



antal

THE VALUE OF
SPECIALIZED TALENTS

BADANIE ANTAL I SODEXO POLSKA

Innowacyjne środowisko pracy

Patronat merytoryczny:



Pracodawcy
Rzeczypospolitej
Polskiej

Scandinavian-Polish 
CHAMBER OF COMMERCE 

BADANIE ANTAL I SODEXO POLSKA

Innowacyjne środowisko pracy

Spis treści

<u>Wstęp</u>	Wprowadzenie	7
<u>Część 1</u>	Innowacyjność firmy	17
<u>Część 2</u>	W jaki sposób firmy inwestują w innowacje?	25
<u>Część 3</u>	Jak firmy wspierają innowacyjność pracowników?	33
	3.01. Innowacyjne środowisko pracy	34
	3.02. Innowacyjne miejsce pracy	42
<u>Część 4</u>	Wellbeing pracowników jako sposób na kreowanie innowacyjności	51
<u>Część 5</u>	ESG a innowacje	59
	Źródła danych	73
	O Antal	75

“ Firmy w najbardziej innowacyjnych gospodarkach inwestują w badania, technologie, szkolenia i rozwój pracowników, budują nowoczesne otoczenia i infrastrukturę w firmie, aby wygenerować innowacje.”

Wprowadzenie

Innowacyjność można zdefiniować jako zdolność oraz zainteresowanie społeczeństwa, a w szczególności przedsiębiorców i naukowców, prowadzeniem badań i poszukiwaniem rozwiązań, które mają przyczynić się do poprawy efektywności, ulepszania technologii czy tworzenia nowych produktów.

Te działania w efekcie mają doprowadzić do poprawy konkurencyjności konkretnych przedsiębiorstw, co może mieć wpływ na rozwój gospodarczy regionów czy nawet państw.

Innowacje wykorzystywane są w każdej dziedzinie gospodarki. Ich poszukiwanie i stosowanie jest z jednej strony bardzo ryzykowne i nieprzewidywalne, jednak z drugiej jest też szansą dla przedsiębiorstwa na utrzymanie, a nawet wzmocnienie pozycji rynkowej¹.

W skali makroekonomicznej innowacje uważane są za jeden z głównych czynników wzrostu gospodarczego. W perspektywie mikroekonomicznej wprowadzanie innowacji pozwala m.in. obniżyć koszty produkcji, podnosić jej jakość, poszerzać asortyment oferowanych wyrobów, lepiej zaspokajać potrzeby konsumentów, szybciej reagować na zmiany oczeki-

wań nabywców, zmniejszać zużycie surowców i energii, obniżać szkodliwość ekologiczną produkcji, podnosić bezpieczeństwo pracy.

Podsumowując, innowacje podnoszą konkurencyjność poszczególnych przedsiębiorstw, a poprzez to całej gospodarki².

Zwykło się uważać, że działalność innowacyjna w usługach polega raczej na przyswajaniu nowych technologii, podczas gdy twórcą nowych rozwiązań technologicznych jest przemysł; że w działalności przedsiębiorstw produkcyjnych technologie mają swoje źródło w samodzielnie prowadzonych badaniach rozwojowych, natomiast innowacje usługowe opierają się w większości na wiedzy pozyskiwanej z zewnątrz.

Warto zaznaczyć, że w przypadku innowacji usługowych równie ważnym jak w działalności produkcyjnej źródłem nowej wiedzy są pracownicy: ich kreatywność, przedsiębiorczość oraz poziom wiedzy i kwalifikacji.

¹Innowacje w organizacjach, Kędzierska-Szczepaniak

²Innowacyjność w polskiej i światowej gospodarce, Koło Naukowe Ekonomistów Wydziału Ekonomicznego Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

Być może to nawet w działalności usługowej większy nacisk niż w sektorze produkcji przemysłowej kładzie się na szkolenia pracowników oraz pozyskiwanie nowej wiedzy³.

W kontekście znaczenia innowacji dla rozwoju gospodarczego kraju należy wziąć pod uwagę dosyć niski poziom innowacyjności w Polsce.

W najnowszej edycji sporządzanego cyklicznie rankingu Komisji Europejskiej – *Europejskim Rankingu Innowacyjności* – Polska zdobyła 0,33 pkt., co stanowi **czwarty od końca wynik wśród krajów UE i dziesiąty wśród wszystkich badanych krajów**.

Największym innowatorem od lat jest **Szwajcaria**, której poziom innowacyjności w tegorocznym rankingu wyniósł 0,77 pkt. Wśród krajów Unii Europejskiej najlepszy wynik po raz kolejny osiągnęły kraje Skandynawskie – **Szwecja** (0,74), **Finlandia** (0,73) i **Dania** (0,73).

W porównaniu do rankingu z 2015 r. wynik Polski poprawił się o 0,06 pkt., co świadczy o tempie wzrostu innowacyjności bardzo zbliżonym do średniej dla całej UE (0,05).

Dla porównania największy skok jakościowy odnotowano na Cyprze (wzrost o 0,19) oraz w Grecji i Estonii (po 0,12). Polska od 2015 r. pozostaje na podobnej pozycji w rankingu.

Na wskaźnik innowacyjności Europejskiego Rankingu Innowacyjności składają się 32 czynniki pogrupowane na **cztery kategorie**:

- 1. WARUNKI OGÓLNE**
(czyli poziom cyfryzacji, edukacja i atrakcyjność działalności badawczej),
- 2. INWESTYCJE**
(finansowanie i wsparcie, inwestycje przedsiębiorstw, wykorzystanie nowych technologii),
- 3. DZIAŁANIA W ZAKRESIE INNOWACJI:**
 - innowatorzy (m.in. przedsiębiorstwa wprowadzające innowacje produktowe),
 - powiązania, aktywa intelektualne (m.in. mobilność zawodowa pracowników w branży nauki i technologii, wnioski patentowe) oraz
- 4. WPŁYWY:**
 - zatrudnienie,
 - sprzedaż innowacji produktowych,
 - zrównoważony rozwój środowiska.

Według najnowszej odsłony rankingu *Global Innovation Index 2022* przygotowanego przez WIPO **Szwajcaria została okrzyknięta najbardziej innowacyjną gospodarką na świecie**, zaraz za nią na podium znalazły się **Stany Zjednoczone i Szwecja**.

Oceniane są dane w następujących obszarach:

- instytucje,
- kapitał ludzki i badania,
- infrastruktura,
- wyrafinowanie rynkowe,
- wyrafinowanie biznesowe,
- produkty wiedzy i technologii,
- produkty twórcze.

Polska uplasowała się na 38. miejscu z wynikiem 37,5 pkt. W porównaniu do edycji 2021 spadliśmy o dwie pozycje.

Kiedy przedsiębiorca wprowadza na rynek innowacyjny produkt lub zaczyna stosować innowacyjne metody produkcji, zmieniają się dotychczasowe warunki gry dla wszystkich. Do sprzedaży lub procesu produkcyjnego trafia nowa jakość, dzięki której firma osiąga większy zysk.

Z sukcesem innowacyjnej firmy poprawie powinna ulec także sytuacja jej pracowników. Przedsiębiorstwa takie generują znaczną wartość dodaną, mają wysokie marże i stabilną przewagę konkurencyjną, mogą zatem płacić swoim pracownikom więcej. Mogą inwestować w ich rozwój i szkolenia. Walcząc o najlepszych kandydatów na rynku, mogą także inwestować w zapewnienie wyższego komfortu pracy i narzędzia wpływające na ergonomię i wydajność. Tym sposobem powstają wysokopłatne i kreatywne miejsca pracy, które dają satysfakcję zawodową i finansową.

Ale czy aby na pewno opisana powyżej kolejność i związek przyczynowo-skutkowy jest właściwy?

Nie bez powodu we wspomnianych rankingach składowymi wskaźnikami innowacyjności są m.in.:

- inwestycje,
- korzystanie z technologii czy
- edukacja i wspieranie rozwoju naukowo-badawczego.

Oznacza to nie mniej ni więcej, że:

Firmy w najbardziej innowacyjnych gospodarkach inwestują w badania, technologie, szkolenia i rozwój pracowników, budują nowoczesne otoczenia i infrastrukturę w firmie, aby wygenerować innowacje.

Działania te są krokiem poprzedzającym wprowadzenie innowacyjnego produktu bądź modelu działania, a nie następstwem wdrożenia innowacji i bogacenia się firmy.

Jest to niezwykle istotna różnica, a jej zrozumienie może stanowić najprostszy przepis na szybki awans naszej gospodarki w kolejnych edycjach wymienionych rankingów.

³Innowacyjność przedsiębiorstw sektora usług – nowe ścieżki rozwoju, P. Niedzielski, K. Rychlik, J. Markiewicz

“Innowacje tworzą ludzie. Dlatego, aby innowacje mogły powstawać, przede wszystkim należy zadbać o ludzi i ich potrzeby.”

MARTA STAŃCZAK

SODEXO POLSKA

Słowo wstępu

Marta Stańczak

CEO CORPORATE SERVICES, SODEXO POLSKA

Nasz kraj od zawsze charakteryzował znaczny potencjał przedsiębiorczości i innowacyjności. To prawdopodobnie dlatego nasze PKB rośnie przez lata szybciej, niż w krajach charakteryzujących się wyższym poziomem innowacyjności. Polski biznes ma dużo niewykorzystanych rezerw, jeśli chodzi o innowacyjność, które tylko czekają na to, by je odpowiednio wesprzeć i wyzwolić.

Z jednej strony ten niezagospodarowany potencjał wymaga wsparcia w postaci rozwiązań systemowych, takich jak inwestycje w szkolnictwo i edukację wyższą, rozbudowę ośrodków badań naukowych, tworzenie odpowiednich ram prawnych dla innowacyjności oraz zwiększanie nakładów finansowych na wsparcie działalności badawczo-rozwojowej przedsiębiorstw. Z drugiej strony firmy w Polsce mogą w znacznym stopniu samodzielnie wpływać na rozwój potencjału innowacyjności, przede wszystkim inwestując w pracowników i stwarzając im odpowiednie warunki do rozwoju i generowania innowacji.

Ludzie są największym i najcenniejszym zasobem każdej organizacji. Dobry biznes robią ludzie szczęśliwi. Pracodawcy mają duży wpływ na poziom szczęścia i motywacji swoich zespołów. Jeśli zapewnimy pracownikom komfort, warunki pracy dostosowane do

różnych potrzeb i zadań, będziemy podsycać ciekawość i pragnienie dalszego kształcenia i rozwijania kompetencji, zapewnimy możliwość o współdecydowaniu o regułach obowiązujących w firmie, zredukujemy stres wywołany koniecznością łączenia życia prywatnego z zawodowym, dając wsparcie w codziennych obowiązkach, wreszcie zadamy o wyżywienie, edukację zdrowotną i wesprzemy ich pasję, to możemy być pewni, że nasi pracownicy będą bardziej zaangażowani i osiągną sukcesy dla siebie i organizacji.

Innowacje tworzą ludzie. Dlatego, aby innowacje mogły powstawać, przede wszystkim należy zadbać o ludzi i ich potrzeby. Należy dać im dostęp do niezbędnych zasobów i stworzyć warunki, w których będą mogli skupić się na tym, co naprawdę ważne.

“Priorytetem dla Polski powinno być usuwanie barier utrudniających podnoszenie innowacyjności i tworzenie warunków stymulujących innowacyjność firm. Zaś dla firm priorytet powinny stanowić działania potencjalnie stymulujące innowacyjność.”

ARTUR SKIBA

ANTAL

Słowo wstępu

Artur Skiba

PREZES ANTAL

Przedsiębiorstwem innowacyjnym określa się przedsiębiorstwo inteligentne, przedsiębiorstwo przyszłości charakteryzujące się dużą elastycznością, zaangażowaniem w sprawy jednostki, pełnym wykorzystaniem potencjału pracy zespołowej, silnymi kompetencjami podstawowymi, zamiłowaniem do różnorodności⁴. Przez innowacyjność podmiotów gospodarujących rozumie się ich zdolność i motywację do ciągłego poszukiwania i zastosowania w praktyce wyników badań naukowych, prac badawczo-rozwojowych, nowych idei, pomysłów i wynalazków⁵.

Priorytetem dla Polski powinno być zatem usuwanie barier utrudniających podnoszenie innowacyjności i tworzenie warunków stymulujących innowacyjność firm.

Zaś dla firm priorytet powinny stanowić działania potencjalnie stymulujące innowacyjność.

Ważnym czynnikiem stymulującym innowacyjność jest miejsce pracy.

W Antal jako liderzy rekrutacji specjalistów i menedżerów oraz doradztwa HR, patrzymy w przyszłość, chcemy być pionierami innowacji na rynku rekrutacyjnym. Jesteśmy głodni wiedzy, śledzimy trendy i nowinki, usprawniamy naszą pracę. Dzielimy się wiedzą i pomysłami. Nie utrzymujemy status quo, rozwijamy się.

W poniższej analizie próbowaliśmy zatem odpowiedzieć na pytania dotyczące tego, co wyzwała w ludziach innowacyjność oraz jak podejmowane przez firmy działania na rzecz innowacyjności wpływają na ich atrakcyjność w oczach pracowników i kandydatów.

⁴ Zarządzanie firmą innowacyjną, A. Sosnowska

⁵ Proces innowacji w modelu działalności przedsiębiorstw, W. Janasz

Pod lupę wzięliśmy także czynniki, które w sposób pośredni mogą wyzwalać innowacyjność w pracownikach oraz wpływać na postrzeganie firm jako innowacyjnego pracodawcę.

Do czynników tych należą:

- działania wspierające work-life balance,
- nowoczesna organizacja przestrzeni pracy,
- dostęp do technologii,
- odpowiedzialność społeczna i działania na rzecz środowiskowa czy
- kultura organizacyjna.

**Jesteśmy świadomi,
że to ludzie napędzają
innowacyjność firmy,
dlatego w każdym kliencie,
kandydacie, pracowniku
widzimy przede wszystkim
człowieka z jego historią,
talentami i marzeniami.
Ludzie są naszą pasją,
źródłem wiedzy i inspiracji.**

Łączymy ludzi, pielęgnujemy relacje, rozmawiamy, doradzamy i zmieniamy życie na lepsze.

Naszym zdaniem jednym z istotniejszych rozwiązań przyciągania do swojej organizacji talentów jest właśnie innowacyjne środowisko pracy. Innowacje są zatem pożądane w każdym aspekcie funkcjonowania organizacji, w tym także w rekrutacji.

Temat jest dla nas istotny, ponieważ jest ściśle związany z współczesnymi wyzwaniami oraz

obszarami transformacji, które zwiększają zapotrzebowanie na innowacyjność, a jednocześnie wymagają zaadresowania w celu skutecznego wyzwalania oraz zwiększania innowacyjności, a są to między innymi:

- **transformacja sposobu pracy** czyli wyzwania związane z pracą zdalną i hybrydową (*work from anywhere*),
- **walka o talenty** na skutek coraz większej mobilności kandydatów oraz trendu *gig economy*,
- **przyspieszająca automatyzacja i digitalizacja** wszystkich możliwych dziedzin pracy, produkcji, usług i wynikające z niej zapotrzebowanie na coraz lepiej wykwalifikowanych pracowników, którzy mają również wyższe wymagania,
- **rosnące znaczenie i świadomość well-beingu i zdrowia** w każdym aspekcie (także psychicznym),
- **rosnące znaczenie i świadomość ESG** oraz wpływu biznesu na środowisko oraz społeczeństwo,
- **rosnące koszty prowadzenia biznesu** – wymagające ciągłej optymalizacji i wdrażania rozwiązań pozwalających na redukcję kosztów (np. ograniczanie zużycia energii, lepszego zarządzania powierzchnią, flotą, licencjami etc.).

Mamy nadzieję, że niniejszy raport da Państwu większą wiedzę i ułatwi wprowadzanie zmian na lepsze – w ramach organizacji i swojej własnej ścieżki zawodowej.

Życzę ciekawej lektury,

Artur Skiba

PREZES ANTAL

Metodologia

Badanie zostało przeprowadzone metodą CAWI na próbie **1 016 specjalistów i menedżerów** w terminie **8-18 września 2022 r.**

CZĘŚĆ 1

Innowacyjność firmy



1.01.

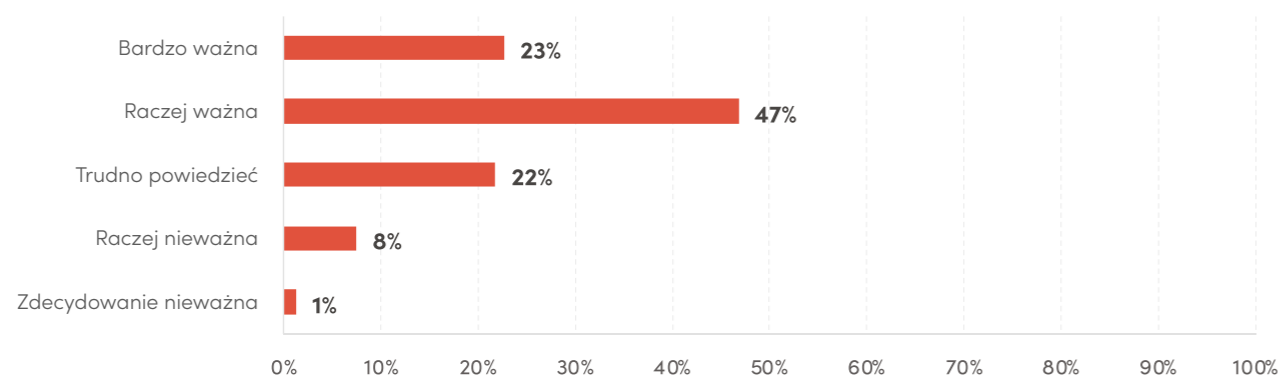
Innowacyjność firmy

Innowacyjność pozytywnie wpływa na markę firmy i jest ważnym czynnikiem brany pod uwagę przy wyborze przyszłego pracodawcy przez potencjalnych kandydatów.

Tak uważa zdecydowana większość, bo aż 7 na 10 respondentów. Jedynie co 10 respondent twierdzi, że to kryterium jest mało istotną informacją przy wyborze pracodawcy.

WYKRES 1.1.

Jak ważna jest dla Ciebie innowacyjność firmy przy wyborze pracodawcy?



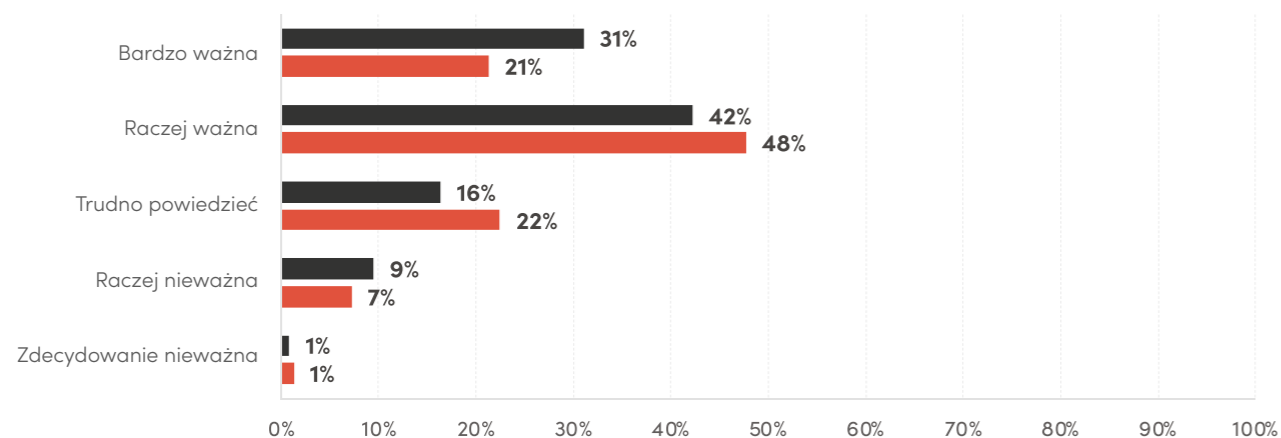
Innowacyjność organizacji przy wyborze pracodawcy jest ważnym elementem oferty bez względu na płeć, wskazuje na nią 69% kobiet oraz 73% mężczyzn.

Zarówno kobietom, jak i mężczyznom zależy na tym, aby ich organizacja podejmowała działania innowacyjne.

WYKRES 1.2.

Jak ważna jest dla Ciebie innowacyjność firmy przy wyborze pracodawcy?

(PODZIAŁ NA PŁEĆ)



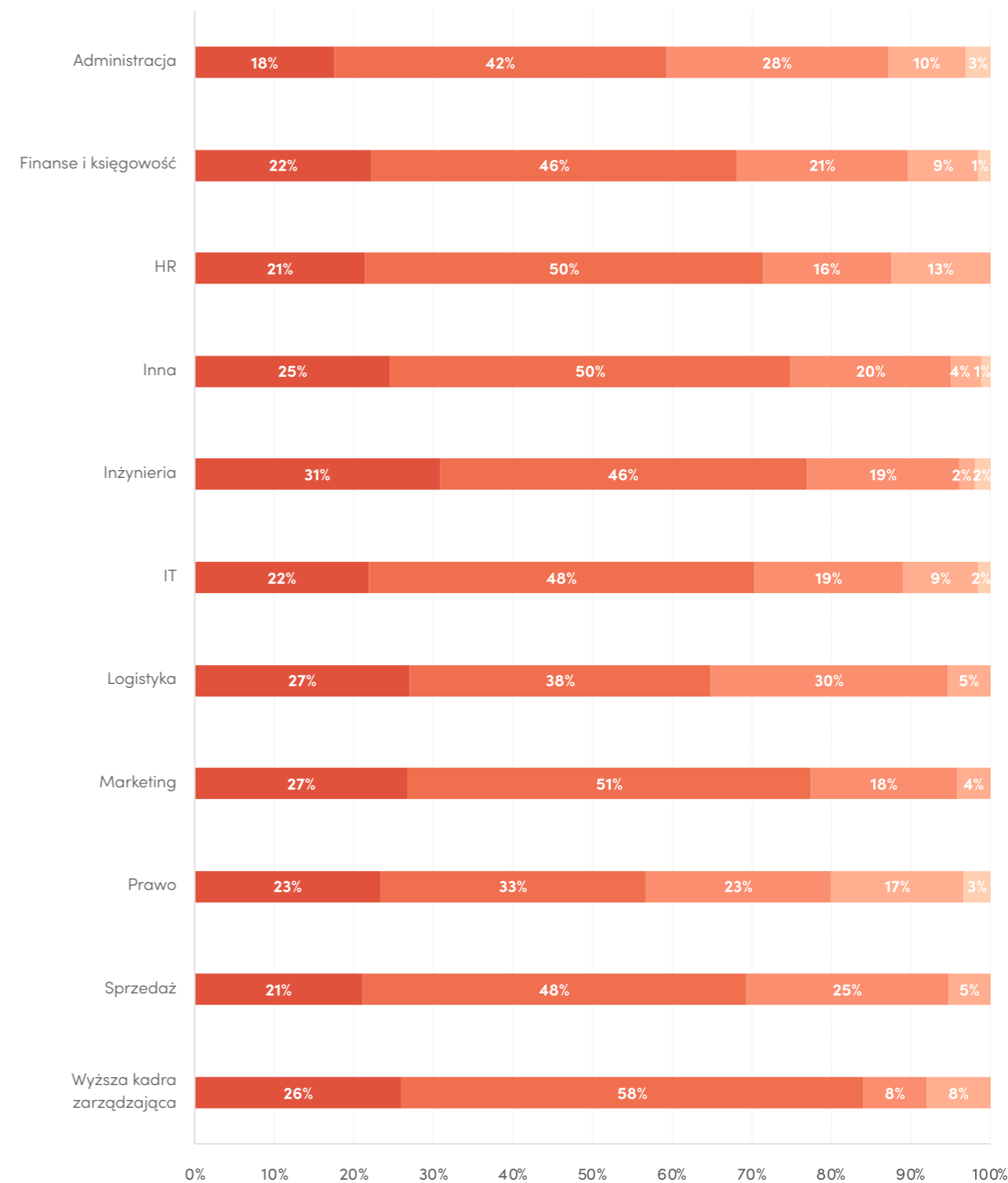
■ Kobieta ■ Mężczyzna

Wśród wyższej kadry zarządzającej (84%) innowacyjność jest ważnym aspektem przy wyborze miejsca pracy. Innowacyjność jest kluczowa także dla 77% inżynierów i osób pracujących w marketingu.

Innowacyjność, jako nie ważny aspekt przy wyborze pracodawcy najczęściej wskazują prawnicy (20%), HR (13%) oraz administracja (13%).

WYKRES 1.3.

Jak ważna jest dla Ciebie innowacyjność firmy przy wyborze pracodawcy?



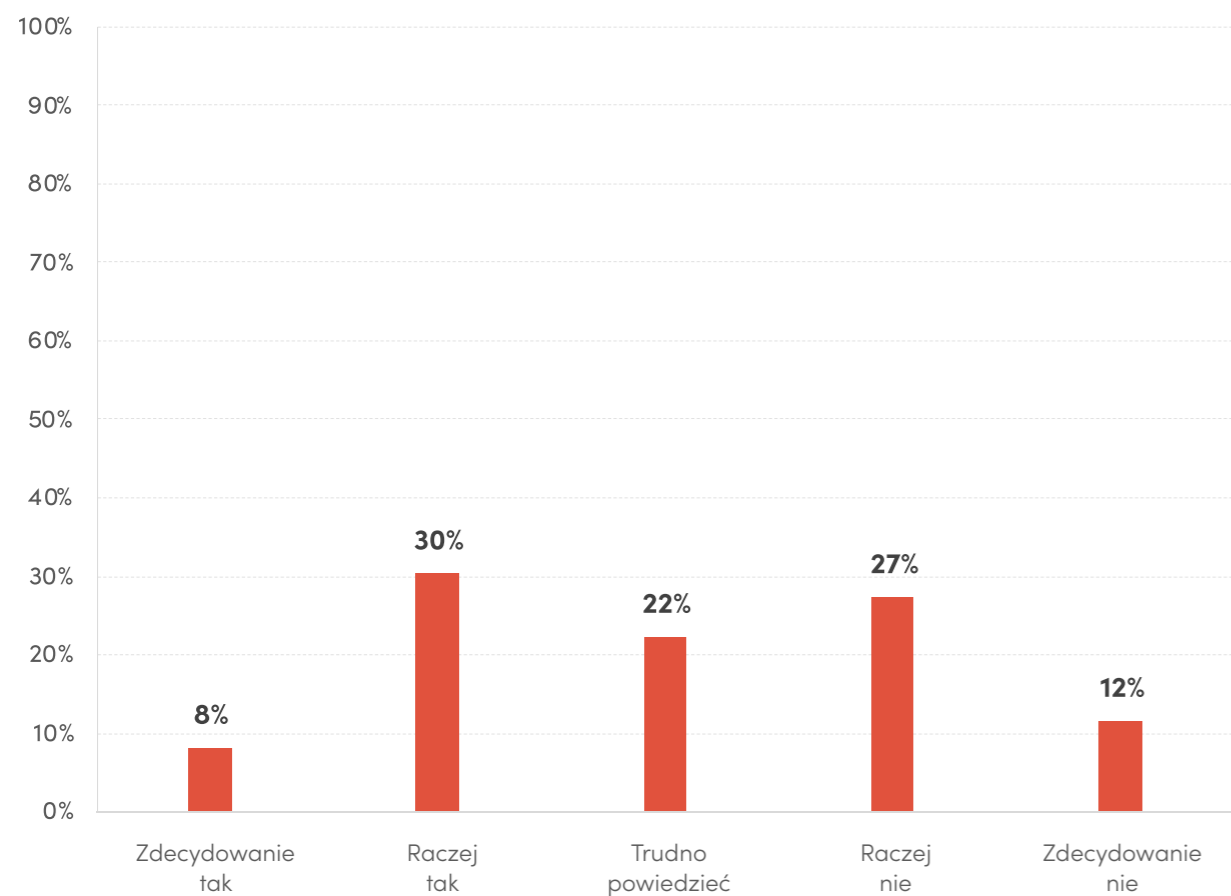
■ Bardzo ważna ■ Raczej ważna ■ Trudno powiedzieć ■ Raczej nieważna ■ Zdecydowanie nieważna

A jak respondenci oceniają poziom innowacyjności swojego obecnego pracodawcy? 4 na 10 uważa obecne miejsce pracy za innowacyjne, przy czym tylko co dziesiąty jest o tym całkowicie przekonany (odpowiedź „zdecydowanie tak”). Podobny odsetek respondentów określa swoją obecną firmę jako nieinnowacyjną.

Dane te wskazują, że polskie firmy mają nad czym pracować w kontekście innowacyjności. Tym bardziej że – jak wynika z raportu Deloitte – 81% zatrudnionych w firmach dojrzałych cyfrowo uważa innowacyjność za siłę i przewagę konkurencyjną ich organizacji⁶.

WYKRES 1.4.

Czy określiłbyś/abyś swoje obecne miejsce pracy jako innowacyjne?



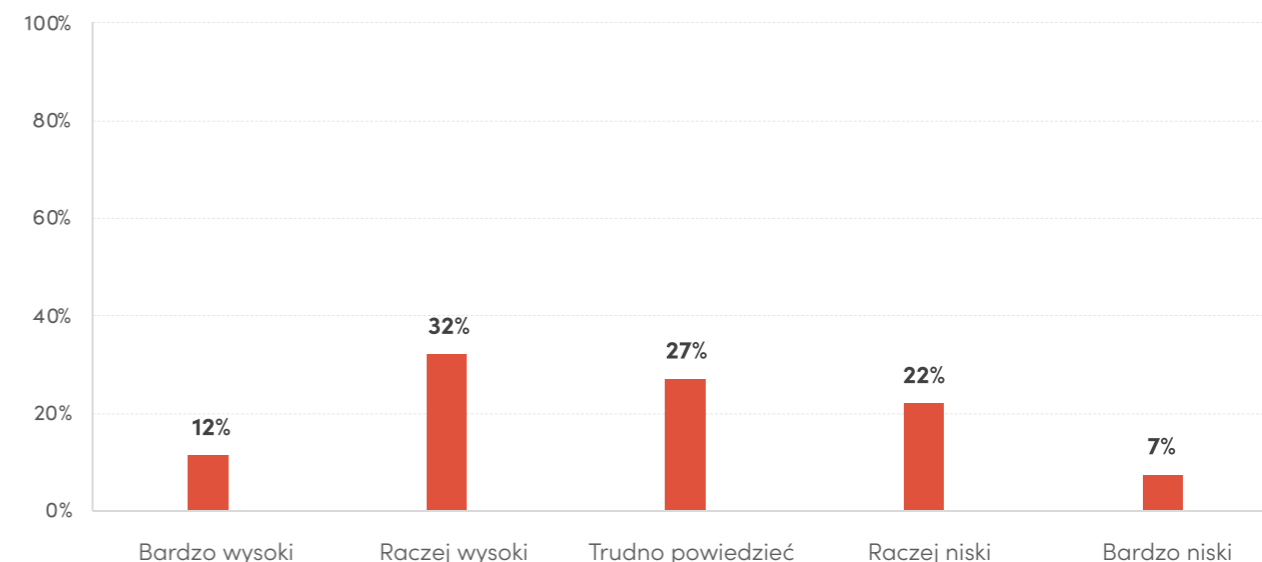
Co ciekawe, rozkład odpowiedzi na pytanie „Jaki priorytet mają innowacje w Twojej organizacji” i pewne rozbieżności w zestawieniu z pytaniem o ocenę innowacyjności obecnego pracodawcy może sugerować, że część firm jest we wczesnym stadium innowacyjnej transformacji – szuka sposobów na podniesienie innowacyjności i stawia je za

priorytet, jednak w odbiorze pracowników droga jest jeszcze daleka. Jednocześnie innowacje mają niski priorytet dla pracodawcy według 3 na 10 respondentów.

⁶ Dojrzałość cyfrowa firm w 2019 – gdzie jesteśmy? Elastyczne zespoły, ekosystemy i zasady etyczne – Raport Digital Maturity – Deloitte Digital

WYKRES 1.5.

Jaki priorytet mają innowacje w Twojej organizacji?



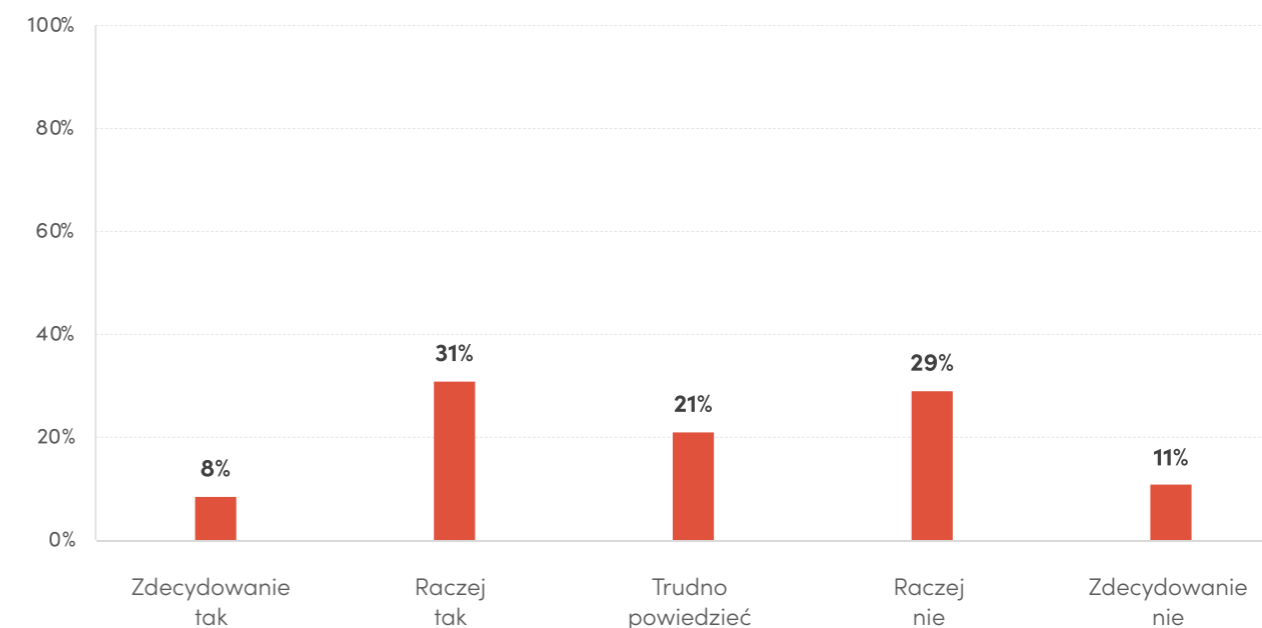
Nie jest też zaskoczeniem, że innowacyjność pracodawcy silnie koreluje z oceną innowacyjności własnej pracy według respondentów.

Z badania przeprowadzonego przez TNS Polska na zlecenie firmy 3M wynika, że Polacy dostrzegają ogromną wartość rozwiązań innowacyjnych w pracy.

Ponad połowa osób aktywnych zawodowo codziennie wykorzystuje innowacje w miejscu zatrudnienia. Blisko dziewięć na dziesięć z nich (88%) jest zdania, że innowacyjne rozwiązania ułatwiają pracę a także podnoszą jej efektywność.

WYKRES 1.6.

Czy uważasz, że w obecnym miejscu pracy pracujesz w sposób innowacyjny?



“Przed firmami stoi dodatkowe wyzwanie – tworzenie warunków, które zachęcą pracowników do podjęcia pracy w ich przedsiębiorstwie w oparciu o tworzenie innowacyjnych rozwiązań.”

KATARZYNA SIEMIENKIEWICZ

INNOWACYJNOŚĆ FIRMY

Komentarz eksperta

Katarzyna Siemienkiewicz

EKSPERT DS. PRAWA PRACY, PRACODAWCY RP

Rozwój nowych technologii stwarza wiele możliwości dla wprowadzenia innowacji na poziomie sektorowym i wewnętrznym. Jest wartością dodaną nie tylko dla samej działalności gospodarczej, ale także stwarza nowe perspektywy budowania potencjału pracowników i ich roli w funkcjonowaniu firm.

Innowacyjność kojarzona jest z procesem ulepszania, a także z reorganizacją, która nie zawsze generuje optymizm.

Psychologiczne podstawy funkcjonowania człowieka przyzwyczajają nas do operowania w dobrze znanej i aktualnej rzeczywistości. Nasz mózg łatwo przyjmuje to co znajome, a zmiany nie są przez nas przyswajalne automatycznie. Ten mechanizm można przenieść również na problematykę innowacyjności w firmach. Odnosi się on głównie do pracowników, którzy dopiero stoją przed wyzwaniami związanymi z nowatorstwem, a nie do tych, którzy znajdują się już w tym procesie lub przy wyborze pracodawcy kierują się tym czynnikiem.

Wyniki przeprowadzonego badania pokazują, że zainteresowanie kandydatów do pracy poziomem innowacyjności w przedsiębiorstwie jest bardzo wysokie. Aż **47% respondentów stwierdziło, że raczej ważne dla nich jest kryterium innowacyjności, a 23%, że jest ono bardzo ważne.** Jedynie co 10 respondent twierdzi, że ten warunek jest raczej lub zdecydowanie nieważny. Wyniki te, w realiach rynku pracy, który zmagają się z niedoborem pracowników, wykazują, że walka o kandydata do pracy nie może odbyć się bez zaangażowania organów zarządczych przedsiębiorstwa w budowaniu jego innowacyjności.

Przed firmami stoi więc dodatkowe wyzwanie – tworzenie warunków, które zachęcą pracowników do podjęcia pracy w ich przedsiębiorstwie w oparciu o tworzenie innowacyjnych rozwiązań. Jest to kolejny, bardzo istotny czynnik, który stwarza dodatkowy potencjał dla pozyskania odpowiedniej kadry.

Warto zwrócić też uwagę na to, że innowacyjność jest bardzo doceniana przez pracowników, którzy oceniają swoją firmę jako nowatorską. Oczekiwania kandydatów do pracy dotyczące innowacyjności znajdują swoje odzwierciedlenie w liczbie pracowników, którzy pracują w innowacyjnych firmach i wybierają właśnie te, które mogą się tym pochwalić. 38% respondentów uważa, że ich firma jest raczej lub zdecydowanie innowacyjna. Ponadto w większości organizacji, w których pracują badani, innowacje mają wysoki priorytet – dla 12% bardzo wysoki, dla 32% raczej wysoki.

Uczestnicy rynku pracy i obserwatorzy powinni więc dążyć do tego, aby wskaźnik innowacyjności posiadał permanentnie tendencję wzrostową. Przedsiębiorcy nie mogą wziąć na swoje barki całego ciężaru związanego z tym postępem, dlatego konieczna jest współpraca środowisk biznesowych, naukowych i decydentów politycznych.

CZĘŚĆ 2

W jaki sposób firmy inwestują w innowacje?

2.01.

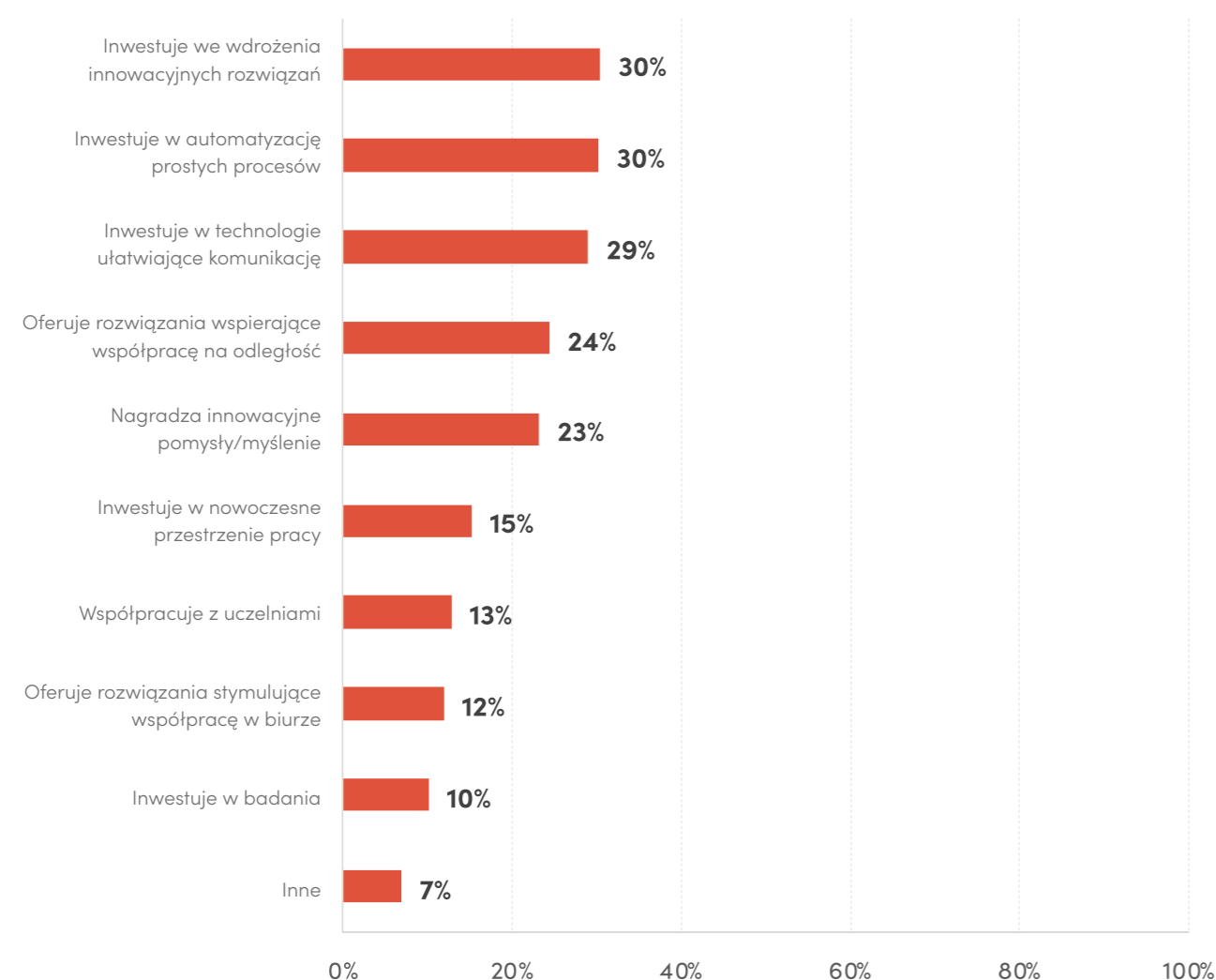
W jaki sposób firmy inwestują w innowacje?

30% pracodawców wspiera innowacyjność poprzez inwestycje we wdrożenia innowacyjnych rozwiązań, automatyzację prostych procesów oraz technologie ułatwiające komunikację.

1/4 oferuje rozwiązania wspierające współpracę na odległość i tyle samo firm nagradza innowacyjne pomysły i myślenie.

WYKRES 2.1.

W jaki sposób Twoja firma wspiera innowacyjność?



Badani mogli wskazać wszystkie właściwe odpowiedzi

Ponownie ważnym czynnikiem stymulującym innowacyjność według respondentów jest miejsce pracy. Za ważny przejaw wspierania innowacyjności respondenci uznają inwestycje firm w nowoczesną przestrzeń do pracy (15%) i oferowanie rozwiązań stymulujących współpracę w miejscu pracy (12%).

Znajdź optymalną strefę wynagrodzeń

I POWIEDZ STOP PRESJI PŁACOWEJ

antal | THE VALUE OF SPECIALIZED TALENTS

Według badań, pracownik zmieniający pracę oczekuje średnio 22% podwyżki.

Sprawdź, jak kształtują się wynagrodzenia oferowane w Twojej firmie na tle konkurencji oraz znajdź bezpieczną strefę, która zapobiegnie rotacji pracowników.

Skontaktuj się z nami, by otrzymać pełną ofertę naszych usług Market Research.

“Istotna jest kultura firmy, która poza przyzwoleniem na błędy rozwija wymagane umiejętności, wdraża właściwe procesy i wspiera cały proces generowania innowacji.”

SEBASTIAN SALA

W JAKI SPOSÓB FIRMY INWESTUJĄ W INNOWACJE?

Komentarz eksperta

Sebastian Sala

BUSINESS UNIT DIRECTOR, SSC/BPO ANTAL

Głównym wnioskiem płynącym z raportu i przytaczanych danych jest potwierdzenie, że w przeważającej liczbie przedsiębiorstwa inwestują w innowacje. Aż 56% pracowników potwierdza, że czuje w swoim miejscu pracy przyzwolenie na popełnianie błędów. A poczucie bezpieczeństwa w tym zakresie jest bardzo istotne, abyśmy chcieli próbować zmieniać rzeczywistość.

Czy deklarowane inwestycje dają szansę na rozwój przedsięwzięć wpływających na procesy w ujęciu świata a nie jedynie organizacji? Czy dzięki naszym innowacjom mamy szansę w Polsce na kolejne start-upy, określane mianem jednorożców?

Okazuje się, że firmy inwestują przede wszystkim w szeroko pojęte innowacyjne rozwiązania (30% deklaracji), automatyzację prostych procesów biznesowych (30% deklaracji) oraz nowe technologie ułatwiające komunikację (29% deklaracji).

Pozostałe obszary z mniejszym udziałem procentowym dotyczą również w głównej mierze naszej bieżącej pracy, udogodnień oraz efektywności.

Jedynie 13% firm deklaruje współpracę z uczelniami i tylko 10% inwestuje w badania.

45% firm deklaruje, że inwestuje w rozwiązania innowacyjne w trosce o środowisko i zrównoważony rozwój. Dane te pokazują, że:

Przedsiębiorcy dbają o swój biznes, rozwijają go korzystając z udogodnień i wdrażania innowacyjnych rozwiązań, ale zaryzykuję stwierdzenie, że jako gospodarka nie posiadamy jeszcze innowacyjnej kultury biznesowej.

Generalizuję twierdząc, że w Polsce jako biznes nie posiadamy wpływu poprzez nasze rozwiązania na światowe trendy.

Dostarczamy wspaniałe rozwiązania biznesowe firmom z całego świata jako poddostawcy. Realizujemy projekty, które w tzw. układance mają ogromny wpływ na powodzenie projektów, ale póki co rzadko mamy wpływ na całość projektów znanych na świecie.

W mojej ocenie dojrzelismy do tego, by pozwalać popełniać błędy oraz inwestować mniejsze zasoby w projekty o niskim prawdopodobieństwie powodzenia.

Dostrzegam jednocześnie rozmawiając z przedstawicielami biznesu, że sytuacja zmienia się na korzyść tych, którzy pragną tworzyć jednoróżce.

W mojej ocenie mamy do czynienia z klasyczną piramidą potrzeb Masłowa w ujęciu biznesowym.

Nie byliśmy jako gospodarka zamożni, nie mogliśmy pozwolić sobie na wysokie ryzyko niepowodzenia, ale wraz z dojrzwaniem naszej gospodarki zakładam, że w dalszym ciągu będzie to ulegało zmianie.

Nie oznacza to, że środki z organizacji ze znaczącymi nadwyżkami finansowymi nie trafiają na polski rynek. Są dystrybuowane przez fundusze, które bardzo przychylnym okiem zerkają na perełki realizowane przez Polaków.

Myśląc o wytworzeniu innowacyjnej kultury biznesowej, nie możemy myśleć jedynie o tzw. *decision makers*, bo każdy pracownik ma swój wkład w proces wdrażania nowych pomysłów przyczyniających się do zmiany reguł gry w biznesie.

Najbardziej innowacyjne organizacje świadomie inwestują zasoby ludzkie jak i finansowe w odważne, czasem radykalne rozwiązania.

Ale żeby to miało miejsce, bardzo istotna jest kultura firmy, która poza przyzwoleniem na błędy rozwija wymagane umiejętności, wdraża właściwe procesy i wspiera cały proces generowania innowacji, zwracając uwagę na szybkość działania i zaangażowanie na wszystkich szczeblach organizacji.

Antal to więcej niż rekrutacja

NARZĘDZIA, DORADZTWO, BADANIA RYNKU PRACY



Antal to więcej niż rekrutacja. Nasza oferta obejmuje pełen zakres usług HR: wyspecjalizowane dywizje rekrutacyjne, RPO, Market Research, HR Consulting oraz Employer Branding.

Nie ma dwóch takich samych projektów, dlatego do każdego z Klientów podchodzimy indywidualnie. Przy wykorzystaniu naszej wiedzy i doświadczenia, przygotowujemy zestaw dedykowanych rozwiązań, uwzględniających specyfikę branży, wyzwania oraz potrzeby organizacji.

Skontaktuj się z nami i poznaj pełen zakres naszych usług.

CZĘŚĆ 3

Jak firmy wspierają innowacyjność pracowników?

3.01.

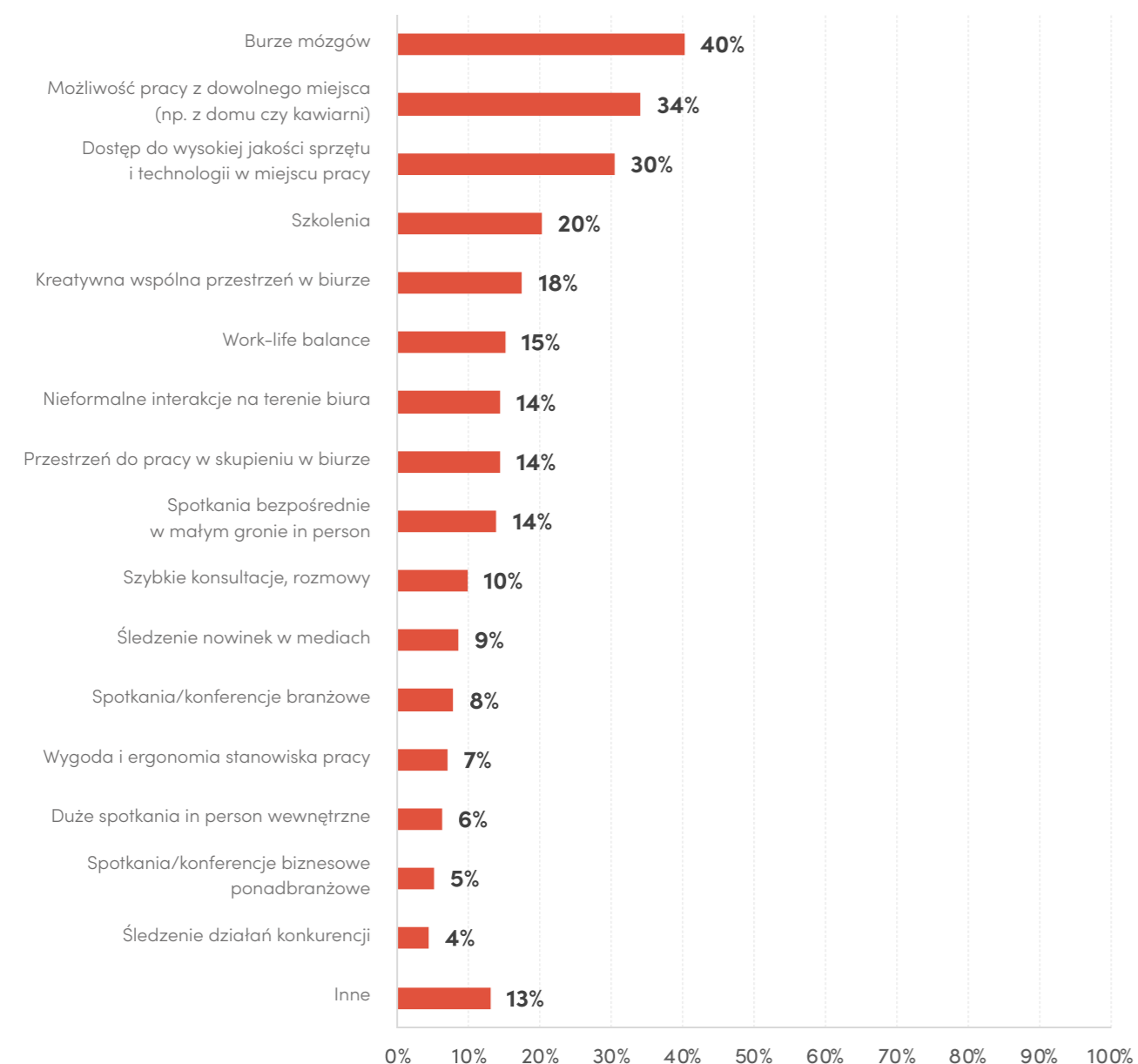
Innowacyjne środowisko pracy

Firmy wspierają kreatywność i innowacyjność pracowników na różne sposoby. Burze mózgów są najbardziej pożądane przez badanych, ponieważ zostały wskazane przez 40% z nich jako temu sprzyjające.

Możliwość pracy z dowolnego miejsca oraz dostęp do wysokiej jakości sprzętu i technologii w miejscu pracy dobrze wpływają na kreatywność według 1/3 badanych. 1/5 respondentów wskazuje zaś szkolenia jako sprzyjające kreowaniu pomysłów i innowacyjności, ale webinary czy wideokonferencje nie zaliczają się do tej grupy.

WYKRES 3.1.

Co sprzyja w kreowaniu pomysłów i innowacyjności?



Badani mogli wskazać wszystkie właściwe odpowiedzi

Zanim przejdziemy do realizacji wszystkich powyższych sposobów wzmocnienia innowacji warto najpierw jako pracodawca zastanowić się, co sprawia, że pracownicy są zmotywowani oraz pomóc w znalezieniu im poczucia celu w taki sposób, żeby dzięki temu mogli sami znaleźć w sobie energię, pasję oraz zaangażowanie nie tylko do realizacji własnych zadań, ale również wzmocnienia innowacyjności i kreatywności w miejscu pracy.

Warto zastosować tutaj podejście indywidualne, ponieważ dla każdego pracownika pewne metody mogą działać lepiej bądź bardziej efektywnie niż inne m.in. to, co szczególnie zostało podkreślone w okresie pandemicznym, czyli **różnice w pracy z domu oraz w pracy z biura**, które często uzależnione są od wielu czynników życia pracownika – chociażby płci, miejsca zamieszkania czy przygotowania organizacji i samego pracodawcy na tak wyjątkową sytuację, jaką był COVID-19.

Wolność wyboru sposobu realizacji zadań zajmuje bardzo wysoką pozycję w oczekiwaniach dzisiejszych pracowników. W badaniu *Aktywność specjalistów i menadżerów na rynku pracy* przeprowadzonym przez Antal zachęcającym elementem oferty pracy dla ponad połowy respondentów jest możliwość pracy zdalnej oraz dogodna lokalizacja/dobra komunikacja. Wielu pracodawców po pandemii zdecydowało się na powrót do biur bądź pracę hybrydową, dlatego czynnik lokalizacji staje się istotniejszy.

“Zadowolenie i przyjazna atmosfera przekładają się na zmniejszoną absencję, ograniczenie rotacji w zespołach, zatrzymanie i przyciąganie topowych talentów.”

PAULINA PANDYA – KRAJ

JAK FIRMY WSPIERAJĄ INNOWACYJNOŚĆ PRACOWNIKÓW?

Komentarz eksperta

Paulina Pandya-Kraj

OFFICE MANAGER, STONEX

Według International Labour Organization wellbeing pracowników jest kluczowym czynnikiem determinującym długoterminową efektywność organizacji. Bardziej innowacyjne firmy dbają o ten aspekt, ponieważ są świadome, że ich najważniejszymi zasobami są zasoby ludzkie.

Zadowolenie i przyjazna atmosfera przekładają się na zmniejszoną absencję, ograniczenie rotacji w zespołach, zatrzymanie i przyciąganie topowych talentów.

Dobre samopoczucie przekłada się na wydajność, większą motywację do działania i satysfakcję z osiągniętych wyników, co napędza kreatywność.

W firmach, które zwracają uwagę na wellbeing pracowników popularne są benefity w formie kart sportowych, możliwość pracy hybrydowej czy uczestnictwo w webinarach o tematyce dbania o siebie. Mimo, że te formy wsparcia pracowników są pożądane i skuteczne, to w niewielkim stopniu wpływają na budowanie więzi oraz poczucia przynależności do zespołu.

W naszej firmie wprowadziliśmy działania budujące wspólnotowość, w które angażuje się cały zespół.

Od niemal roku organizujemy co miesięczne wspólne śniadania tematyczne. Posiłek ma formę szwedzkiego stołu, na którym co miesiąc możemy znaleźć tradycyjne potrawy z różnych miejsc i krajów. Takie wydarzenie znacząco wpłynęło na zmniejszenie monotoności pracy. Jest to czas, kiedy pracownicy z różnych zespołów mogą wymienić się swoimi spostrzeżeniami i aktualnymi projektami. Interakcje podczas posiłku przyczyniły się do powstania nowych relacji, a w dłuższej perspektywie do polepszenia komunikacji i usprawnienia pracy.

Poza tym rozmowy w przyjaznej atmosferze bez pośpiechu były początkiem wielu kreatywnych pomysłów, a takie oddolne inicjatywy budują zaangażowanie i poczucie więzi z zespołem.

Prawie połowa respondentów czuje, że zdecydowanie może popełniać błędy w pracy, co jednak warto podkreślić – uważa tak dwa razy więcej mężczyzn niż kobiet.

Według raportu DELab UW „Tytanki pracy. Kobiety na rynku pracy w dobie cyfrowej transformacji”:

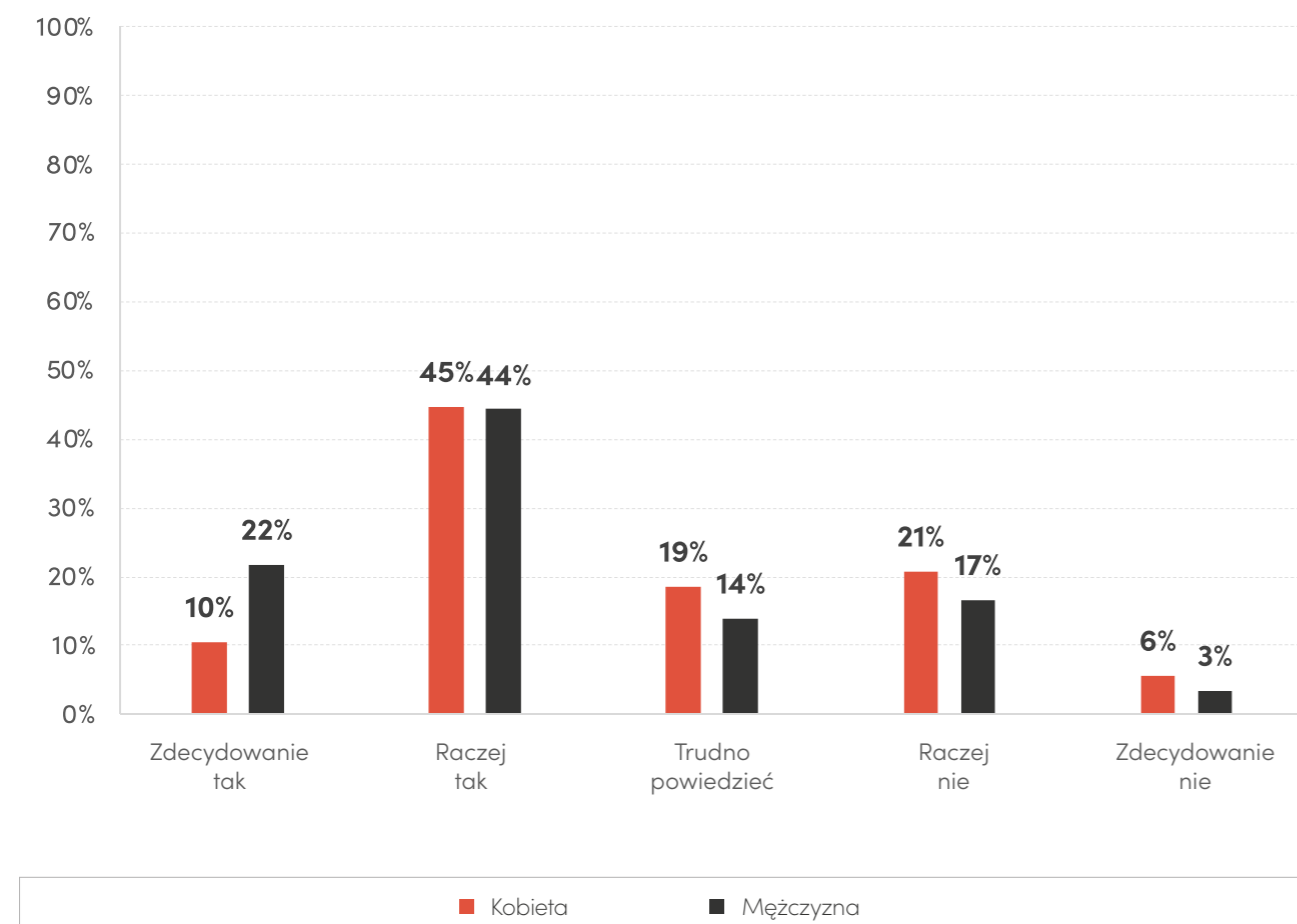
Kobiety postrzegają polski rynek pracy jako dyskryminujący. Aż 2/3 uważa, że nie mają równych mężczyznom szans na rynku pracy (67%), w tym możliwości awansu (64%).

Ogromnym problemem jest strach, który często wynika właśnie ze świadomości gorszego traktowania kobiet w życiu zawodowym oraz z braku wiary w siebie.

Jednak w innowacyjnych przedsiębiorstwach pracownicy częściej mogą popełniać błędy, może to wynikać z poświęcania większej uwagi tematom budowania różnorodności i równouprawnienia oraz ze świadomości pracodawców dotyczącej roli strachu w blokowaniu kreatywności.

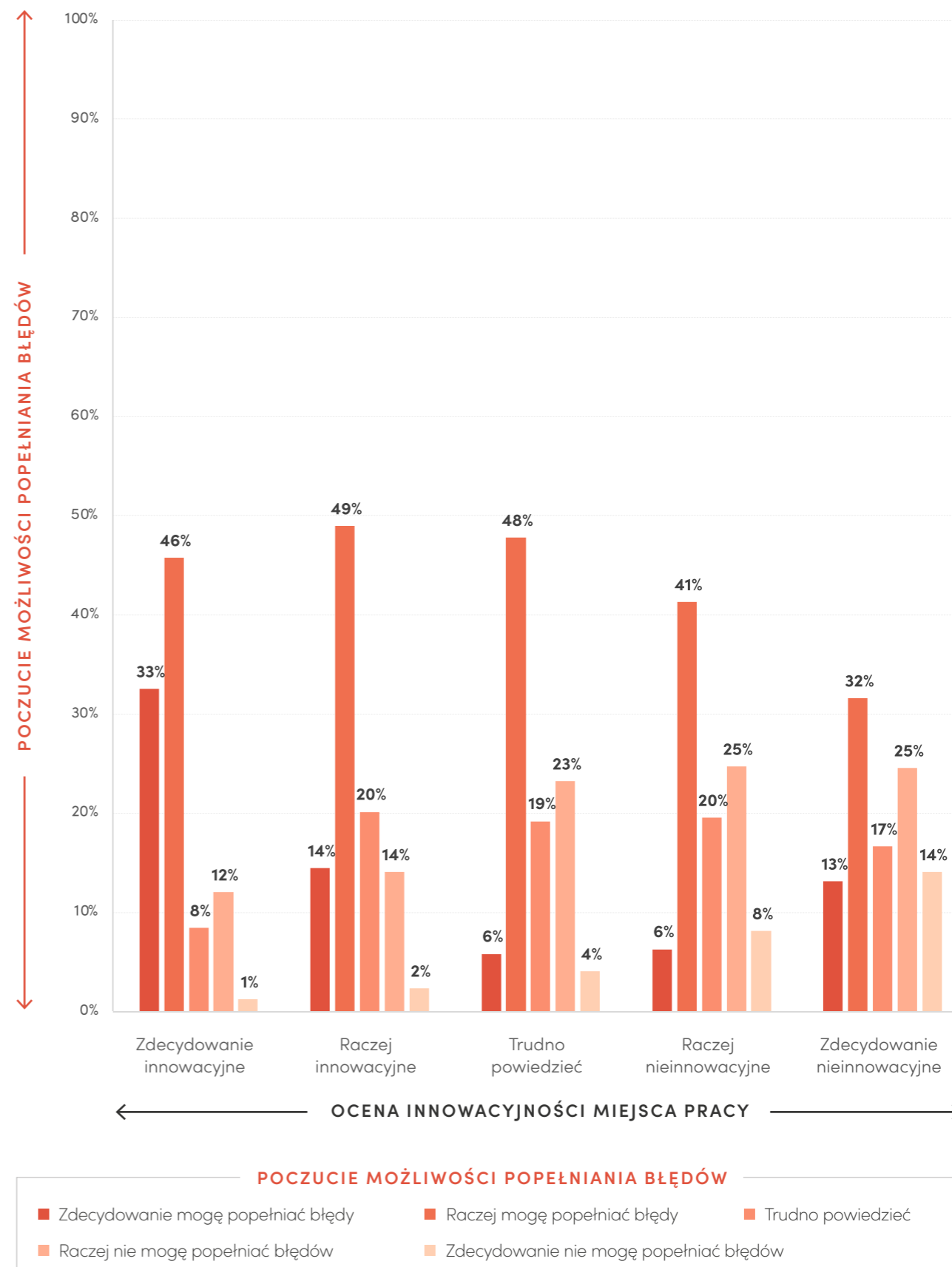
WYKRES 3.2.

Czy czujesz, że w obecnym miejscu pracy możesz popełniać błędy?



WYKRES 3.3.

Możliwość popełniania błędów a ocena miejsca pracy jako innowacyjne



“ Kraje skandynawskie od lat zajmują czołowe miejsca w rankingach innowacyjności. Jedną z przyczyn sukcesu jest kultura organizacyjna sprzyjająca wyzwaniu kreatywności.”

AGNIESZKA ZIELIŃSKA

JAK FIRMY WSPIERAJĄ INNOWACYJNOŚĆ PRACOWNIKÓW?

Komentarz eksperta

Agnieszka Zielińska

DYREKTORKA ZARZĄDZAJĄCA SKANDYNAWSKO-POLSKIEJ IZBY GOSPODARCZEJ

Innowacyjność to dziś niezbędny element budowania przewagi konkurencyjnej. Choć nie ma na nią prostej recepty, źródeł inspiracji można szukać u naszych północnych sąsiadów.

Kraje skandynawskie od lat zajmują czołowe miejsca w rankingach innowacyjności. W Europejskiej Tabeli Innowacji (*European Innovation Scoreboard*), opublikowanej w 2022 r. przez Komisję Europejską, Finlandia, Dania i Szwecja znalazły się po raz kolejny w grupie pięciu najbardziej innowacyjnych krajów Unii Europejskiej.

Ten sukces ma na pewno wiele przyczyn, jestem jednak przekonana, że jedną z nich jest kultura organizacyjna sprzyjająca wyzwaniu kreatywności. Otwarta komunikacja i wzajemne zaufanie to grunt pozwalający pracownikowi na podejmowanie samodzielnych, odpowiedzialnych decyzji. Kolejnym filarem skandynawskiego sukcesu jest nastawienie na pracę zespołową. Różnorodne zespoły mają większy potencjał do generowania nieszablonowych rozwiązań odpowiadających na szybko zmieniające się potrzeby rynku i klienta. Ryzyko błędu? Oczywiście istnieje, ale bez niego nie ma szans na innowacyjność.

Drugim ważnym elementem sprzyjającym kreatywnemu środowisku pracy są nowoczesne technologie.

Fakt, że państwa nordyckie zajmują trzy z czterech pierwszych miejsc Indeksu Gospodarki Cyfrowej i Społeczeństwa Cyfrowego (DESI) 2022, potwierdza tę tezę. Pracownicy wiedzą, że zaawansowane technologie stwarzają nowe możliwości, co doskonale odzwierciedlają wyniki badania US Future-Ready Workforce Study:

Aż dla 82% respondentów z pokolenia Y technologie oferowane w miejscu pracy istotnie wpływają na decyzję o podjęciu pracy.

I choć pandemia wiele zmieniła w naszym sposobie pracy, trzecim czynnikiem, o którym nie można zapominać, jest nowoczesne, zdrowe miejsce pracy. Praca zdalna czy hybrydowa stała się w wielu sektorach cenionym standardem. Jednocześnie 40% respondentów wskazuje burze mózgów jako najbardziej efektywne narzędzie wyzwiania kreatywności. Nadal więc potrzebujemy biur – nowoczesnych, przyjaznych przestrzeni zaprojektowanych z myślą o rodzaju aktywności wykonywanych przez pracowników i o ich potrzebach.

3.02.

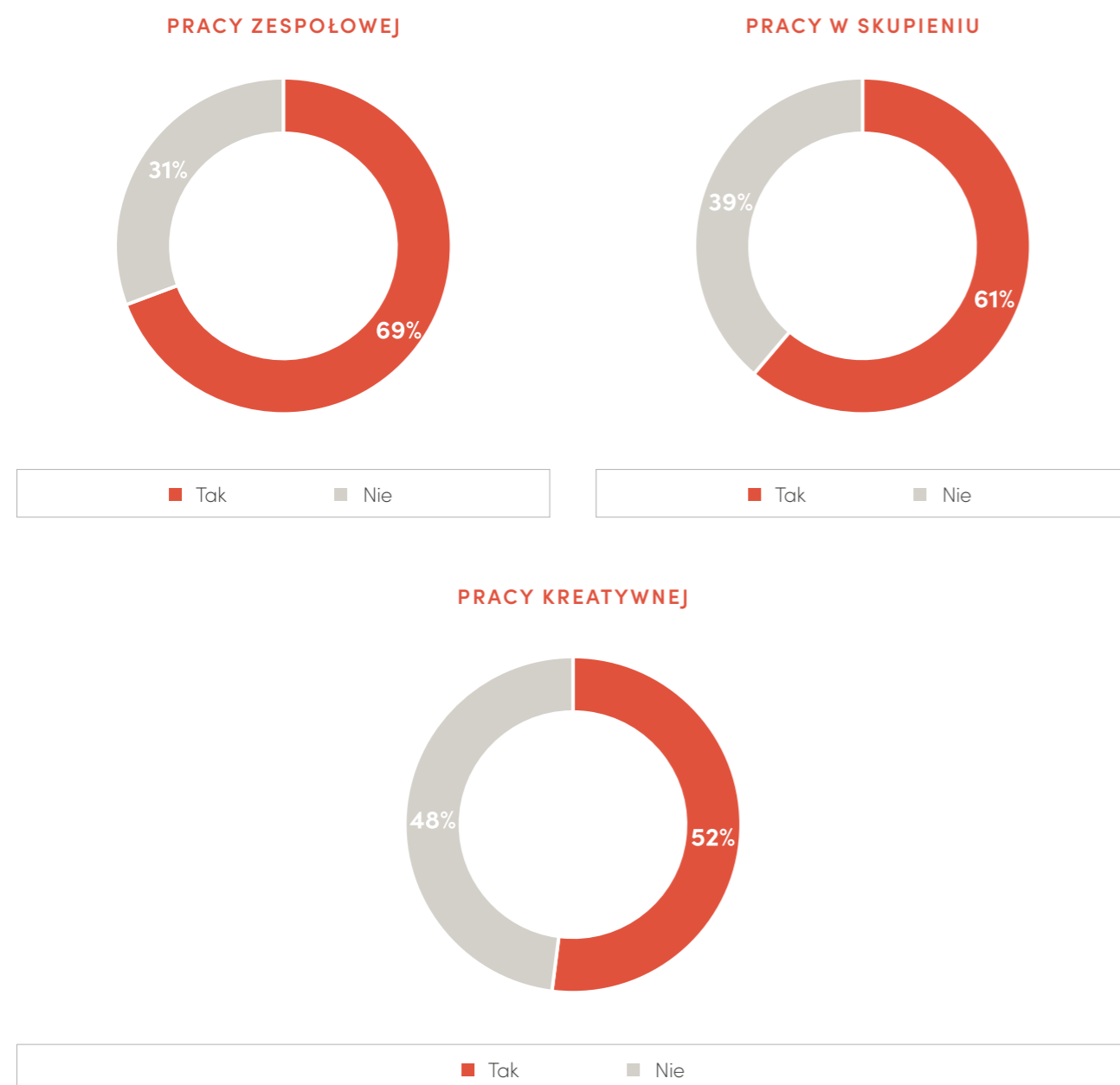
Innowacyjne miejsce pracy

Przemysłana przestrzeń biurowa pozwala na wydajniejszą pracę, realizację niektórych zadań, może usprawnić zapewnienie ciszy czy prywatności.

Organizacje zapewniają dogodne miejsce do pracy zespołowej co 7 badanemu. Firmy rzadziej dbają o miejsce do pracy kreatywnej, ponieważ jedynie niewiele ponad 50% badanych ma zapewnioną taką przestrzeń.

WYKRES 3.4.

Czy obecnie pracodawca zapewnia Ci dogodne miejsce pracy do:



JAK FIRMY WSPIERAJĄ INNOWACYJNOŚĆ PRACOWNIKÓW?

Worklife balance i innowacje

Małgorzata Bachner

REGIONAL OPERATIONS MANAGER, SODEXO POLSKA

Innowacje tworzą ludzie, zatem utrata najcenniejszych pracowników lub brak zdolności do przyciągania najlepszych kandydatów ma negatywny wpływ na to innowacyjny potencjał firmy.

Pracownicy coraz uważniej patrzą na markę przyszłego pracodawcy i innowacyjność jest ważnym czynnikiem branym przez nich pod uwagę. Dlatego tak ważne jest, aby firmy inwestowały w innowacje w różnych obszarach swojego funkcjonowania.

Aby przyciągać talenty i sprawić, że najlepsi pracownicy będą chcieli z nami zostać, nie wystarczy już oferta słynnych „owocowych czwartków” czy „pracy w młodym, dynamicznym zespole”.

Pandemia i wydarzenia ostatnich lat sprawiły, że zmieniła się lista oczekiwań pracowników i lista najbardziej pożądanых benefitów.

Dobrym przykładem najbardziej pożądanego benefitu jest możliwość elastycznej pracy zdalnej.

Obecnie wielu kandydatów odmawia udziału w rekrutacjach, w których pracodawca oczekuje pracy stacjonarnej w pełnym wymiarze.

Z drugiej strony wiadomo już, że praca zdalna nie zapewnia takich samych możliwości budowania więzi między współpracownikami, daje też znacznie bardziej ograniczone możliwości uczenia się od siebie nawzajem niż praca w tradycyjnym modelu. Daje też ograniczone możliwości oceny jakości pracy i produktywności pracowników.

“Wielu pracodawców stara się stworzyć warunki, które przyciągną pracowników z powrotem do biur, oferując im warunki stymulujące współpracę, budowanie więzi, a także dając technologię, która wspiera uczenie, współpracę i innowacyjność.”

MAŁGORZATA BACHNER

Dlatego wielu pracodawców stara się stworzyć warunki, które przyciągną pracowników z powrotem do biur, oferując im warunki stymulujące współpracę, budowanie więzi, a także dając technologię, która wspiera uczenie, współpracę i innowacyjność.

Niemniej ważna staje się obecnie oferta związana z obszarem szeroko pojętego *wellbeing* oraz usługi wspierające *worklife balance*.

Najlepsi pracodawcy, chcąc przyciągnąć pracowników i dać najlepsze warunki do innowacyjnego działania, dzielą obecnie swoje biura na strefy zapewniające zarówno warunki do pracy w ciszy, pracy indywidualnej, pracy w wirtualnych zespołach, jak i przestrzenie do pracy kreatywnej, a także nieformalnych spotkań czy integracji.

To nie wszystko. Najbardziej innowacyjni pracodawcy idą krok dalej i starają się, aby ich biura stanowiły lepszą alternatywę pracy z domu pod każdym możliwym względem.

W najbardziej innowacyjnych przestrzeniach pracy panuje obecnie całkowicie nieformalna atmosfera, pojawiają się wygodne kanapy, fotele, pufy czy fotele do masażu. Coraz częściej spotykamy też specjalne pokoje do jogi, drzemki, medytacji, pokoje gier i zabaw, sale kinowe, mini siłownie i mini biblioteki. We wnętrzach jest dużo roślin, w oknach pojawiają się zasłony. Pracownicy zachęceni są do przychodzenia do biura ze swoimi pupilami.

Podobnie ewoluuje lista oferowanych usług i benefitów.

Aby uwolnić pracowników od stresu związanego z łączeniem prac domowych i zawodowych, firmy dają do dyspozycji pracownikom usługi concierge’a, który zajmie się domem, zaopiekuje czworonogiem czy zajmie się zakupem kwiatów lub prezentów na ostatnią chwilę.

Pracodawcy też coraz częściej oferują pracownikom darmowe lub dofinansowane posiłki w biurze.

Wszystkie te działania mają zachęcić pracowników do częstszego odwiedzania biura, przyciągnięcia potencjalnych kandydatów oraz uwalnianiu innowacyjnego potencjału pracowników.

Według badania Antal *Elastyczność specjalistów i menedżerów na rynku pracy* 78% ankietowanych preferuje pracę indywidualną w skupieniu online, a 56% z nich chciałoby pracować kreatywnie z domu.

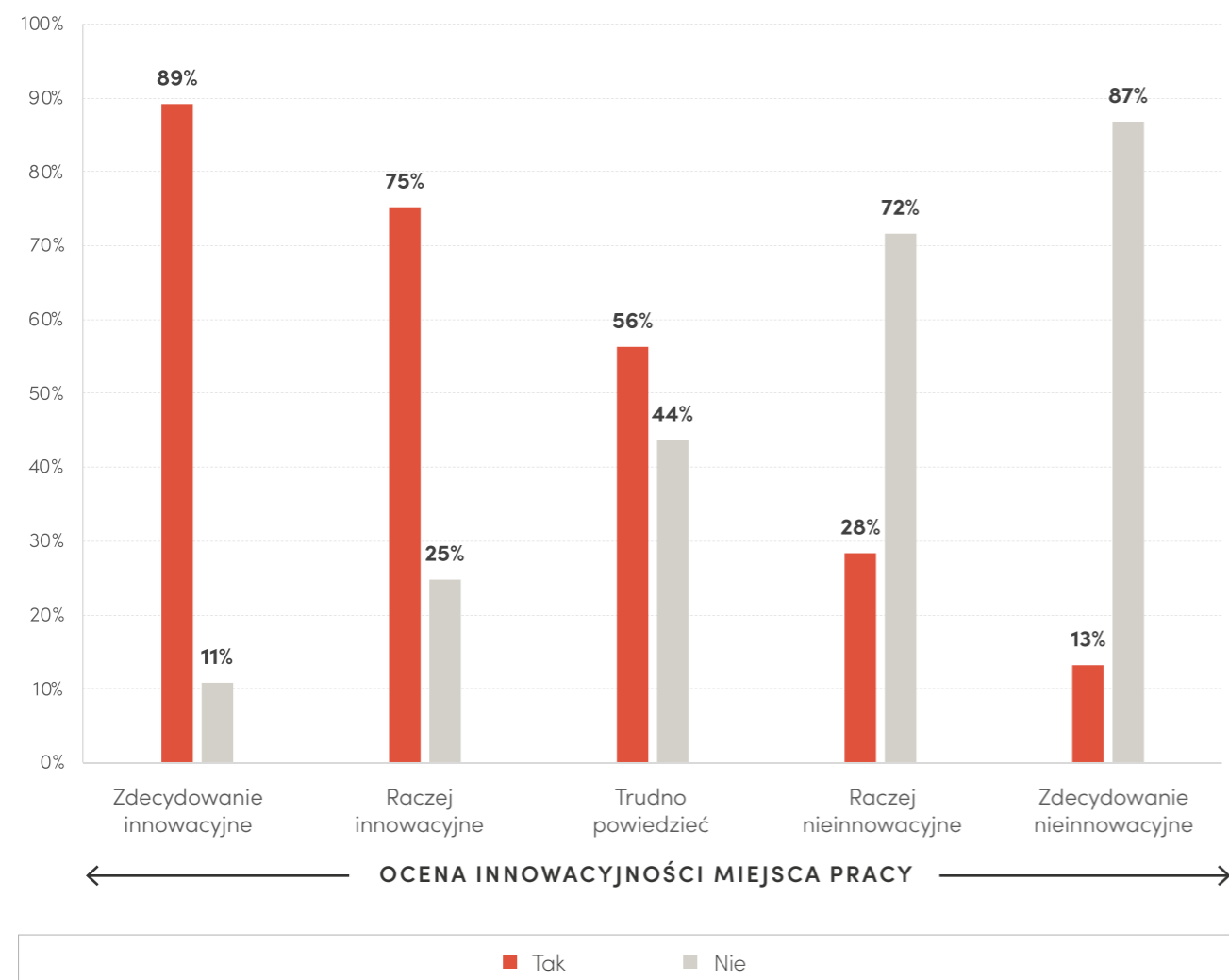
Ankietowani zauważają potrzebę budowania zaangażowania poprzez kontakty face to face, szczególnie w przypadku burzy mózgów w zespole (59%), spotkań zewnętrznych z potencjalnym klientem (57%) oraz wewnętrznych w ramach firmy (56%).

Pracodawcy uznawani przez badanych za innowacyjnych zdecydowanie częściej zapewniają swoim pracownikom przestrzeń spełniającą ich potrzeby.

Miejsca pracy mało innowacyjne najczęściej nie zapewniają przestrzeni do pracy kreatywnej.

WYKRES 3.5.

Czy pracodawca zapewnia miejsce do pracy kreatywnej?



78%

badanych preferuje pracę indywidualną w skupieniu online (56% z nich chce pracować z domu).

KONTAKTY FACE TO FACE

59%

ankietowanych woli kontakty face to face w przypadku burzy mózgów w zespole.

57%

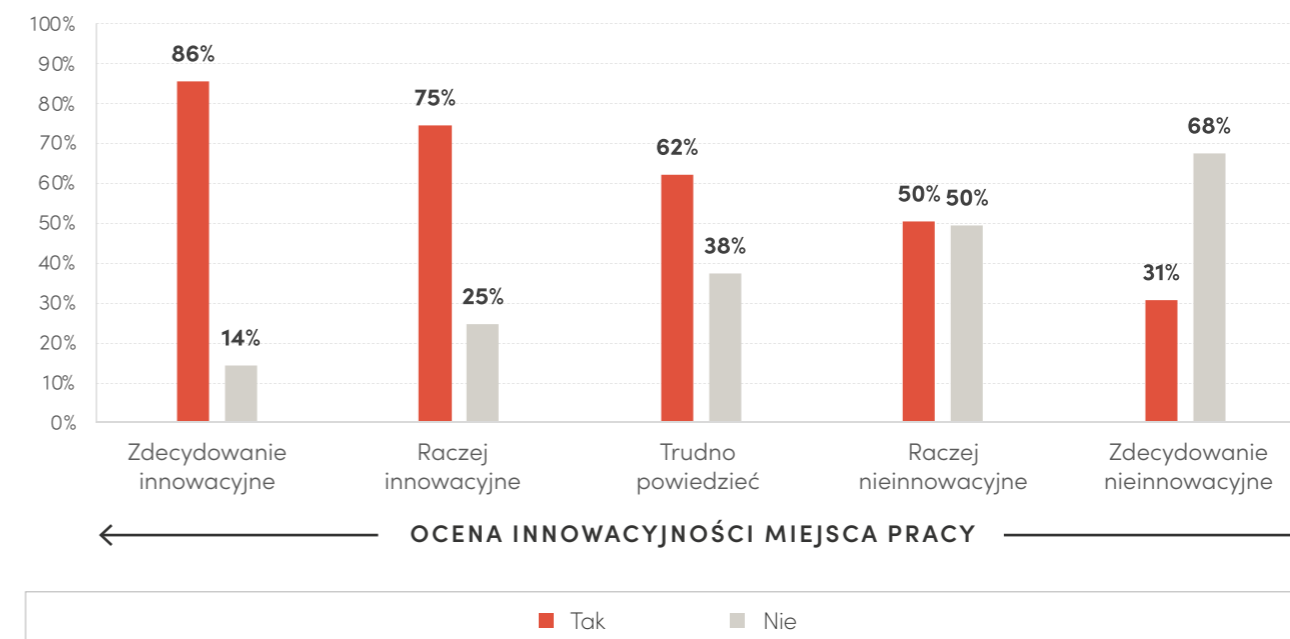
ankietowanych woli kontakty face to face w przypadku spotkań z klientem.

56%

ankietowanych woli kontakty face to face w przypadku spotkań wewnętrznych.

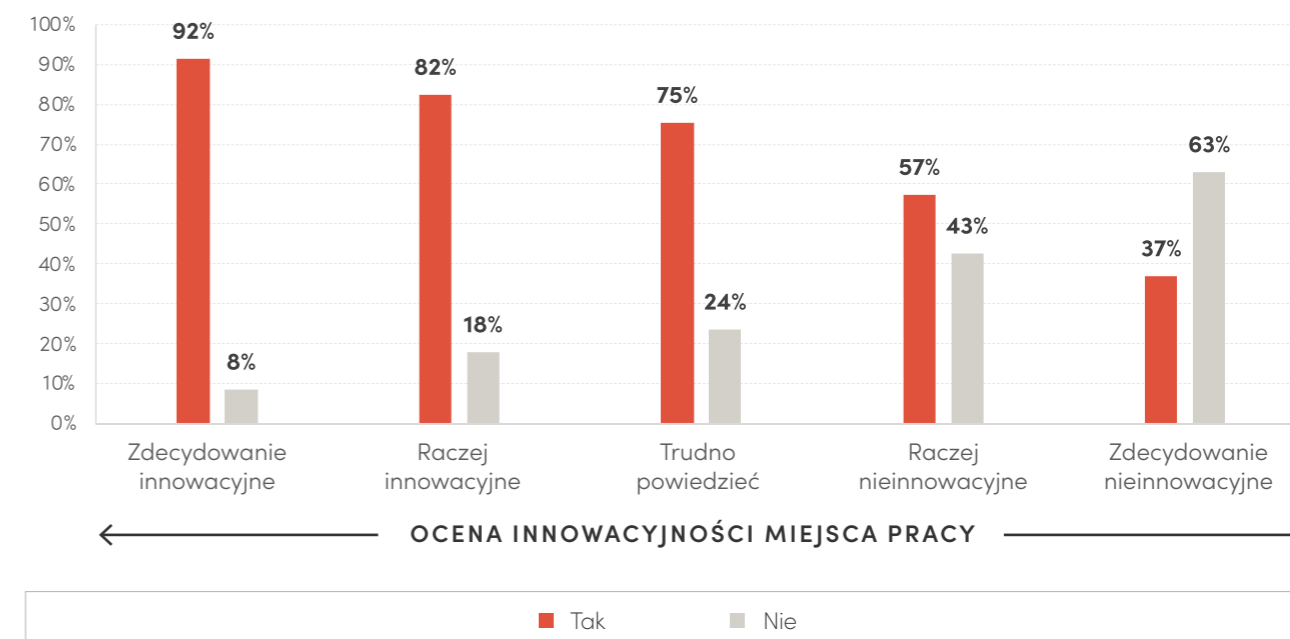
WYKRES 3.6.

Czy pracodawca zapewnia miejsce do pracy w skupieniu?



WYKRES 3.7.

Czy pracodawca zapewnia miejsce do pracy w zespołowej?



Innowacyjna przestrzeń to taka, która odpowiada na potrzeby pracowników.

Potwierdza to także raport Sodexo *Breathing space: A new workplace comes to life*, z którego wynika, że po pandemicznej izolacji, podczas której pra-

cownicy dużo czasu spędzili w domu, zmieniły się oczekiwania co do przestrzeni biurowej.

Najważniejsza jest odpowiednia przestrzeń wirtualna (77%), wykorzystywana szczególnie przy pracy zdalnej. Istotne jest zapewnienie miejsca do pracy indywidualnej (68%), jak i przestrzeni do współpracy (67%).

“Ideałem, do którego dąży wiele organizacji, jest osiągnięcie statusu „turkusowej”, czyli takiej, w której kompetencje i wiedza są ważniejsze od hierarchii.”

MARCIN BERGER

JAK FIRMY WSPIERAJĄ INNOWACYJNOŚĆ PRACOWNIKÓW?

Komentarz eksperta

Marcin Berger

WICEPREZES BPH ODPOWIEDZIALNY ZA PION OPERACJI I TECHNOLOGII

Sukcesy są ważne (a także nauka na nich), ale nic nas tak nie rozwija, jak właściwe lekcje wyciągane z porażek.

Ideałem, do którego dąży wiele organizacji, jest osiągnięcie statusu „turkusowej”, czyli takiej, w której kompetencje i wiedza są ważniejsze od hierarchii. W której relacje pomiędzy współpracownikami buduje się na zaufaniu, empatii i wzajemnym szacunku. W końcu takich, w których rozumie się, iż aby powstało najlepsze możliwe rozwiązanie, trzeba po drodze eksperymentować, a to oznacza popełnianie błędów i wchodzenie od czasu do czasu do ślepych zaułków.

Badania Antal potwierdzają, iż w Polsce uczestniczymy w tym światowym trendzie. I to cieszy. Ponad połowa respondentów mówi, iż ma przyzwolenie na błędy w pracy. Także w podziale na płeć nie widać znaczących różnic, co może wskazywać, że zachodzą już pozytywne zmiany w zakresie stosowania podwójnych standardów w firmach.

Z drugiej strony ok. ¼ osób nie ma poczucia, iż obdarzono ich odpowiednim poziomem zaufania. Kiedy dodamy dodatkowe 18% osób, które nie mają zdania, to otrzymujemy obraz tego, ile jeszcze jest do zrobienia w tym obszarze.

Innym ciekawym aspektem wynikającym z wyników ankiety jest fakt, iż istnieje korelacja pomiędzy możliwością popełniania błędów przez pracowników a postrzeganiem przez nich firmy, w której pracują, jako innowacyjnej.

To tylko potwierdza, iż firmy nastawione na rozwój, na szeroko rozumianą optymalizację procesów czy produktów akceptują, iż jest to proces, którego nieodzownym elementem są pomyłki i nauka na nich.

W Banku BPH już wiele lat temu zrozumieliśmy, iż naszym najważniejszym aktywem są ludzie. A oni są tym cenniejsi, im więcej mają umiejętności. Dlatego ważniejsze od tego, jak są formalnie usytuowani w strukturze Banku, jest to, co potrafią. Wierzymy, iż tzw. *empowerment*, czyli oddawanie im możliwości podejmowania decyzji w obszarach, w których pracują, to droga do sukcesu w dwóch aspektach – osiągania celów firmy oraz budowaniu zespołu zaangażowanych i zmotywowanych profesjonalistów, lubiących to, co robią, i organizację, w której pracują.

Także pojęcie innowacji rozciągamy szeroko. Nie tylko uznajemy za taką wdrażanie nowoczesnych technologii i *edge cutting solutions*, ale także ciągłe doskonalenie sposobu, w jaki pracujemy z zastosowaniem metodologii Lean. I widzimy, że to działa. W corocznych badaniach satysfakcji ponad 83% pracowników potwierdza, że BPH jest ich dobrym miejscem do pracy i rozwoju zawodowego.

CZĘŚĆ 4

Wellbeing pracowników jako sposób na kreowanie innowacyjności

4.01.

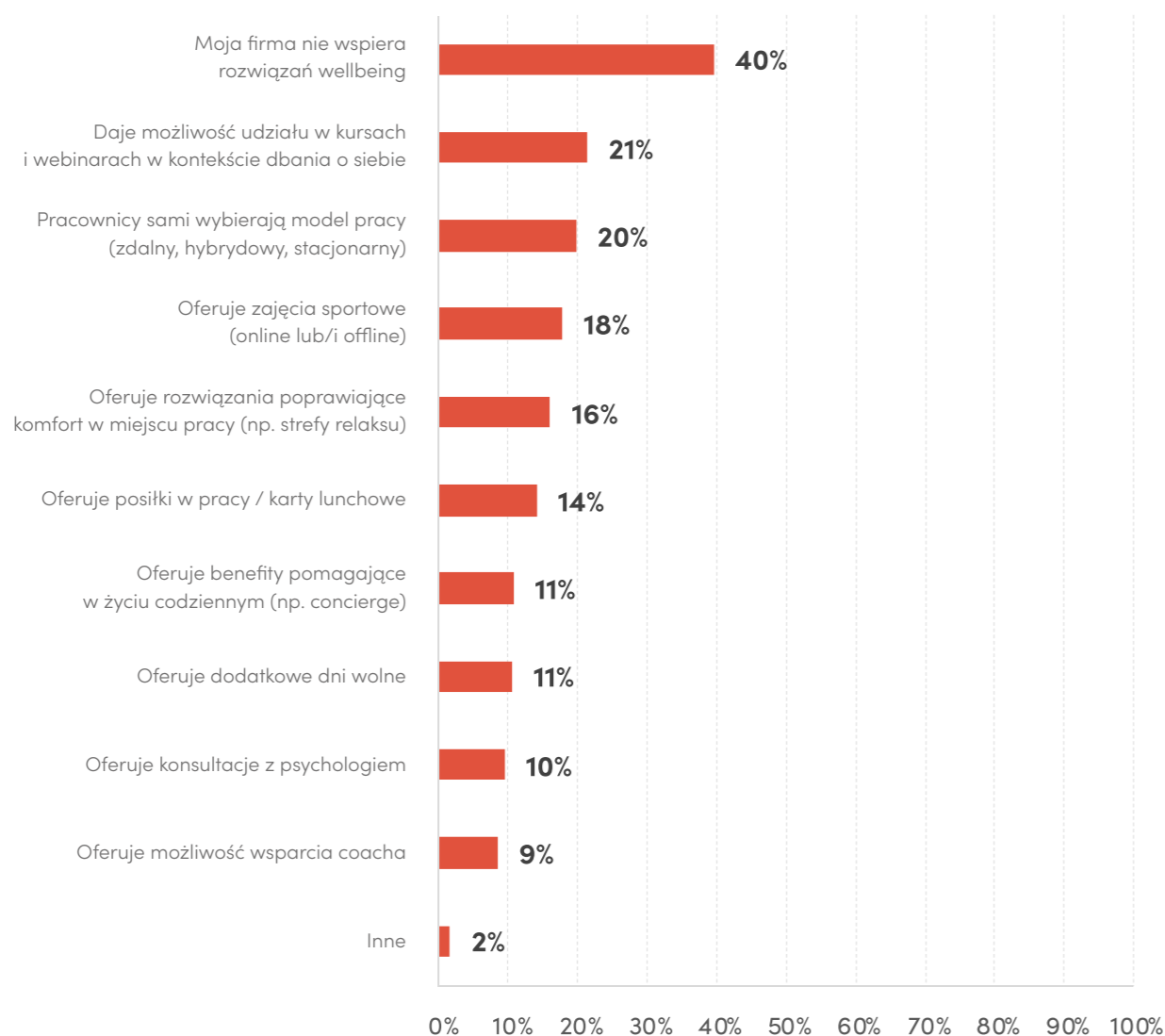
Wellbeing pracowników jako sposób na kreowanie innowacyjności

Wellbeing należy rozumieć jako stan zadowolenia i spełnienia pracownika. Pracownicy szczęśliwi i zadowoleni są bardziej efektywni, kreatywni, innowacyjni i otwarci na nowe, a to przekłada się na przewagę konkurencyjną, innowacyjną i technologiczną organizacji.

Dbanie o *wellbeing* pracowników sprawia, że chętniej pomagają innym, łatwiej przystosowują się do zmian, w mniejszym stopniu opuszczają pracę z powodów zdrowotnych, są mniej skłonni do poszukiwania innego miejsca pracy oraz mają większe poczucie przynależności do firmy.

WYKRES 4.1.

W jaki sposób Twoja firma wspiera wellbeing pracowników?



Badani mogli wskazać wszystkie właściwe odpowiedzi

40% firm nie wspiera rozwiązań wspierających dobrostan pracownika. Co 5 firma daje możliwość udziału w kursach i webinarach w kontekście dbania o siebie, zajęciach sportowych lub wyboru przez pracowników modelu pracy (zdalnego, hybrydowego lub stacjonarnego).

15% firm oferuje rozwiązania poprawiające komfort w miejscu pracy lub posiłki czy karty lunchowe.

Co dziesiąty ankietaowany wymienia, że firma oferuje konsultacje z psychologiem, wsparcie coacha lub dodatkowe dni wolne.

Ocena innowacyjności firmy a brak wsparcia rozwiązań wellbeing

Co istotne, brak oferty i rozwiązań poprawiających wellbeing pracowników silnie koreluje z oceną innowacyjności pracodawcy.

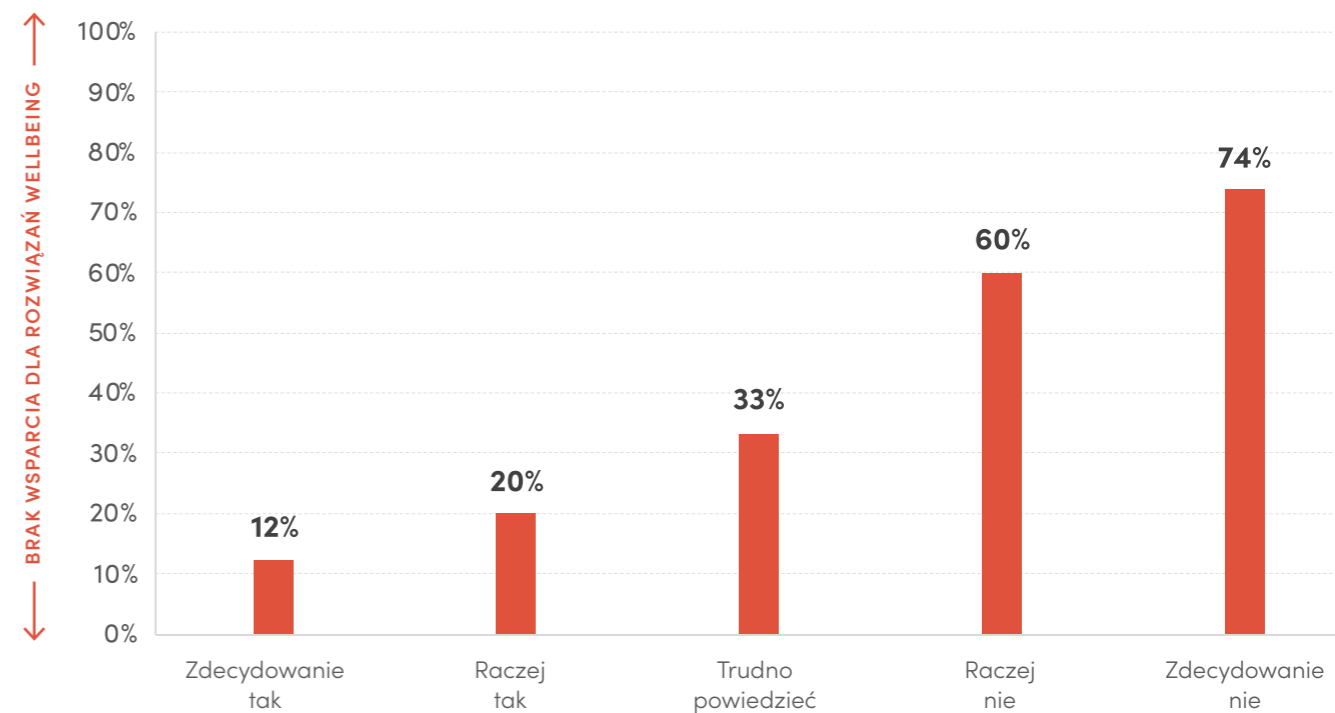
Z kolei 90% pracodawców uznawanych za innowacyjnych dba o dobrostan swoich pracowników oferując np. rozwiązania poprawiające komfort w miejscu pracy.

3/4 badanych określających swoją firmę mało innowacyjną jednocześnie zauważa, że pracodawca nie wspiera wellbeingu pracowników.

WYKRES 4.2.

Ocena innowacyjności firmy a brak wsparcia rozwiązań wellbeing

CZY OKREŚLIŁBYŚ/ABYŚ SWOJE OBECNEJ MIEJSCE PRACY JAKO INNOWACYJNE?



“ Kluczowe niegdyś benefity wypadają dość blado na tle rozwiązań poprawiających komfort pracy oferowanych przez innowacyjnych pracodawców.”

KAROLINA GIZA

Komentarz eksperta

Karolina Giza

TEAM LEADER, IT SERVICES ANTAL

Popularne w ostatnim czasie słowo *wellbeing* określa specyficzny stan zadowolenia człowieka. Stan ten bezpośrednio przekłada się na wiele innych sfer życia. W kontekście zawodowym zadowolony pracownik to efektywny pracownik, to pracownik, który jest otwarty na nowe wyzwania, a otwartość z kolei pociąga za sobą innowacyjność i chęć kreatywnego podchodzenia do zadań.

Zatem firmy, które chcą być nowoczesne i innowacyjne, powinny skupiać się na dbaniu o dobrostan pracowników, ponieważ w ten sposób sprawią, że ich pracownicy będą pracować efektywniej, bardziej kreatywnie i zostaną z nimi na dłużej.

Jak wygląda rzeczywistość?

Według raportu prawie co drugi badany uważa, że firma, w której pracuje, nie wspiera rozwiązań *wellbeing*. Tylko co 5 firma wspiera takie inicjatywy jak udział w kursach i szkoleniach powiązanych z dbaniem o siebie. Na podobnym poziomie jest podejście do swobody w wyborze modelu pracy z domu, biura lub hybrydowo.

Kluczowe niegdyś benefity, którymi można było zatrzymać pracownika lub przyciągnąć nowego, takie jak:

- prywatna opieka medyczna,
- pakiet sportowy czy
- ubezpieczenie na życie,

wypadają dość blado na tle rozwiązań poprawiających komfort pracy oferowanych przez innowacyjnych pracodawców.

Według raportu tylko kilka lub kilkanaście procent respondentów wskazuje, że ich firma wspiera *wellbeing* poprzez takie rozwiązania jak:

- dodatkowe dni wolne,
- karty lunchowe,
- strefy relaksu w biurach,
- zajęcia sportowe, a także
- wsparcie psychologa, trenera czy
- zewnętrzną usługę concierge.

Głębsza analiza potrzeb pracowników, pochylenie się nad ich rozwojem, samopoczuciem i spełnieniem są bardzo mocno skorelowane z tym, ile energii i zaangażowania pracownik da od siebie i przyczyni się tym samym do rozwoju firmy i budowaniu przewagi konkurencyjnej nad innymi.

Dlatego prawie 90% firm określających się mianem nowoczesnych kładzie duży nacisk na zadowolenie swoich pracowników i poprawę komfortu w miejscu, gdzie wykonują swoją pracę.

Wellbeing pracowników to także wellbeing pracodawców, to ciąg przyczynowo-skutkowy, który da przewagę tym firmom, które w odpowiedni sposób zadbają o swoich pracowników.

W sytuacji, gdy pracodawcy nieustannie potrzebują nowych pracowników, a dysproporcje między oferowanymi wynagrodzeniami nie są aż tak znaczące, coraz większą rolę odgrywają czynniki pozapłacowe.

To właśnie wellbeing i stojące za nim udogodnienia coraz częściej przyciągają topowe talenty.

Ciekawe benefity umożliwiające pozazawodowy rozwój kuszą pracowników, którzy poza atrakcyjnym wynagrodzeniem cenią sobie dobrostan na innych płaszczyznach.

Wellbeing

Określenie *wellbeing* należy rozumieć jako stan zadowolenia i spełnienia pracownika.

40%

firm nie wspiera rozwiązań wspierających dobrostan pracownika.

74%

określających swoją firmę *mało innowacyjną* jednocześnie zauważa, że pracodawca nie wspiera *wellbeingu* pracowników.

90%

innowacyjnych pracodawców dba o dobrostan swoich pracowników oferując np. rozwiązania poprawiające komfort w miejscu pracy.



Empowering Workplace Transformation

Revitalising Your Spaces and Your People

CZĘŚĆ 5

ESG a innowacje

5.01.

ESG a innowacje

Nieвозмоżliwy jest rozwój, a szczególnie zrównoważony rozwój, bez innowacji. I choć nowatorskie rozwiązania niekiedy objawiają się jako zagrożenia dla środowiska, gdyż powiązane są na przykład ze wzrostem konsumpcji lub zwiększonym zużyciem energii, to w rzeczywistości większość problemów dotyczących ochrony środowiska trudno jest rozwiązać bez wprowadzenia innowacji.

Dziś organizacje muszą stawiać czoła nie tylko wyzwaniom klimatycznym czy demograficznymi, ale także problemom, które stawiają przed nami konflikty militarne. Dlatego jeśli współczesne przedsiębiorstwa chcą być liderami ESG (z ang. *Environmental, Social, Governance*), muszą znaleźć sposób

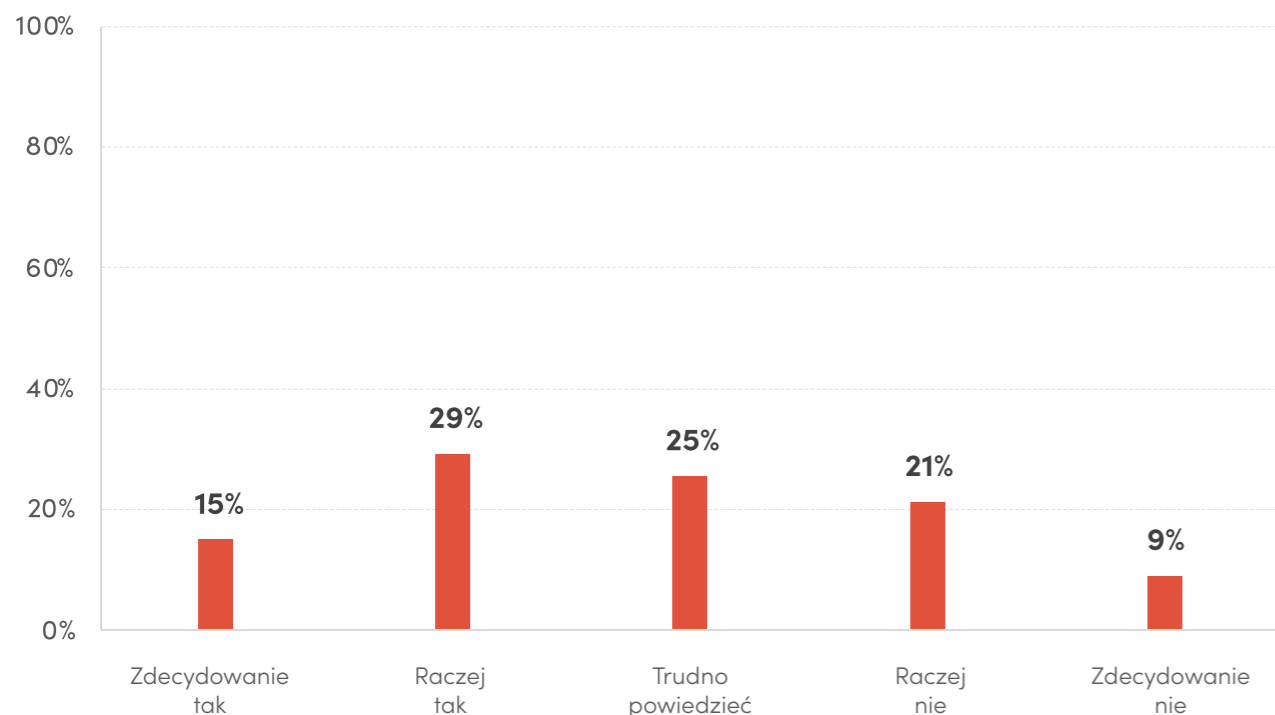
na funkcjonowanie we współczesnym świecie, z poszanowaniem ładu środowiskowego, społecznego i korporacyjnego. Jest to możliwe przede wszystkim dzięki innowacjom.

Wyniki przeprowadzonego badania pokazują, że wykorzystanie strategii ESG jako źródła innowacji to w dalszym ciągu potencjał do zagospodarowania, dzięki którym organizacje mogą budować konkurencyjność na rynku lokalnym i globalnym.

30% pracodawców badanych raczej wdraża innowacyjne rozwiązania w trosce o środowisko i zrównoważony rozwój, a 15% zdecydowanie podejmuje takie działania. Jedynie 30% firm raczej lub zdecydowanie nie wdraża takich rozwiązań.

WYKRES 5.1.

Czy Twoja firma wdraża innowacyjne rozwiązania w trosce o środowisko i zrównoważony rozwój?



**Idealna przestrzeń
do pracy istnieje.
Stwórz ją z nami.**

pl.sodexo.com/vitalspaces

“Coraz większy nacisk kładzie się obecnie na stosowanie innowacyjnych i odpowiedzialnych społecznie rozwiązań przy projektowaniu i tworzeniu przestrzeni pracy.”

BŁAŻEJ KOWALCZYK

ESG A INNOWACJE

Komentarz eksperta

Błażej Kowalczyk

BUSINESS DEVELOPMENT DIRECTOR, SODEXO POLSKA

Spółeczna odpowiedzialność biznesu wydaje się tematem nierozzerwalnie związanym z innowacjami. Dzieje się tak przede wszystkim dlatego, że firmy zwykle chcą wdrażać rozwiązania, procesy i zasady wewnętrzne mające na celu redukcję szkodliwego wpływu ich działalności na środowisko czy społeczności lokalne, jednocześnie jednak nie są gotowe ponosić wysokich bezpośrednich kosztów takich działań.

Biorąc to pod uwagę, szukanie innowacji, czyli rozwiązań które pozwolą zmniejszyć szkodliwe oddziaływanie na środowisko jednocześnie nie zwiększając lub wręcz optymalizując koszty działania, wydaje się najrozsądniejszą drogą.

Obecnie firmy muszą znacznie zintensyfikować swoje wysiłki w tym zakresie. Dzieje się tak z kilku powodów. Przede wszystkim rośnie presja regulacyjna na firmy. Uchwalane dyrektywy i przyjmowane przepisy, także w naszym kraju, obligują biznes do brania coraz większej odpowiedzialności za prowadzoną działalność i jej wpływ na otoczenie.

Z drugiej strony rośnie świadomość ludzi, jeśli chodzi o tematykę ESG i zaczyna ona mieć dla nich coraz większe znaczenie. Kilka dekad temu nikt najprawdopodobniej nie wiązałby wyboru przyszłego pracodawcy z tym, czy firma ma wdrożoną odpowiedzialną strategię odpowiedzialności biznesowej i czy jest w tym zakresie innowacyjna. Dziś jest zupełnie inaczej i temat ten jest dla kandydatów i pracowników bardzo istotnym czynnikiem wpływającym na markę pracodawcy oraz jego atrakcyjność.

Z tego powodu coraz większy nacisk kładzie się obecnie na stosowanie innowacyjnych i odpowiedzialnych społecznie rozwiązań przy projektowaniu i tworzeniu przestrzeni pracy. Przestrzeń ta nie może być obecnie tylko atrakcyjna wizualnie, komfortowa, ergonomiczna i zoptymalizowana do potrzeb użytkownika. Istotne jest również to, w jaki sposób i w jakim stopniu jej tworzenie i użytkowanie wpływa na środowisko, czy zostały w niej zastosowane technologie i rozwiązania ograniczające lub niwelujące emisję CO₂, marnowanie zasobów lub wytwarzanie odpadów.

Wszystko to sprawia, że obecnie projektowanie workplace'u to zadanie już nie tylko dla architekta, ale zadanie złożone z wielu kroków, wymagające bardzo wnikliwej analizy i planu uwzględniającego wiele czynników, a wśród nich odpowiedzialność społeczną i oddziaływanie na środowisko jest jednym z ważniejszych zagadnień. Zaadresowanie tych potrzeb wymaga eksperckiej wiedzy i sięgania po innowacyjne rozwiązania, o których jeszcze do niedawna nikt nie myślał, projektując przestrzeń do pracy. Uważam, że jest to trend, który będzie się jeszcze nasilał.

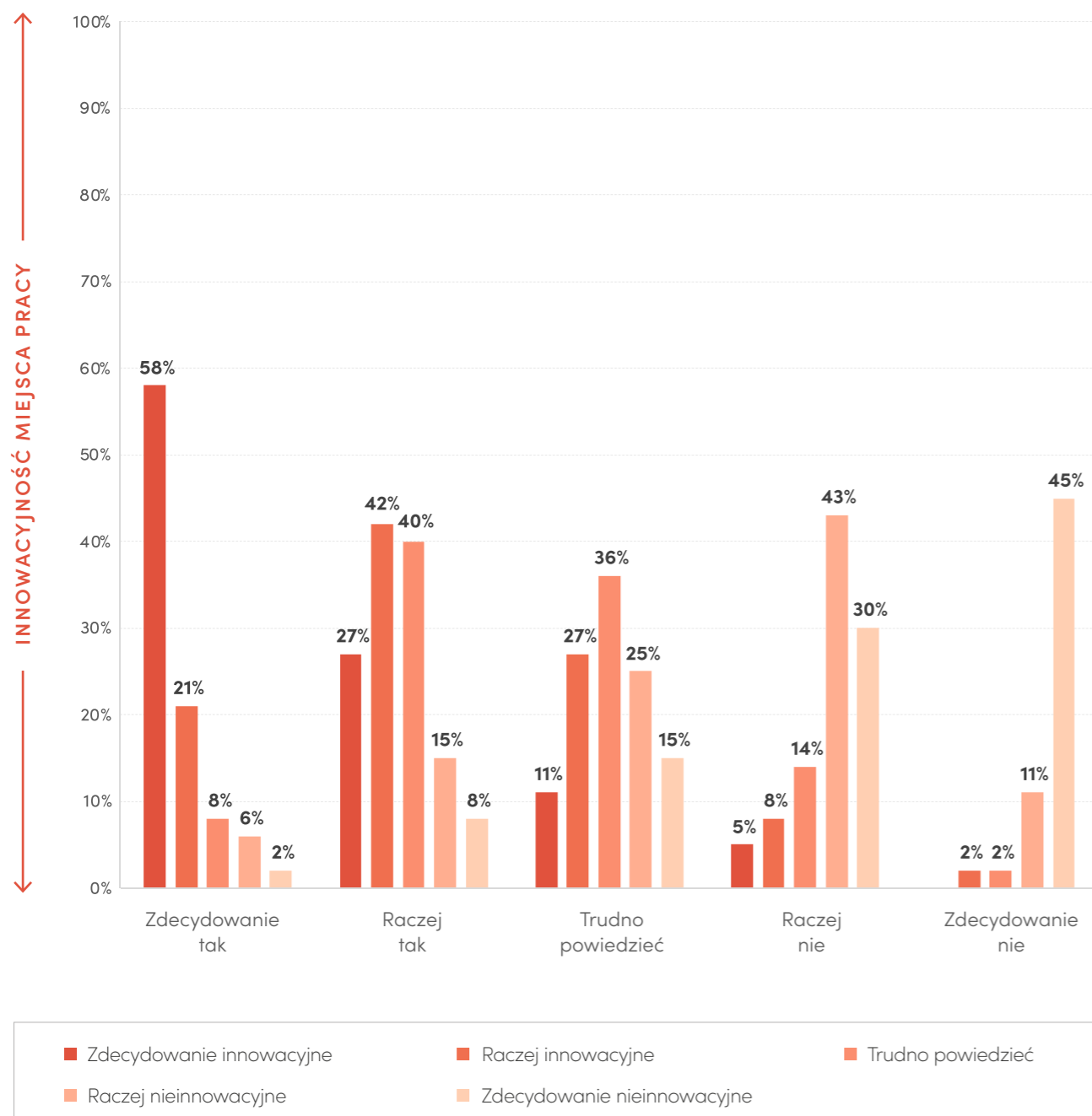
Warto zwrócić uwagę, iż firmy oceniane jako innowacyjne zdecydowanie częściej wykazują zainteresowanie wdrażaniem rozwiązań w trosce o środowisko i zrównoważony rozwój.

Niemal 85% firm o najwyższym poziomie innowacyjności podejmuje takie działania.

WYKRES 5.2.

Innowacyjność miejsca pracy a wdrażanie rozwiązań w trosce o środowisko i zrównoważony rozwój

CZY TWOJA FIRMA WDRAŻA ROZWIĄZANIA W TROSCE O ŚRODOWISKO I ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ?



Zmiany demograficzne, polityczne i społeczne, a także unijne regulacje dotyczące ESG (czyli działania z zakresu ochrony środowiska, odpowiedzialności społecznej i ładu korporacyjnego) sprawiły, że kwestia różnorodności staje się dziś jednym z największych wyzwań zarządczych w firmach.

Jak wynika z raportu Antal *Trendy w zakresie rekrutacji specjalistów i menedżerów*, około 60% firm prowadzi kampanie mające na celu ułatwienie zatrudnienia grup zagrożonych wykluczeniem na rynku pracy.

Najczęściej kampanie kierowane są do kobiet wracających na rynek pracy po urlopach macierzyńskich.

Niemal co czwarta organizacja adresuje swoje działania do pracowników 50+ oraz do obcokrajowców.

Jedna piąta respondentów wymienia, że działania w ich firmach dedykowane są osobom z niepełnosprawnościami lub osobom pragnącym się przebranżowić.

Mimo iż o różnorodności mówi się już na polskim rynku od ponad dziesięciu lat, to aż 42% przebadanych firm nie realizuje kampanii i/lub procesów mających na celu ułatwienie zatrudnienia wśród grup zagrożonych wykluczeniem. Budowanie różnorodności w organizacji przekłada się w bezpośredni sposób na efektywność pracy.

Pracownicy firm wspierających różnorodność odczuwają większą satysfakcję zawodową i motywację do pracy oraz deklarują większe zaangażowanie w wykonywane obowiązki.

“Innowacje nie mają źródła w wizji jednej osoby (lidera), lecz są wypracowywane kolektywnie, w ramach procesu wymagającego działania na dobrze rozpoznanych insightach.”

MICHAŁ BIELECKI

ESG A INNOWACJE

Komentarz eksperta

Michał Bielecki

MARKETING INNOVATION MANAGER, GROUPM

W ostatnich latach tematyka innowacji stała się niezwykle popularna wśród polskich organizacji.

Tę tendencję widać jasno w wynikach cyklicznego badania PARP „Monitoring innowacyjności polskich przedsiębiorstw”, według którego między 2017 a 2021 r. odsetek firm aktywnych innowacyjnie (tj. takich, które – skutecznie lub nie – podjęły wysiłki na rzecz wprowadzenia innowacji produktowej lub innowacyjnych procesów biznesowych) wzrósł z 32,3% do 79,6%.

Wśród zewnętrznych czynników, które stymulują innowacyjność polskich firm w ostatnim czasie, raport wymienia:

- możliwie szybkie reagowanie na zmieniającą się potrzeby klientów,
- nadążanie za konkurencją i nowymi trendami na rynku.

Przy tym ostatnim mamy na myśli rynek globalny – według *Global Innovation Index 2022* Polska zajmuje 38. miejsce, co oznacza, że mamy jeszcze sporo do zrobienia.

Zewnętrzna presja, jak i czynniki wspierające innowacyjność powodują, że wiele firm zaczyna się uważniej przyglądać także uwarunkowaniom wewnętrznym, które pomagają naszym organizacjom stać się bardziej innowacyjnymi i właściwie wykorzystać nadarzające się szanse.

Co zatem zrobić, by stać się innowacyjną firmą przyciągającą talenty?

Nie wyczerpiemy tu pełnego katalogu możliwych działań, spróbujemy jednak uporządkować je w kilka kluczowych kategorii.

Technologie komunikacyjne, sprzęt, biura dostosowane do pracy indywidualnej i grupowej, partnerstwa z jednostkami naukowymi, samorządowymi, NGO, VC, własne działy R&D, firmowe inkubatory czy akceleratory to kilka z przykładów, co nazwałbym ogólnie „infrastrukturą”. To swego rodzaju wymogi i instytucje (wewnętrzne i zewnętrzne), które tworzą możliwości dla liderów i zespołów do kreowania i wdrażania innowacji.

Drugą kategorię nazwałbym kulturą innowacyjności, w której centrum stoi zaangażowanie pracowników. W tym obszarze powinniśmy sobie odpowiedzieć na pytanie, jak skutecznie motywować pracowników i liderów do tworzenia pomysłów, ich zgłaszania i wdrażania.

Pomóc mogą m.in. odpowiednio zbudowane polityki HR w zakresie awansów, prowadzenia spotkań (w tym popularnych burz mózgów), przyznawania nagród, budowania i dzielenia się wiedzą w organizacji oraz realizację hackatonów.

Wreszcie, jak wskazuje profesorka Harvardu Lida Hill na podstawie wyników wieloletnich badań międzynarodowych, kluczowym czynnikiem w tworzeniu innowacji są liderzy.

Dotykamy tu ważnej kwestii zachowania liderów, które powinno być mocno nakierowane na stymulowanie innowacji poprzez wzmacnianie kultury eksperymentowania, elastyczności, poczucia bezpieczeństwa i bycia wysłuchanym.

W wizji Hill lider jest „interkonektorem”, który nie narzuca swoich pomysłów, ale wspiera swoich współpracowników w ich tworzeniu i egzekucji. Innowacje, szczególnie te przełomowe, nie mają źródła w wizji jednej osoby (lidera), lecz są wypracowywane kolektywnie, w bliskości z ich odbiorcą docelowym, w ramach procesu wymagającego działania na dobrze rozpoznanych insightach.

Role liderów upatruję również w posiadaniu i dzieleniu się dobrze ugruntowaną wiedzą na temat procesu projektowania innowacji (znajomości frameworków), a także wzięciu na siebie odpowiedzialności za egzekucję projektów innowacyjnych.

Koniec końców innowacja, która nie jest wdrożona, pozostaje (oczywiście chwalebnie) w przestrzeni eksperymentu.

Pracownik przychodzi do firmy, a odchodzi od szefa

JAK JEST W TWOJEJ FIRMIE?



 antal | THE VALUE OF SPECIALIZED TALENTS

Przywódczość to wyzwanie numer 1 działów HR, w Polsce i na świecie. Zbadaj i rozwin kompetencje menedżerów w Twojej organizacji, zbuduj efektywny zespół, który wspólnie osiąga zamierzone cele. **Skontaktuj się z nami, by otrzymać pełną ofertę usług Antal HR Consulting.**

Pomagamy społeczeństwu osiągnąć cele zrównoważonego rozwoju ONZ



W Antal realizujemy strategię w sposób społecznie odpowiedzialny, ponieważ rozumiemy, że w dzisiejszym świecie istotne jest nie tylko efektywne zarządzanie kapitałem firmy, ale także jej udział w przedsięwzięciach służących zrównoważonemu rozwojowi.

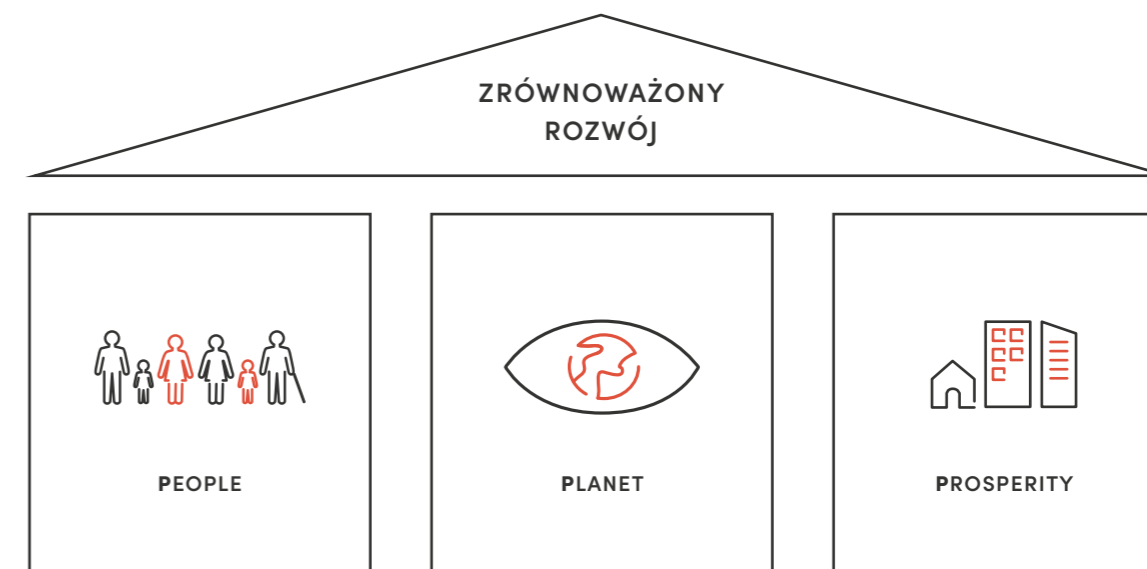
Rozwijamy kapitał ludzki

Naszą misją jest sukces ludzi. Dążymy do umożliwienia zrównoważonego zatrudnienia przez całe życie oraz zapewnienia organizacjom możliwości optymalizacji zarządzania zasobami ludzkimi.

Nasza wspólna odpowiedzialność to wspieranie naszych klientów w rozwoju ich biznesu

Od lat wspieramy naszych klientów w zrównoważonym wzroście i prowadzimy różnorodne działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Inspirujemy naszych partnerów biznesowych tym samym przyczynając się do zwiększenia ich wkładu w zrównoważony rozwój. Z przekonaniem wdrażamy działania wspierające realizację 17 Celów ONZ według zasady **3P: People, Planet, Prosperity**.

TRZY FILARY ESG ANTAL 3P: People, Planet, Prosperity



Kształujemy rynek pracy

Chcemy wywierać pozytywny wpływ na rzeczywistość zawodową i być wzorem w prowadzeniu działalności i podejściu do najbardziej wrażliwych wyzwań społecznych. To pomaga zapewnić wartość ekonomiczną nam i naszym interesariuszom oraz generuje pozytywny wpływ na polską gospodarkę i rynek pracy.

Dzielimy się wiedzą

Prowadzenie działań edukacyjnych na rzecz rozwoju przedsiębiorczości w Polsce wpisane jest w wartości i kulturę organizacyjną Antal. Edukujemy przyszłych i obecnych przedsiębiorców, promujemy wiedzę i dobre praktyki z zakresu *Diversity & Inclusion*, wspieramy rozwój młodych oraz aktywnie uczestniczymy w konferencjach skierowanych do biznesu. Dzielimy się wiedzą i doświadczeniem przygotowując liczne publikacje, tworząc branżowe raporty badawcze i opiniotwórcze opracowania merytoryczne dotyczące rynku pracy.

Wierzimy, że działania, które podejmujemy jako organizacja odgrywają fundamentalną rolę w kształtowaniu i tworzeniu postępu w społeczeństwie.



BADANIE ANTAL I SODEXO POLSKA

Przypisy

Źródła danych

- *Aktywność specjalistów i menedżerów na rynku pracy 2022*, Antal
- *Dojrzałość cyfrowa firm w 2019 – gdzie jesteśmy? Elastyczne zespoły, ekosystemy i zasady etyczne – Raport Digital Maturity – Deloitte Digital*
- *Elastyczność specjalistów i menedżerów na rynku pracy 2021*, Antal
- *European Innovation Scoreboard 2022*
- *Global Innovation Index 2022, What is the future of innovation-driven growth?*
- *Innovation in Europe, A Deloitte survey on European companies and how digital technologies can strategically enhance innovation*, 2018
- *Innowacje w organizacjach*, Angelika Kędzierska-Szczepaniak
- *Innowacyjność w polskiej i światowej gospodarce*, Koło Naukowe Ekonomistów Wydziału Ekonomicznego Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie
- *Proces innowacji w modelu działalności przedsiębiorstw*, W. Janasz, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2002
- *Raport 3M Innowacyjny Polak 2014*
- *Sodexo Breathing space: A new workplace comes to life*
- *Trendy w zakresie rekrutacji specjalistów i menedżerów 2022*, Antal
- *Zarządzanie firmą innowacyjną*, A. Sosnowska, Warszawa, Wydawnictwo Difin, 2001

Poznaj raporty Antal



Business Environment Assessment Study

OCENA POTENCJAŁU INWESTYCYJNEGO POLSKICH MIAST

Cykl raportów dedykowanych głównym ośrodkom miejskim w Polsce ma na celu opis rzeczywistości biznesowej, w jakiej funkcjonują firmy. Materiał pozwala spojrzeć na polski rynek z perspektywy biznesu i wskazać główne trendy w rozwoju ekonomicznym przedsiębiorstw.



Raport płacowy ANTAL

WYNAGRODZENIA OFEROWANE SPECJALISTOM I MENEDŻEROM

Raport przygotowywany co roku, zawiera informacje dotyczące poziomu wynagrodzeń specjalistów i menedżerów na polskim rynku.



„Aktywność specjalistów i menedżerów na rynku pracy”

Cykliczny raport „Aktywność specjalistów i menedżerów na rynku pracy” ukazuje aktualne trendy na rynku pracy takie jak: postawy pod kątem poszukiwania pracy, liczbę ofert jaką otrzymują kandydaci, motywację i warunki do zmiany zatrudnienia czy gotowość do relokacji. W tegorocznej edycji badania respondentów zapytano również o najczęstsze błędy pojawiające się podczas procesów rekrutacji, w których biorą udział.



Elastyczność specjalistów i menedżerów w dobie zmiany

Analizując dynamicznie zmieniający się rynek pracy przygotowaliśmy specjalny raport Elastyczność specjalistów i menedżerów w dobie zmiany. Raport ma na celu przedstawienie informacji w zakresie różnych form elastyczności pracy, ponieważ obecna sytuacja wymaga zarówno od organizacji, jak i pracowników umiejętności szybkiego dostosowania się do nieuniknionych zmian.

[SPRAWDŹ WSZYSTKIE RAPORTY ANTAL →](#)

Antal

Antal jest liderem rekrutacji specjalistów i menedżerów oraz doradztwa HR. Marka obecna jest w 35 krajach, w Polsce działa od 1996 roku.

Biura w Warszawie, Wrocławiu, Krakowie, Poznaniu oraz Gdańsku prowadzą projekty w Polsce i za granicą, dla największych globalnych oraz lokalnych przedsiębiorstw z wszystkich sektorów gospodarki.

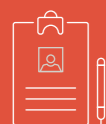
Jako jedna z pierwszych firm rekrutacyjnych na polskim rynku wprowadziliśmy macierzowy podział zespołów, dzięki czemu nasi konsultanci specjalizują się zarówno w rekrutacji w zakresie sektora, jak i stanowiska.

Obecnie w Antal działa 9 dywizji rekrutacyjnych oraz zespoły doradzające firmom w ramach oceny i rozwoju pracowników, employer branding oraz analiz rynkowych.

Nasze usługi

Elastycznie i kompleksowo podchodzimy do potrzeb pracodawców. Specjalizujemy się nie tylko w rekrutacji, ale również w doradztwie HR.

Oferujemy usługi rekrutacji stałej, kontraktowej i RPO (Recruitment Process Outsourcing), a także zaawansowane rozwiązania wspierające rekrutację czy wzmacniające wizerunek pracodawcy oraz narzędzia służące rozwojowi pracowników. Prowadzimy również badania rynku pracy dostosowane do potrzeb naszych klientów.



Rekrutacja



Market Research



Recruitment Process Outsourcing



HR Consulting



Contracting



Interim Management



Employer Branding

Antal Market Research

Antal Market Research to wyspecjalizowany dział odpowiedzialny za przygotowanie raportów analizujących rynek pracy. W ramach dywizji realizowane są zarówno raporty prezentujące trendy na rynku pracy, jak i materiały przygotowane w odpowiedzi na indywidualne potrzeby klientów. Antal Market Research opracowuje między innymi: raporty płacowe, raporty wizerunku pracodawcy czy potencjału inwestycyjnego w obszarze kapitału ludzkiego, w określonych branżach lub regionach.

Badania wynagrodzeń

Opracowujemy kompleksowe raporty płacowe w wybranych obszarach rynkowych. Dzięki specjalizacji zespołów w Antal jesteśmy w stanie przedstawić wynagrodzenia nawet w przypadku wąskich i niszowych grup stanowisk. Każde badanie projektujemy i przygotowujemy według indywidualnego zapotrzebowania klienta.

Badania wizerunku pracodawcy

W czasach rynku kandydata opinia potencjalnych pracowników o firmie ma kluczowy wymiar przekładający się bezpośrednio na koszty i czas rekrutacji oraz poziom rotacji dobrowolnej w organizacji. Antal Market Research oferuje przeprowadzenie badania wizerunku pracodawcy wśród precyzyjnie określonej grupy docelowej wskazanej przez klienta (np. specjalistów IT). Raport przedstawi silne strony pracodawcy i potencjalne obszary rozwojowe. Wskaże trafne kanały komunikacji informacji o firmie czy nowych wakatach.

Badania dostępności kandydatów i potencjału inwestycyjnego w obszarze kapitału ludzkiego

W sytuacji, gdy firma zastawia się nad inwestycją w nowym regionie, dostępny kapitał ludzki może zaważyć o powodzeniu i wysokości kosztów całego projektu. Antal oferuje przeprowadzenie kompleksowych badań określających: potencjał edukacyjny w konkretnych obszarach specjalizacji, dostępność kompetencji na danym rynku, skalę trudności pozyskania pracowników, przybliżony czas rekrutacji, wynagrodzenia w określonych lokalizacjach, cechy specyficzne danego regionu wpływające na pozyskanie kapitału ludzkiego, potencjał relokacyjny oraz analizę konkurencji.

Klientom oferujemy również usługę porównania wybranych lokalizacji zarówno w Polsce, jak i za granicą.

Chcesz dowiedzieć się więcej o badaniach rynku pracy prowadzonych przez Antal?

Skontaktuj się z nami →

Kontakt

POTRZEBUJESZ WIĘCEJ INFORMACJI?

Agnieszka Wójcik

COMMUNICATIONS & MARKET RESEARCH

DIRECTOR, ANTAL

agnieszka.wojcik@antal.pl

Izabela Mendelowska

HEAD OF BRAND & COMMUNICATIONS,

SODEXO POLSKA

izabela.mendelowska@sodexo.com

Julia Stanisławska

MARKET RESEARCH SPECIALIST, ANTAL

julia.stanislawaska@antal.pl

Jan Szewczyk

HEAD OF MARKETING, SODEXO POLSKA

jan.szewczyk@sodexo.com

www.antal.pl

www.pl.sodexo.com/vitalspaces

