

Kontakt dla mediów:

e-mail: media@parp.gov.pl

Informacja prasowa

Warszawa, 31.07.2024 r.

Zaufanie między pracownikiem a pracodawcą walutą przyszłości

Zaufanie to podstawa każdej relacji, zarówno na gruncie prywatnym, jak i zawodowym. Na linii pracownik – pracodawca ten aspekt wydaje się wyjątkowo istotny, ponieważ gwarantuje efektywną i wydajną współpracę. To z kolei wymaga od przełożonego umiejętności rezygnacji z kontroli podwładnego i wiary, że będzie on skutecznie wykonywać swoje zadania według wcześniej ustalonych zasad. Przyjęcie takiej postawy może nie być łatwe dla przełożonego, ale czy jest inna droga, by przyciągnąć i zatrzymać w firmie najlepsze talenty na rynku?

W opublikowanym w marcu br. badaniu Pracuj.pl „Mobilność zawodowa Polaków w 2024 roku” wskazano, że 44 proc. pracowników aktywnie poszukuje nowej pracy. Z informacji wynika też, że rośnie odsetek pracowników otwartych na otrzymanie ciekawej oferty pracy – zadeklarowało tak 85 proc. uczestników badania.

Autorzy podkreślili, że największy odsetek osób planujących zmiany w życiu zawodowym na przestrzeni najbliższych miesięcy charakteryzuje najmłodszą grupę odbiorców. W grupie wiekowej 18–24 lat pracę zamierza w najbliższym czasie zmienić 56 proc. respondentów, a wśród osób w wieku 25–34 lata – 54 proc. Podano, że wynagrodzenie i poczucie docenienia są kluczowe odpowiednio dla 29 proc. i 28 proc. pracowników; podkreślają oni, że aspekty finansowe i emocjonalne odgrywają dużą rolę w decyzji o pozostaniu na obecnym stanowisku.

Zaufanie przynosi oszczędności

Zdaniem autorów znanej i często cytowanej książki poświęconej zarządzaniu talentami koszt rotacji jednego pracownika waha się od 30 do nawet 200 proc. jego rocznego wynagrodzenia (J.J. Philips, L. Edwards „Managing talent retention: an ROI approach”). Obok takich szacunków trudno przejść obojętnie.

Czy zbudowanie zaufania między pracownikiem a pracodawcą jest w stanie ograniczyć rotację w firmie? Bez wątpienia tak!

Zaufanie jest istotnym czynnikiem w tworzeniu pozytywnej kultury pracy – przekłada się na komunikację, współpracę i podejmowanie decyzji. Firmy, w których notowany jest wysoki poziom zaufania, cieszą się mniejszą rotacją pracowników i ich większym zaangażowaniem. Obserwowany jest też wzrost kreatywności oraz swoboda w zgłaszaniu problemów.

Autorzy raportu Deloitte „Global Human Capital Trends 2024” zwracają uwagę na potrzebę odejścia od tradycyjnych miar wydajności oraz modeli organizacyjnych, które często

dehumanizują pracę i pracowników. Mowa m.in. o liczbie przepracowanych godzin, które nie są już postrzegane jako wiarygodny miernik zaangażowania w powierzone obowiązki. Niestety wciąż wiele organizacji funkcjonuje według tradycyjnego klucza zarządzania, który skupia się na czerpaniu wartości z pracowników zamiast na tworzeniu wartości dla pracowników. A przecież to relacje międzyludzkie bezpośrednio przekładają się na wydajność, produktywność, kreatywność, przychody firmy czy poziom innowacji. W czasach dynamicznie zmieniającego się rynku pracy warto o tym szczególnie pamiętać, ponieważ odpływ najcenniejszego kapitału, jakim jest człowiek, kosztuje organizacje wiele czasu i pieniędzy.

Employee experience

Pod tym pojęciem kryje się suma doświadczeń i wrażeń zdobytych podczas pracy w przedsiębiorstwie. Są one pochodną wielu sytuacji powiązanych z funkcjonowaniem firmy. *Employee experience* obejmuje więc wszystkie doświadczenia związane m.in. z procesem rekrutacji, kontaktami z przełożonymi i współpracownikami, rozwojem w organizacji czy wreszcie odejściem z firmy. Wrażenia wywołane przez pracodawcę na poszczególnych etapach mają bezpośredni wpływ na opinię na jego temat.

Ważnym trendem z zakresu *employee experience* jest także budowanie poczucia przynależności i bezpieczeństwa wśród pracowników, zwrócenie jeszcze większej uwagi na wprowadzenie warunków pracy, które sprzyjają dobremu samopoczuciu podwładnych oraz tworzenie wielopokoleniowych zespołów z uwzględnieniem różnic między poszczególnymi osobami. *Employee experience* tworzy wiarygodnych ambasadorów firmy, którzy chcą nimi być na podstawie swoich pozytywnych doświadczeń i wrażeń z codziennej pracy.

Potwierdza to również raport opracowany przez PARP pn. „[Trendy kształtujące polskie branże i kompetencje przyszłości. Perspektywa 17 branż](#)”. Z zawartej w nim analizy wynika, że nieodzowne jest projektowanie pozytywnych doświadczeń pracownika, by wzmocnić jego zaangażowanie w wykonywane obowiązki. Istotnym wymiarem, w którym uwidacznia się to zjawisko, jest dbanie o szeroko pojęty *wellbeing* (dobrostan) pracowników. Zrównoważony rozwój, zmiany demograficzne czy niski poziom bezrobocia wymuszają na pracodawcach zwiększenie rywalizacji o pracowników. Proces ten nasila słabnące przywiązanie do miejsca zatrudnienia oraz ogólna zmiana postaw wobec pracy.

We wspomnianym raporcie czytamy, że dotychczas stosowane motywatory w postaci np. premii są coraz mniej skuteczne. Kluczowe staje się budowanie lojalności pracowników z wykorzystaniem procesu projektowania ich pozytywnych doświadczeń: dbanie o rozwój pracowników, zapewnienie elastyczności pracy i równowagi między sferą zawodową a prywatną.