

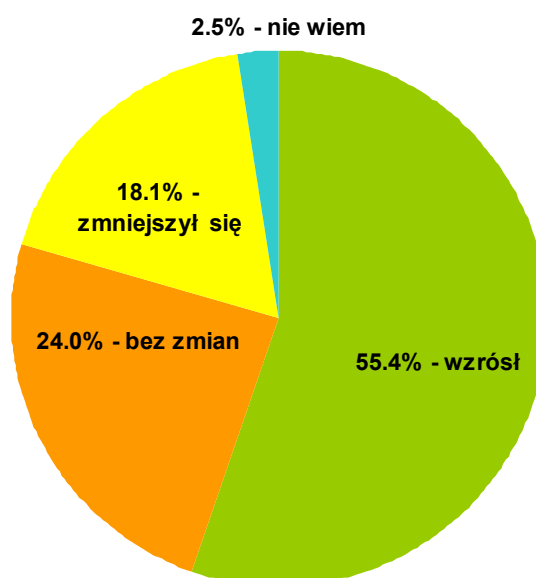
Motywowanie pracowników branży energetycznej w czasach kryzysu

Zarządzanie kadrami w firmach sektora energetycznego, szczególnie motywacja pracowników, to coraz trudniejsze zadanie ze względu na nakładające się na siebie skutki kryzysu oraz konieczność restrukturyzacji. Z badań przeprowadzonych przez ARC Rynek i Opinia przy współpracy z Sodexho Pass Polska wynika, że menedżerowie przedsiębiorstw energetycznych w motywacji pracowników sięgają po środki pozapłacowe.

Lista wyzwań stojących przed branżą energetyczną jest długa: od rosnącego zapotrzebowania na energię elektryczną, przez konieczność dbania o środowisko naturalne aż po niezbędne inwestycje w nowoczesne technologie. Do ich przeprowadzenia niezbędni są lojalni, efektywni i otwarci na innowację pracownicy. Tymczasem niepewność wśród nich rośnie. Ekspertki wskazują dwie główne przyczyny: ogólne spowolnienie gospodarcze oraz rządowy plan prywatyzacji energetyki. Obawa przed zwolnieniem znacząco obniża stopień zaangażowania pracowników, szczególnie niższych szczebli, których w branży energetycznej jest najwięcej. O szeregowych pracownikach jest zresztą najtrudniej – jak wynika z raportu „Stan Kapitału Ludzkiego w Polsce 2008”, przygotowanego przez Polskie Stowarzyszenie Zarządzania Kadrami i Szkołę Główną Handlową, 89% pracodawców ma problemy z pozyskaniem kompetentnych pracowników, co staje na przeszkodzie rozwoju przedsiębiorstw. Zatrzymanie i motywacja najlepszych pracowników ma więc kluczowe znaczenie – dostrzega to coraz więcej przedsiębiorców.

Z badań ARC Rynek i Opinia wykonanych pod koniec 2008 roku na zlecenie Sodexho Pass Polska wynika, że pomimo kryzysu 55,4 proc. przedsiębiorstw planuje nieznacznie zwiększyć wydatki na z zakładowego funduszu świadczeń socjalnych, a 18,1 proc. deklaruje ich zmniejszenie (Wykres 1).

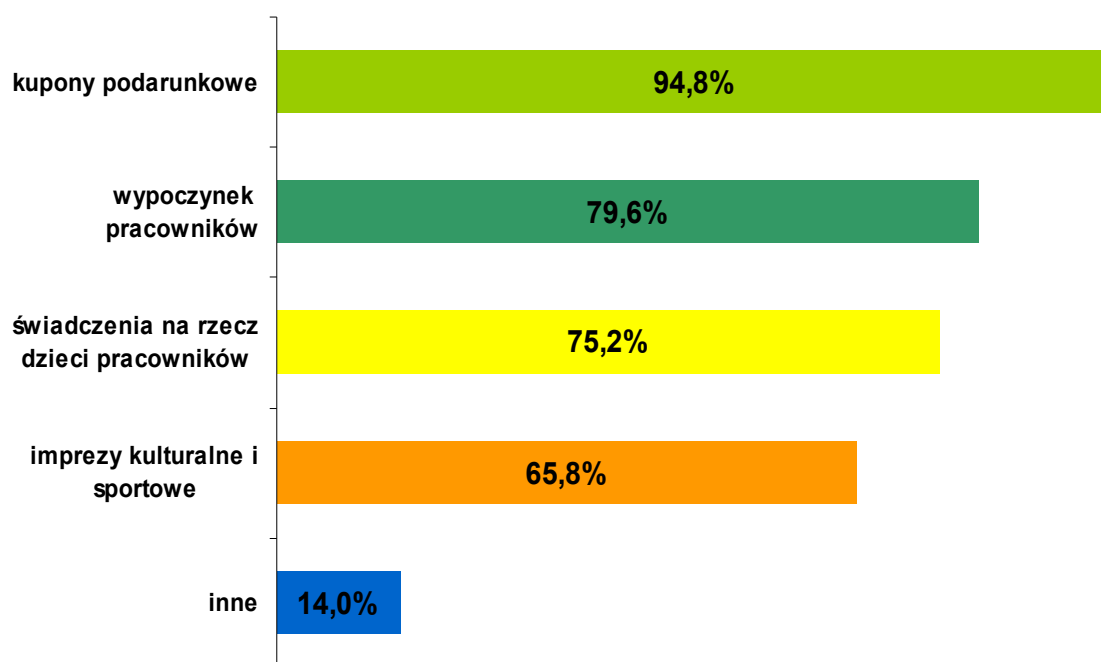
Wykres 1. Deklarowana zmiana w budżetach ZFŚS w 2009 roku w porównaniu z rokiem 2008.



Według analiz autorów raportu efekt netto zmian wielkości budżetów zakładowych funduszy świadczeń socjalnych w 2009r. w porównaniu do 2008 wynosi +2,5%. Oznacza to, że przejmują one istotną funkcję w budowaniu relacji z pracownikami, którzy coraz częściej potrzebują wsparcia pracodawców. Jeżeli więc ZFŚS zyskuje znaczeniu, warto przyrzeć się na co zostaną przeznaczone te pieniądze.

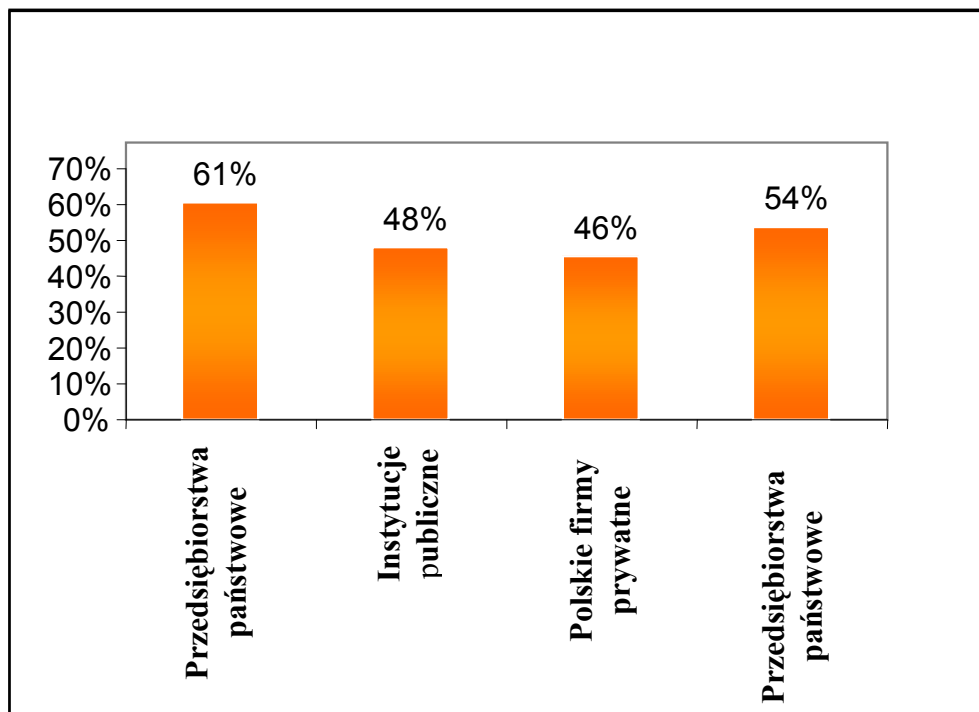
Najpopularniejszą formą motywacji pracowników są środki finansowe – dodatkowe premie i podwyżki, jednak w czasach spowolnienia gospodarczego częściej oferuje się pracownikom ich obniżki i zarazem unika stałego dociążania kosztami. Coraz więcej pracodawców sięga po rozwiązania systemu pozapłacowego. Badania wskazują, że w roku 2008 94,8% badanych firm przeznaczyła środki z ZFŚS na rozwiązania kuponowe. Mniejszą popularnością natomiast cieszyły się: dofinansowanie wypoczynku pracowników, świadczenia na rzecz dzieci czy imprezy kulturalne i sportowe (Wykres 2).

Wykres 2. Przeznaczenie środków z ZFŚS w 2008 roku:



Świadczenia w formie kuponów wykorzystywane były najczęściej przez przedsiębiorstwa państwowe (61 proc.) oraz firmy zagraniczne (54 proc.) 48 proc. instytucji publicznych, a spośród firm prywatnych skorzystało z nich 46 proc, co przedstawia wykres 3. Warto dodać, że korzyści płynące z tej formy świadczeń pozapłacowych dostrzegają przede wszystkim firmy z co najmniej 250 pracownikami - to w ich budżetach kwoty przeznaczone na kupony najwięcej 2009 roku wzrosły najwięcej - o 18%.

Wykres 3. Odsetek firm deklarujących stosowanie kuponów w 2008 roku



Analizy wykazują, że swoją popularność wśród dużych przedsiębiorstw, a takie dominują w sektorze energetycznym, kupony zawdzięczają mniejszymi kosztami dla pracodawcy, uproszczonej formie księgowania i rozliczania wydatków, a także ograniczeniu procedur administracyjnych. Wśród rozwiązań kuponowych rośnie popularność tych, które zachęcają do uprawiania sportów, czy też spędzania czasu razem z rodziną w kinie, teatrze czy restauracji.

W czasach spowolnienia gospodarczego menedżerowie z branż przemysłowych coraz częściej zwracają się ku rozwiązaniom pozapłacowym. Z przeprowadzonych badań można wywnioskować, że firmy dostrzegają, iż rozwiązania łączące motywatory emocjonalne i materialne, pozwolą firmie przetrwać z lojalnymi i docenionymi pracownikami.

Informacja o badaniu:

Badanie przeprowadzono w grudniu 2008 na próbie N=903 respondentów - osób odpowiedzialnych w firmach i instytucjach za przyznawanie pracownikom benefitów pozapłacowych. Pomiar został przeprowadzony metodą CATI (wspomaganych komputerowo wywiadów telefonicznych) przez ARC Rynek i Opinia.