczenia w wartości, jaką zleceniodawca zapłaci ze swoich środków. Wartość otrzymanego świadczenia należy wykazać jako pozostałe przychody w wartości brutto. W praktyce, aby wykazać przychód, najczęściej stosuje się dowód wewnętrzny, który potwierdza otrzymanie wartości świadczenia.

#SzlachetnyMikołaj w firmie? W okresie świątecznym warto zadbać o dobre relacje z pracownikami

Aż 70 proc. podarunków wręczanych pracownikom ma miejsce w okresie świąt Bożego Narodzenia, a ponad 71 proc. firm deklaruje, że w ogóle wręcza swoim pracownikom prezenty na różne okazje – wynika z Raportu „Podarunki dla pracowników 2019”, ICAN Institute&Edenred. To optymistyczne dane. Jak widać trend obdarowywania pracowników na święta zdomował się już w polskiej kulturze pracy.



Katarzyna **Gawron**

Marketing Manager, Edenred Polska

Jaką kwotę zwykle firmy przeznaczają na podarunki świąteczne?

Jak przedstawia nasze badanie, średnio firmy przeznaczają na ten cel 400 zł brutto na pracownika. Jednakże 48 proc. pracowników

uważa, że kwota ta jest za mała, ponieważ średni koszt zakupu i przygotowania potraw oraz symbolicznych prezentów dla rodziny to 1 200 zł. Oczekiwania pracowników rosną, hojniejsze powinny się również stać portfele i pomysły pracodawców – aby na koniec roku podziękować pracownikom za zaangażowanie i poświęcenie. Takie gesty się liczą, w długotrwałej strategii motywacji i Employer Branding szczególnie... Jednak nie dla wszystkich firm okres świąteczny kojarzy się wyłącznie z „konsumpcjonizmem”. Dla pracodawców święta to czas,

w którym chętnie angażują się w inicjatywy charytatywne, do udziału w których zachęcają również swoich pracowników (46 proc. firm).

Hojne prezenty vis a vis kampanie charytatywne?

Zamiast wybierać, my proponujemy udział w kampanii „Szlachetna Paczka z Edenred – dołącz do nas!”. To z pewnością wyjątkowa kampania na rynku, którą realizujemy we współpracy ze Stowarzyszeniem WIOSNA już od 2016 r. Kierujemy ją do firm, które na nadchodzące święta zamiast tradycyjnych paczek, bonów lub przelewów na konto pragną podarować swoim pracownikom wyjątkowy prezent – SZLACHETNĄ KARTĘ PODARUNKOWĄ. To limitowana edycja kart podarunkowych Edenred, które mają niezwykłą moc – MOC POMAGANIA potrzebującym rodzinom w Polsce przez

cały rok. Firmy, które zdecydują się na ich zakup, nie tylko wybiorą oryginalny podarunek dla swoich pracowników, ale także otrzymają potwierdzony certyfikatem status Szlachetnej Firmy, który mogą używać do wzmocnienia działań CSR oraz Employer Brandingu.

MOC POMAGANIA stale rośnie, a Szlachetna Paczka z Edenred pomogła już blisko 170 tys. potrzebujących rodzin w Polsce. Tylko w roku 2018 przekazaliśmy 153 tys. zł na rozwój projektów Paczka+, Paczka SENIOR, Paczka LEKARZ i Paczka PRAWNIK. Na tę pomoc co roku liczą podopieczni Stowarzyszenia WIOSNA. Szlachetne karty podarunkowe Edenred to także MOC OSZCZĘDZANIA I MOC KORZYŚCI dla pracowników firmy. **To dodatkowe 65 zł w prezencie** od partnerów Edenred – ekstra bonus dla pracowników. Z perspektywy pracodawcy to również opłacalne rozwiązanie

– zasilając kartę pracownika np. na kwotę 500 zł, w rzeczywistości przekazują mu podarunek o wartości 565 zł, a finansowanie kart z budżetu ZFŚS zapewni mu dodatkowe oszczędności w PIT do 1000 zł rocznie na pracownika.

To jednak nie wszystko...

Dla posiadaczy kart podarunkowych Edenred przygotował również pakiet świątecznych kuponów zniżkowych, które dają oszczędności do 3264 zł. Satisfakcja robienia zakupów z kartami podarunkowymi Edenred wzrasta, kiedy pracownicy mogą nimi płacić w szerokiej sieci punktów sprzedaży na całym świecie, zarówno w terminalu płatniczym, jak i online oraz zbliżeniowo z Apple Pay i Google Pay™.

Pomagamy, bo razem MAMY MOC! Dołącz do nas i Ty! Więcej o kampanii na kartypodarunkowe.edenred.pl

tekst promocyjny