

KONFERENCJA
RODO W INSTYTUCJACH
FINANSOWYCH
PIERWSZE DOŚWIADCZENIA, INTERPRETACJE ORAZ NOWE PRZEPISY

26-27.06.2019,
WARSZAWA

ZAREJESTRUJ SIĘ

Nie tylko pieniądze są motywatorem

opublikowano: 07-04-2019, 22:00



PAULINA
KOSTRO

@ email

Zachętą najczęściej stosowaną w MŚP są prowizje. To jednak mało efektywny sposób budowania zaangażowania pracowników.

Z pozapłacowych motywatorów najczęściej korzystają szefowie mikrofirm. Według badania Instytutu Keralla Research, zrealizowanego na zlecenie VanityStyle, już 78 proc. właścicieli tego typu przedsiębiorstw zadeklarowało, że stosują narzędzia zachęcające do pracy. W małych i średnich firmach jest to odpowiednio 65,9 proc. i 66 proc.

— Wciąż rozwijający się rynek świadczeń pozapłacowych, które są znacznie tańsze niż podnoszenie pensji, umożliwia pracodawcom świadome dbanie o dobrostan członków zespołu, a to wprost przekłada się na wzrost zaangażowania pracowników. Niski zapał do pracy zatrudnionych lub jego całkowity brak prowadzi do negatywnych konsekwencji biznesowych dla firmy. Wśród nich możemy wymienić pogorszenie marki pracodawcy, złą reputację na rynku pracy, rotację wśród pracowników czy trudność w pozyskaniu talentów — komentuje Joanna Skoczeń, prezes zarządu w firmie VanityStyle.

U mikrusów pieniądze

Najczęściej stosowanym motywatorem w sektorze MŚP są dodatkowe prowizje. Przyznaje je 83 proc. przedsiębiorstw. Daleko za prowizjami znajdują się takie świadczenia, jak dodatkowa opieka medyczna (12,3 proc.), paczki i bony okolicznościowe (11,7 proc.), nieobowiązkowe kursy i szkolenia (10,8 proc.) czy atrakcyjne wynagrodzenie zasadnicze (7,1 proc.). Na dalszych pozycjach są samochód służbowy (6,8 proc.), karty sportowo-rekreacyjne (4,9 proc.), wyjazdy i imprezy integracyjne (4,9 proc.) oraz bilety do kin i teatrów (3,4 proc.). Warto zauważyć, że marginalną rolę odgrywa zwrot kosztów kształcenia czy dojazdów do pracy, a nawet ubezpieczenia grupowe.

— Od lat wiadomo — co potwierdza wiele badań przeprowadzonych na przestrzeni ostatnich dekad — że samo wynagrodzenie i dodatki finansowe motywują tylko niektórych pracowników. Co więcej, jest to czynnik krótkotrwały. Aby motywacja nie przemijała, pracodawcy powinni postawić na zaspokojenie indywidualnych potrzeb

Tematy ▾



Potrzebujesz swobodnego dostępu do najświeższych i wiarygodnych wiadomości gospodarczych?

Aktywuj treści “Pulsu Biznesu” i nie trać czasu na szukanie ich w niesprawdzonych źródłach.

AKTYWUJ TERAZ

PULS BIZNESU

[O nas](#)

[Reklama](#)

[Kontakt](#)

[Praca](#)

[Csr](#)

[Regulamin](#)

[Notowania](#)

[Puls Inwestora](#)

[Innowacje](#)

[Firma](#)

[Weekend](#)

[Gazele](#)

[Konferencje](#)

[FAQ](#)

GRUPA BONNIER

[Bankier.pl](#)

[Pit.pl](#)

[Dyskusja.biz](#)

[Mambiznes.pl](#)

[PRnews.pl](#)

[Arslege.pl](#)

[Puls Medycyny](#)

[Puls Farmacji](#)

[System Partnerski](#)

[Zgarnij Premię](#)

[Spotdata.pl](#)

Bonnier © 2019 Puls Biznesu | Serwis używa cookies | Polityka Prywatności