

## **8. edycja Barometru Edenred-IPSOS dotycząca samopoczucia i motywacji pracowników**

### **Jak w kontekście kryzysu zmieniają się opinie pracowników na temat ich motywacji do pracy?**

Edenred wraz z firmą badawczą IPSOS przeprowadził ósmą edycję Barometru Edenred-IPSOS. Barometr bada samopoczucie i motywację pracowników w Europie. W tym roku przebadano ponad 7000 pracowników niemieckich, belgijskich, hiszpańskich, francuskich, włoskich i brytyjskich. Badanie ukazuje trzy główne tendencje: duży niepokój pracowników w stosunku do rynku zatrudnienia, oczekiwanie lojalności od pracodawcy, a także problem z budowaniem motywacji w zespołach w trudnych warunkach ekonomicznych.

### **Obawa o zatrudnienie istnieje we wszystkich krajach**

Barometr Edenred-Ipsos 2013 potwierdza, że pracownicy europejscy są bardziej zaniepokojeni o swoje zatrudnienie niż w roku 2012. Dla 44% pracowników niemieckich i 50% pracowników włoskich utrzymanie zatrudnienia stanowi obecnie podstawowy problem. 58% pracowników francuskich i aż 70% włoskich obawia się, że w przypadku bezrobocia będzie im trudno znaleźć porównywalne zatrudnienie. Ponadto oczekiwania wobec siły nabywczej, w szczególności w Europie Południowej i we Francji, są ogromne. We Francji 67% pracowników, a we Włoszech aż 73% osób deklaruje niezadowolenie ze swojej siły nabywczej. Natomiast mieszkańcy Europy Północnej (Niemcy, Belgia, Wielka Brytania) są wyraźnie mniej krytyczni w tym względzie. Tylko 33% pracowników niemieckich twierdzi, że jest niezadowolona ze swojej siły nabywczej.

### **Pracownicy europejscy domagają się lojalności i twierdzą, że są mniej zadowoleni ze swojej sytuacji zawodowej**

Wyniki za rok 2013 pokazują, że w czasie kryzysu pracownicy europejscy są bardziej wierni pracodawcy. 58% pracowników francuskich, 60% niemieckich i 66% belgijskich deklaruje, że nie zamierza zmienić obecnej pracy. Tej lojalności pracowników towarzyszy większe niezadowolenie niż w ubiegłym roku ze swojej sytuacji zawodowej. W tym roku wzrosła także niezadowolona część Europejczyków, która uważa, że poświęca zbyt dużo czasu na pracę.

### **Zdolność firm do utrzymania motywacji pracowników jest różna w poszczególnych krajach**

We Francji, Włoszech i w Hiszpanii można zaobserwować znaczącą dysproporcję pomiędzy poczuciem zaangażowania pracowników a poczuciem bycia docenionym: jedynie 43% pracowników francuskich, 48% włoskich i 49% hiszpańskich deklaruje swoje zadowolenie związane z ich zaangażowaniem w pracę. Potencjał „frustracji” jest wysoki. Najwyższy poziom odnotowano we Francji, gdzie jedynie 23% pracowników wysoko ocenia swoją jakość życia w pracy, a 38% twierdzi, że ich motywacja spada, co stanowi rekordowo wysoki odsetek spośród sześciu krajów objętych badaniem. Oczekiwania pracowników hiszpańskich, włoskich i francuskich w stosunku do pracodawcy są bardzo wysokie, w szczególności w zakresie wdrożenia działań dotyczących zarządzania talentami (45% pracowników hiszpańskich jest niezadowolona z działań pracodawców w tym zakresie) lub przekazywania kompetencji (37% pracowników włoskich ocenia je jako niezadowalające). 55% pracowników francuskich uważa, że firmy podejmują niewystarczającą ilość działań w kierunku tworzenia dobrego samopoczucia w pracy. W Niemczech oraz w Belgii, gdzie środowiska pracy są bardziej „sformalizowane”, ponad połowa ankietowanych deklaruje, że jest zaangażowana w swoją pracę, co wiąże się z zaspokajaniem ich oczekiwań względem pracodawców. W tych krajach jest również niższy poziom demotywacji. Model anglosaski

jest pod tym kątem bardziej „oportunistyczny”. Opiera się na silnym zdystansowaniu pracownika do pracodawcy. Model ten oparł się kryzysowi m.in. dzięki aktywnej polityce zarządzania personelem w zakresie jakości życia w pracy i rozwoju zawodowego. 40% pracowników brytyjskich wysoko ocenia jakość życia w pracy (dla porównania we Francji jest to tylko 23% osób).

Te dwa ostatnie modele pokazują, że pracownicy pozytywnie postrzegają politykę zarządzania firm. Bezpośredni przełożony jest dobrze oceniany pod kątem zdolności do dotrzymywania zobowiązań, otwartości na potrzeby zatrudnionych, inwestowania w rozwój kompetencji i doceniania osiągniętych wyników.

## **BAROMETR EDENRED-IPSOS**

*Od momentu utworzenia Barometru Edenred-Ipsos przepytaliśmy ponad 65.000 pracowników europejskich pod kątem ich oczekiwań. Jako obserwator rynku zatrudnienia wsłuchujemy się w panujące w spółkach tendencje w celu stymulowania ducha innowacyjności w naszych zespołach i rozwijania nowych rozwiązań polepszających codzienne życie pracowników* mówi Jacques Stern, Prezes-Dyrektor Generalny Edenred.

Antoine Solom, Dyrektor Międzynarodowy Ipsos Loyalty, podkreśla, że w czasach kryzysu nie należy opierać się na lojalności, ale przeciwnie – należy rozwijać aktywną politykę skierowaną na pracowników, w szczególności w obu kluczowych dziedzinach jakimi są dobre samopoczucie w pracy i rozwój zawodowy.

Wyspecjalizowana w rynku korzyści pracowniczych spółka Edenred wprowadza różne narzędzia umożliwiające zrozumienie rozwoju tendencji w dziedzinie życia spółek pojawiające się od ponad 50 lat. W okresie od 18 lutego do 15 marca 2013 r., już po raz ósmy z rzędu Edenred przeprowadziła wraz z Ipsos ankietę on-line na próbie 7 200 pracowników<sup>1</sup> europejskich celem zmierzenia ich motywacji i samopoczucia w pracy.

\*\*\*

Edenred posiada 15-letnie doświadczenie na polskim rynku, dostarczając szeroką gamę nowoczesnych rozwiązań i usług w zakresie pozapłacowych świadczeń pracowniczych w ramach ZFSS lub innych źródeł finansowania działalności socjalnej. Edenred Polska oferuje produkty w dwóch kategoriach:

- świadczenia pracownicze:
  - dofinansowanie posiłków
  - podarunek z okazji świąt, jubileuszy, jako nagrody, zamiast paczek dla dzieci
  - dofinansowanie sportu i kultury
  - dofinansowanie wypoczynku pracowników lub ich dzieci;
- rozwiązania podnoszące wydajność w obszarach: motywacja i nagrody.

Edenred jest światowym liderem i ekspertem w świadczeniach pozapłacowych motywujących pracowników. Za tym sukcesem stoi 6.000 osób zatrudnionych w 40 krajach świata, 610.000 klientów z sektora prywatnego, jak i publicznego, 38 mln użytkowników, 1.3 miliona akceptantów.

### **Ipsos**

*Działalność Ipsos, trzeciego w światowym rankingu uczestnika rynku w zakresie badań, skupia się wokół sześciu specjalizacji: badania reklamowe, badania marketingowe, badania mediów, badania opinii, badania związane z relacjami pomiędzy klientem a pracownikiem, gromadzenie i przetwarzanie danych. Grupa Ipsos liczy dziś 16 000 pracowników w 85 krajach. W roku 2012 grupa osiągnęła łączny obrót na poziomie 1,789 mld euro.*  
[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com) / [www.ipsos.fr](http://www.ipsos.fr)

<sup>1</sup> Podział próby : 3000 pracowników we Francji, 1000 we Włoszech, 800 w Niemczech, w Belgii, w Hiszpanii i Wielkiej Brytanii.

<sup>2</sup> Źródło: Eurostat - luty 2013 r.

***Ipsos Loyalty***: spółka wyspecjalizowana w programach badawczych na temat zaangażowania pracowników rozwoju liderów na potrzeby transformacji organizacji, Ipsos Loyalty towarzyszy klientom od momentu zaprojektowania narzędzi do zdefiniowania planów działania.