**Świadczenia pracownicze nie tracą na atrakcyjności**

**Z raportu "Świadczenia dodatkowe w oczach pracowników w 2013 roku"[1] przygotowanego przez firmę Sedlak &amp; Sedlak wynika, że benefity przyznaje dokładnie trzy czwarte polskich firm. Badanie potwierdza, że najchętniej robią to duże przedsiębiorstwa zatrudniające powyżej pół tysiąca osób, zaś najrzadziej małe firmy do 50 osób. Raport wskazuje, że zdecydowana większość firm nie bada oczekiwań swoich pracowników i nie dokonuje oceny efektywności oferowanych świadczeń dodatkowych. Ale i tak większość pracowników jest zadowolona z otrzymywanych benefitów.**

**Kij i marchewka do lamusa**

System motywacyjny to dziś jeden z kluczowych elementów zarządzania zasobami ludzkimi. Nie tylko zwiększa zaangażowanie pracowników i wzmacnia ich więź z pracodawcą, lecz także pozwala stworzyć dobrą atmosferę w zespole i wyróżnić się na tle konkurencji. Zachęta finansowa od dawna nie jest jedynym skutecznym sposobem motywacji. Coraz więcej pracowników oczekuje czegoś więcej niż tylko atrakcyjnych zarobków. Te pragnienia szczególnie mocno widać na przykładzie osób z tzw. „pokolenia Y”, które konsekwentnie oddzielają życie zawodowe od prywatnego i oczekują, by pracodawca wspierał je w realizacji własnych zainteresowań.

- *Nie istnieje jedna, sprawdzona recepta na stworzenie idealnego systemu motywacyjnego, tak jak nie istnieje uniwersalny pracownik. Każdego z nas motywują inne czynniki, dlatego dobór finansowych i pozafinansowych instrumentów motywacyjnych powinien być poprzedzony identyfikacją potrzeb zespołu w tym zakresie. Warto kierować się specyfiką branży oraz preferencjami pracowników, nie zaś aktualnymi trendami HR-owymi –* **komentuje Agnieszka Orłowska, prezes Globalnego Centrum Biznesowego Hewlett-Packard**

**Branża outsourcingowa dba o benefity**

Świadczenia pozapłacowe są liczącym się narzędziem do skutecznego motywowania pracowników w sektorze nowoczesnych usług dla biznesu (BPO/SSC), który od ponad dziesięciu lat systematycznie rozwija się w naszym kraju, zatrudnia już prawie 128 tysięcy wykształconych ludzi i wpływa na konkurencyjność polskiej gospodarki. Jak podaje najświeższy raport Związku Liderów Sektora Usług Biznesowych w Polsce (ABSL) [[1]](http://www.biuroprasowe.pl/wp-admin/post-new.php#_ftn1) prawie wszystkie centra w tej branży oferują pracownikom świadczenia pozapłacowe. Wiele z nich daje możliwość korzystania z kilku przywilejów pracowniczych. Najpopularniejsze wśród nich są pakiety medyczne (87 proc. badanych firm), karty zniżkowe Benefit (85 proc. wskazanych), ubezpieczenie na życie czy dofinansowanie do kursów językowych. Firmy z branży konkurują ze sobą w pozyskiwaniu talentów z rynku pracy, zatem oferta świadczeń pracowniczych wciąż się rozrasta.

- *Pracownicy naszych centrów we Wrocławiu i Łodzi otrzymują pełen pakiet świadczeń pracowniczych, które zapewniają im bezpieczeństwo socjalne. Niektóre z nich, takie jak owoce/kanapki i napoje, które są w stałym dostępie w biurze, Karta Multisport, ubezpieczenie, pakiet medyczny czy program zakupów pracowniczych są w HP GBC taką codziennością, że dla niektórych tracą znaczenie bonusu - zauważa* **Agnieszka Orłowska, prezes Globalnego Centrum Biznesowego Hewlett-Packard** *– Obserwujemy żywe zainteresowanie innymi udogodnieniami. Doceniany jest np. elastyczny czas pracy, możliwość pracy zdalnej, specjalna opieka medyczna w domu pacjenta dla rodzin pracowników, program wsparcia dla osób w trudnej sytuacji życiowej, program pomocy rodzinie czy inicjatywy typu „Welness”, skoncentrowane na propagowaniu zdrowego trybu życia, rozwijaniu aktywności fizycznej, pracy charytatywnej i rozwijaniu pasji naszych pracowników –* uzupełnia **prezes Orłowska.**

**Nie tylko pensja**

Elementem, który wpływa na postrzeganie pracodawcy przez pracowników jest też sposób, w jaki firma odpowiada na potrzeby swojego otoczenia, to czy jest odpowiedzialna społecznie czy jest postrzegana jako otwarta i przyjazna oraz to jak angażuje się w życie lokalnej społeczności. Na markę pracodawcy znacząco wpływa tez kultura organizacyjna firmy, jasno określona droga awansów oraz możliwości rozwoju kariery zawodowej, równe dla wszystkich zatrudnionych. Liczy się również lokalizacja firmy w prestiżowym, dogodnym komunikacyjnie miejscu oraz zapewnienie miejsc pracy w wysokiej klasy pomieszczeniach biurowych. Według badania przeprowadzonego przez firmę Polnord[[2]](http://www.biuroprasowe.pl/wp-admin/post-new.php#_ftn2), statystyczny Polak spędza w miejscu pracy 73 920 godzin. To równowartość 40 lat życia. Trudno się, więc dziwić, że dla 84,7 proc. pracowników biurowych badanych przez Polnord niebagatelne znaczenie ma budynek, w którym pracują.

W Polsce nie brakuje firm, które mają dobrze rozwinięty system motywacyjny, nie brakuje również doceniających to pracowników. Wciąż jednak jest wiele do zrobienia w tym zakresie, szczególnie w obszarze małych i średnich przedsiębiorstw, którym trudno jest wygospodarować czas i środki na rozwój programów pracowniczych.

[[1]](http://www.biuroprasowe.pl/wp-admin/post-new.php#_ftnref1) Raport „Świadczenia dodatkowe w oczach pracowników w 2013 roku", Sedlak&Sedlak

[[2]](http://www.biuroprasowe.pl/wp-admin/post-new.php#_ftnref1) Raport ABSL, „Sektor nowoczesnych usług biznesowych w Polsce”, maj 2014

[[2]](http://www.biuroprasowe.pl/wp-admin/post-new.php#_ftnref2) http://www.thecity.com.pl/Biura/Wiadomosci/O-czym-marza-pracownicy-polskich-biurowcow-sonda